



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
UNA COMERCIALIZADORA DE MATERIALES DE OFICINA E INSUMOS
ESCOLARES, UBICADOS EN EL CANTÓN COTACACHI
DE LA CIUDAD DE IBARRA.

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en Marketing
Interno y Externo.

Autor: Luis Javier Menacho Chico

Tutor: Ing. Galos

Cisneros.

Quito,

Octubre 2013

Declaración y aprobación de los tutores y el lector

DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
COMERCIALIZADORA DE MATERIALES OFICINA E INSUMOS ESCOLARES,
UBICADOS EN EL CANTÓN COTACACHI DE LA CIUDAD DE IBARRA.

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Luis Javier Menacho Chico

CC: 1718865684



CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante **Menacho Chico Luis Javier**, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el “CEDENTE”; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el “CESIONARIO”. Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de Administración de Empresas que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo, Marketing Interno y Externo, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado “DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE MATERIALES DE OFICINA E INSUMOS ESCOLARES, UBICADOS EN EL CANTÓN COTACACHI DE LA CIUDAD DE IBARRA.”, el cual incluye la creación de una micro empresa dedicada a la comercialización de suministros de oficina e artículos escolares, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. **b)** Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación de una Papelería, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales de la Micro empresa descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el proyecto por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del programa de ordenador por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública de la Papelería ; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del proyecto; d) Cualquier transformación o modificación del proyecto; e) La protección y registro en el IEPI del proyecto a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del proyecto; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización de la Papelería que es objeto

DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE MATERIALES OFICINA E INSUMOS ESCOLARES, UBICADOS EN EL CANTÓN COTACACHI DE LA CUIDAD DE IBARRA.



del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad a favor del Cesionario.

CUARTA: CUANTIA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

QUINTA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el lado arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del lado arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvenición, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 24 días del mes de Octubre del dos mil trece.

f) _____

Luis Javier Menacho Chico

C.C. Nº 171886568-4

CEDENTE

f) _____

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CESIONARIO

DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE MATERIALES OFICINA E INSUMOS ESCOLARES, UBICADOS EN EL CANTÓN COTACACHI DE LA CIUDAD DE IBARRA.

AGRADECIMIENTOS:

Un agradecimiento muy cordial a todas las autoridades de este plantel tanto como profesores y personal administrativo y cada uno de ellos que conforman el Instituto Tecnológico Superior Cordillera que me han brindado todo su apoyo desde que me integre a esta institución. De manera particular quiero agradecer a mi profesor el ing. Galo Cisneros. Quien con sus aportes de enseñanza nos ha ilustrado brindándonos todo su apoyo para seguir adelante con nuestros objetivos y metas Gracias a todos ustedes por su apoyo.

DEDICATORIA:

Este proyecto de investigación se lo dedico a mis padres LUIS OSWALDO MENACHO CHAVEZ. Y en especial a mi madre MARIANA CHICO RAMOS. Quienes supieron guiarme y darme aliento para seguir adelante con mis estudios por lo que fueron días muy difíciles pero a la vez muy experimentable, también quiero agradecerle a toda mi familia quien estuvo dándome fuerzas para que siga adelante y así poder cumplir un objetivo más en la vida, siempre y cuando uno se lo proponga, porque la meta más importante está todavía por alcanzar porque cada paso que damos nos acercamos más a ella.



Índice General

Declaración y aprobación de los tutores y el lector.....	i
DECLARATORIA	ii
CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL	iii
AGRADECIMIENTOS:	v
DEDICATORIA:	vi
Índice General	vii
Índice de tablas	xiii
Índice de Figuras	xvi
RESUMEN EJECUTIVO	xviii
ABSTRACT.....	xx
Capítulo I	1
Introducción	1
1.02 Antecedentes	2
Capitulo II.....	5
Análisis situacional	5
Introducción:.....	5
2.01 Ambiente Externo	5
2.01.01 Factor Económico.	6
2.01.01.01 Pib.	6
2.01.01.02 Inflación.	8
2.01.01.03 Tasa Activa.....	9
2.01.01.04 Tasa Pasiva.	10
2.01.02 Factor social.	12
2.01.02.01 Desempleo.	12
2.01.02.02 Empleo.	14

**DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
COMERCIALIZADORA DE MATERIALES OFICINA E INSUMOS ESCOLARES,
UBICADOS EN EL CANTÓN COTACACHI DE LA CIUDAD DE IBARRA.**



2.01.02.03 Educación.....	15
2.01.02.04 Mejorar las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.....	15
2.01.03 Factor Legal.....	17
2.01.04 Factor Tecnológico.....	18
2.02 Entorno Local.....	19
2.02.01 Cliente.....	19
2.02.01.01 Cliente Interno.....	19
2.02.01.02 Cliente Externo.....	20
2.02.01 Proveedores.....	20
2.02.02 Competidores.....	22
2.03 Análisis Interno.....	22
2.03.01 Propuesta Estratégica:.....	22
2.03.01.01 Misión.....	23
2.03.01.02 Visión.....	23
2.03.01.03 Objetivos.....	23
2.03.01.03.01 Objetivo General.....	23
2.03.01.03.02 Objetivo Específico.....	24
2.03.01.04 Principio y Valores.....	24
2.03.01.05 Logo y Eslogan de la empresa.....	26
2.03.02 Gestión Administrativa.....	27
2.03.03 Gestión Operativa.....	27
2.03.04 Gestión Comercial.....	28
2.04 FODA.....	29
Capítulo III.....	30
Estudio de Mercado.....	30



Introducción.....	30
3.01 Análisis del Consumidor	30
3.01.01 Determinación de Población y Muestra.	31
3.01.01.01 Prueba Piloto.....	32
3.01.01.02 Tamaño de la muestra.	33
3.01.02 Técnicas de la obtención de la información.	33
3.01.03 Análisis de la información.	34
3.01.03.01 Análisis de los resultados.	34
3.02 Oferta.....	44
3.02.01 Oferta Histórica.....	44
3.02.02 Oferta Actual.....	45
3.02.03 Oferta Proyectada.....	46
3.03 Productos Sustitutos.	47
3.04 Demanda.....	48
3.04.01 Factores que Afectan la Demanda.....	48
3.04.02 Hábitos de consumo.	48
3.04.03 Gustos y Preferencias.	49
3.01 Demanda Histórica.....	49
3.02 Demanda Actual.....	50
3.03 Demanda Proyectada.....	50
3.05.02 Balance Proyectado.	53
Capitulo IV.....	54
Estudio Técnico	54
4.01 Tamaño del Proyecto.....	54
4.01.01 Capacidad de Instalada.	54



4.01.01.01 Disponibilidad de la mano de obra.	55
4.01.01.02 Capacidad de Prestación del Servicio.	56
4.01.02 Capacidad Óptima.	56
4.01.02.01 Capacidad Pico:.....	58
4.01.02.02 La Eficiencia.....	59
4.02 Localización.	59
4.02.01.01 Disponibilidad y costos.....	60
4.02.01.02 Disponibilidad de servicios básicos.	60
4.02.01 Macro Localización.....	61
4.02.02 Micro – Localización.....	62
4.03 Ingeniería del Proyecto.	63
4.03.01 Definición de Bienes y servicios.	63
4.03.02 Distribución de Planta.....	63
4.03.05 Equipos.....	68
CAPITULO V.....	75
ESTUDIO FINANCIERO.....	75
5.01 INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES.....	75
5.02 Costos.....	75
5.02.01 Costos Indirectos.....	76
5.02.03 Gastos Administrativos.	76
5.02.04 Costo de Ventas.	78
5.02.05 Costos Financieros.	78
5.02.06 Costos Fijos y Variables.....	79
5.02.07 Costos Fijos.	79
5.02.08 Costo Variable.....	79

DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE MATERIALES OFICINA E INSUMOS ESCOLARES, UBICADOS EN EL CANTÓN COTACACHI DE LA CIUDAD DE IBARRA.



5.02 Inversiones.....	79
5.02.01 Inversión Fija.....	80
5.02.01.01 Activos Fijos.....	80
5.02.01.02 Activos Nominales.....	81
5.02.02 Capital de Trabajo.....	81
5.02.03 Fuente de Financiamiento y Uso de Fondos.....	82
5.02.04 Tabla de Amortización.....	83
5.02.05 Tabla de Amortización.....	85
5.02.06 Estado de Situación Inicial.....	86
5.02.07 Estado de Resultados Proyectados.....	87
5.02.08 Flujo de Caja.....	88
5.03 Evaluación.....	88
5.03.01 Tasa de Descuento.....	89
5.03.02 Van.....	89
5.03.04 Tir.....	90
5.03.05 Periodo de la Recuperación de la Inversión.....	91
5.03.06 Relación Costo Beneficio.....	93
5.03.07 Punto de Equilibrio.....	93
5.03.07 Análisis de los Índices Financieros.....	95
5.03.07.01 Indicadores de Endeudamiento.....	95
5.03.07.02 Rentabilidad Sobre el Patrimonio (ROE).....	95
Capítulo VI.....	96
Análisis de Impacto.....	96
6.01 Impacto Ambiental.....	96
6.02 Impacto Económico.....	96

DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE MATERIALES OFICINA E INSUMOS ESCOLARES, UBICADOS EN EL CANTÓN COTACACHI DE LA CIUDAD DE IBARRA.



6.03 Impacto Productivo.....	97
6.04 Impacto Social.....	97
CAPITULO VII.....	99
7.01 Conclusiones.....	99
7.02 Recomendaciones.....	100
Bibliografía.....	101
ANEXOS.....	107



Índice de tablas

Tabla 1 El pib anual	7
Tabla 2 Inflación Anual.....	8
Tabla 3 Tasa Activa.....	10
Tabla 4 Tasa pasiva	11
Tabla 5 Tasa de Desempleo	13
Tabla 6 Tasa de Empleo	14
Tabla 7 Educación años Anteriores.....	16
Tabla 8 Proveedores.	21
Tabla 9 Organigrama.....	27
Tabla 10 Matriz Foda.	29
Tabla 11 Población y Muestra.....	31
Tabla 12 Compra útiles escolares y suministros de oficina	34
Tabla 13 En qué empresa distribuidora realiza sus compras.....	35
Tabla 14 Cuanto invierte en compras de papelería anualmente.....	36
Tabla 15 Como suele cancelar sus compras	37
Tabla 16 Estaría dispuesto a comprar en una distribuidora cerca de su sector	38
Tabla 17 De qué manera le gustaría enterarse de la prestación de este servicio	39
Tabla 18 En una escala del 1 al 3 escoja la opción que considere más importante al momento de realizar sus compras.....	40
Tabla 19 Qué es lo que lo motivaría a regresar	41



Tabla 20 Consideraría la posibilidad de un servicio puerta a puerta para las urbanizaciones cercanas a la papelería.....	42
Tabla 21 Cuánto estaría dispuesto a pagar por este servicio	43
Tabla 22 Oferta Histórica	45
Tabla 23 Empresas Activas.....	46
Tabla 24 Proyección de la oferta	47
Tabla 25 Demanda histórica	49
Tabla 26 Proyección de la Demanda.....	51
Tabla 27 Balance Actual.....	52
Tabla 28 Proyección de la Oferta y la Demanda	53
Tabla 29 Equipos.....	55
Tabla 30 Personal.....	56
Tabla 31 Horas de trabajo.....	57
Tabla 32 Sueldos y Salarios.....	57
Tabla 33 Aportes Legales	58
Tabla 34 Clientes Atendidos.....	58
Tabla 35 Servicios básicos.....	60
Tabla 36 DISTRIBUCION DE LA PLANTA	66
Tabla 37 Proceso para atención al cliente	67
Tabla 38 Maquinaria	68
Tabla 39 Artículos Escolares.....	69
Tabla 40 Artículos Escolares.....	70
Tabla 41 Artículos Escolares.....	71



Tabla 42 Artículos Escolares.....	72
Tabla 43 Artículos Escolares.....	73
Tabla 44 Artículos Escolares.....	74
Tabla 45 Costos.	75
Tabla 46 Costos Indirectos.....	76
Tabla 47 Gastos Administrativos.....	77
Tabla 48 Gastos Administrativos.....	77
Tabla 49 Sueldos y Salarios	77
Tabla 50 Inversión Fija.	80
Tabla 51 Activos Fijos.....	81
Tabla 52 Capital de Trabajo	82
Tabla 53 Estructura de Capital	83
Tabla 54 Tabla de Amortización.....	84
Tabla 55 Tabla de Amortización.....	85
Tabla 56 Estado de Situación Inicial.....	86
Tabla 57 Estado de Resultados Proyectados.	87
Tabla 58 Flujo de Caja.	88
Tabla 59 Tasa de Descuento	89
Tabla 60 Van.....	90
Tabla 61 Tir.....	91
Tabla 62 Periodo de la Recuperación de la Inversión.....	92
Tabla 63 Periodo de Recuperación	92

Índice de Figuras

Figura 1 El Pib Anual.....	7
Figura 2 Inflación Anual	8
Figura 3 Tasa Activa	10
Figura 4 Tasa pasiva.....	11
Figura 5 Tasa de desempleo.....	13
Figura 6 Tasa de empleo	14
Figura 7 Educación Años Anteriores.....	17
Figura 7. 1	26
Figura 8 Compra útiles escolares y suministros de oficina.....	34
Figura 9 En qué empresa distribuidora realiza sus compras	35
Figura 10 Cuanto invierte en compras de papelería anualmente.	36
Figura 11 Como suele cancelar sus compras	37
Figura 12 Estaría dispuesto a comprar en una distribuidora cerca de su sector.....	38
Figura 13 De qué manera le gustaría enterarse de la prestación de este servicio	39
Figura 14 En una escala del 1 al 3 escoja la opción que considere más importante al momento de realizar sus compras	40
Figura 15 Qué es lo que lo motivaría a regresar	41
Figura 16 Consideraría la posibilidad de un servicio puerta a puerta para las urbanizaciones cercanas a la papelería.....	42
Figura 17 Cuánto estaría dispuesto a pagar por este servicio	43



Figura 18 Oferta Histórica	45
Figura 19 Proyección de la oferta	47
Figura 20 Demanda histórica	50
Figura 21 Proyección de la Demanda	51
Figura 22 Balance Actual.....	52
Figura 23 Proyección de la Oferta y la Demanda	53
Figura 24 Mapa de Macro Localización	61
Figura 25 Localización Óptima.....	62
Figura 26 Planta	65
Figura 27 Punto de Equilibrio.....	94

RESUMEN EJECUTIVO

Se define el tema en base al tema que se planteó en el transcurso de la elaboración del proyecto se encontró una gran oportunidad existente para la comercialización de los productos escolares y suministros de oficina a través de la aplicación eficaz de un modelo de comercialización que nos permita desarrollar y crear una diferenciación en servicio, tiempo, calidad, y así alcanzar los objetivos deseados de acuerdo al proyecto.

Se realizó un análisis macro y micro en la que se encontró un nivel aceptable y estable a partir desde el año 2010, por lo que años anteriores no obtuvo ningún crecimiento económico y lo peor, el país se encontraba en una crisis económica no solo nacional sino a nivel mundial en la que muchas empresas tuvieron que cerrar sus puertas y dejar de producir.

Lo importante de este negocio es tratar que la gente obtenga lo que quiere a un precio muy accesible que se encuentre al alcance de todos, se planteara una estrategia de ventas para que el cliente se sienta satisfecho al momento de realizar su compra y para ellos se contara con varios proveedores que nos van a abastecer de mercadería a tiempo.

El objetivo que se plantea este negocio es tener una gran acogida de los consumidores, a ellos se les brindara un servicio de calidad, para que se sientan conforme con sus



compras y de esta manera podremos lograr lo planteado en un tiempo determinado y así llegar a ser líderes en el mercado.

También se analizara el nivel de consumismo para ver las necesidades que tienen las personas de acuerdo a ellos se les brindara el servicio deseado.

En la actualidad existe una gran demanda en el sector de Cotacachi en la venta de artículos escolares, por el crecimiento del nivel educativo, caso que años atrás con otros gobiernos no pasaba no se fijaban en el sector educativo si no en el sector productivo ya que eso les generaban más ingresos, pero ahora con el gobierno actual se pretende ayudar más a ese sector y mejorar futuro de la gente que pretende salir adelante.

La distribuidora se posicionara en un sector muy poblado para que la gente pueda hacer sus compras de manera rápida y segura y así evitar esos tiempos muertos que se ocasionan al no obtener lo que se desea.

Se contara con stock en toda la mercadería para no tener inconveniente al momento que el consumidor lo adquiera.

ABSTRACT

Topic is defined based on the issue raised in the course of project preparation found a great opportunity to market existing products and school supplies office right through the effective implementation of a marketing model that allows us to develop and create differentiation in service, time, quality , and thus to achieve the desired objectives according to the project.

We performed a macro and micro analysis that found an acceptable and stable from since 2010 , so it did not get any previous years and the worst economic growth the country was in an economic crisis not only nationally but world in which many companies had to close their doors and stop producing .

The important thing about this business is that people try to get what you want at an affordable price within the reach of all , and for that we raise a sales strategy for the customer to feel satisfied at the time of your purchase to they will feature several vendors that are going to supply goods on time.

The objective set this business is to have a great reception from consumers and they would give them a quality service, in which they feel happy with your purchases and

DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE MATERIALES OFICINA E INSUMOS ESCOLARES, UBICADOS EN EL CANTÓN COTACACHI DE LA CIUDAD DE IBARRA.



this way we can achieve the points made in a given time and so become market leaders.

And for this level of consumerism analyzed to see what the people want according to them they would provide the desired service.

At present there is a great demand in the sector of Cotacachi by educational level growth in this sector, if years ago did not happen with other governments did not focus on the education sector if not in the productive sector as this will generate more income, but now with the current administration intends to further assist this sector so they are the future of the country or who knows own their own businesses.

The distributor was positioned in a very populated so that people can make purchases quickly and safely and avoid those that are caused downtime by not getting what you want.

It will feature on all merchandise stock to avoid any inconvenience to the consumer when it purchased.

Capítulo I

Introducción

La investigación que se ha realizado en el cantón de Cotacachi de la ciudad de Ibarra. Ha reunido toda la información para poner en marcha la microempresa, que se dedicara a la venta de artículos de oficina e útiles escolares, Pues quizá en la actualidad realizar un negocio resulte más rentable que trabajar en una empresa, debido a la gran demanda que existe en el sector. La empresa brindara productos y un servicio de excelente calidad al visitar el local.

El objetivo de este negocio es realizar un estudio previo para la creación de una microempresa dedicada a la venta de artículos escolares e suministros de oficina en el sector de Cotacachi al norte de la ciudad de Ibarra. Apoyado con los conocimientos adquiridos a lo largo de esta carrera, se busca hacer tangible esta idea brindando un servicio de calidad y competitiva, y así convirtiéndole a la empresa una de la preferidas por el c En el siguiente capítulo está el análisis situacional, en donde se encuentran todas las variables como la inflación, en nivel económico de ese sector y demás factores que pueden afectar el negocio.

En el siguiente capítulo nos habla del estudio de mercado en donde analizaremos al consumidor, en donde se realizara una prueba piloto en donde se va a captar el nivel de aceptación de los consumidores hacia los productos.



Este capítulo es el más importante porque es en donde se va a posesionar cuanto espacio se va a adquirir para el producto

Este capítulo es el estudio financiero en donde veremos cuando hay que invertir y si es factible o no la comercialización y ver en qué tiempo vamos a recuperar el dinero. de este servicio.

En el primer capítulo es el resumen ejecutivo en donde se expone brevemente sobre la empresa Papelería del Milenium.

En este proyecto de creación de empresas se contara con cifras que pueden revelar el éxito o el fracaso, además se contribuye con el desarrollo del país tomando en cuenta que se pretende ser parte del sector económico y se desea ante todo el crecimiento del país mejorando su calidad de vida

1.02 Antecedentes

(A, 1994) Descripción del proceso El servicio es compra, venta y reventa, con distribuidores tanto nacionales como locales, buscando satisfacer las necesidades de los colegios, mayormente en las temporadas escolares basándose en qué tipo de material están usando, también la lista escolar de donde pueden sacar información en función de lo que necesitaran las maestras; con esto realizan los inventarios. A continuación se describe de manera general la sucesión de actividades del proceso.

DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE MATERIALES OFICINA E INSUMOS ESCOLARES, UBICADOS EN EL CANTÓN COTACACHI DE LA CIUDAD DE IBARRA.



(Friedrich, s.f.)El alemán Friedrich Soenneken inventó carpetas de anillo en 1886 en Bonn, Alemania. Friedrich Soenneken hizo también su patente de noviembre el 14 de 1886 para su PapierlockerfürSammelmappen (perforador de agujeros). El alemán Louis Leitz, fundador de la empresa alemana Leitz realizó más adelante algunos cambios importantes en el desarrollo de los clasificadores en Stuttgart-Feuerbach. Leitz introdujo el orificio en el lado del documento. Los 2 agujeros tienen una separación de 80 milímetros, según la norma ISO 838. La versión de 4 agujeros no responde a ningún estándar de ISO. Las distancias son 80 mm, 80 mm y 80 mm.

(Balle, s.f.)Una librería y tienda de artículos de papelería es un lugar donde los clientes pueden ir a comprar libros, así como útiles escolares y de escritura. Si planeas abrir este tipo de tienda minorista especializado, tus principales preocupaciones son encontrar una ubicación adecuada y asequible, así como la demanda de libros y artículos de papelería para vender. Cuando instales este tipo de negocio, recuerda que tu público objetivo incluye tanto a los lectores y escritores o estudiantes que necesitan útiles escolares.

(Crativos, s.f.)Los útiles escolares acompañan a los niños a lo largo de la etapa escolar, se vuelven muy cercanos a ellos ya que los utilizan con frecuencia. Son tan cotidianos que hasta los padres cuando hablan de sus hijos también nombran a sus útiles escolares con frases tales como: “Tiene la mochila tan pesada y no quiere dejar ni el

DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE MATERIALES OFICINA E INSUMOS ESCOLARES, UBICADOS EN EL CANTÓN COTACACHI DE LA CIUDAD DE IBARRA.



lápiz”, “Es tan ordenado que pone todos sus cuadernos en pila”, “Mi hijo siempre le saca la punta al lápiz”, etc.

