



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO COMERCIAL**

TEMA

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA UNA EMPRESA
COMERCIALIZADORA DE SUMINISTROS DE OFICINA ONLINE EN
LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**

TUTOR

MAE., WLADIMIR DEL ROSARIO ALVARADO

AUTOR

JENNIFER LISSETT MATAMORO GUEVARA

GUAYAQUIL

2019



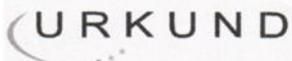
REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	
FICHA DE REGISTRO DE TESIS	
TÍTULO Y SUBTÍTULO: Estudio de factibilidad para una empresa comercializadora de suministros de oficina online en la ciudad de Guayaquil	
AUTOR/ES: Matamoro Guevara Jennifer Lissett	REVISORES O TUTORES: MAE. Del Rosario Alvarado Wladimir
INSTITUCIÓN: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	Grado obtenido: Ingeniero Comercial
FACULTAD: ADMINISTRACIÓN	CARRERA: INGENIERÍA COMERCIAL
FECHA DE PUBLICACIÓN: 2019	N. DE PAGS: 107
ÁREAS TEMÁTICAS: Educación Comercial y Administración	
PALABRAS CLAVE: Factibilidad, Empresa, Comercialización, Oficina	
RESUMEN: El actual estudio tiene como objetivo evaluar la factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de suministros de oficina online en la ciudad de Guayaquil. En la ciudad existen empresas que se dedican a la venta de suministros de oficina en sus propios locales brindando la atención directa a los clientes, es decir de la manera tradicional acudiendo al establecimiento para adquirir lo requerido. En estos tiempos la tecnología es un recurso muy importante para las empresas y de ésta	

manera hay que recurrir a ella para aprovechar los beneficios que conlleva el uso de la misma, es así que se espera adaptar este canal vía online para llegar a los clientes en este negocio y tener un valor agregado frente a la competencia existente en este sector, brindando una mejor alternativa de compra a los consumidores para obtener los beneficios esperados para la empresa.

Se espera abarcar aquel segmento de mercado que aún no haya sido satisfecho con las empresas ya existentes, teniendo una accesibilidad oportuna al momento de abastecerse de los suministros de oficina en cualquier momento en el que sean solicitados y adquirir un surtido inventario de los mejores proveedores para así brindar la mejor calidad en los productos.

N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTOR/ES: Matamoro Guevara Jennifer Lissett	Teléfono: 0988808840	E-mail: jennifer_lmg@hotmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	<p>PHD. Rafael Iturralde, Decano</p> <p>Teléfono: 2596500 Ext. 201 DECANATO</p> <p>E-mail: riturraldes@ulvr.edu.ec</p> <p>MSC. Oscar Machado (Director de Carrera)</p> <p>Teléfono: 2596500 Ext. 203</p> <p>E-mail: omachadoa@ulvr.edu.ec</p>	

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO



Urkund Analysis Result

Analysed Document: Estudio de factibilidad final [REDACTED].docx
(D51140383)
Submitted: 4/26/2019 6:31:00 PM
Submitted By: [REDACTED]@ulvr.edu.ec
Significance: 4 %

Sources included in the report:

tesis final (5).docx (D48223013)
TESIS UTILES ESCOLARES.docx (D13438305)
Tesis Plan de negocios URKUND.docx (D22791648)
TESIS-FINAL-MALAVÉ-Y-VERA.docx (D34715143)
Tesis Feb indice final.docx (D13218276)
<https://olmedoalvarez.com/>
<http://www.globalsumec.com/website/>
<https://ecuadatos.com/mervasa-s-a/>
<http://www.penaca.com/>

Instances where selected sources appear:

12

**DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS
PATRIMONIALES**

El estudiante egresado JENNIFER LISSETT MATAMORO GUEVARA, declara bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, Estudio de factibilidad para una empresa comercializadora de suministros de oficina online en la ciudad de Guayaquil, corresponde totalmente a el suscrito y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autor

Firma:



JENNIFER LISSETT MATAMORO GUEVARA

C.I. 092724134-9

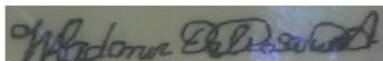
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación Estudio de factibilidad para una empresa comercializadora de suministros de oficina online en la ciudad de Guayaquil, designado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: Estudio de factibilidad para una empresa comercializadora de suministros de oficina online en la ciudad de Guayaquil, presentado por los estudiantes JENNIFER LISSETT MATAMORO GUEVARA como requisito previo, para optar al Título de INGENIERO COMERCIAL, encontrándose apto para su sustentación.