(Masgo, s.f.) Nos dice que los útiles escolares de uso cotidiano del alumno deben de estar bien presentables y ordenados, como por ejemplo los cuadernos bien forrados y etiquetados con sus datos personales. Usar mochilas adecuadas, cartucheras, etc. Esto hechos ayudan a mejorar la actitud del alumno para el aprendizaje

Capítulo II

Análisis situacional

Introducción:

En este capítulo se analizará todos los resultados de la situación interna como externa para la comercialización de los productos. En la que nos ayude a tener un mejor resultado enfocado en el sector escolar, de esta manera veremos todos los factores importantes, debido a la gran presencia de estudiantes en el cantón. Según los datos del banco central, por lo que ha creado la necesidad de establecer una papelería en el cantón de Cotacachi. Así definir la estructura en el mejoramiento de la comercialización y distribución de los productos escolares.

2.01 Ambiente Externo

Comprende el estudio de las fuerzas externas que tienen un gran efecto sobre el proceso de cambio y evolución de las organizaciones. Una organización debe depender o interactuar con su entorno si quiere sobrevivir ya que tiene poco o nulo control sobre estas. (Carrera, 2010).

2.01.01 Factor Económico.

El crecimiento económico es una de las metas de toda sociedad y el mismo implica un incremento notable de los ingresos, y de la forma de vida de todos los individuos de una sociedad. Existen muchas maneras o puntos de vista desde los cuales se mide el crecimiento de una sociedad, se podría tomar como ejes de medición la inversión, las tasas de interés, el nivel de consumo, las políticas gubernamentales, o las políticas de fomento al ahorro; todas estas variables son herramientas que se utilizan para medir este crecimiento. Y este crecimiento requiere de una medición para establecer que tan lejos o que tan cerca estamos del desarrollo. (Betancourt, s.f.)

Se va a analizar todos los puntos de los sectores para la creación de una microempresa, en la que veremos si es factible la comercialización de los productos escolares en ese sector ubicado al norte de la ciudad de Ibarra en el cantón de Cotacachi.

2.01.01.01 Pib.

El gobierno mantiene consistentemente su modelo económico que se caracteriza por tener como actor principal al Estado y al gasto público como el dinamizador de la economía; sin embargo, luego de que en 2011 se presentara el segundo mayor crecimiento luego de la dolarización, cuando la economía creció en 7,98%, tal parece que el modelo comienza a flaquear y las proyecciones de crecimiento en 2013 no superan el 4%. En el cuadro inferior se presenta el nuevo cálculo de la evolución del PIB ecuatoriano con año base 2008. (Economico, 2012).

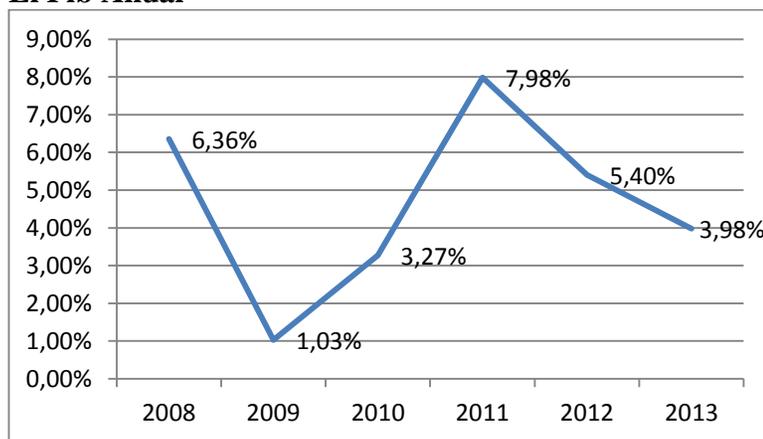
Es muy importante este factor mientras siga creciendo podemos decir que hay más consumo de la gente enfocados a diferentes sectores productivo, esto ayudara q que haya más oportunidades para las micro o medianas empresas en el mercado del consumismo, a continuación veremos en la siguiente tabla como ha ido creciendo el pib en los últimos años.

Tabla 1
El pib anual

AÑOS	PORCENTAJE
2008	6,36%
2009	1,03%
2010	3,27%
2011	7,98%
2012	5,40%
2013	3,98%

<http://www.bce.fin.ec/>

Figura 1
El Pib Anual



<http://www.bce.fin.ec/>

Como se puede observar en los cuadros de los últimos 5 años ha ido creciendo la economía de este país. Por lo que es favorable crear una microempresa para posesionarse en el mercado con fines de ayudar al sector educativo.

2.01.01.02 Inflación.

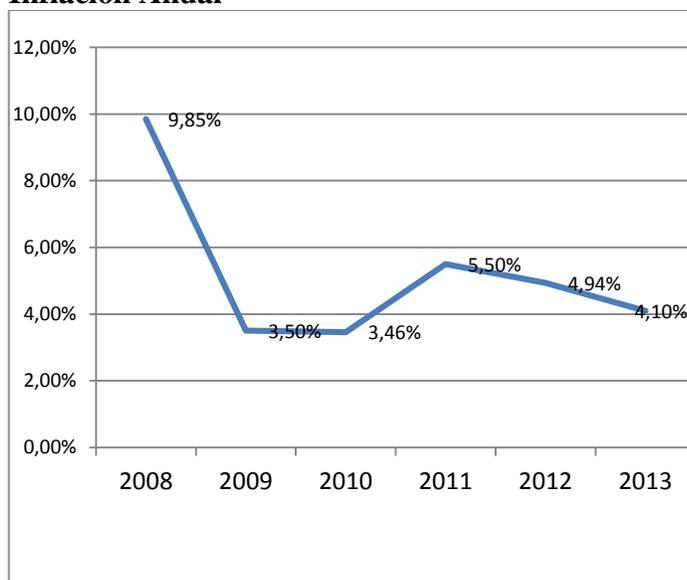
La inflación, en economía, es el incremento generalizado de los precios de bienes y servicios con relación a una moneda durante un período de tiempo determinado. Cuando el nivel general de precios sube, cada unidad de moneda alcanza para comprar menos bienes y servicios. Es decir que la inflación refleja la disminución del poder adquisitivo de la moneda: una pérdida del valor real del medio interno de intercambio y unidad de medida de una economía. Una medida frecuente de la inflación es el índice de precios, que corresponde al porcentaje anualizado de la variación general de precios en el tiempo (el más común es el (índice de precios al consumidor). (Ecuador).

**Tabla 2
Inflación Anual**

AÑO	PORCENTAJE
2008	9,85%
2009	3,50%
2010	3,46%
2011	5,50%
2012	4,94%
2013	4,10%

<http://www.bce.fin.ec/>

Figura 2
Inflación Anual



<http://www.bce.fin.ec/>

Cabe decir que en estos 5 años hemos tenido una baja en la inflación por lo que para el sector comercial puede ser una amenaza o una oportunidad dependiendo la estabilidad del gobierno.

2.01.01.03 Tasa Activa.

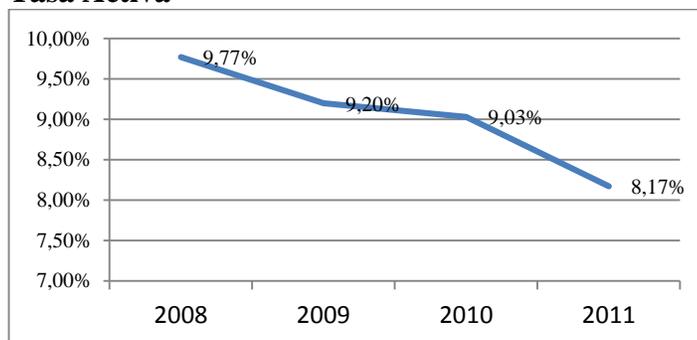
La tasa de interés se define como aquel precio que se paga por el uso del dinero, durante un determinado período de tiempo. Dicho precio se refiere a un porcentaje de la operación de dinero que se realiza.

Tabla 3
Tasa Activa

AÑO	PORCENTAJE
2008	9,77%
2009	9,20%
2010	9,03%
2011	8,17%

<http://www.bce.fin.ec/>

Figura 3
Tasa Activa



<http://www.bce.fin.ec/>

En los últimos años ha tenido una baja muy importante de la tasa activa, por lo que se obtendrá menos costo de los intereses al acreditar un préstamo en caso que se lo necesite para la comercialización de un producto.

2.01.01.04 Tasa Pasiva.

Es la que pagan los intermediarios financieros a los oferentes de recursos por el dinero captado. Son pasivas porque, para el banco, son recursos a favor de quien deposita.

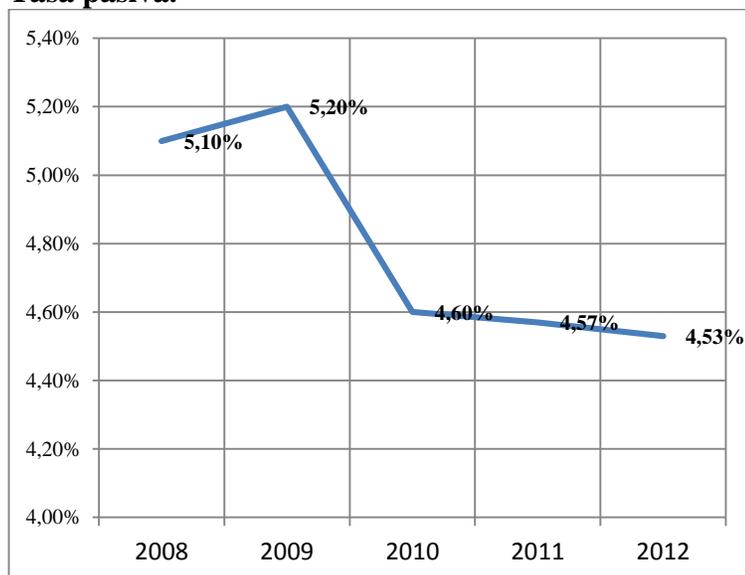


Tabla 4
Tasa pasiva

AÑO	PORCENTAJE
2008	5,10%
2009	5,20%
2010	4,60%
2011	4,57%
2012	4,53%

<http://www.bce.fin.ec/>

Figura 4
Tasa pasiva.



<http://www.bce.fin.ec/>

DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE MATERIALES OFICINA E INSUMOS ESCOLARES, UBICADOS EN EL CANTÓN COTACACHI DE LA CIUDAD DE IBARRA.

2.01.02 Factor social.

El vínculo entre sociedad se encuentra en la relación recíproca en que influyen ambos factores entre sí, es decir, tanto la naturaleza tiene influencia en la sociedad, como la sociedad sobre la naturaleza. Esta relación se da sobre dos hechos principales: el primero que se refiere a las acciones que el hombre realiza y que inciden en la naturaleza. El segundo se refiere a los efectos ecológicos que se generan en la naturaleza y que influyen en la sociedad humana. Dentro de este proceso, intervienen otros elementos, los cuales desde la perspectiva de la sociedad son los que están sujetos y realizan las acciones, es decir, los seres humanos, ya sea a través de nuestras acciones directas o a través de nuestras diferentes actividades laborales. (Catalina).

2.01.02.01 Desempleo.

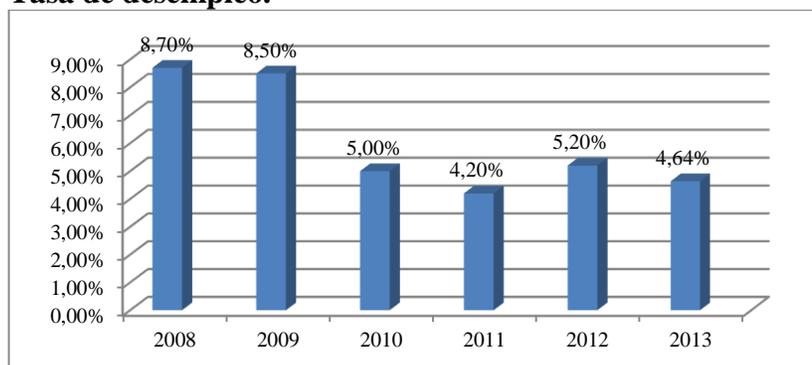
Desempleo, paro forzoso o desocupación de los asalariados que pueden y quieren laborar pero no encuentran un puesto de trabajo. En las sociedades en las que la mayoría de la población vive de trabajar para los demás, el no encontrar un trabajo es un grave problema. Debido a los costes humanos derivados de la privación y del sentimiento de rechazo y de fracaso personal, la cuantía del desempleo se utiliza habitualmente como una medida del bienestar de los trabajadores. La proporción de trabajadores desempleados también muestra si se están aprovechando adecuadamente los recursos humanos del país y sirve como índice de la actividad económica. (Jumbo, 2002).

Tabla 5
Tasa de Desempleo

AÑO	PORCENTAJE
2008	8,70%
2009	8,50%
2010	5,00%
2011	4,20%
2012	5,20%
2013	4,64%

<http://www.indexmundi.com/g/g.aspx?c=ec&v=74&l=es>

Figura 5
Tasa de desempleo.



<http://www.indexmundi.com/g/g.aspx?c=ec&v=74&l=es>

Como podemos observar en los últimos años el país ha bajado su porcentaje de desempleo es decir que las personas están buscando nuevas fuentes de empleo o creando sus propios negocios.

2.01.02.02 Empleo.

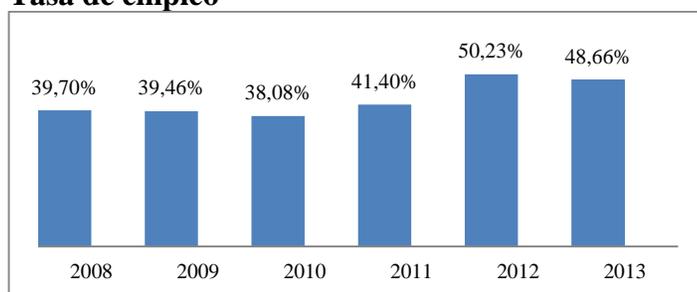
La oferta laboral en el Ecuador a través de indicadores que caracterizan a su Población Económicamente Activa, como son la tasa de pleno empleo, subempleo y desempleo y su relación con las variables nivel de educación y acceso a la seguridad social para el periodo de los años 2010 hasta el año actual se demuestra que las personas con mayores niveles de educación son valoradas en el mercado laboral, y las personas que se encuentran plenamente empleadas no se encuentran afiliadas a ningún tipo de seguro, sin embargo dicha tasa da una tendencia creciente. (Investigación y Desarrollo, 2011).

Tabla 6
Tasa de Empleo

AÑO	PORCENTAJE
2008	39,70%
2009	39,46%
2010	38,08%
2011	41,40%
2012	50,23%
2013	48,66%

. <http://www.iyd.espol.edu.ec/index.php/investigacion-y-desarrollo-2011-18/522-mercado-de-trabajo-en-el-ecuador-y-su-analisis-desde-la-oferta-laboral56>

Figura 6
Tasa de empleo



<http://www.iyd.espol.edu.ec/index.php/investigacion-y-desarrollo-2011-18/522-mercado-de-trabajo-en-el-ecuador-y-su-analisis-desde-la-oferta-laboral56>



Cabe decir que muchas empresas están dando oportunidades a las demás personas, por la gran demanda que tienen al comercializar los productos y tener una gran demanda.

2.01.02.03 Educación.

El estudio realizado por estas instituciones ha sido de un gran interés, puesto que hacen comparaciones con otros estudios realizados en años anteriores y cómo ha evolucionado el sistema educativo hasta el año 2009 y las perspectivas que se tienen hasta llegar al 2015, con la implementación del Plan Decenal de Educación. (Jpincay1974's Blog , 2011).

2.01.02.04 Mejorar las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.

El desarrollo de capacidades y potencialidades ciudadanas requiere de acciones armónicas e integrales en cada ámbito. Mediante la atención adecuada y oportuna de la salud, se garantiza la disponibilidad de la máxima energía vital; una educación de calidad favorece la adquisición de saberes para la vida y fortalece la capacidad de logros individuales y sociales; a través de la cultura, se define el sistema de creencias y valores que configura las identidades colectivas y los horizontes sociales; el deporte constituye un soporte importante de la socialización, en el marco de la educación, la salud y también de la acción individual y colectiva.

Al menos el 46% de las y los docentes obtengan una calificación de muy buena en la evaluación interna hasta 2013.

DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE MATERIALES OFICINA E INSUMOS ESCOLARES, UBICADOS EN EL CANTÓN COTACACHI DE LA CIUDAD DE IBARRA.

Al menos el 60% de las y los docentes obtengan una calificación de «buena» en la evaluación de conocimientos específicos hasta 2013.

Reducir a 10% el analfabetismo funcional hasta 2013.

Alcanzar el promedio de América Latina en la tasa de matrícula en educación superior hasta 2013.

Llegar a 1.500 becas de cuarto nivel en el 2013.

Aumentar en 75% los artículos publicados en revistas indexadas hasta 2013.

Alcanzar el 0,44% de gasto en I+D+i como porcentaje del PIB hasta 2013.

Alcanzar el 55% los establecimientos educativos rurales con acceso a internet y el 100% de los urbanos, hasta 2013.

Triplicar el porcentaje de hogares con acceso a internet hasta 2013.

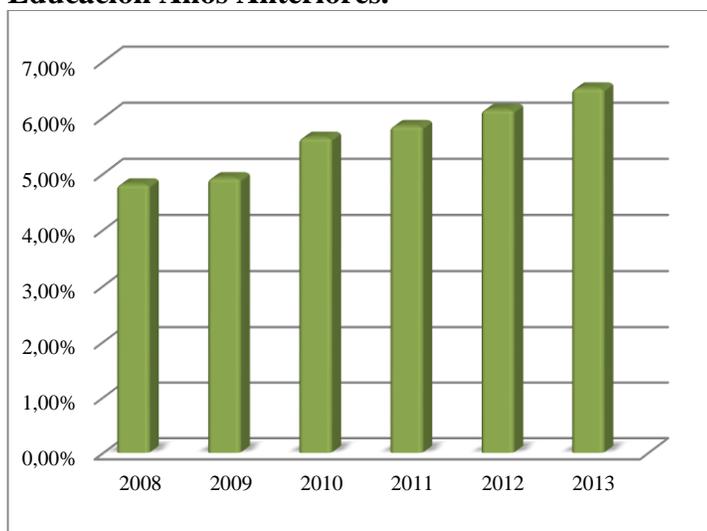
Tabla 7
Educación años Anteriores.

AÑO	PORCENTAJE
2008	4,81%
2009	4,92%
2010	5,64%
2011	5,85%
2012	6,14%
2013	6,52%

<http://jpincay1974.wordpress.com/2011/05/23/primer-analisis-de-la-educacion-en-el-ecuador/>

DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE MATERIALES OFICINA E INSUMOS ESCOLARES, UBICADOS EN EL CANTÓN COTACACHI DE LA CIUDAD DE IBARRA.

Figura 7
Educación Años Anteriores.



<http://jpincay1974.wordpress.com/2011/05/23/primer-analisis-de-la-educacion-en-el-ecuador/>

Para el sector que comercializa productos escolares es muy importante este, debido a la gran demanda que tiene el sector escolar, que a comparación con los otros gobiernos no causaba ningún efecto y mucho menos apoyaban al sector educativo. Para la creación de un microempresa es muy importante contar con el crecimiento escolar por lo que se tendrá mayor demanda de productos y así poder crear convenios con las instituciones de ese lugar.

2.01.03 Factor Legal.

Referidos a la gestión y aseguramiento de la calidad, e ISO 14000, sobre la gestión ambiental.

Los estándares ISO 9001, sobre diseño, producción, instalación y servicio post-venta; ISO 9002.



El modelo escogido ISO 9001, 9002, 9003 debe considerar las características de la empresa: su estructura organizativa y operativa.

La ISO 9000, contiene uno de los Sistemas de Calidad

- Emisión del registro único del contribuyente ruc.
- Solicitud de matrícula de comercio de acuerdo al estado.
- Afiliación a la cámara de comercio.
- Pago de la tasa de matrícula de comercio.
- Certificado de documentos.
- Inscripción en el registro civil.
- Certificado de seguridad emitido por el cuerpo de bomberos una vez realizada la inspección.
- Obtención de patente de comerciante todo comerciante debe tener un permiso del municipio en el cual va a ejercer sus actividades.
- Permiso de funcionamiento o tasa de habilitación: este documento faculta al comerciante e instalarse en un determinado sector de la ciudad.

2.01.04 Factor Tecnológico.

En la empresa es muy importante contar con tecnología de punta ya sea para crear un producto innovador o dar un servicio de calidad. La innovación tecnológica constituye el factor dominante del desarrollo de las empresas, puede dar a conocer sus productos, mantener un contacto con cliente y los proveedores.



Ahora lo que se necesita es que la gente piense más en el ecosistema adquiriendo productos que se puedan reciclar y así cuidar el ambiente en el que vivimos. Ya que son productos sumamente económicos,

2.02 Entorno Local.

En este capítulo se analizarán todos los puntos favorables para obtener un buen resultado para el crecimiento de la empresa.

2.02.01 Cliente.

Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios. (Thompson, 2009)

2.02.01.01 Cliente Interno.

Son aquellos que están dentro de la empresa, que cumplen varias funciones en cada departamento para dar un mejor servicio a las personas.

Para que puedan realizar sus actividades de forma más eficiente se les debe dar:

- Capacitaciones para la atención al cliente.
- Implementar equipo de seguridad dentro de la empresa.
- Capacitarles con charlas de motivación



-
- Capacitarles con conatos de incendios.

2.02.01.02 Cliente Externo.

- Van a ser los padres de familia por lo que ellos van a adquirir los productos de acuerdo a su necesidad.
- Los adolescentes mayores de edad.
- Las entidades del sector.
- Las escuelas, colegios, e universidades.

2.02.01 Proveedores.

Son aquellos que van a abastecer de productos para la comercialización y distribución de la misma. Para ellos se debe contar con varios proveedores, por lo que es muy importante al rato de adquirir el producto, muchos de los casos se ha dado por tener un solo proveedor, en la que se ha necesitado del producto pero no han podido entregarte a tiempo o no lo tienen en stock, de este modo es muy importante contar con varios proveedores para no tener un problema a futuro.

Tabla 8
Proveedores.



<http://ofiterra.es/>

2.02.02 Competidores.

Son aquellos que ofrecen una variedad de productos al mayor y menor costo para los consumidores. Un competidor puede tener muchos productos acorde a los clientes que los adquieran, ya que para los consumidores es muy importante ir a un local y encontrar de todo y al menor costo, de este modo se analizara todos esos factores para poder competir en el mercado y llegar a posesionarse. Y para ello competir con dichas entidades va a ser muy duro por ser una empresa nueva en el mercado.

2.03 Análisis Interno.

Es todo lo que se va a realizar para la creación de la microempresa y así poder satisfacer las necesidades de los consumidores que habitan en el sector, de acuerdo a su necesidad

2.03.01 Propuesta Estratégica:

Para empezar se va a realizar varias propuestas para sacar adelante el negocio tales como:

- Crear convenios con las escuelas, colegios e universidades del sector para que adquieran el producto al menor costo.
- Crear en la mente del consumidor una imagen de total confianza,
- Teniendo una gran variedad de productos para el consumidor.



-
- Entregándoles obsequios o participando en premios por mayores consumos de varios artículos.

2.03.01.01 Misión.

Trabajar con ímpetu y eficacia para brindarles a los clientes una excelencia de compra, ofreciéndoles también una gran variedad de productos y un servicio de calidad. Para que ellos se sientan como en casa.

2.03.01.02 Visión.

Ser líderes y ser reconocidos en el cantón de Cotacachi por la excelente atención al cliente que se le dará por la comercialización de los productos, ya que contaremos con personal capacitado siendo un lugar excelente para trabajar.

2.03.01.03 Objetivos.

Los objetivos son esenciales para la empresa. Para que tenga un buen rendimiento tanto de valores y así ver la manera de llegar hacia los consumidores.

2.03.01.03.01 Objetivo General.

Satisfacer las demandas de suministros escolares ofreciendo productos de variedad y un servicio de calidad y con precios muy competitivos en el sector, contar con un personal altamente capacitado para la atención al cliente.

➤ **2.03.01.03.02 Objetivo Específico.**

- Aumentar nuestras ventas por medios de páginas web.
- Fidelidad de los clientes por el trato personalizado que se le dará a cada uno de ellos.
- Crear convenios con los proveedores.
- Contar con un sistema de control de inventarios.
- Analizar el ambiente interno y externo para plantear la estrategia del negocio.
- Elaborar un plan comercial para dar a conocer y así vender los productos.
- Elaborar un plan operacional que se acople a las necesidades de la distribuidora.
- Elaborar un plan de recursos humanos para encontrar los perfiles que se necesitan para la distribuidora.
- Elaborar un plan financiero para elegir una forma de financiamiento y la factibilidad del proyecto.

2.03.01.04 Principio y Valores.

Impacto Personal

La mayor parte de contactos que se realiza con clientes es personal, es por esto que todos los empleados de la empresa deben dar una excelente imagen, llevando una vestimenta correcta para que puedan dar una buena imagen hacia la empresa.

Cumplimiento y Puntualidad



Cualidad que nos abrirá muchas puertas en este emprendimiento y nos mantendrá como favoritos en el mercado.

Pulcritud

Aunque es una característica que vine dada por la situación social de cada uno, es necesario recalcar que la limpieza, vestuario y cuidado personal son muy importantes para poder establecer una buena relación con nuestros clientes y proveedores.

Capacidad y Preparación

Nuestros capacitadores son profesionales calificados y con amplia trayectoria en el campo.

Lealtad

Su traducción “actitud de fina adhesión o acatamiento por parte de un individuo hacia otro o hacia un grupo”. En medida que esto se vaya cumpliendo en cada empleado de la empresa, ella ira respondiendo y devolviendo un crecimiento constante y profesional

Integridad

Contamos con la capacidad de conducirse apegado a la ética profesional, ser intachable. Esta cualidad nos permite evitar las distracciones y mantenernos atentos a las responsabilidades laborales.

Confianza

Actuando con honestidad transmitiremos confianza en las personas, logrando relaciones óptimas y a largo plazo con nuestros clientes

2.03.01.05 Logo y Eslogan de la empresa

El logo es la imagen corporativa de la empresa en la que se identifica con los clientes.

Figura 7. 1

Logo de la Empresa



Diseño propio

Slogan de la empresa: "Un negocio que te da más"

2.03.02 Gestión Administrativa.

Son funciones que se van a desempeñar de acuerdo al área que van a ocupar, esto ayudara a tener un mejor control y organización de la empresa, y así poder dar un mejor servicio a los clientes.

Tabla 9
Organigrama



Organigrama Administrativo

- ❖ Ver en cuadro de anexos los tipos de contratos y leyes laborales.

2.03.03 Gestión Operativa.

Se va a utilizar un software que esté acorde con las características de los productos y que sea muy accesible el manejo del programa a utilizar, de esta manera se dará con más rapidez un servicio con gran eficacia para que el consumidor se sienta más satisfecho a la hora de adquirir un producto.

Software a utilizar:

- Contac

2.03.04 Gestión Comercial.

Se les dará un trato especializado a todos nuestros clientes frecuentes de este modo ellos van a sentir el buen trato y van a llamar la atención de las demás personas.

Y nunca decirles no a nuestros clientes, por lo que se perdería un cliente. Los factores más importantes son la promoción y las personas, ya que la generación de buenos contactos con los clientes dará pie para generar buenas relaciones comerciales que permitirá mantener a los clientes contentos lo que minimizará las posibilidades de que estos se cambien a otra distribuidora.

Mantenerles siempre informado de los productos nuevos que hay para que ellos los puedan adquirir, es decir con afiches, papeles volantes etc.

Es por esto que la diferenciación se debe hacer en profesionalizar el servicio, demostrar a los clientes que nuestro servicio de atención y los cumplimientos de los plazos, están creados por profesionales preocupados de sus necesidades y que ante cualquier falla se les responderá como es debido.



2.04 FODA.

Tabla 10
Matriz Foda.

F	D
<ul style="list-style-type: none"> Va a operar bajo políticas organizadas en equipo 	<ul style="list-style-type: none"> No cuenta con ninguna estructura y un manual de funciones por el momento.
<ul style="list-style-type: none"> Va a contar con un personal altamente capacitado para la atención al cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> Inadecuada comunicación con los demás departamentos.
<ul style="list-style-type: none"> Tener la oportunidad de estar ubicado en un lugar estratégico. 	<ul style="list-style-type: none"> No cuento con un plan para este tipo de negocio.
O	A
<ul style="list-style-type: none"> Convenios con las instituciones escolares para la venta de los artículos 	<ul style="list-style-type: none"> Falta de compromiso de los proveedores
<ul style="list-style-type: none"> Crecimiento en el mercado del cantón de COTACACHI. 	<ul style="list-style-type: none"> Inestabilidad política de los posibles gobernantes del país.
<ul style="list-style-type: none"> Crédito para nuestros proveedores de 30 a 90 días. 	<ul style="list-style-type: none"> Niveles de desempleo.

Investigación de campo

DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE MATERIALES OFICINA E INSUMOS ESCOLARES, UBICADOS EN EL CANTÓN COTACACHI DE LA CIUDAD DE IBARRA.

Capítulo III

Estudio de Mercado

Introducción.

Conocer la demanda insatisfecha de la propuesta, basándose en la oferta y la demanda de la población. Se verá también el grado de aceptación del producto, para ellos esta posesionado en un punto específico para el agrado de los clientes, no solo por la cercanía sino también por los precios económicos que van a encontrar el comercializadora ya sea por su variedad.

El estudio de mercado es una herramienta muy importante que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado. (Cynthia, 2010).

3.01 Análisis del Consumidor

Está basado en actividades que las personas llevan a cabo para seleccionar sus productos y servicios que necesitan para satisfacer sus necesidades y deseos de consumo. Esto no basta con saber que quiere el consumidor es decir que el mercado está conformado por consumidores, clientes, compradores, su diferenciación es muy importante para saber en quien enfocarse y en qué momento.

Un consumidor es la persona que tiene una necesidad, y busca resolverla efectivamente con el mejor producto que exista en el mercado. Y la empresa busca conocer esa necesidad y la interpreta en el desarrollo de productos rentables destinados a uno o varios grupos específicos de clientes, con características o cualidades distintivas que lo diferencian de sus competidores directos o relevantes, asegurando así una ventaja competitiva defendible. (Lopez, s.f.)

3.01.01 Determinación de Población y Muestra.

El tamaño del universo está compuesto por 51341 personas en la cual se tomó el número de hogares por lo que está compuesto por 19357. Según datos estadísticos de la unidad cantonal de Cotacachi estos datos se va determinar el número de muestra para obtener los datos específicos. (cotacachi datos en cifras, 2013).

Tabla 11
Población y Muestra.

Parroquias	N.-de Hogares
COTACACHI	4.249
APUELA	465
GARCIA MORENO	1.217
IMANTAG	1.154
PEÑAHERRERA	493
PLAZA GUTIERREZ	125
QUIROGA	1.542
TOTAL	9.245

<http://www.asambleacotacachi.org/pagina.php?vamenu=110>

3.01.01.01 Prueba Piloto.

Antes de determinar el tamaño de la muestra es necesario realizar una prueba piloto que permita identificar la probabilidad de ocurrencia ($p \cdot q$) y ajustar en el cuestionario; con la finalidad de conocer si la probabilidad de ocurrencia que se utilizará en la investigación, Para obtener resultados de la prueba piloto se aplica la encuesta a 30 hogares del sector y así se obtendrá un segmento meta requerido

Pregunta filtro.-

¿Si una empresa ofertara el servicio de venta de material escolar y suministros de oficina en el cantón de Cotacachi, con todas las características por usted señaladas, estaría dispuesto a comprar en este establecimiento?

Si

No

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

De las 30 encuestadas, 27 dieron una respuesta afirmativa (p) y 3 dieron una respuesta negativa (q) por lo tanto la probabilidad de ocurrencia es de.

Nivel de aceptación 90% (hogares) \longrightarrow " p "

Nivel de rechazo 10% (hogares) \longrightarrow " q "

3.01.01.02 Tamaño de la muestra.

Para calcular el tamaño de la muestra fue necesario contar con los siguientes

datos:

$N = \text{UNIVERSO} = 9871$ hogares

$p = \text{NIVEL DE ACEPTACIÓN} = 90\% (0,90)$

$q = \text{NIVEL DE RECHAZO} = 10\% (0,10)$

$Z = \text{NIVEL DE CONFIANZA} = 95\% (1.96)$

$e = \text{GRADO DE ERROR} = 5\% (0.05)$

A continuación de aplico la siguiente formula.

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

$$N = \frac{1.96^2 * 9871 * 0.90 * 0.10}{0.05^2 * (9871-1) + 1.96^2 * 0.90 * 0.10}$$

$$N = \frac{3412.8}{25.40}$$

$$N = 134$$

$$N = 134$$

$$N = \longrightarrow 134$$

El resultado indica que se deben realizar las 134 encuestas.

3.01.02 Técnicas de la obtención de la información.

Este dato se obtuvo de una manera exploratoria y descriptiva para un estudio previo que se lo hará de una manera minuciosa, para la creación de una empresa que se

dedicara a la comercialización de productos escolares y así satisfacer las demandas de ese sector.

3.01.03 Análisis de la información.

Cabe recalcar que la obtención de la información es muy valiosa por lo que se tuvo los resultados del sector, dando un nivel de satisfacción de varias personas, de esta manera sería muy factible y beneficioso.

3.01.03.01 Análisis de los resultados.

Una vez procesada los datos se obtuvieron los resultados esperados, que va a servir para tomar las decisiones.

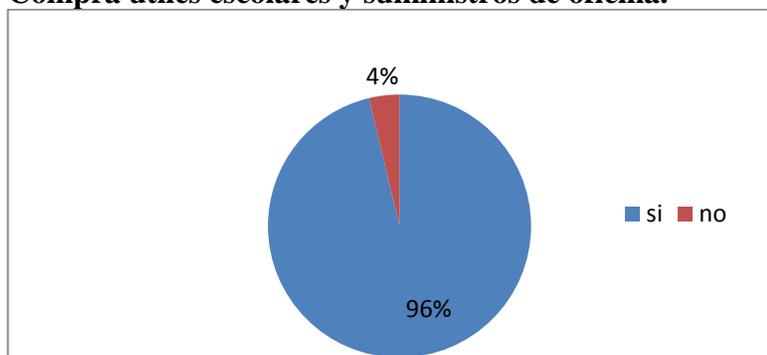
P1

Tabla 12
Compra útiles escolares y suministros de oficina

VALIDOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
si	129	96,27%	96,27%
no	5	3,73%	100,00%
total	134	100,00%	

Investigación de campo

Figura 8
Compra útiles escolares y suministros de oficina.



Investigación de campo

DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE MATERIALES OFICINA E INSUMOS ESCOLARES, UBICADOS EN EL CANTÓN COTACACHI DE LA CIUDAD DE IBARRA.

Análisis: de 134 personas encuestadas el 96% compran, el 4% no compra. Este dato es favorable por lo que la mayoría de personas compran útiles escolares para sus hijos.

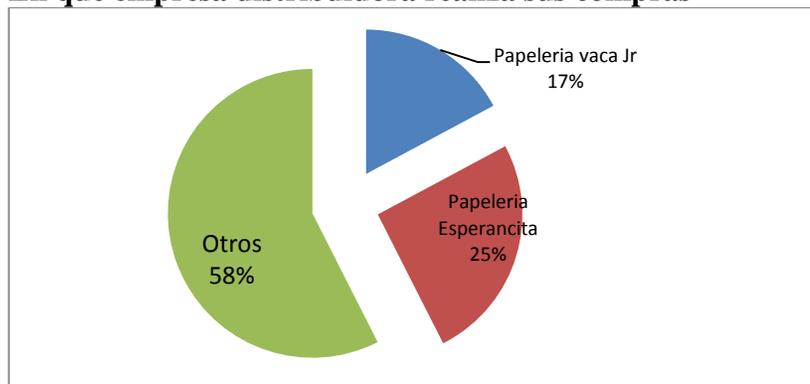
P2

Tabla 13
En qué empresa distribuidora realiza sus compras

VALIDOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
Papelería vaca Jr.	23	17,16%	17,16%
Papelería Esperancita	34	25,37%	42,54%
Otros	77	57,46%	100,00%
total	134	100,00%	

Investigación de campo

Figura 9
En qué empresa distribuidora realiza sus compras



Investigación de campo

Análisis: Del total de respuestas obtenidas se sabe que el 17% compra en papelería Vaca Jr., el 25% compra en Papelería Esperancita, el 58% compra en Otros establecimientos. Según los datos arrojados quieren decir que la papelería esperancita tiene una gran variedad de productos de este modo tiene su aceptación en el mercado.

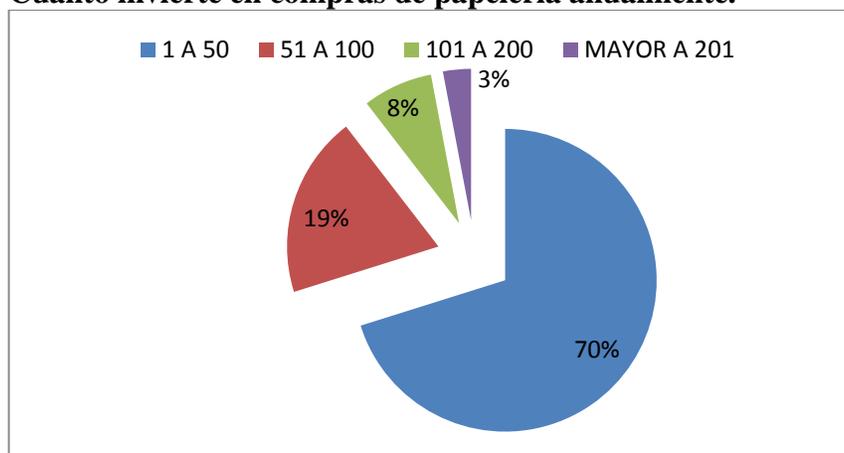
P3

Tabla 14
Cuanto invierte en compras de papelería anualmente.

VALIDOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
1 A 30	94	70,15%	70,15%
31 A 60	26	19,40%	89,55%
61 A 90	10	7,46%	97,01%
MAYOR A 91	4	2,99%	100,00%
TOTAL	134	100%	

Investigación de campo

Figura 10
Cuanto invierte en compras de papelería anualmente.



Investigación de campo

Análisis: de los 134 encuestados 70% realizan sus compras de 1 a 100, el 70% realizan sus compras de 101 a 200, el 19% realiza sus compras de 201 a 300, el 8% realiza sus compras mayores a 301 es del 3%. Esto quiere decir que la mayoría de gente tiene más de dos hijos y por ellos es el gasto.

DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE MATERIALES OFICINA E INSUMOS ESCOLARES, UBICADOS EN EL CANTÓN COTACACHI DE LA CIUDAD DE IBARRA.

P4

Tabla 15
Como suele cancelar sus compras

VALIDOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
al contado	123	91,79%	91,79%
cheque	5	3,73%	95,52%
tarjeta de crédito	6	4,48%	100,00%
total	134	100,00%	

Investigación de campo

Figura 11
Como suele cancelar sus compras



Investigación de campo

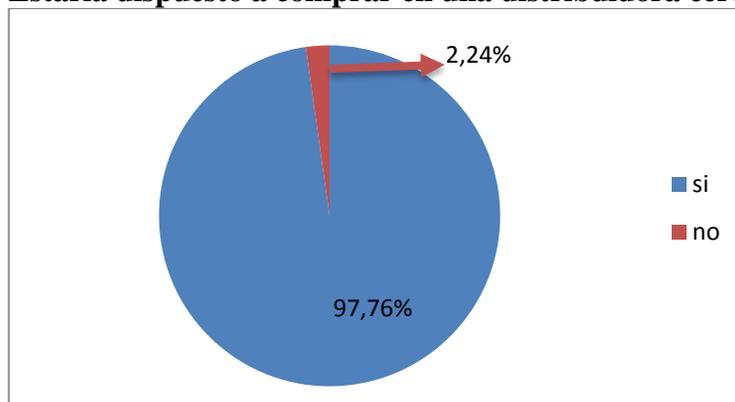
Análisis: de los 134 encuestados el 92% compran al contado, el 4% compra en cheque, el 4% compra en tarjeta de crédito. Según el dato arrojado quiere decir que la gente le gusta pagar sus compras al contado, ya que a crédito es muy costoso por sus intereses.

P5

Tabla 16**Estaría dispuesto a comprar en una distribuidora cerca de su sector**

VALIDOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
si	131	97,76%	97,76%
no	3	2,24%	100,00%
total	134	100,00%	

Investigación de campo

Figura 12**Estaría dispuesto a comprar en una distribuidora cerca de su sector**

Investigación de campo

Análisis: de los 134 encuestados el 97,76% acepto, el 2,24% no acepto. Según los datos quiere decir que la mayoría de gente está dispuesto a comprar en la distribuidora por su cercanía.

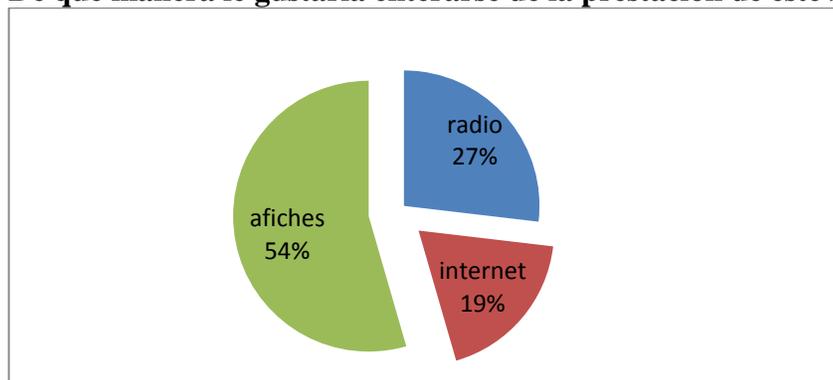


P6

Tabla 17**De qué manera le gustaría enterarse de la prestación de este servicio**

VALIDOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
radio	36	26,87%	26,87%
internet	25	18,66%	45,52%
afiches	73	54,48%	100,00%
total	134	100,00%	

Investigación de campo

Figura 13**De qué manera le gustaría enterarse de la prestación de este servicio**

Investigación de campo

Análisis: de 134 encuestas el 27% le gustaría enterarse por radio, el 19% por internet, el 54% por afiches. Esto quiso decir que la gente opta por afiches que es más rápido para enterarse de las cosas que pasan.

P7

Tabla 18

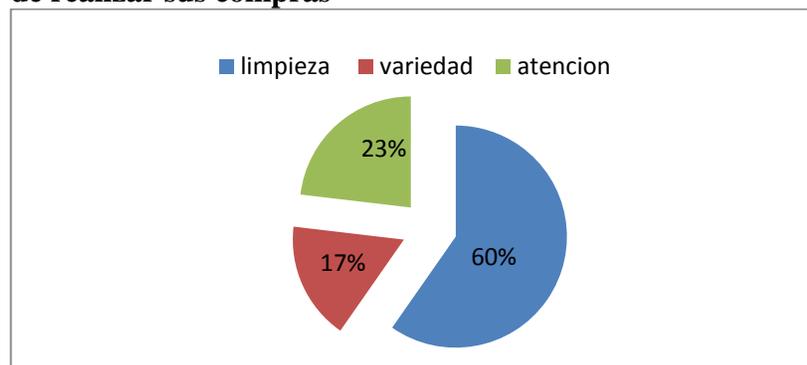
En una escala del 1 al 3 escoja la opción que considere más importante al momento de realizar sus compras

VALIDOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
limpieza	80	59,70%	59,70%
variedad	23	17,16%	76,87%
atención	31	23,13%	100,00%
total	134	100,00%	

Investigación de campo

Figura 14

En una escala del 1 al 3 escoja la opción que considere más importante al momento de realizar sus compras



Investigación de campo

Análisis: de los 134 encuestados el 60% adoptaron por la limpieza, el 17% adoptaron por la variedad, el 23% por la atención. Todos estos factores son muy importante pero la que más aportaba la gente es cómo podemos observar en la tabla.