Firma:



MAE., WLADIMIR DEL ROSARIO ALVARADO

C.C. 091281964-6

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradezco a Dios por darme la sabiduría y fortaleza para llegar al final de esta meta tan anhelada, a mi esposo por su apoyo incondicional en todo este tiempo, a mis hijos por ser la motivación diaria para seguir adelante, a mis padres y a toda mi familia que con cada gesto de ayuda me han dado la inspiración para llegar hacia mi objetivo final. A la universidad, a mi tutor y a cada profesor que aportó con sus conocimientos y experiencia en esta etapa estudiantil para forjar a una gran profesional.

DEDICATORIA

Este proyecto de investigación se lo dedico a Dios por llenarme de salud y bendiciones cada día de mi vida.

A mi esposo por su ayuda incondicional, por sus consejos brindados en cada etapa por la que he pasado para llegar hasta mi meta.

A mis padres porque siempre inculcaron en mí los buenos valores y me brindaron la mejor enseñanza en mi vida estudiantil.

ÍNDICE GENERAL

Contenido

AGRADECIMIENTO	vii
DEDICATORIA.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
Contenido	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS	xv
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	2
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	2
1.1 Tema.....	2
1.2 Planteamiento del Problema	2
1.3 Formulación del Problema.....	4
1.4 Sistematización del Problema	5
1.5 Objetivos de la investigación.....	5
1.5.1 Objetivo General.....	5
1.5.2 Objetivos Específicos.....	5
1.6 Justificación	5
1.7 Delimitación del Problema	6

1.8	Idea a defender	7
1.9	Línea de Investigación Institucional/Facultad	7
CAPÍTULO II		8
MARCO TEÓRICO		8
2.1	Marco Teórico referencial	8
2.1.1	Estado del Arte	8
2.2	Bases Teóricas	9
2.2.1	Estudio de factibilidad	12
2.2.2	Estudio de mercado.....	13
2.2.3	Estructura Organizacional.....	15
2.2.4	Estudio Financiero	16
2.3	Marco Conceptual	17
2.4	Marco Legal	18
2.4.1	Proceso para la constitución electrónica de compañías	18
2.4.2	Proceso que se realiza a nivel municipal	19
CAPÍTULO III		21
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN		21
3.1	Tipo de Investigación	21
3.2	Enfoque de la Investigación.....	21
3.3	Técnicas de Investigación.....	21

3.4 Población y muestra	21
3.5 Presentación y análisis de los resultados de encuestas.....	22
3.6 Resultados de las encuestas	29
CAPÍTULO IV	30
PROPUESTA.....	30
4.1 Tema	30
4.2 Justificación de la propuesta.....	30
4.3 Estudio de factibilidad	30
4.3.1 Cinco fuerzas de Porter	30
4.3.2 Análisis FODA	35
4.3.3 Diagrama CANVAS	36
4.4 Estudio de mercado	37
4.4.1 Canal de distribución	37
4.4.2 Ubicación del negocio.....	37
4.4.3 Marketing Mix.....	38
4.5 Plan Estratégico.....	44
4.5.1 Nombre de la empresa	44
4.5.2 Misión	45
4.5.3 Visión.....	45
4.5.4 Valores Corporativos	45

4.5.5 Organigrama de la empresa	46
4.5.6 Logotipo	47
4.5.7 Mapa de procesos	47
4.6 Análisis Financiero.....	48
4.6.1 Inversión en activos	48
4.6.2 Depreciación Propiedad, Planta y Equipo.....	50
4.6.2.1 Detalle Depreciación Propiedad, Planta y Equipo	51
4.6.3 Capital de trabajo	52
4.6.4 Gastos Administrativos	54
4.6.5 Inversión Inicial	59
4.6.6 Préstamo Bancario	60
4.6.7 Detalle de gastos.....	61
4.6.8 Estado de Situación Inicial.....	62
4.6.9 Estado de Resultados	63
4.6.10 Flujo de caja puro	70
4.6.11 Flujo de caja del inversionista	72
4.6.12 Punto de Equilibrio	74
CONCLUSIONES.....	77
RECOMENDACIONES.....	78
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	79

ANEXOS	82
ANEXO 1: Formato de Encuesta.....	82
ANEXO 2: COTIZACIONES	84
ANEXO 3: Evidencia fotográfica.....	91