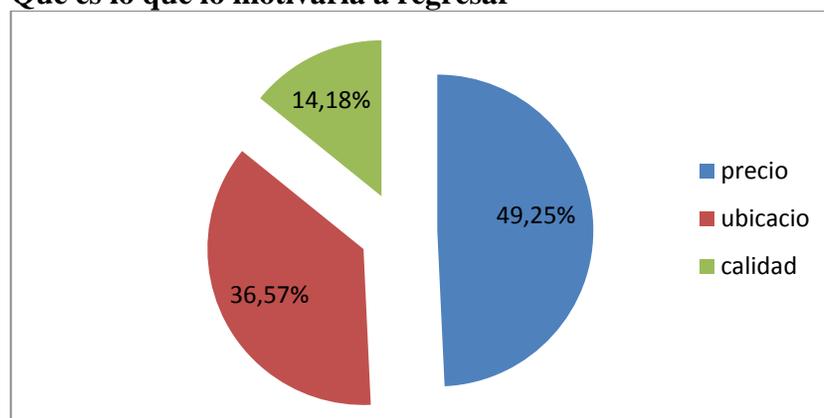
P8

Tabla 19
Qué es lo que lo motivaría a regresar

VALIDOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
precio	66	49,25%	49,25%
ubicación	49	36,57%	85,82%
calidad	19	14,18%	100,00%
total	134	100,00%	

Investigación de campo

Figura 15
Qué es lo que lo motivaría a regresar



Investigación de campo

Análisis: de 134 encuestados el 49,25% por el precio, el 36,57% por la ubicación, el 14,18% por la calidad. De acuerdo a los datos obtenidos están dispuestos a regresar por sus bajos costos si estuviera posesionado el local.

P9

Tabla 20

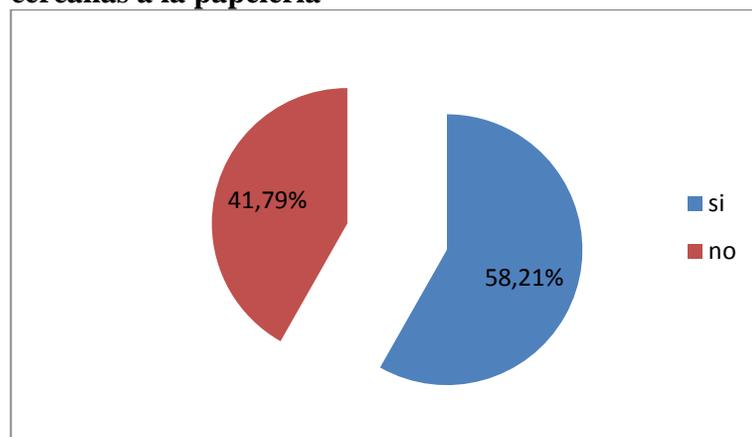
Consideraría la posibilidad de un servicio puerta a puerta para las urbanizaciones cercanas a la papelería

VALIDOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
si	78	58,21%	58,21%
no	56	41,79%	100,00%
total	134	100,00%	

Investigación de campo

Figura 16

Consideraría la posibilidad de un servicio puerta a puerta para las urbanizaciones cercanas a la papelería



. Investigación de campo

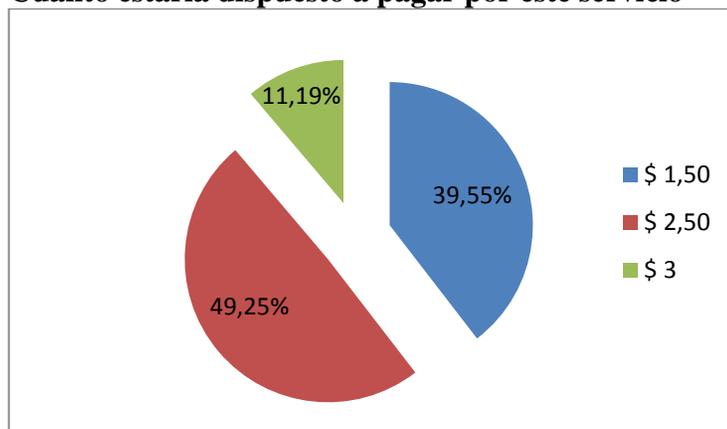
Análisis: de la 134 personas encuestadas el 58,21% dijeron que si, el 41,79% dijeron que no. Este dato obtenido quiere decir que la gente quiere un servicio de puerta a puerta por el tiempo que muchas veces no tienen para ir al local a comprar.

P10

Tabla 21 Cuánto estaría dispuesto a pagar por este servicio

VALIDOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
\$ 1,50	53	39,55%	39,55%
\$ 2,50	66	49,25%	88,81%
\$ 3	15	11,19%	100,00%
total	134	100,00%	

Investigación de campo

Figura 17**Cuánto estaría dispuesto a pagar por este servicio**

Investigación de campo

Análisis: de las 134 encuestados el 39,55% acepto por el \$ 1,50, el 49,25% acepto por el \$ 2,50, el 11,19% acepto por los \$ 3. Dato este dato quiso decir que la gente opta por ese valor por lo que es muy económico.

3.02 Oferta.

Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores o prestadores de servicios están decididos a poner a disposición del mercado a un precio determinado. (Eumed.net, s.f.).

En la actualidad en el cantón de Cotacachi Imantag existen 12 papelerías que venden al por mayor. Con el pasar de los años ha tenido un nivel de crecimiento educacional en el sector por lo que ha incrementado la demanda para adquirir los productos escolares, de este modo a dado un nivel de crecimiento para algunos negocios en ese sector, ya que en estos años ha tenido un nivel de crecimiento de los turistas, por su fauna y su cultura dado eso la mayoría de turistas han decidido quedarse a vivir en ese lugar y muchos se han puesto negocios que ayudara al crecimiento económico del Cantón de Cotacachi-Imantag.

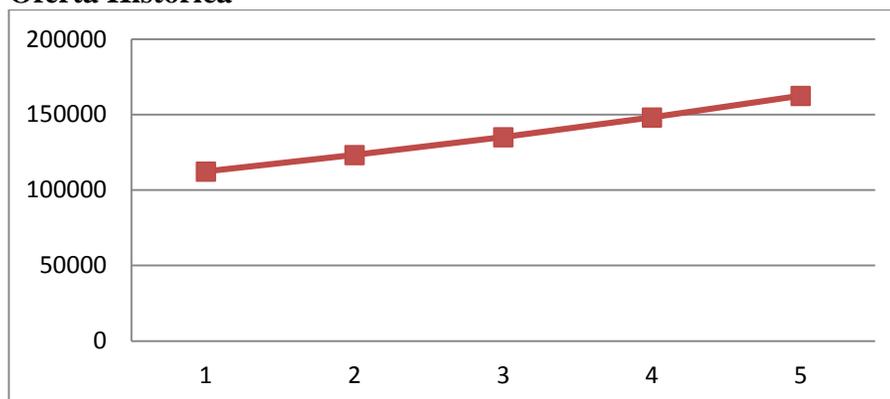
3.02.01 Oferta Histórica.

Anteriormente en el país no existían muchos distribuidores u oferentes mayoristas de material escolar y suministros de oficina por lo cual se hizo más atractivo nuestro mercado para que se genere la inversión extranjera como es el caso de CARVAJAL S.A. empresa colombiana que se vio en la necesidad de instalar en el país distribuidores de su marca, al igual que otras empresas extranjeras como BIC y STAEDTLER

Tabla 22**Oferta Histórica**

AÑOS	PORCENTAJE	TASA DE CRECIMIENTO
2008	112357,25	10%
2009	123296,51	10%
2010	135102,56	10%
2011	148200,23	10%
2012	162508,41	10%

<http://ibarraestodo.com/component/content/article/4271.html>

Figura 18**Oferta Histórica**

<http://ibarraestodo.com/component/content/article/4271.html>

3.02.02 Oferta Actual-

Es necesario indicar que existen 12 empresas dedicadas a la comercialización de productos escolares y que cuentan con los documentos necesarios para el funcionamiento.

3.02.02.01 Empresas Activas

Tabla 23
Empresas Activas

Su copy
Imprenta digital m&m
Su papelería
Papelería vaca jr.
Papelería papel y arte
Papelería esperancita
Expo papelería
Nor papelería
Papelería Atlántida
Papelería el estudiante
Papelería Sánchez
Papelería la única

<http://ibarraestodo.com/component/content/article/4271.html>

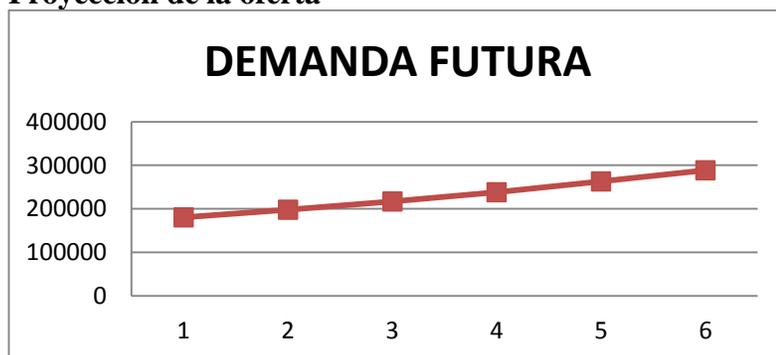
3.02.03 Oferta Proyectada.

Para determinar la proyección de la oferta se tomó las ventas mensuales de los establecimientos de las principales papelerías que existen en el cantón para determinar el porcentaje de ventas por año.

Tabla 24**Proyección de la oferta**

AÑOS	DEMANDA FUTURA	TASA DE CRECIMIENTO
2014	180535,25	10%
2015	197689,25	10%
2016	216588,24	10%
2017	237904,19	10%
2018	262827,17	10%
2019	288650,15	10%

<http://ibarraestodo.com/component/content/article/4271.html>

Figura 19**Proyección de la oferta**

<http://ibarraestodo.com/component/content/article/4271.html>

La proyección de la oferta se realizó a través de un método de división sucesiva, por el comportamiento de las ventas que varía. Este método consiste en dividir cada dato por el inmediato anterior, menos uno y el resultado es el que se obtuvo de un 10,17%.

3.03 Productos Sustitutos.

No tendría ninguna afectación por lo que se contaría con una gran variedad de productos que sean acorde a la demanda.

3.04 Demanda.

Concepto.- es la cantidad de bienes (dinero, mercadería y servicios) que en mercado solicita en ciertas circunstancias. Estas circunstancias dependen de una serie de factores como las preferencias del consumidor, sus hábitos, los conocimientos que tenga del producto o de otros semejantes (muchos incluyen aquí la escolaridad del consumidor), el poder adquisitivo, la disposición del producto y el precio entre otros. Es muy común pensar que hay una relación sencilla entre el precio y la demanda, entre mayor precio menor demanda y a menor precio mayor demanda. A esto se le conoce como la ley de la demanda de pendiente negativa y es muy famosa pues solo se aplica a una gama restringida de casos. (mi respuesta. com, s.f.).

Es la cantidad de producto que el consumidor va a consumir en un determinado tiempo, por lo que dependerá de muchos factores como el precio del producto en nivel económico de la persona los precios y servicios de otros competidores y los gustos.

3.04.01 Factores que Afectan la Demanda.

La cantidad de demanda de un producto o un servicio depende del precio en que se le asigne, el tamaño y el crecimiento de la población en los gustos y preferencias de los consumidores. Y el nivel de gasto de los usuarios.

3.04.02 Hábitos de consumo.

Los hábitos de consumo son el reflejo de los consumidores a nivel de ingreso y nivel de cultura, es decir las personas que tienen altos ingresos tienen hábitos de

consumo diferente a las demás personas que tiene un bajo nivel de consumo en la que es mucho menos.

3.04.03 Gustos y Preferencias.

Las reacciones del consumidor frente a la forma de presentación del producto o sus características físicas y las ventajas físicas que derivan de su utilización, en este caso se trata de una gran variedad de productos de papelería y un servicio de calidad, ya que la mayoría de los consumidores consideran a los precios bajos como de mayor importancia.

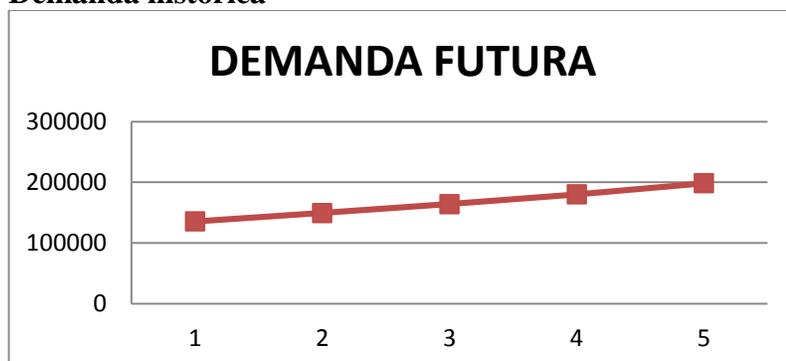
3.01 Demanda Histórica.

El propósito del análisis de la demanda es tener una idea de su evolución para poder pronosticar su comportamiento futuro con margen razonable, Si ha incrementado el centro de ventas de los establecimientos para cubrir sus necesidades en cuanto materia escolar se refiere.

Tabla 25
Demanda histórica

AÑOS	VALOR	TASA DE CRECIMIENTO
2008	135532,51	10%
2009	149371,23	10%
2010	163981,41	10%
2011	180071,36	10%
2012	198371,89	10%

<http://ibarraestodo.com/component/content/article/4271.html>


Figura 20
Demanda histórica


<http://ibarraestodo.com/component/content/article/4271.html>

3.02 Demanda Actual.

En los actuales momentos en la ciudad de Cotacachi no cuenta con una papelería cerca a los establecimientos o negocios que cumplan con todos los requerimientos y necesidades del sector en los resultados actuales indica que un 95% es decir de 19357 hogares están dispuestos a adquirir nuestros productos.

3.03 Demanda Proyectada.

La proyección de la demanda del servicio es de gran importancia dentro del proceso de para la elaboración de la proyección.

Según los resultados obtenidos de la proyección se aplicó un porcentaje que arrojo las encuestas por lo que la gran parte de los encuestados están dispuestos a comprar en una nueva papelería por ser más cercano a su sector.

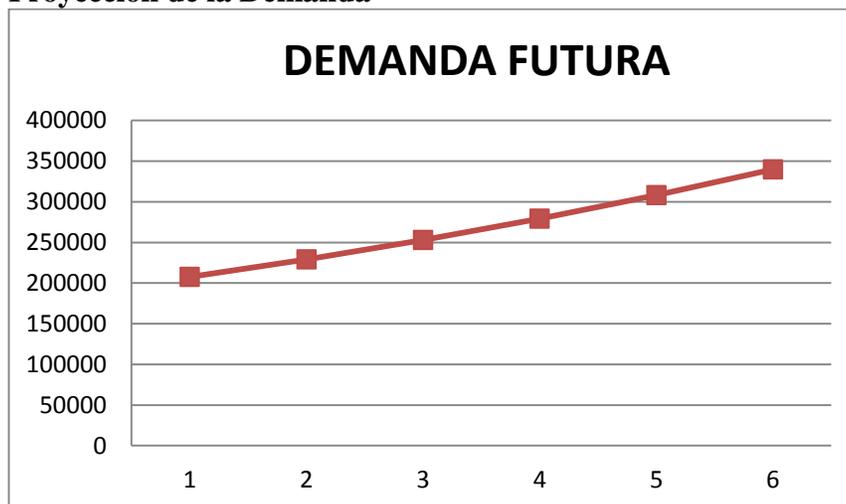
Tabla 26
Proyección de la Demanda

Años	Ventas Proyectadas	Tasa de crecimiento
2014	207630,45	10%
2015	229147,23	10%
2016	252897,28	10%
2017	279093,32	10%
2018	308044,67	10%
2019	340032,78	10%

<http://ibarraestodo.com/component/content/article/4271.html>

De acuerdo con las cifras presentadas en el siguiente cuadro para el año 2014, llegaría a tener una venta de 207630,45.

Figura 21
Proyección de la Demanda



<http://ibarraestodo.com/component/content/article/4271.html>

3.05 Balance de la oferta y la Demanda.

El balance tanto como de la oferta y la demanda nos indicara saber si ha tenido un incremento durante los años actuales y los años futuros.

El siguiente paso es una comparación de los pronósticos obtenidos es decir el ajuste de puntos de una serie histórica es lo que realmente interesa para pronosticar que sucederá a futuro.

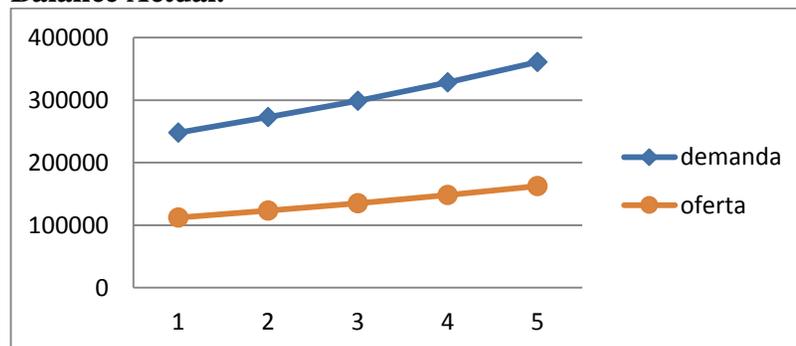
3.05.01 Balance Actual.

Tabla 27
Balance Actual.

AÑOS	OFERTA	DEMANDA
2008	112357,25	135532,51
2009	123296,51	149371,23
2010	135102,56	163981,41
2011	148200,23	180071,36
2012	162508,41	198371,89

<http://ibarraestodo.com/component/content/article/4271.html>

Figura 22
Balance Actual.



<http://ibarraestodo.com/component/content/article/4271.html>

3.05.02 Balance Proyectado.

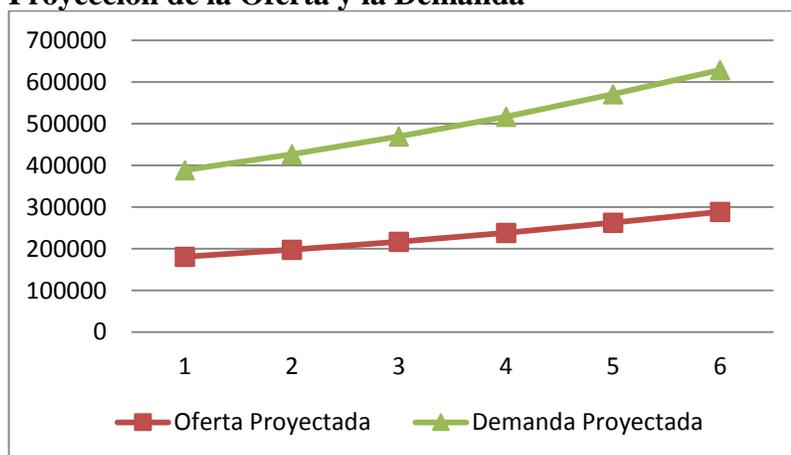
Consiste en mostrar la situación de la empresa lo que sucederá a futuro, en la que determinara el nivel de crecimiento de las ventas.

Tabla 28
Proyección de la Oferta y la Demanda

Años	Oferta Proyectada	Demanda Proyectada
2014	180535,25	207630,45
2015	197689,25	229147,23
2016	216588,24	252897,28
2017	237904,19	279093,32
2018	262827,17	308044,67
2019	288650,15	340032,78

<http://ibarraestodo.com/component/content/article/4271.html>

Figura 23
Proyección de la Oferta y la Demanda



<http://ibarraestodo.com/component/content/article/4271.html>

Capítulo IV

Estudio Técnico

4.01 Tamaño del Proyecto.

La importancia de definir el tamaño que se tendrá en el estudio insiste en el nivel de inversión y costo en que se lo haga de este modo la determinación adecuada del tamaño permitirá satisfacer las necesidades de muchos hogares en ese sector.

Para que este proyecto sea factible se tiene que analizar bien a los que van a consumir el producto además el producto que se les ofrezca satisfaga sus exigencias, ya que el consumidor puede ejercer su derecho a no comprar si no se le da lo que el necesita, entonces puede haber que otros competidores lo hagan por lo que no sería factible para nosotros, de acuerdo a la información obtenida de la oferta y la demanda esto permitirá actuar acertadamente en el mercado mostrando las posibilidades de tener éxito o también tener un rotundo fracaso.

4.01.01 Capacidad de Instalada.

Está representado por el máximo que se le va a dar a los equipos y horas que van a trabajar el personal para cumplir con su cien por ciento, A demás contara con una sola planta de techo con paredes de bloque, con dos baño, también dispondrá con dos oficinas tanto para el personal administrativo como para el gerente y con una sala de juntas para organizar estrategias hacia el cliente y así poder darle una mejor atención.

Lo que realmente se necesitara es que el local permita ubicar los equipos y suministros necesarios de una manera muy adecuada y ordenada para atender a los demandantes de una forma satisfactoria, para ello de acuerdo al tamaño de la planta se divide en diferentes áreas para determinadas funciones en cada departamento, y lo que se requiere para cumplir con sus funciones.

Tabla 29
Equipos

DETALLE	CANTIDAD
perchas para el producto	4
mostradores	2
vitriñas	2
computadora	2
caja registradora	2
escritorio	3
silla	4
TOTAL	20

Investigación propia

4.01.01.01 Disponibilidad de la mano de obra.

Por la situación económica que vive actualmente el país relacionado con la falta de fuentes de trabajo, la instalación de la Distribuidora requerirá de Mano de Obra, debiendo señalar que en el sector existe mano de obra calificada y semi calificada que es lo que requerirá el negocio.

Tabla 30
Personal

CARGO	CANTIDAD
Gerente	1
Jefe Comercial	1
Bodeguero	1
Cajero	1
TOTAL	4

Investigación propia

4.01.01.02 Capacidad de Prestación del Servicio.

La Distribuidora para las ventas al por menor contará con un local propio, donde las perchas y los exhibidores siempre estarán con los productos ubicados adecuadamente sin dejar espacios vacíos. Para ventas al por mayor se contará, cabe señalar que se dispondrá de una bodega para almacenar los productos debidamente inventariados y controlados, garantizándose de tal manera la gestión óptima de los inventarios. Y así poder dar un excelente servicio a los clientes.

4.01.02 Capacidad Óptima.

Relación tamaño mercado.- La Demanda es una de los factores más importantes para condicionar el tamaño de un proyecto. El tamaño propuesto solo puede aceptarse en caso que la demanda sea claramente superior a dicho tamaño.

Análisis.- La capacidad va acorde a lo que se va a necesitar para utilizar en el local, de acuerdo al grado de aceptación que se tenga y para dar una mejor atención a los clientes que acudan al lugar a ser sus compras.

Tabla 31

Horas de trabajo

DETALLE	Horas Trabajadas por Día	Total días trabajados a la Semana	Días Trabajadas al Mes	Total de horas al Mes
Trabajadores	8	5	20	160

Investigación propia

Tabla 32

Sueldos y Salarios

N.	CARGO	DIAS TRABAJADOS	SUELDO	SUELDO ANUAL	AP. PERSONAL 9,35%	13 SUELDO	14 SUELDO
1	Gerente	20	500	6000	56,1	318	500
3	Jefe Comercial	23	440	5280	44,88	318	440
4	Bodeguero	20	318	3816	29,73	318	318
7	Cajero	20	318	3816	29,73	318	318
TOTAL			1576	18912	160,44	1272	1576

Investigación propia

Tabla 33
Aportes Legales

FONDO DE RESERVA 8,33%	VACACIONES 4,17%	TOTAL POR AÑO	LIQUIDO A RECIBIR POR MES
43,22	21,64	6938,96	578,25
33,33	16,69	6132,9	511,08
24,01	12,02	4517,76	376,48
23,18	11,6	4516,51	376,38
123,74	61,95	22106,13	1842,18
Total al año			22.106,13

Investigación propia

Tabla 34
Clientes Atendidos

DESCRIPCION	INGRESO DE PERSONAS POR DIA
PAPELERIA ESPERANCITA	12
NOR PAPELERIA	9
PAPELERIA EL ESTUDIANTE	10
PAPELERIA SANCHEZ	7
PAPELERIA LA UNICA	8
TOTAL	46
PROMEDIO POR DIA	9,2

Investigación propia

4.01.02.01 Capacidad Pico:

Es la que puede obtenerse de las condiciones normales de operación, entre estos tenemos, horas extras, sobrecarga de instalaciones, turnos adicionales, postergación de tareas de mantenimiento, subcontratación, personal temporario.

4.01.02.02 La Eficiencia.

Para determinar el tamaño del presente estudio se utilizará el método de capacidad efectiva, ya que establece el tamaño según las actuales condiciones de la distribuidora, considerando que parte de los clientes del presente estudio son las personas que habitan en el sector de Imantag, por lo que los meses que se obtendrá una mayor demanda será en agosto, septiembre, octubre. Donde son meses que Hay mucha demanda de clientes por el inicio a clases tanto de escuelas como los de universidad, esto implica que el resto de meses se deberá aplicar estrategias que incentiven a los clientes a consumir los productos.

4.02 Localización.

El estudio y análisis de la localización del proyecto puede ser muy útil para determinar el éxito o fracaso de un negocio, ya que la decisión acerca de dónde ubicar el proyecto no solo considera criterios económicos, sino también criterios estratégicos, institucionales, técnicos, sociales, entre otros. Por lo tanto el objetivo más importante, independientemente de la ubicación misma, es el de elegir aquel que conduzca a la maximización de la rentabilidad del proyecto entre las alternativas que se consideren factibles.

Para brindarles un mejor servicio a todos los clientes, estará ubicado en pleno centro de Imantag por ser un lugar muy accesible por lo que hay una gran cantidad de buses y muy cercano a las instituciones del sector. Se escogió ese lugar debido a la gran demanda de los que habitan en ese lugar, por lo que la mayoría de personas tenían que

trasladarse a otro lugar para obtener los productos deseados o no encontrarlos también, ya que esto influye pérdidas de tiempo.

4.02.01.01 Disponibilidad y costos

Para ubicar el local no habrá ningún problema por lo que se encuentra cerca de las instituciones y cerca del centro del sector de Imantag. Por lo que se le brindara un servicio de calidad

4.02.01.02 Disponibilidad de servicios básicos.

Para el local no habrá ningún problema por lo que en el sector cuentan con todos los servicios básicos que serán necesarios para el funcionamiento, y de esta forma poder brindar un servicio de calidad y atender con la mayor eficacia posible a los clientes que visiten el establecimiento.

Tabla 35
Servicios básicos

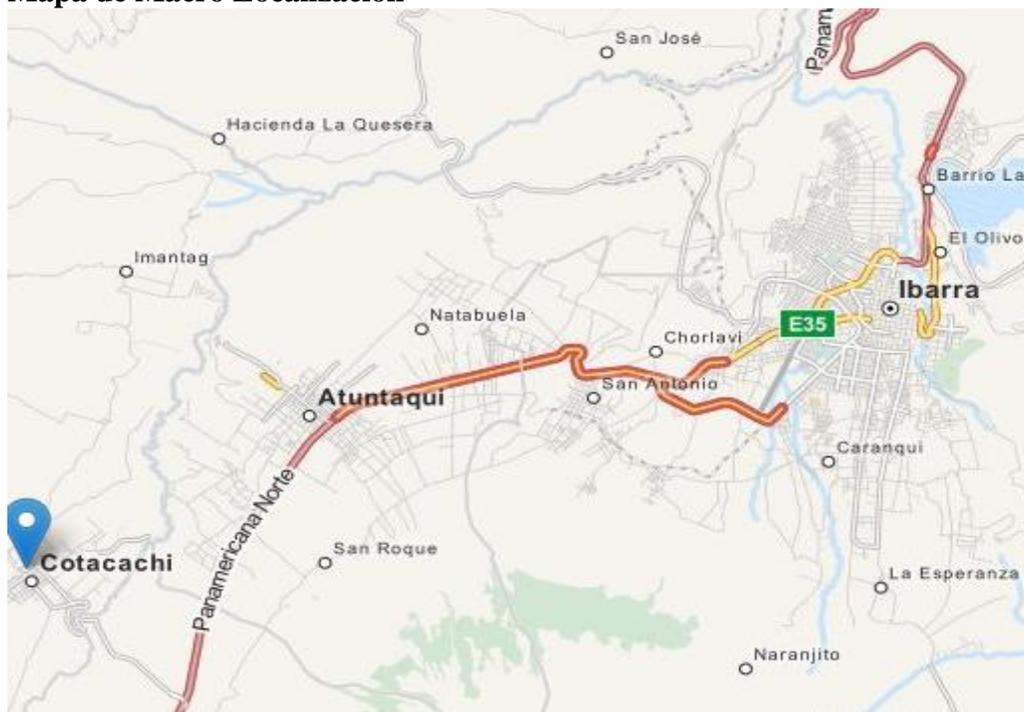
SERVICIOS BASICOS	
DETALLE	MES
Agua	35
Luz	60
Teléfono	55
Internet	35
TOTAL	185

Investigación propia

4.02.01 Macro Localización.

El presente proyecto se ubicara en el cantón de Cotacachi sector de Imantag, el cantón de Cotacachi se encuentra ubicado al norte de la capital provincia de Imbabura, un lugar extremadamente hermoso para vivir, ya sea por su paisajes, por el aire puro que se respira y por la gente tan cálida y su cultura muy reconocida a nivel mundial. También la ciudad es atraída por muchos turistas por lo que saben a preciar lo bueno que hay en el Cantón, de este modo se abrirán muchas puertas para la gente que quiera posesionarse en ese lugar por tener una gran acogida.

Figura 24
Mapa de Macro Localización



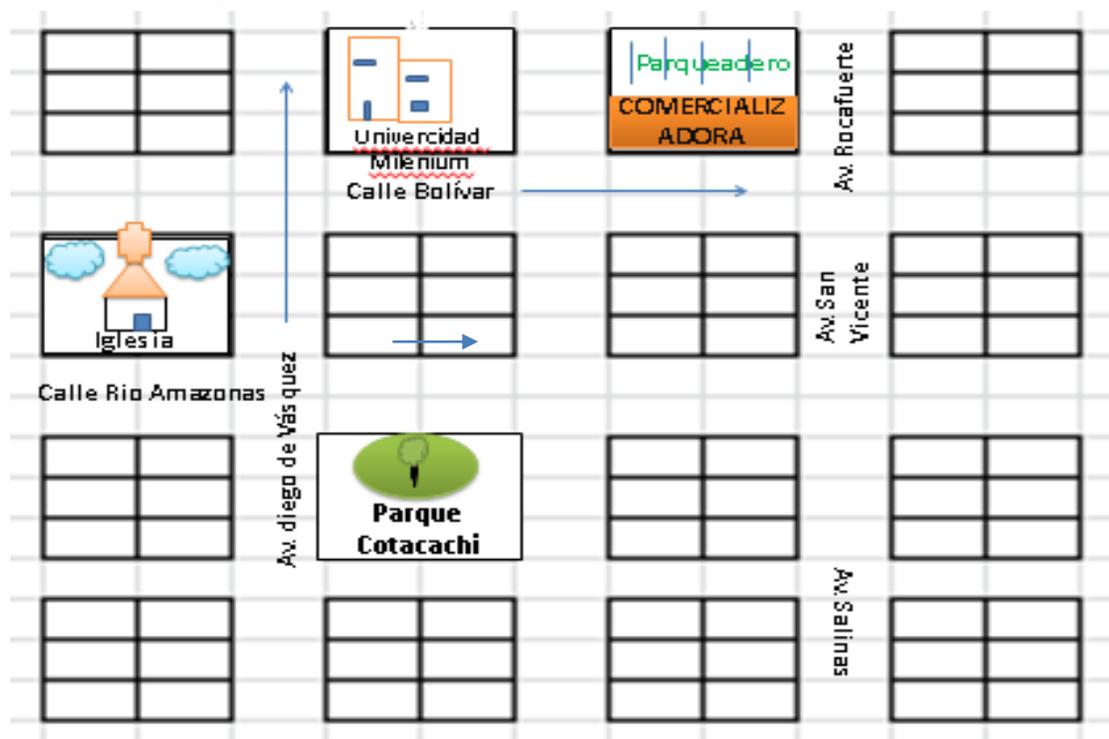
https://www.google.com.ec/?gws_rd=cr&ei=E29nUvLiLbeu4APVxYGwDQ#q=mapa+satelital

4.02.02 Micro – Localización.

La micro localización es básicamente elegir el lugar exacto, dentro de la macro zona, en donde se ubicará la planta, siendo este lugar el que permita cumplir con los objetivos de la empresa. La decisión que se ha tomado de ubicar el local comercial en ese sector, tendrá criterios estratégicos ya sea por las instituciones que hay en ese lugar o por solo emocionales.

4.02.03 Localización Óptima.

Figura 25
Localización Óptima.



Investigación propia

4.03 Ingeniería del Proyecto.

El estudio de la presente propuesta de la ingeniería que va a determinar la comercialización óptima para lograr la eficiencia y la eficacia de los recursos que dispone la comercializadora.

Para ellos es buscar una función que optimice la utilización de los recursos disponibles para la prestación de un servicio. De esta manera es muy importante seleccionar el proceso adecuado para así poder determinar los recursos en cuanto a personal, además para poder seleccionar y distribuir correctamente el espacio físico. Por lo tanto podemos concluir con la ingeniería del proyecto en la que se la optimizara los recursos y espacio físico, para conseguir una reducción de costos y tiempo en las operaciones del proyecto.

4.03.01 Definición de Bienes y servicios.

Este proceso está compuesto por varias actividades necesarias para tener un mayor desenvolvimiento y manejo de la distribuidora. Para brindar un servicio deseado, y para ellos se va a contar con un gran equipo de trabajo para satisfacer sus necesidades de consumo.

4.03.02 Distribución de Planta.

Es lo que se va a dividir en varias secciones de acuerdo a las necesidades de trabajo y equipo de trabajo, de este modo se dará una mejor seguridad para los trabajadores.

La distribución de la planta implica el orden de la siguiente manera en la que va a estar distribuida.

- Espacio necesario para el movimiento de materiales.
- Áreas de almacenamiento.
- Trabajadores indirectos.
- Equipos y maquinarias de trabajo.
- Puestos de trabajo.
- Zonas de carga y descarga.
- Espacios para transportes fijos.

Una buena y correcta distribución, acarrea las siguientes ventajas:

- Reducción de riesgo y aumento de seguridad.
- Aumento de la moral y satisfacción del trabajador.
- Ahorro del área ocupada.

Figura 26
Planta



Diseño propio

DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE MATERIALES OFICINA E INSUMOS ESCOLARES, UBICADOS EN EL CANTÓN COTACACHI DE LA CIUDAD DE IBARRA.

Tabla 36
DISTRIBUCION DE LA PLANTA

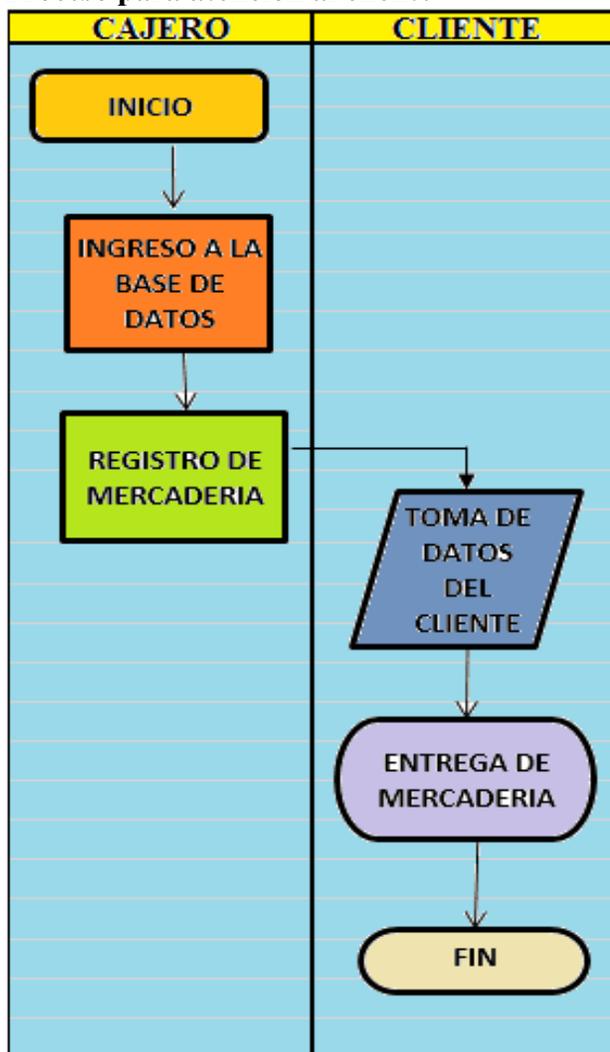
DESCRIPCION	METROS A OCUPAR
BODEGA	40,7
OFICINA DE PERSONAL ADMINISTRATIVO	24,2
SALON DE CONFERENCIA	18,2
BAÑO PARA CLIENTES Y PERSONAL	10,8
OFICINA DEL GERENTE	14,2
BAÑO DEL GERENTE	2,7
ALMACEN DE EXCIBICION	103,5
AREAS VERDES	37,5
TOTAL EN METROS CUADRADOS	251,8

Investigación propia

4.03.03 Proceso Productivo.

Se lo hará de la siguiente manera.

Tabla 37
Proceso para atención al cliente



Investigación propia



4.03.04 Maquinaria.

Tabla 38
Maquinaria

DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
EQUIPO OPERATIVOS			
CAJA REGISTRADORA	2	430	860
SUMA			860
EQUIPO DE COMPUTACION			
COMPUTADORA	2	350	700
LECTOR DE BARRAS	2	37	74
SUMA			774
MUEBLES Y OTRAS INVERSIONES OPERATIVOS			
PERCHA DE METAL	4	125	500
MESA DE REUNIONES	1	80	80
SILLAS	5	25	150
PERCHA DE METAL 3* 1.20	2	125	250
VITRINAS	2	85	170
ROTULOS	6	1	6
ADMINISTRATIVOS			
ESCRITORIO CON SILLA	2	130	260
ARCHIVADOR	3	84	252
TOTAL			1668
INVERSIONES			
MERCADERIA			7845,80
TOTAL			11147,80

Investigación propia

4.03.05 Equipos.

Es todos los implementos que se van a necesitar la para la comercialización del producto y así poder satisfacer la demanda de todos los clientes.

Tabla 39
Artículos Escolares

CANT MAX	CANT MIN	ARTICULO	CARACTERISTICAS	C.U	PVP	MC	%	TOTAL
100	30	lápiz grueso triplus	jumbo	1	1,2	0,2	8%	100
50	30	barras de silicón	del grueso que solicite la maestra	0,25	0,3	0,05	8%	12,5
60	30	caja crayolas	gruesas - de 12 colores	3,2	3,9	0,7	8%	192
40	10	caja de témperas	de 6 colores	2,1	2,5	0,4	8%	84
100	30	carpeta con vincha	color	0,45	0,5	0,05	9%	45
100	30	2 cartulinas	tamaño a-4 de colores	0,58	0,7	0,12	8%	58
100	30	2 cartulinas	tamaño a-4 color negro	0,58	0,7	0,12	8%	58
100	30	2 cartulinas	tamaño a-4 color rojo	0,58	0,7	0,12	8%	58
50	10	cordones largos	de color	0,75	0,95	0,2	8%	37,5
50	10	frasco mediano de goma	blanca	0,45	0,5	0,05	9%	22,5
50	10	funda de papel brillante	varios colores	0,6	0,7	0,1	9%	30
40	10	200 hojas	papel bond de 75 g.	2,75	3	0,25	9%	110
100	30	lápiz grueso	bicolor (azul y rojo)	0,2	0,25	0,05	8%	20
50	10	madeja pequeña	lana gruesa de color	0,53	0,6	0,07	9%	26,5
50	10	marcador	de pizarra color	0,45	0,5	0,05	9%	22,5
50	10	marcador	permanente color	0,35	0,4	0,05	9%	17,5
100	30	2 papel crepé	Amarillo, verde, azul, naranja, morado, rojo.	0,9	1	0,1	9%	90
60	20	pincel n° 24		1,1	1,35	0,25	8%	66
60	20	pincel n°12		1,15	1,3	0,15	9%	69
60	20	caja grande de plastilina	suave no tóxica- tamaño grande	0,8	0,9	0,1	9%	48
60	20	pliego de cartulina	bristol - de color	0,4	0,45	0,05	9%	24
60	20	pliego de cartulina	esmaltada	0,8	0,9	0,1	9%	48
60	20	pliego de papel empaque		0,4	0,5	0,1	8%	24
100	30	pliego de papel periódico		0,2	0,25	0,05	8%	20
100	30	pliego papel seda	color	0,2	0,25	0,05	8%	20
60	20	tijera punta redonda		0,9	1	0,1	9%	54
total				21,7	25,3	3,63	9%	1357

<http://metroactiva.com/blog-noticias-ecuador/tag/listas-de-utiles-escolares-2013-ecuador-sierra/>

Tabla 40
Artículos Escolares

CANT MAX	CANT MIN	ARTICULO	CARACTERISTICAS	C.U	PVP	MC	%	TOTAL
120	40	borrador de lápiz	blanco pz - 20 / queso	0,16	0,2	0,04	8%	19,2
60	20	caja de lápices de colores	12 colores	2,45	2,55	0,1	10%	147
60	20	caja de témperas	de 6 colores	2,3	2,5	0,2	9%	138
60	20	caja grande de plastilina	suave no tóxica- 6 colores	0,8	0,9	0,1	9%	48
100	30	carpeta con vincha	tamaño oficio - tapa transparente	0,38	0,5	0,12	8%	38
60	20	25 cartulinas	tamaño a-4 de colores	1,6	1,75	0,15	9%	96
60	20	cinta masking tape	(cinta de papel)	0,55	0,68	0,13	8%	33
60	20	cuaderno	parvulario de cuadros	1,75	2	0,25	9%	105
60	20	cuaderno	parvulario de 4 líneas	0,95	1,1	0,15	9%	57
60	20	funda de papel brillante	10 unidades	0,65	0,7	0,05	9%	39
60	20	goma blanca	mediana	0,5	0,6	0,1	8%	30
100	30	2 lápices	n° 2	0,7	0,85	0,15	8%	70
60	20	lápiz	carpintero	1	1,2	0,2	8%	60
60	20	madeja pequeña	de lana gruesa color:	0,45	0,6	0,15	8%	27
60	20	pliego de papel cometa	color:	0,2	0,25	0,05	8%	12
100	30	pliego de papel crepé	color:	0,45	0,55	0,1	8%	45
60	20	pincel grueso		1,15	1,25	0,1	9%	69
60	20	pliego de cartulina	bristol color:	0,38	0,46	0,08	8%	22,8
60	20	sacapuntas	doble servicio	0,63	0,73	0,1	9%	37,8
60	20	tijera mediana	punta redonda	0,8	0,9	0,1	9%	48
total				17,9	20,27	2,42	9%	1141,8

<http://metroactiva.com/blog-noticias-ecuador/tag/listas-de-utiles-escolares-2013-ecuador-sierra/>

DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE MATERIALES OFICINA E INSUMOS ESCOLARES, UBICADOS EN EL CANTÓN COTACACHI DE LA CIUDAD DE IBARRA.