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Frecuencia de abastecimiento de suministros de oficina	22
Tabla 2. Lugares de adquisición de los suministros de oficina.....	23
Tabla 3. Características de preferencia compra vía online	24
Tabla 4. Lugares con servicio a domicilio	25
Tabla 5. Suministros de oficina más solicitados	26
Tabla 6. Forma de pago	27
Tabla 7. Disposición de cambio de forma de compra	28
Tabla 8. Matriz FODA.....	35
Tabla 9. Modelo de negocios CANVAS	36
Tabla 10. Lista de productos	38
Tabla 11. Lista de productos con precios	39
Tabla 12. Lista de productos con precios de la competencia PAPELESA.....	40
Tabla 13. Lista de productos con precios de la competencia COMSUCRE.....	41
Tabla 14. Inversión Propiedad, Planta y Equipo	49
Tabla 15. Depreciación Propiedad, Planta y Equipo	50
Tabla 16. Depreciación Muebles y Enseres	51
Tabla 17. Depreciación Equipos de Oficina	51
Tabla 18. Depreciación Equipos de Computación	52
Tabla 19. Capital de trabajo	52
Tabla 20. Inventario primer mes	53
Tabla 21. Sueldos del personal.....	54
Tabla 22. Sueldos del personal Año 1	54

Tabla 23. Sueldos del personal Año 2	55
Tabla 24. Sueldos del personal Año 3	55
Tabla 25. Sueldos del personal Año 4	55
Tabla 26. Sueldos del personal Año 5	56
Tabla 27. Detalle de servicios básicos.....	57
Tabla 28. Alquiler.....	58
Tabla 29. Inversión Inicial	59
Tabla 30. Amortización de la deuda.....	60
Tabla 31. Financiamiento.....	60
Tabla 32. Gastos de mantenimiento	61
Tabla 33. Otros Gastos	61
Tabla 34. Estado de Situación Inicial	62
Tabla 35. Estado de Resultados.....	63
Tabla 36. Proyección de ventas.....	64
Tabla 37. Proyección de ventas.....	65
Tabla 38. Proyección de compras.....	67
Tabla 39. Proyección de compras.....	68
Tabla 40. Flujo de caja puro.....	70
Tabla 41. Flujo de caja del inversionista	72
Tabla 42. VAN y TIR	73
Tabla 43. Punto de Equilibrio	74
Tabla 44. Punto de Equilibrio	75

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Estructura de empresas por actividad económica.....	2
Figura 2. Actores en el sector del papel y cartón	3
Figura 3. Delimitación geográfica.....	6
Figura 4. El mercado del proyecto	14
Figura 5. Estructura del análisis de mercado	14
Figura 6. Elementos clave en el diseño organizacional.....	16
Figura 7. Frecuencia de abastecimiento de suministros de oficina	22
Figura 8. Lugares de adquisición de los suministros de oficina.....	23
Figura 9. Características de preferencia compra vía online	24
Figura 10. Lugares con servicio a domicilio	25
Figura 11. Suministros de oficina más solicitados	26
Figura 12. Forma de pago	27
Figura 13. Disposición de cambio de forma de compra	28
Figura 14. Página web Papelesa.....	31
Figura 15. Página web COMSUCRE	31
Figura 16. Página web Súper Paco	32
Figura 17. Página web Olmedo Álvarez.....	32
Figura 18. Página web Surtiooffice	33
Figura 19. Página web Suker S.A.....	33
Figura 20. Cadena de suministro SumiOffice online	37
Figura 21. Ubicación del negocio.....	37
Figura 22. Página web de SumiOffice online	42

Figura 23. Correo electrónico SumiOffice online	43
Figura 24. Página de facebook SumiOffice online.....	43
Figura 25. Red social Instagram SumiOffice online	44
Figura 26. Valores corporativos	45
Figura 27. Organigrama de la empresa.....	46
Figura 28. Logotipo de la marca	47
Figura 29. Mapa de procesos	47
Figura 30. Cotizador empresa delivery Picker	48
Figura 31. Gráfico Punto de Equilibrio	76
Figura 33. Cotización laptops	84
Figura 34. Cotización impresoras.....	85
Figura 35. Cotización muebles para la oficina.....	85
Figura 36. Cotización teléfonos	86
Figura 37. Cotización muebles para la oficina.....	86
Figura 38. Cotización escritorios.....	87
Figura 39. Cotización de perchas	87
Figura 40. Cotización de archivadores	88
Figura 41. Cotización de vehículo.....	88
Figura 42. Cotización página web.....	89
Figura 43. Cotización de suministros en UTIMPOR	90
Figura 44. Evidencia fotográfica.....	91

INTRODUCCIÓN

El actual trabajo de investigación tiene como objetivo central evaluar la factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de suministros de oficina online en la ciudad de Guayaquil.