Tabla 41
Artículos Escolares

CANT MAX	CANT MIN	ARTICULO	CARASTERISTICAS	C.U	PVP	MC	%	TOTAL
60	20	BORRADOR DE LÁPIZ	BLANCO PZ - 20 / QUESO	1,8	2	0,2	9%	108
60	20	CAJA DE LÁPICES	DE 12 DE COLORES	2,35	2,45	0,1	10%	141
60	20	CAJA DE TÉMPERAS	DE 6 COLORES	2,25	2,35	0,1	10%	135
60	20	CAJA PEQUEÑA DE PLASTILINA	DE 6 COLORES	0,4	2,5	2,1	2%	24
100	30	25 CARTULINAS	BRISTOL- TAMAÑO A4 - DE COLORES	1,6	1,75	0,15	9%	160
100	30	CUADERNOS	DE 100 HOJAS ENGRAPADOS O COSIDOS	1	1,15	0,15	9%	100
60	20	GOMA BLANCA	TAMAÑO PEQUEÑO	0,35	0,42	0,07	8%	21
100	30	50 HOJAS	DE CUADROS TAMAÑO A4	0,65	0,73	0,08	9%	65
100	30	50 HOJAS	DE 4 LÍNEAS TAMAÑO A4	0,65	0,77	0,12	8%	65
100	30	50 HOJAS	DE PAPEL BOND TAMAÑO A4	0,65	0,77	0,12	8%	65
100	30	LÁPICES	HB	0,3	0,4	0,1	8%	30
100	30	MARCADOR	DE TIZA LÍQUIDA	0,35	0,43	0,08	8%	35
60	20	PAPEL CREPÉ	COLOR:	0,4	0,45	0,05	9%	24
100	30	REGLA	20 CMS.	0,17	0,22	0,05	8%	17
150	30	SACAPUNTAS	1 SERVICIO	0,15	0,23	0,08	7%	22,5
TOTAL				13,1	16,62	3,55	8%	1012,5

. <http://metroactiva.com/blog-noticias-ecuador/tag/listas-de-utiles-escolares-2013-ecuador-sierra/>

DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE MATERIALES OFICINA E INSUMOS ESCOLARES, UBICADOS EN EL CANTÓN COTACACHI DE LA CIUDAD DE IBARRA.

Tabla 42
Artículos Escolares

CANT MAX	CANT MIN	ARTICULO	CARACTERISTICAS	C.U	PVP	MC	%	TOTAL
60	20	borrador	blanco pz-20	0,15	0,2	0,05	8%	9
60	20	caja de marcadores	12 colores	2,35	2,55	0,2	9%	141
60	20	caja de témperas	de 6 colores	2,35	2,5	0,15	9%	141
60	20	caja grande de plastilina	6 colores	0,8	0,9	0,1	9%	48
60	20	carpeta de plástico	tapa transparente	0,4	0,5	0,1	8%	24
60	20	25 cartulinas bristol o iris	formato a4 de distintos colores	1,5	1,75	0,25	9%	90
60	20	compás	de precisión o equivalente	2,55	2,75	0,2	9%	153
60	20	cuaderno pautado mixto	pequeño	0,45	0,6	0,15	8%	27
100	30	cuadernos universitarios	espiralados de 100 hojas	1,45	1,5	0,05	10%	145
100	30	esferográficos	azul o negro y rojo	0,25	0,3	0,05	8%	25
60	20	goma	mediana	0,9	1	0,1	9%	54
60	20	juego geométrico	30 cms.	0,85	0,96	0,11	9%	51
100	30	lápices	hb	0,15	0,2	0,05	8%	15
100	30	lápiz	4b (educación estética)	0,15	0,2	0,05	8%	15
60	20	marcador	de tiza líquida	0,4	0,5	0,1	8%	24
60	20	marcador	permanente punta gruesa	0,35	0,5	0,15	7%	21
60	20	pincel	fino	1,1	1,25	0,15	9%	66
60	20	pincel	mediano	1,35	1,45	0,1	9%	81
60	20	sacapuntas	metálico 1 servicio	0,1	0,15	0,05	7%	6
total				17,6	19,76	2,16	9%	1136

. <http://metroactiva.com/blog-noticias-ecuador/tag/listas-de-utiles-escolares-2013-ecuador-sierra/>

DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE MATERIALES OFICINA E INSUMOS ESCOLARES, UBICADOS EN EL CANTÓN COTACACHI DE LA CIUDAD DE IBARRA.

Tabla 43
Artículos Escolares

CANT MAX	CANT MIN	ARTICULO	CARACTERISTICAS	C.U	PVP	MC	%	TOTAL
80	30	20 hojas linea	cuadernos grapados	0,19	0,25	0,06	8%	15,20
80	30	30 hojas cuadros	cuadernos grapados	0,25	0,35	0,1	7%	20,00
80	30	40 hojas linea	cuadernos grapados	0,29	0,4	0,11	7%	23,20
80	30	50 hojas doble linea	cuadernos grapados	0,3	0,45	0,15	7%	24,00
80	30	60 hojas	cuadernos grapados	0,4	0,47	0,07	9%	32,00
80	30	80 hojas	cuadernos grapados	0,45	0,52	0,07	9%	36,00
80	30	100 hojas	cuadernos grapados	0,5	0,6	0,1	8%	40,00
80	30	60 hojas	cuadernos espirales peq	0,55	0,65	0,1	8%	44,00
80	30	100 hojas	cuadernos espirales peq	0,7	0,8	0,1	9%	56,00
80	30	200 hojas	cuadernos espirales peq	1,4	1,6	0,2	9%	112,00
80	30	100 espiral único	cuadernos espirales peq	2,2	2,3	0,1	10%	176,00
80	30	100 hojas	cuadernos espirales peq	0,8	0,95	0,15	8%	64,00
80	30	60 hojas	cuaderno espiral academ	0,9	1,1	0,2	8%	72,00
80	30	100 hojas	cuaderno espiral academ	1,3	1,45	0,15	9%	104,00
80	30	200 hojas	cuaderno espiral academ	2,6	2,75	0,15	9%	208,00
80	30	espiral	cuaderno de dibujo	0,85	0,95	0,1	9%	68,00
80	30	grapados de dibujo	cuaderno de dibujo	0,8	0,95	0,15	8%	64,00
80	30	espiral marginado	cuaderno de dibujo	0,8	0,95	0,15	8%	64,00
80	30	pequeño mixto	cuaderno de musica	1,2	1,45	0,25	8%	96,00
80	30	grande	cuaderno de musica	0,7	0,85	0,15	8%	56,00
80	30	libreta taquigráfica 100 hojas	cuaderno de musica	1	1,25	0,25	8%	80,00
80	30	libreta n.- 1	cuaderno de musica	0,4	0,55	0,15	7%	32,00
80	30	libreta n.- 2	cuaderno de musica	0,6	0,75	0,15	8%	48,00
100	30	carpeta de cartón	cuaderno de musica	0,15	0,25	0,1	6%	15,00
total				19,3	22,59	3,26	9%	1549,40

<http://metroactiva.com/blog-noticias-ecuador/tag/listas-de-utiles-escolares-2013-ecuador-sierra/>

DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE MATERIALES OFICINA E INSUMOS ESCOLARES, UBICADOS EN EL CANTÓN COTACACHI DE LA CIUDAD DE IBARRA.

Tabla 44
Artículos Escolares

CANT MAX	CANT MIN	ARTICULO	CARACTERISTICAS	C.U	PVP	MC	%	TOTAL
50	15	artesco 26/6 x 5000	grapasa	0,66	0,8	0,14	8%	33,00
50	15	lápiz staedtler	lápiz	0,9	1,13	0,23	8%	45,00
50	15	archivador az-ultra norma	archivador	3,9	4,38	0,48	9%	195,00
30	10	archivador a4 60 mm color azul claro	archivador	7,6	8,3	0,7	9%	228,00
30	10	archivador bene telegrama	archivador	1,56	1,75	0,19	9%	46,80
30	10	carpeta folio 4 anillas	carpeta	6,65	7,14	0,49	9%	199,50
60	15	bic bolígrafo cristal punta media azul	esfero	0,17	0,25	0,08	7%	10,20
60	15	bic bolígrafo cristal punta media rojo	esfero	0,17	0,25	0,08	7%	10,20
60	15	bolígrafo bic cristal negro fine varios colores	esfero	0,25	0,33	0,08	8%	15,00
60	15	bolígrafo bic cristal xl negro punta	esfero	0,29	0,36	0,07	8%	17,40
50	15	bic bolígrafo cristal grip	esfero	0,4	0,47	0,07	9%	20,00
50	10	papel a4 ecológico copystar 80 gramos	papel bond	2,35	3,2	0,85	7%	117,50
50	10	papel a4 ecológico eco+economy 75 gramos	papel bond	2,5	3,6	1,1	7%	125,00
50	10	bic portaminas desechable	lápiz	0,63	0,72	0,09	9%	31,50
50	10	bic portaminas desechable matic	lápiz	0,46	0,54	0,08	9%	23,00
60	25	bolígrafo stick reciclado	bolígrafo	0,18	0,24	0,06	8%	10,80
60	15	portaminas desechable matic	portaminas	0,49	0,56	0,07	9%	29,40
60	15	marcador fluorec ecológico	marcador	0,88	0,95	0,07	9%	52,80
50	15	tijeras 16 cm acero inoxidable	tijeras	0,94	1,1	0,16	9%	47,00
50	10	calculadora ecológica de 8 dígitos	calculadora	2,24	2,5	0,26	9%	112,00
50	10	papel reciclado 500 h	bond	3,5	3,9	0,4	9%	175,00
50	10	bolígrafo pilot gama	esfero	1,96	2,2	0,24	9%	98,00
50	10	bolígrafo ecológico	esfero	0,14	0,24	0,1	6%	7,00
total				38,8	44,91	6,09	9%	1649,10

<http://metroactiva.com/blog-noticias-ecuador/tag/listas-de-utiles-escolares-2013-ecuador-sierra/>

DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE MATERIALES OFICINA E INSUMOS ESCOLARES, UBICADOS EN EL CANTÓN COTACACHI DE LA CIUDAD DE IBARRA.

CAPITULO V

ESTUDIO FINANCIERO

5.01 INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES.

5.02 Costos.

Es el costo económico que representa en la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Es el esfuerzo económico (la compra de materiales, la fabricación de un producto, la obtención de fondos para la financiación, la administración de la empresa, etc.) que se debe realizar para lograr un objetivo operativo, también son aquellos que se identifican con la producción de un artículo terminado, y estos representan un costo importante del producto.

Tabla 45
Costos.

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UN.	TOTAL
CAJA REGISTRADORA	2	430	860
COMPUTADORA	3	350	1050
LECTOR DE BARRAS	2	37	74
PERCHAS DE METAL VARIAS MEDIDAS	4	125	500
ARCHIVADOR	2	25	50
PÉRCHA DE METAL 3* 1,20	2	125	250
VITRINAS	2	85	170
ROTULOS	6	1	6
TOTAL			2.610,00

Datos financieros del proyecto

DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE MATERIALES OFICINA E INSUMOS ESCOLARES, UBICADOS EN EL CANTÓN COTACACHI DE LA CIUDAD DE IBARRA.

5.02.01 Costos Indirectos.

Es el proceso productivo; que no se incorporan físicamente al producto final.

Estos Costos están vinculados al periodo productivo y no al producto terminado. Entre ellos tenemos.

- Mano de obra indirecta.
- Materiales indirectos.

Tabla 46
Costos Indirectos.

SUMINISTROS VARIOS	UNIDAD	CANTIDAD	P/U	P/TOTAL
Resmas de Papel(Cajas)	Cajas	5	51	255
Esferos Negros	Cajas	2	3	6
Lápices	Cajas	1	2	2
Borradores	Caja	1	1,5	1,5
Grapadoras	unidad	4	3,5	14
Cuadernos	unidad	15	0,95	14,25
Calculadoras	unidad	5	9	45
TOTAL				337,75

Datos financieros del proyecto

5.02.03 Gastos Administrativos.

En los gastos administrativos incluimos los salarios del personal que se desempeñará en esta área, los gastos anuales por permisos de funcionamiento y otros; además aquellos materiales e implementos que se necesitan tanto en la parte administrativa como en los talleres, este es un gasto mínimo en el que se debe incurrir para mejoramiento de la comercializadora. En la siguiente tabla presentamos los gastos mencionados.

Tabla 47
Gastos Administrativos.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	TOTAL
Escritorio	2	130	260
Archivadores	3	84	252
Sillas	5	25	125
Mesa de reuniones	1	80	80
TOTAL			717

Tabla 48
Gastos Administrativos.

N.	CARGO	DIAS TRABAJADOS	SUELDO	SUELDO ANUAL	AP. PERSONAL 9,35%
1	Gerente	20	500	6000	56,1
3	Jefe Comercial	23	440	5280	44,88
4	Bodeguero	20	318	3816	29,73
7	Cajero	20	318	3816	29,73
TOTAL			1576	18912	160,44

Datos financieros del proyecto

Tabla 49
Sueldos y Salarios

13 SUELDO	14 SUELDO	FONDO DE RESERVA 8,33%	VACACIONES 4,17%	TOTAL POR AÑO	LIQUIDO A RECIBIR POR MES
318	500	43,22	21,64	6938,96	578,25
318	440	33,33	16,69	6132,9	511,08
318	318	24,01	12,02	4517,76	376,48
318	318	23,18	11,6	4516,51	376,38
1272	1576	123,74	61,95	22106,13	1842,18
TOTAL	POR	AÑO			22.106,13

Datos financieros del proyecto

DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE MATERIALES OFICINA E INSUMOS ESCOLARES, UBICADOS EN EL CANTÓN COTACACHI DE LA CIUDAD DE IBARRA.

5.02.04 Costo de Ventas.

Estas cuentas se efectúan a costo real, aunque durante el mes pueden registrarse las entregas a costo planificado o a precio fijo de registro, siempre que se efectúen los ajustes correspondientes al final del mes, para registrar dichos importes al costo real.

En las ventas de mercancías que se controlan en inventario a precios de venta a la población, pueden debitarse incluyendo en sus costos los importes de los descuentos comerciales y del Impuesto de Circulación, siempre que dichos importes se disminuyan al final de cada mes, y está destinado a venderse todo y así tener un margen de utilidad rentable. (Gerencie.com, 2010)

Costo de Ventas

43.489,17

5.02.05 Costos Financieros.

Es la principal variable que se debe tener en cuenta al momento de realizar un préstamo personal, o hipotecario.

Financiado

10013.17

Interés 8.35%

5.02.06 Costos Fijos y Variables.

5.02.07 Costos Fijos.

Insumos de oficina.- esto corresponde a materiales que se va a necesitar día a día en las labores administrativas para poder desempeñar un buen trabajo laboral y así estar pendiente de los consumidores.

Remuneraciones Fijas.- esto corresponde a los salarios fijos que se les cancelara a los trabajadores.

Mantenimiento Tecnológica.- Se le realizara un mantenimiento a todas las maquinas en un tiempo determinado, de esta manera se podrá trabajar más rápido y ser más eficiente.

5.02.08 Costo Variable.

Otros.- entre ellos tenemos como el pago del agua, luz, internet.

5.02 Inversiones.

Las inversiones bien sea a corto o a largo plazo, representan colocaciones que la empresa realiza para obtener un rendimiento de ellos o bien recibir dividendos que ayuden a aumentar el capital de la empresa. Las inversiones a corto plazo si se quiere son colocaciones que son prácticamente efectivas en cualquier momento a diferencia de las de largo plazo que representan un poco más de riesgo dentro del mercado

La inversión reúne las necesidades en activos fijos, Activos intangibles y capital de trabajo. A continuación se detallará la inversión previa a la puesta en marcha el presente proyecto.

5.02.01 Inversión Fija.

Se definen como los bienes que una empresa utiliza de manera continua en el curso normal de sus operaciones; representan al conjunto de servicios que se recibirán en el futuro a lo largo de la vida útil de un bien adquirido a continuación veremos en el siguiente cuadro como esta detallado.

**Tabla 50
Inversión Fija.**

DETALLE	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Infraestructura	(18.039,10)					13.529,33
Equipo y maquinaria	(2.610,00)					1.305,00
Muebles y enseres	(717,00)					358,50
Equipo de computación	(1.050,00)			(1.050,00)		350,00
TOTAL	(22.416,10)	-	-	(1.050,00)	-	15.542,83

Datos financieros del proyecto

5.02.01.01 Activos Fijos.

Los activos fijos constituyen parte del patrimonio de la empresa que no puede ser objeto de comercialización, son bienes que ayudan a garantizar la operación normal del proyecto, que se caracterizan por perder valor monetario con el transcurrir del tiempo a causa del deterioro natural o por el desarrollo tecnológico



Tabla 51
Activos Fijos

DETALLE	TOTAL
Infraestructura	18079.1.
Equipo y maquinaria	2610
Muebles y enseres	717
Equipo de computación	1.050,00
TOTAL	22456.1

Datos financieros del proyecto

5.02.01.02 Activos Nominales.

Son aquellos gastos pagados por anticipado y que no son susceptibles de ser recuperados, por la empresa, en ningún momento. Se deben amortizar durante el período en que se reciben los servicios o se causen los costos o gastos. Tienen, pues, a diferencia de los gastos pagados por anticipado, propiamente dichos, naturaleza de partidas no monetarias siendo, en consecuencia, susceptibles de ser ajustados por inflación

5.02.02 Capital de Trabajo.

El capital de trabajo corresponde a la cantidad de dinero requerida para que la empresa pueda funcionar normalmente durante un cierto período de tiempo, antes de generar ingresos por la prestación de servicios.

Para efectos del proyecto, se considera necesario contar con capital de trabajo para un tiempo determinado, dinero que será empleado en la compra de mercadería, insumos e implementos de trabajo, mantenimiento y reparaciones, seguros, gastos administrativos y de ventas, requerimientos que se encuentran calculados posteriormente en el siguiente cuadro.

Tabla 52
Capital de Trabajo

DETALLE	Mes 1	Mes 2	Mes 3	TOTAL
Sueldos y salarios	1.842,18	1.842,18	1.842,18	5.526,53
Servicios básicos	185,00	185,00	185,00	555,00
inventarios mercadería	7.845,80	-	-	7.845,80
suministros varios	337,75	-	-	337,75
TOTAL	9.872,98	2.027,18	2.027,18	14.265,08

Datos financieros del proyecto

5.02.03 Fuente de Financiamiento y Uso de Fondos.

Son aquellos activos y pasivos que se van a utilizar de acuerdo al capital que lo requiera la empresa siendo financiado para realizar la inversión requerida a continuación en el siguiente cuadro veremos cómo esta desglosado.



Tabla 53
Estructura de Capital

DESCRIPCION	PROPIO	FINANCIADO
Infraestructura	(18.039,10)	
Equipo y maquinaria		(2.610,00)
Muebles y enseres		(717,00)
Equipo de computación	(1.050,00)	
Sueldos y salarios	(2.763,27)	(2.763,27)
Servicios básicos	(555,00)	
inventario mercadería	(3.922,90)	(3.922,90)
suministros varios	(337,75)	
SUBTOTAL	(26.668,02)	(10.013,17)
TOTAL	(36.681,18)	

Datos financieros del proyecto

5.02.04 Tabla de Amortización.

Debido a que necesitaremos una financiamiento exterior para la adquisición de la maquinaria, por un monto de \$ 10013.17, con un plazo no superior de tres años, es indispensable reflejar el gastos por los intereses generados, la tasa exigida es del 8,25%; la amortización respectiva será calculada a partir de este porcentaje, pues cabe recalcar que en la actualidad los bancos no tienen una tasa fija.

Tabla 54
Tabla de Amortización.

PERIODO	INTERÉS	CUOTA FIJA	CAPITAL	SALDO INSÓLITO
0				10.013,17
1	22,9468	290,0931	267,1462	9.746,0200
2	22,3346	290,0931	267,7584	9.478,2616
3	21,7210	290,0931	268,3721	9.209,8895
4	21,1060	290,0931	268,9871	8.940,9024
5	20,4896	290,0931	269,6035	8.671,2989
6	19,8717	290,0931	270,2213	8.401,0776
7	19,2525	290,0931	270,8406	8.130,2370
8	18,6318	290,0931	271,4613	7.858,7757
9	18,0097	290,0931	272,0834	7.586,6923
10	17,3862	290,0931	272,7069	7.313,9854
11	16,7612	290,0931	273,3319	7.040,6536
12	16,1348	290,0931	273,9582	6.766,6953
13	15,5070	290,0931	274,5861	6.492,1093
14	14,8778	290,0931	275,2153	6.216,8939
15	14,2470	290,0931	275,8460	5.941,0479
16	13,6149	290,0931	276,4782	5.664,5698
17	12,9813	290,0931	277,1118	5.387,4580
18	12,3463	290,0931	277,7468	5.109,7112
19	11,7098	290,0931	278,3833	4.831,3279
20	11,0718	290,0931	279,0213	4.552,3066
21	10,4324	290,0931	279,6607	4.272,6459
22	9,7915	290,0931	280,3016	3.992,3443
23	9,1491	290,0931	280,9440	3.711,4003
24	8,5053	290,0931	281,5878	3.429,8126
25	7,8600	290,0931	282,2331	3.147,5795
26	7,2132	290,0931	282,8799	2.864,6996
27	6,5649	290,0931	283,5281	2.581,1715
28	5,9152	290,0931	284,1779	2.296,9936
29	5,2639	290,0931	284,8291	2.012,1644
30	4,6112	290,0931	285,4819	1.726,6826
31	3,9570	290,0931	286,1361	1.440,5465
32	3,3013	290,0931	286,7918	1.153,7547
33	2,6440	290,0931	287,4491	866,3056
34	1,9853	290,0931	288,1078	578,1978
35	1,3250	290,0931	288,7680	289,4298
36	0,6633	290,0931	289,4298	(0,0000)

Datos financieros del proyecto

5.02.05 Tabla de Amortización.

La depreciación tiene como objetivo reconocer el desgaste de los activos, es decir que estos pierden valor debido a su uso en el tiempo, por lo cual hay que restar este uso al valor inicial del activo, de pendiendo el activo se depreciara desde 3 años hasta 25 años dependiendo la vida útil ya sea una maquinaria o un equipo de cómputo. A continuación veremos la vida útil de cada uno.

Tabla 55
Tabla de Amortización.

DETALLE	Año 0	VIDA UTIL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Infraestructura	18.039,10	20	901,96	901,96	901,96	901,96	901,96
Equipo y maquinaria	2.610,00	10	261,00	261,00	261,00	261,00	261,00
Muebles y enseres	717,00	10	71,70	71,70	71,70	71,70	71,70
Equipo de computación	1.050,00	3	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00
TOTAL	22.416,10		1.584,66	1.584,66	1.584,66	1.584,66	1.584,66

Datos financieros del proyecto

5.02.06 Estado de Situación Inicial.

El estado de situación inicial, es un documento contable que refleja la situación patrimonial de una empresa en un período determinado, consta de tres partes, activo, pasivo y capital contable. Esto nos ayudara a ver cuánto capital tenemos disponible para el negocio.

Tabla 56
Estado de Situación Inicial.

ACTIVOS	DEBE	PASIVOS	HABER
CORRIENTE		CORRIENTE	
Efectivo	6.081,53	Cuentas por pagar	
Inventarios	7.845,80		
NO CORRIENTE		NO CORRIENTE	
Activos fijos		Créditos bancarios a l/p	10.013,17
Infraestructura	18.039,10		
Equipo y maquinaria	2.610,00	PATRIMONIO	
Muebles y enseres	717,00	Capital	26.668,02
Equipo de computación	1.050,00		
suministros varios	337,75		
TOTAL	36.681,18	T. PASIVO + PATR.	36.681,18

Datos financieros del proyecto

5.02.07 Estado de Resultados Projectados.

En el estado de resultados se refleja los movimientos operacionales de la empresa durante cierto tiempo, en éste se detalla los ingresos operacionales (ventas) y los costos. El objeto de elaborar el estado de resultados es determinar la utilidad neta del proyecto, la misma que se la obtiene al restar de los ingresos, los costos, resultado al que se le denomina utilidad operacional, valor al cual se le descuenta el 22% del impuesto a la renta y el 15% de participación de los empleados.

Tabla 57
Estado de Resultados Projectados.

DESCRIPCION	1	2	3	4	5
Ventas	79.071,22	82.313,14	85.687,98	89.201,19	92.858,44
Costo de ventas	43.489,17	45.272,23	47.128,39	49.060,65	51.072,14
UBV	35.582,05	37.040,91	38.559,59	40.140,54	41.786,30
Gastos operacionales					
Administrativos	22.106,13	23.032,38	23.997,43	25.002,93	26.050,55
Financiero	234,65	144,23	51,96		
Utilidad operacional	13.241,27	13.864,30	14.510,20	15.137,61	15.735,75
15% Part. Laboral	1.986,19	2.079,65	2.176,53	2.270,64	2.360,36
Utilidad A.I.R	11.255,08	11.784,66	12.333,67	12.866,97	13.375,39
22% Impuesto a la renta	2.476,12	2.592,62	2.713,41	2.830,73	2.942,59
Utilidad Neta	8.778,97	9.192,03	9.620,26	10.036,24	10.432,80
Depreciación	1.584,66	1.584,66	1.584,66	1.584,66	1.584,66
Excedente operacional	10.363,62	10.776,69	11.204,92	11.620,89	12.017,46

Datos financieros del proyecto

5.02.08 Flujo de Caja.

El estado de flujos netos de caja, presenta la utilidad monetaria real con la que cuenta la empresa, debido a que se no se consideran como egresos a las depreciaciones ni a las amortizaciones, puesto que no son salidas dinero. De esta manera vemos que tenemos un capital rentable durante el tiempo establecido por lo que es bueno para la empresa, para la adquisición de nuevos equipos que con lleven al mejoramiento y crecimiento del negocio.

Tabla 58
Flujo de Caja.

DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión	(36.681,18)			(1.050,00)		15.542,83
Excedente operacional		10.363,62	10.776,69	11.204,92	11.620,89	12.017,46
Fne	(36.681,18)	10.363,62	10.776,69	10.154,92	11.620,89	27.560,28

Datos financieros del proyecto

5.03 Evaluación.

La importancia de los indicadores de rentabilidad, radica en que a través de su aplicación se obtienen resultados que apoyan la toma de decisiones referente a las actividades de la inversión.

5.03.01 Tasa de Descuento.

La tasa de descuento debe ser determinada para actualizar los flujos de caja y de esta manera realizar una evaluación financiera en función del valor actual. La tasa de descuento representa el costo de oportunidad para los accionistas que están dispuestos a invertir en el proyecto. En este cuadro vemos que tenemos una tasa de descuento de un 13% por lo que es bueno para la empresa el costo de oportunidad se dio a la gran oportunidad que existe ahora de invertir en este país, en la que están creciendo las micro empresas y hay más oportunidades de trabajo. Entré mayores sean las oportunidades de invertir el dinero mayores podrán ser los riesgos que se tiene.

Tabla 59
Tasa de Descuento

TMAR	=	<i>i</i>	+	<i>f</i>	+	(<i>i</i>	x	<i>f</i>)
Inflación		0,05								
Costo oport.		0,08								
TMAR	=	0,05	+	0,08	+	(0,05	x	0,08)
TMAR	=	0,13	+	0,00						
TMAR	=	0,13								

Datos financieros del proyecto

5.03.02 Van.

El valor actual neto permite actualizar los flujos de fondos de un proyecto, para conocer las utilidades que generará la inversión en la empresa. De acuerdo con estos datos obtenidos vemos que se tiene una utilidad buena para el negocio. Para el cálculo del VAN se utilizará la siguiente fórmula:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

Tabla 60
Van.

Valor Actual Neto						
VAN	=	(36.681,18)	+	<u>10.363,62</u>	+	<u>10.776,69</u>
				1,22		1,49
					1,82	2,22
						2,71
VAN	=	(36.681,18)	+	8.487,97	+	7.228,86
				5.578,96	+	5.228,88
					+	10.156,52
VAN	=	(36.681,18)	+	36.681,18		
VAN	=	-				

Datos financieros del proyecto

5.03.04 Tir.

La tasa interna de retorno evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por período con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual, por lo que para la empresa tendremos una recuperación en un tiempo determinado y eso es bueno.


Tabla 61
Tir.

Tasa Interna de Retorno											
VAN =	(36.681,18)	+	10.363,62	+	10.776,69	+	10.154,92	+	11.620,89	+	27.560,28
			1,13		1,28		1,45		1,64		1,86
VAN =	(36.681,18)	+	9.156,44	+	8.412,31	+	7.003,60	+	7.081,08	+	14.837,42
VAN =	(36.681,18)	+	46.490,84								
VAN =	9.809,66										
VAN =	\$ 9.809,66										
TIR =	22,10%		22%								

Datos financieros del proyecto

5.03.05 Periodo de la Recuperación de la Inversión.

Para evaluación del proyecto hemos utilizado un tercer método, conocido como el (Pay Back) o Periodo de recuperación de la Inversión, el cual es considerado con un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo. En este factor tenemos las dos

manera de recuperación una en valor corriente y la otra en valores constantes y para el negocio es muy importante es valor constante ya que se recupera la inversión a un tiempo establecido y es beneficioso para la empresa en la que en esos años puede haber un crecimiento monetario y generar buenos ingresos para la empresa.

Tabla 62
Periodo de la Recuperación de la Inversión.

PERIODO	FNE	SUMATORIA	FACTOR	FNE	SUMATORIA
0	-36.681,18	-36.681,18	1	-36681,1825	-36681,1825
1	10.363,62	-26.317,56	0,88	9.156,44	-27.524,75
2	10.776,69	-15.540,87	0,78	8.412,31	-19.112,44
3	10.154,92	-5.385,96	0,69	7.003,60	-12.108,84
4	11.620,89	6.234,93	0,61	7.081,08	-5.027,76
5	27.560,28	33.795,22	0,54	14.837,42	9.809,66

Datos financieros del proyecto

Tabla 63
Periodo de Recuperación

DETALLE	AÑOS	MESES	DIAS
EN VALORE CORRIENTES	3	5	0
VALORES CONSTANTES	4	2	0

Datos financieros del proyecto

DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE MATERIALES OFICINA E INSUMOS ESCOLARES, UBICADOS EN EL CANTÓN COTACACHI DE LA CIUDAD DE IBARRA.

5.03.06 Relación Costo Beneficio.

El costo Beneficio de la comercializadora papelería del Milenium, tiene una relación de 1.13 del van es decir por cada unidad monetaria, de cada dólar invertido se obtiene un 13% equivalente a 13 centavos de dólar es decir que es rentable.

La razón beneficio costo expresa el rendimiento en términos de valor actual neto, que genera el proyecto por unidad monetaria invertida. Este valor debe ser mayor que la unidad para aceptar el proyecto, lo que a su vez significa que el valor actual neto es positivo, en caso contrario se debe rechazar. (Camacho V. A., 2013).

5.03.07 Punto de Equilibrio.

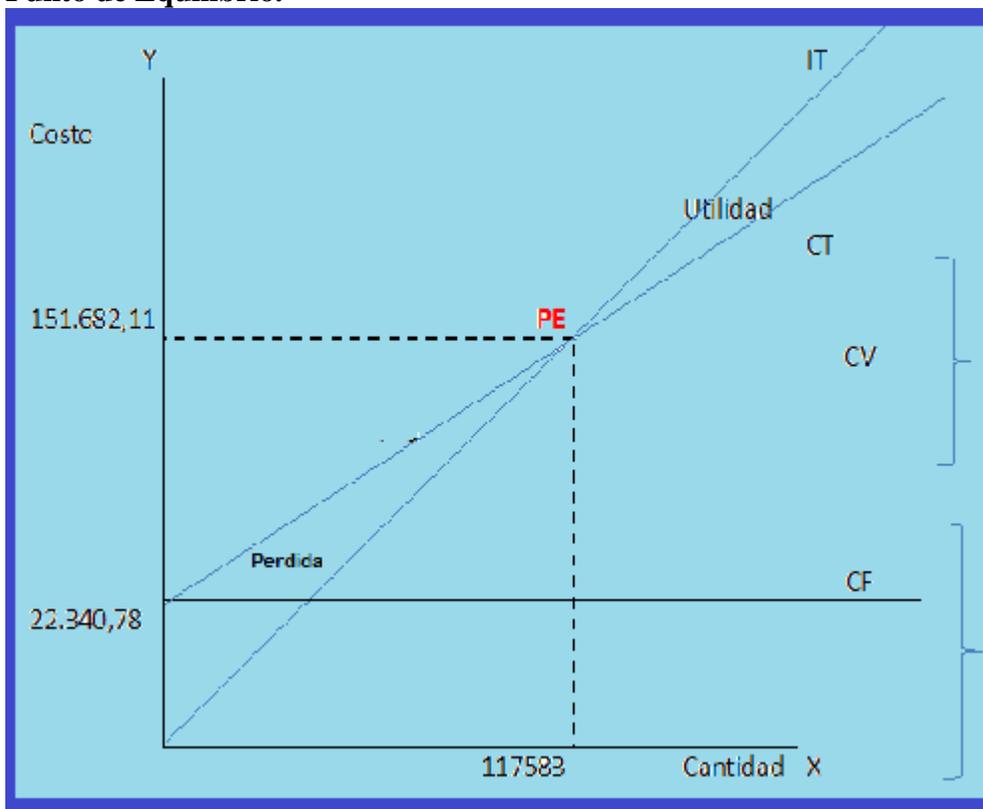
Por medio de este análisis, que lo hemos realizado basándonos en las variables, hemos determinado la cantidad que se debe vender, para cubrir con los gastos generados para llevar a cabo la producción, es decir, el costo de venta.

Unidades	Valores monetarios
$PE = \frac{CF}{p - Cvu}$	$PE = \frac{CF}{1 - (Cvu / p)}$

$PE = \frac{22.340,78}{0,19} = 117.583$



Figura 27
Punto de Equilibrio.



Datos financieros del proyecto

El punto de equilibrio dentro de la evaluación financiera del proyecto nos ayuda a conocer la relación entre los costos fijos y variables con los ingresos del proyecto. El punto de equilibrio se explica como la situación en la que el proyecto genera los ingresos suficientes para cubrir los costos del mismo; es decir, no existen ni pérdidas ni ganancias.

5.03.07 Análisis de los Índices Financieros.

5.03.07.01 Indicadores de Endeudamiento.

El objetivo principal de los índices de endeudamiento es evaluar el grado de conveniencia que tiene la empresa al endeudarse, es decir muestra el porcentaje que el negocio se ha financiado a través de préstamos.

$$\text{Tasa de Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}} = \frac{10.013,17}{26.668,02} = 0,38$$

5.03.07.02 Rentabilidad Sobre el Patrimonio (ROE).

Este ratio es utilizado en el análisis de entidades financieras, midiendo la rentabilidad sobre activos totales medios, expresándose habitualmente en porcentaje. Se calcula dividiendo el beneficio neto de la entidad entre los activos totales medios de la misma. (Proyectos, 2012)

$$\text{ROE} = \frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{PATRIMONIO}} = \frac{8.638,83}{17.648,47} = 0,49$$

Capítulo VI

Análisis de Impacto

6.01 Impacto Ambiental

Esto se puede suscitar dependiendo al ciclo de vida que llevemos, en el cuidado del medio ambiente, ya que cualquier variación puede ocasionar un cambio climático y afectar muchas empresas incluyendo la nuestra, para ello hemos tomado varias alternativas para ayudar al medio ambiente comprando productos reciclados de esta forma cuidamos el medio en donde vivimos y ayudamos a reciclar, que es un paso para las nuevas generaciones de nuestro futuro.

6.02 Impacto Económico

Hace mucho tiempo vivíamos en una utopía es decir que no vivíamos el presente de esta manera los gobernantes de esa época no cumplían con su mandato si no lo que querían, era robar al el dinero al pueblo ecuatoriano de esta forma aumentaron las deudas de nuestro país dándole paso a la corrupción, por lo que muchas empresas tuvieron que cerrar o trasladarse a otro país con mejor oportunidad y así salir adelante.

Ya sea por sus precios muy elevados o los impuestos excesivos que se les cobraban y muchas trabas para sacar un documento, de esta forma fueron desapareciendo las microempresas solo quedaron los que tenían un buen capital de trabajo.

Ahora podría decir que no afectaría en creación de un negocio ya que con el gobierno actual, ayuda más a ese emprendedor para que genere más ingresos y fuentes de empleo, por otra parte nuestros productos van a ser elaborados en nuestro país, por lo que no afectaría mucho al negocio.

6.03 Impacto Productivo

La degradación del medio ambiente incide en la competitividad del sector productivo a través de varias vertientes, entre otras: falta de calidad intrínseca a lo largo de la cadena de producción; mayores costos derivados de la necesidad de incurrir en acciones de remediación de ambientes contaminados; y efectos sobre la productividad laboral derivados de la calidad del medioambiente. También afectan la competitividad la inestabilidad del marco regulatorio en materia ambiental y la poca fiscalización por parte de las autoridades. Esto puede influir en costos adicionales en la venta de los productos.

6.04 Impacto Social

Muchas de las personas en la actualidad se han convertido en personas consumistas no dependiendo del nivel social si no porque se sienten atraídos por un producto nuevo o solo por un simple gusto de compra, los consumidores casi no se fijan en los precios si no en la calidad del producto que es lo más primordial al rato de adquirir un producto. Si hablamos en la venta de utilices de oficina, podríamos decir que muchas personas lo compran ya sea para sus hijos o para uso personal, por lo que hoy en



día se ha convertido en negocios de varias personas que buscan la satisfacción de la gente.

DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE MATERIALES OFICINA E INSUMOS ESCOLARES, UBICADOS EN EL CANTÓN COTACACHI DE LA CIUDAD DE IBARRA.

CAPITULO VII

7.01 Conclusiones.

Hay mucha gente que compra productos y muy pocos se fijan en los precios esto hace que haya un gran incremento de compra de parte de los consumidores, por lo que para las comercializadoras sería muy beneficioso en la venta de artículos y suministros de oficina.

También la comercializadora debe seguir con su plan de estrategia hacia el consumidor de esta manera tendrán una gran acogida en la venta de los productos que se les ofrecerá, y para ellos se debe brindar una gran atención para que el consumidor vuelva con as frecuencia no solo por el producto que se le ofrece si no por la calidad de servicio que se le ofrece.

La comercializadora podrá alcanzar la totalidad de sus metas asegurando el óptimo funcionamiento interno por las actividades realizadas en cada uno de los departamentos esto permite orientar esto permite conseguir lo principal que es la satisfacción del cliente tanto interno como externo.

Según la información obtenida durante el proceso de planificación para posesión de una microempresa dedicada a la venta de artículos de oficina e insumos escolares en el sector norte de la ciudad de Ibarra en el cantón de Cotacachi, podemos decir que es un



factible la comercialización de los productos en ese lugar debido a la gran demanda que hay hoy en día que es apoyar a la educación.

7.02 Recomendaciones.

Poseer una cultura investigativa en el mercado de esta forma podremos fijarnos más a la necesidad de los consumidores y así poderles brindar de una manera muy a adecuada y acorde a su necesidad y así poder cubrir los requerimientos futuros presentados en el campo de la comercialización de estos productos.

Contar con varios proveedores de esta manera se podrá ofrecer más productos con gran variedad de esta forma se podrá obtener el poder de negociación acerca de los productos.

Contar con un espacio amplio para la venta de los artículos escolares, para que los consumidores puedan ir a visitar el negocio y adquirir su producto de manera rápida y segura.

Enfocarse también en los negocios que habitan en ese sector, debido a la gran demanda de turistas que visitan esos lugares hermosos, y por ello ha crecido en nivel económico de ese lugar dando paso a la apertura de nuevos negocios en la que van a necesitar ya sea un lápiz o un cuaderno, por esto hay que hacer un estudio previo para enfocarse en varios sectores y de esta forma brindarles un servicio adecuado.

Bibliografía.

A, L. C. (15 de junio de 1994). *monografias*. (nomografias.com, Editor) Recuperado el 23 de junio de 2013, de <http://www.monografias.com/trabajos96/estudio-ingenieria-metodos-libreria-y-papeleria/estudio-ingenieria-metodos-libreria-y-papeleria.shtml#ixzz2X5xaCXoG>

AGUILAR, S. (24 de JUNIO de 2013). *AGENCIA PUBLICA DE NOTICIAS DEL ECUADOR Y*

SUDAMERICA ANDES. Recuperado el 05 de JULIO de 2013, de

<http://www.andes.info.ec/es/actualidad/rafael-correa-segun-ciudadanos-apuntalan-revolucion.html>

ARIAS. (2008). *Programa de control de entradas y salidas*. Recuperado el 23 de Junio de 2013,

de Control de entradas y salidas: [http://www.monografias.com/trabajos75/sistema-](http://www.monografias.com/trabajos75/sistema-control-inventario-empresa-inversiones/sistema-control-inventario-empresa-inversiones2.shtml)

[control-inventario-empresa-inversiones/sistema-control-inventario-empresa-](http://www.monografias.com/trabajos75/sistema-control-inventario-empresa-inversiones2.shtml)

[inversiones2.shtml](http://www.monografias.com/trabajos75/sistema-control-inventario-empresa-inversiones2.shtml)

Balle, I. (s.f.). *beta e how en españa*. Recuperado el 23 de junio de 2013, de

http://www.ehowenespanol.com/abrir-libreria-tienda-articulos-papeleria-como_46208/

Betancourt, X. H. (s.f.). *monografias.com*. Recuperado el 14 de julio de 2013, de

<http://www.monografias.com/trabajos14/crecimientoecon/crecimientoecon.shtml>

Camacho, V. A. (04 de octubre de 2013). *pdf*.

Camacho, V. I. (04 de octubre de 2013). *pdf*.



Carrera, K. A. (2010). *ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL - Repositorio Digital EPN*. Recuperado el 14 de julio de 2013, de <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1354/1/T-ESPE-026794.pdf>

Catalina. (s.f.). *UDLA*. Recuperado el 11 de JULIO de 2013, de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ledi/ordaz_a_ml/capitulo1.pdf

CENTRAL, B. (s.f.). Recuperado el 07 de JULIO de 2013, de <http://www.bce.fin.ec/>

CENTRAL, B. (s.f.). Recuperado el 07 de JULIO de 2013, de <http://www.bce.fin.ec/>

Central, B. (s.f.). Recuperado el 07 de JULIO de 2013, de <http://www.bce.fin.ec/>

Central, B. (s.f.). Recuperado el 07 de JULIO de 2013, de <http://www.bce.fin.ec/>

cotacachi datos en cifras. (05 de agosto de 2013). Recuperado el 10 de agosto de 2013, de <http://www.asambleacotacachi.org/pagina.php?varmenu=110>

Crativos, c. (s.f.). *chicos creativos*. Recuperado el 23 de junio de 2013, de <http://www.chicoscreativos.com/papis-alpha/educa-tips/276--la-importancia-de-tener-buenos-utiles-escolares-en-el-colegio.html>

Cynthia, C. Z. (2010). *Monografias.com*. Recuperado el 05 de agosto de 2013, de <http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml>

Econoimico, B. (OCTUBRE de 2012). Recuperado el 10 de JULIO de 2013, de <http://www.bce.fin.ec>

DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE MATERIALES OFICINA E INSUMOS ESCOLARES, UBICADOS EN EL CANTÓN COTACACHI DE LA CIUDAD DE IBARRA.



Economico, B. (OCTUBRE de 2012). Recuperado el 10 de JULIO de 2013, de

<http://www.bce.fin.ec>

Ecuador, b. c. (s.f.). Recuperado el 07 de JULIO de 2013, de

<http://www.bce.fin.ec/contenido.php?CNT=ARb0000003>

Ecuador, b. c. (s.f.). Recuperado el 08 de julio de 2013, de <http://www.bce.fin.ec/>

ECUADOR, B. C. (s.f.). Recuperado el 07 de JULIO de 2013, de

<http://www.bce.fin.ec/contenido.php?CNT=ARb0000003>

ECUADOR, B. C. (s.f.). Recuperado el 10 de JULIO de 2013, de <http://www.bce.fin.ec/>

ecuador, b. c. (25 de junio de 2013). *banco central*. Recuperado el 07 de julio de 2013, de

<http://www.bce.fin.ec/contenido.php?CNT=ARb0000003>

EGAS, A. S. (23 de septiembre de 2008). Recuperado el 05 de agosto de 2013, de google

ellington, a. s. (07 de 11 de 2009). *IMPACTO AMBIENTAL*. Obtenido de

<http://impactoambientalecologia.blogspot.com/2009/11/impactos-sobre-el-sector-productivo.html>

Eumed.net. (s.f.). *eumen.net*. Recuperado el 05 de agosto de 2013, de

<http://www.eumed.net/libros-gratis/2007c/334/analisis%20de%20la%20oferta.htm>

FIGUEROA. (2008). *Procesos de facturación*. Recuperado el 23 de Junio de 2013, de Procesos de

facturación: <http://www.monografias.com/trabajos75/sistema-control-inventario-empresa-inversiones/sistema-control-inventario-empresa-inversiones2.shtml>

DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE MATERIALES OFICINA E INSUMOS ESCOLARES, UBICADOS EN EL CANTÓN COTACACHI DE LA CIUDAD DE IBARRA.



Friedrich. (s.f.). *WIKIPEDIA*. Recuperado el 23 de JUNIO de 2013, de

[http://es.wikipedia.org/wiki/Clasificador_\(papel%C3%ADa\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Clasificador_(papel%C3%ADa))

Gerencie.com. (10 de 12 de 2010). Obtenido de

<http://www.contadoronline.cubaindustria.cu/Contabilidad/Us%20y%20Contenido/810%20Costo%20de%20Ventas.htm>

Investigacion y Desarrollo. (2011). Recuperado el 12 de JULIO de 2013, de

<http://www.iyd.espol.edu.ec/index.php/investigacion-y-desarrollo-2011-18/522-mercado-de-trabajo-en-el-ecuador-y-su-analisis-desde-la-oferta-laboral56>

Jpincay1974's Blog . (25 de MAYO de 2011). Recuperado el 11 de JULIO de 2013, de

<http://jpincay1974.wordpress.com/2011/05/23/primer-analisis-de-la-educacion-en-el-ecuador/>

jumbo, B. d. (JULIO de 2002). *GESTIOPOLIS*. Recuperado el 11 de JULIO de 2013, de

<http://www.indexmundi.com/g/g.aspx?c=ec&v=74&l=es>

LOPEZ, N. A. (s.f.). *FACULTAD DE ADMINISTRACION*. Recuperado el 10 de SEPTIEMBRE de 2013, de

<http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010039/Lecciones/CAPITULO%20II/aconsumidor.htm>

Masgo, g. v. (s.f.). *DOCENCIA Y FAMILIA*. Recuperado el 23 de JUNIO de 2013, de

<http://docenciayfamilia.blogspot.com/2013/02/la-importancia-y-utilidad-de-los-utiles.html>

DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE MATERIALES OFICINA E INSUMOS ESCOLARES, UBICADOS EN EL CANTÓN COTACACHI DE LA CIUDAD DE IBARRA.

MEDINA. (2009). *Sistema de informacion de registros y control de inventarios*. Recuperado el

23 de Junio de 2013, de Sistema de informacion de registros y control de inventarios:

<http://www.monografias.com/trabajos75/sistema-control-inventario-empresa-inversiones/sistema-control-inventario-empresa-inversiones2.shtml>

mi respuesta. com. (s.f.). Recuperado el 06 de agosto de 2013, de

<http://www.misrespuestas.com/que-es-la-demanda.html>

mi respuesta.com. (s.f.). Recuperado el 05 de agosto de 2013, de

<http://www.misrespuestas.com/que-es-la-demanda.html>

NEGOCIO DE UNA PAPELERIA. (s.f.). Recuperado el 11 de JULIO de 2013, de

http://www.trabajo.com.mx/negocio_de_papeleria.htm

Nogueira, Y. R. (s.f.). *MONOGRAFIAS.COM*. Recuperado el 05 de JULIO de 2013, de

<http://www.monografias.com/trabajos47/analisis-economico/analisis-economico.shtml>

telegrafo, e. (s.f.). *el telegrafo*. Recuperado el 30 de junio de 2013, de

<http://www.telegrafo.com.ec/actualidad/item/calidad-de-vida-en-el-pais-ha-mejorado-desde-2007.html>

Thompson, I. (JULIO de 2009). *Portal de Mercadotecnia*. Recuperado el 11 de JULIO de 2013, de

<http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>



VERONICA. (2 de DICIEMBRE de 2012). *PROCESO DE ADMINISTRACION ESTRATEGICA*.

Recuperado el 05 de JULIO de 2013, de <http://holaxv.blogspot.com/2012/12/analisis-del-entorno-externo-e-interno.html>

wikipedia. (s.f.). *wikipedia*. Recuperado el 30 de junio de 2013, de

http://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_del_entorno

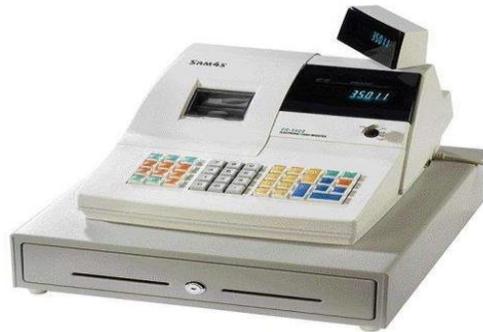
DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE MATERIALES OFICINA E INSUMOS ESCOLARES, UBICADOS EN EL CANTÓN COTACACHI DE LA CIUDAD DE IBARRA.



ANEXO

DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
COMERCIALIZADORA DE MATERIALES OFICINA E INSUMOS ESCOLARES,
UBICADOS EN EL CANTÓN COTACACHI DE LA CIUDAD DE IBARRA.

PROFORMA CAJA REGISTRADORA



\$430.00

SISTEMAS Y TECNOLOGÍA ECUADOR

PUNTOS DE VENTA-COMPUTADORES-EQUIPOS DE OFICINA-CAJAS

REGISTRADORAS-LECTORES DE CÓDIGOS DE BARRAS

VENTAS, CAPACITACIÓN ASESORAMIENTO, SERVICIO TÉCNICO,

REPUESTOS Y SUMINISTROS

SAM4S ER-350II

CARACTERÍSTICAS:

- AUTORIZADA POR EL S.R.I.
DISPLAY DE CRISTAL LIQUIDO
GAVETA DE DINERO METÁLICA
300 PRODUCTOS (PLUS)
16 DEPARTAMENTOS (GRUPOS)
12 LINEAS DE LOGOTIPO
IMPRESION MATRICIAL
IVA INCLUIDO Y EXCLUIDO
CERRADURA DE CONTROL

REPORTES: "X" (CONSULTA) Y "Z" (CIERRE)

TECLAS EN ESPAÑOL CON FUNCIONES DE: CANCELAR, DESCUENTO,
MULTIPLICACION, DEVOLUCIÓN, RECARGO, CREDITO, CHEQUE, EFECTIVO

SUMINISTROS:

CINTA ERC-39

ROLLOS DE PAPEL 57*70 SIMPLE / Q2 / Q3

PROFORMA COMPUTADOR



Características:

Procesador Intel Atom 1.8Ghz

Memoria RAM 2Gb DDR3

Disco Duro 320gb Sata

Case Atx Negro - Teclado, Mouse óptico, Parlantes

6 puertos USB.

Monitor led 15.6 última tecnología " (marca depende disponibilidad)

Computador completamente nuevo con un año de garantía!!

Incluye unidad de cd/dvd.

P.V.P.: \$ 350.00

PROFORMA CODIGO DE BARRAS



\$37.00

Sólo conecte al Puerto USB y en pocos segundos está listo para empezar a trabajar en cualquier sistema de facturación que disponga. Muy fácil uso inclusive en Microsoft Excel.

- Activación manual / exploración / detección automática (para la opción) continua, muy cómodo operativo.
- Rápida capacidad de decodificación con el Sistema de Procesamiento de Información Fuzzy Duzzy
- Apoyar la actualización remota de software

· Hasta 10.000 horas de vida del láser, pulse la tecla francés con la vida de 3 millones de veces más apremiantes.

· Soporte multi-interfaz: RS232/USB/KB,

Parámetro Técnico:

Fuente de luz

650 (láser visible)

Modelo de escaneado

sola línea bidireccional

Velocidad de exploración

200 ± 2 líneas / seg

Resolución

0.10mm (pcs0.9)

Ancho de barrido

Ventana de barrido de 30 mm, 220 mm 200 mm

Parámetro Físico:

Tamaño

Largo x Ancho x Profundidad máxima: 165mm × 63mm × 87mm

Peso

129g

ROFORMA DE PERCHAS



PERCHAS DE 2.00 MTRS., DE ALTURA X 1.10 MTRS., DE FRENTE X 0.45 MTRS.,
DE FONDO

4 BANDEJAS POR PERCHA PERCHAS EN LÁMINA DE 0.90MM., DE ESPESOR
CON 2 ALMAS DE REFUERZO

ANGULOS DE 1 1/2 X 1 1/2 X 2MM., DE ESPESOR CON REGATONES
ESCUADRADAS EN TODAS LAS PUNTAS

ACABADO EN PINTURA HORNEABLE COLOR NEGRO.

ESTADO 10/10.

ENTREGADAS A DOMICILIO.

\$125.00

PROFORMA VITRINAS



\$89.00

CON LAS SIGUIENTES MEDIDAS

118 CM. DE ALTURA

54 CM. DE ANCHO Y

44 CM. DE FONDO

SOY MERCADOLIDER

PROFORMA MUEBLES DE OFICINA



VENDO MUEBLES DE OFICINA MARCA EQ

ESTACIONES DE TRABAJO DESDE 129.99

BIBLIOTECAS DESDE 99 USD

SILLAS ESTATICAS DESDE 25 USD

MESAS DE REUNIONES DESDE 80

DIVISIONES DE OFICINA DESDE 55 USD

CREDENZAS DESDE 80 USD

SE PUEDE APRECIAR LOS MUEBLES SIN COMPROMISO DE COMPRA,

ESTAMOS POR EL SECTOR DE LA PLAZA ARTIGAS

PROFORMA ROTULOS



Le ofrecemos:

RÓTULOS VOLUMETRICOS O 3D

Iluminación led de alta calidad y durabilidad

Garantizado...! Tres Años en nuestro trabajo

Letras fabricadas en:

Told, Acero, MDF, Acrílico, etc.

También:

Vallas, Rótulos en pantalla, señalización,

y mucho más, visite nuestro web site.

¡Si piensa en Rótulos... Llámenos!

\$1.00

REGLAMENTO EXTERNO

Código del trabajo del Ecuador

Art. 1.- Ámbito de este Código.- Los preceptos de este Código regulan las relaciones entre empleadores y trabajadores y se aplican a las diversas modalidades y condiciones de trabajo.

Las normas relativas al trabajo contenidas en leyes especiales o en convenios internacionales ratificados por el Ecuador, serán aplicadas en los casos específicos a las que ellas se refieren.

Art. 2.- Obligatoriedad del trabajo.- El trabajo es un derecho y un deber social.

El trabajo es obligatorio, en la forma y con las limitaciones prescritas en la Constitución y las leyes.

Art. 3.- Libertad de trabajo y contratación.- El trabajador es libre para dedicar su esfuerzo a la labor lícita que a bien tenga.

Ninguna persona podrá ser obligada a realizar trabajos gratuitos, ni remunerados que no sean impuestos por la ley, salvo los casos de urgencia extraordinaria o de necesidad de inmediato auxilio. Fuera de esos casos, nadie estará obligado a trabajar sino mediante un contrato y la remuneración correspondiente.

TÍTULO I

DEL CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO

Art. 8.- Contrato individual.- Contrato individual de trabajo es el convenio en virtud del cual una persona se compromete para con otra u otras a prestar sus servicios lícitos y personales, bajo su dependencia, por una remuneración fijada por el convenio, la ley, el contrato colectivo o la costumbre. **Art. 9.- Concepto de trabajador.-** La persona que se obliga a la prestación del servicio o a la ejecución de la obra se denomina trabajador y puede ser empleado u obrero.

Art. 11.- Clasificación.- El contrato de trabajo puede ser:

Expreso o tácito, y el primero, escrito o verbal;

A sueldo, a jornal, en participación y mixto;

Por tiempo fijo, por tiempo indefinido, de temporada, eventual y ocasional;

A prueba;

Por obra cierta, por tarea y a destajo;

Por enganche;

Individual, de grupo o por equipo; y,

Por horas.

Art. 12.- Contratos expreso y tácito.- El contrato es expreso cuando el empleador y el trabajador acuerden las condiciones, sea de palabra o reduciéndolas a escrito.

A falta de estipulación expresa, se considera tácito toda relación de trabajo entre empleador y trabajador.

Art. 15.- Contrato a prueba.- En todo contrato de aquellos a los que se refiere el inciso primero

Si el empleador designare un jefe para el grupo, los trabajadores estarán sometidos a las órdenes de tal jefe para los efectos de la seguridad y eficacia del trabajo; pero éste no será representante de los trabajadores sino con el consentimiento de ellos.

Si se fijare una remuneración única para el grupo, los individuos tendrán derecho a sus remuneraciones según lo pactado, a falta de convenio especial, según su participación en el trabajo.

7. Llevar un registro de trabajadores en el que conste el nombre, edad, procedencia, estado civil, clase de trabajo, remuneraciones, fecha de ingreso y de salida; el mismo que se lo actualizará con los cambios que se produzcan;

8. Proporcionar oportunamente a los trabajadores los útiles, instrumentos y materiales necesarios para la ejecución del trabajo, en condiciones adecuadas para que éste sea realizado;

Art. 48.- Jornada especial.- Las comisiones sectoriales y las comisiones de trabajo determinarán las industrias en que no sea permitido el trabajo durante la jornada completa, y fijarán el número de horas de labor.

La jornada de trabajo para los adolescentes, no podrá exceder de seis horas diarias durante un período máximo de cinco días a la semana.

Art. 49.- Jornada nocturna.- La jornada nocturna, entendiéndose por tal la que se realiza entre las 19H00 y las 06H00 del día siguiente, podrá tener la misma duración y dará derecho a igual remuneración que la diurna, aumentada en un veinticinco por ciento.

Art. 50.- Límite de jornada y descanso forzoso.- Las jornadas de trabajo obligatorio no pueden exceder de cinco en la semana, o sea de cuarenta horas hebdomadarias.

Los días sábados y domingos serán de descanso forzoso y, si en razón de las circunstancias, no pudiere interrumpirse el trabajo en tales días, se designará otro tiempo igual de la semana para el descanso, mediante acuerdo entre empleador y trabajadores.

Art. 278.- Multas a los trabajadores.- El Juez del Trabajo, a petición del empleador, podrá imponer multas a los trabajadores por la obra defectuosa. Ninguna multa será mayor a la sexta parte de la remuneración pagada por ella.

Art. 279.- Fijación de sueldos, salarios básicos y remuneraciones básicas mínimas unificadas.- Las comisiones sectoriales y las de trabajo, en los respectivos lugares, fijarán los sueldos, salarios básicos y remuneraciones básicas mínimas unificadas por día o por obra, para los trabajadores a domicilio, procediendo de oficio o a solicitud de parte.

Las decisiones se tomarán por mayoría de votos de los miembros presentes de la comisión y, en caso de empate, decidirá el presidente.

REGLAMENTO INTERNO

JORNADA Y HORARIO DE TRABAJO

Artículo 10.- La Jornada Ordinaria de trabajo es de ocho (08) horas diarias.

Artículo 11.- El horario de trabajo, es el siguiente:

De Lunes a Viernes, de 08:00 a 16.30 hrs. Incluido 60 minutos de refrigerio.

Los horarios de trabajo podrán ser fijados, variados y/o adecuados de acuerdo a las actividades principales de la Empresa y a las necesidades de cada sucursal en coordinación

con la Gerencia Administrativa. Todo trabajador deberá iniciar sus labores puntualmente de acuerdo al horario que fije la Empresa con sujeción a la ley. Los trabajadores en la hora de ingreso tendrán una tolerancia diaria de quince (15) minutos y un máximo acumulable mensual de sesenta (60) minutos. Cualquier régimen especial será establecido por la Gerencia General.

Artículo 12.- Las tardanzas serán acumuladas y descontadas mensualmente, cuando estos superen la tolerancia establecida, deduciendo los primeros sesenta minutos de tolerancia, de acuerdo a la siguiente escala:

NORMAS DE CONTROL DE ASISTENCIA AL TRABAJO

Artículo 15.- El tiempo efectivo de trabajo se computará mediante registro personal e individual de la hora de ingreso y salida, con su respectivo fotocheck y en su ausencia en la "Tarjeta de Control de Asistencia". Dicha omisión dará lugar a ser considerado como falta.

Artículo 16.- Se encuentran prohibidas las conductas siguientes:

1. Marcar tarjetas y fotochecks ajenos.
2. Retirar las tarjetas de control de asistencia de su respectivo tarjetero para obstaculizar o impedir el marcado del ingreso o salida.
3. Alterar o modificar la hora señalada en los relojes de control, por cualquier trabajador que no cuente con la autorización respectiva.
4. Omitir firmar la tarjeta de control al momento del ingreso o salida. En caso de incumplimiento, la falta será sancionada de acuerdo a lo estipulado en la parte pertinente del presente Reglamento.

Artículo 17.- En caso de no existir relojes marcadores de tiempo, la dependencia respectiva dispondrá el medio a través del cual se registre la asistencia y puntualidad.

SANCIONES

- Al funcionario de dirección y/o personal de confianza que manteniendo la relación de parentesco a que hace referencia el literal m del presente artículo, contrata o ejerce alguna injerencia para la contratación de sus parientes.

- Al funcionario respecto del cual se ejerce la injerencia directa o indirecta antes mencionada, si la función o cargo ejercido es de confianza, el nombramiento quedará sin efecto o, se resolverá el contrato, según corresponda.

El periodo de suspensión dependerá de la gravedad de la falta y no podrá ser mayor a ciento ochenta (180) días calendarios. En caso de reincidencia, la sanción será la destitución o resolución del contrato.

Si al momento de determinarse la sanción aplicable la persona responsable del acto de nepotismo ya no tuviese la condición de personal de Dirección y/o trabajador de confianza, la sanción será la que al respecto establezca la Legislación Vigente.

Materiales Escolares



FAIBO AFILALAPICES DE ALUMINIO REF. 2001

FAIBO AFILALAPICES DE ALUMINIO REF. 2001



**FAIBO AFILALAPICES DE PLASTICO RECTO
COLORES SURTIDOS REF. P02**

FAIBO AFILALAPICES DE PLASTICO RECTO COLORES
REF. P02



BIC BOLIGRAFO CRISTAL PUNTA MEDIA ROJO

El precio no incluye

BIC BOLIGRAFO CRISTAL PUNTA MEDIA ROJO. EL BIC DE TODA
VIDA. ECONÓMICO Y RESISTENTE. REFERENCIA 8373611



**FAIBO REGLA DE PLASTICO PLANA TRANSPARENTE
20 CM REF. 41120**

FAIBO REGLA DE PLASTICO PLANA TRANSPARENTE
41120



BOLIGRAFO BIC CRISTAL PUNTA MEDIA NEGRO

El precio no incluye

BOLIGRAFO BIC CRISTAL PUNTA MEDIA. EL BIC DE TODA LA VIDA
ECONÓMICO Y RESISTENTE. COLOR NEGRO REF. 8373631



BIC BOLIGRAFO CRISTAL

El precio no incluye

EL CLÁSICO BOLÍGRAFO BIC .EL MÁS CONOCIDO EN EL MUNDO
AHORA LO TIENES AL MEJOR PRECIO POSIBLE EN OFITERRA



**ELBA ARCHIVADOR RADO JASPEADO.LOMO DE
80MM.FORMATO A4.ETIQUETA EN LOMO.CANTONERAS
METALICAS.REF.1042800**

ELBA ARCHIVADOR RADO JASPEADO.LOMO DE 80MM.FORM
A4.ETIQUETA EN LOMO.CANTONERAS METALICAS.REF. 1042



ELBA ARCHIVADOR RADO TOP FORMATO A4 LOMO 80 MM.FORRADO EN PP COLOR VERDE.CANTONERAS Y RADO.REF.1045602



CALCULADORA ECOLÓGICA DE BOLSILLO CON 8 DIGITOS

CALCULADORA ECOLÓGICA DE BOLSILLO AS-8 CON TAPA DURA. CALCULADORA FABRICADA CON PRODUCTOS RECICLADOS



BIC BOLIGRAFO CRISTAL PUNTA MEDIA AZUL

El precio no incluye impuestos

BIC BOLIGRAFO CRISTAL PUNTA MEDIA COLOR AZUL. EL MÁS CONOCIDO DE TODOS LOS BOLÍGRAFOS. REFERENCIA 837360



BOLÍGRAFO ECOLÓGICO

BOLÍGRAFO ECOLÓGICO. COMPRAR BOLÍGRAFO Y REGALAR. BOLI ECOLÓGICO DE REGALO DE EMP



**NAVIGATOR PAQ. 500 HOJAS PAPEL HYBRID
FORMATO A3 80 G**

NAVIGATOR PAQUETE 500 HOJAS PAPEL HYBRID FOR
G. ¡PAPEL NAVIGATOR ECOLÓGICO! REFERENCIA 006



PAPEL A4 RECICLADO PAQUETE DE 500 HOJAS

Su papel de categoría superior 30% reciclado La blancu
de la familia NAUTILUS® Fibras 30% recicladas en la ca



**COMPRAR MEMORIA USB ECOLÓGICA
PERSONALIZABLE**

COMPRAR MEMORIA USB ECOLÓGICA PERSONALIZ
EN OFERTA. EL PRECIO INCLUYE MARCAJE A DOS C