En la ciudad existen empresas que se dedican a la venta de suministros de oficina en sus propios locales, brindando atención directa a los clientes, es decir, de forma tradicional acudiendo al establecimiento para adquirir lo requerido.

Sin embargo, en estos tiempos la tecnología constituye un recurso fundamental para las empresas y de ésta manera hay que recurrir a ella para aprovechar los beneficios que conlleva el uso de la misma; es así que se espera adaptar un canal vía online para llegar a los clientes y tener un valor agregado frente a la competencia existente en este sector, brindando una mejor alternativa de compra a los consumidores, para obtener mayores beneficios para la empresa.

Se espera abarcar aquel segmento de mercado que aún no ha sido satisfecho con las empresas ya existentes, teniendo una accesibilidad oportuna al momento de abastecerse de los suministros de oficina en cualquier momento en el que sean solicitados, por lo que se debe adquirir un surtido inventario de los mejores proveedores para así brindar la mejor calidad en los productos.

CAPÍTULO I

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Tema

Estudio de factibilidad para una empresa comercializadora de suministros de oficina online en la ciudad de Guayaquil.

1.2 Planteamiento del Problema

La venta de suministros de oficina en Ecuador, se encuentra dentro del rubro de actividad comercial y es uno de las más importantes del país. Los suministros en las empresas son parte fundamental en las actividades diarias para el desarrollo de las funciones administrativas y requieren del abastecimiento de una diversidad de productos, además que la cantidad de insumos requeridos depende del tamaño de la empresa y de la actividad a la que se dedique.

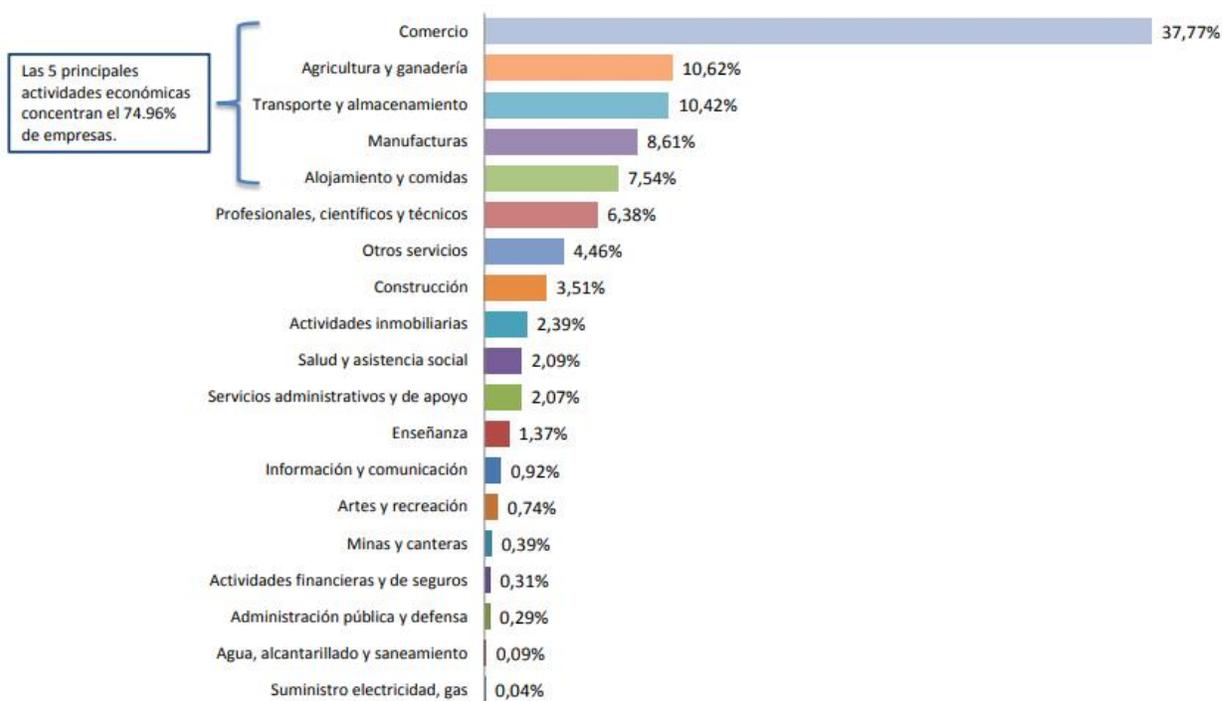


Figura 1. Estructura de empresas por actividad económica

Fuente: (INEC E. e., 2015)

Como se puede apreciar en la figura 1 en el país existen diferentes actividades económicas a las que se dedican las empresas, y dentro de las cinco principales se encuentra en el primer lugar el comercio con el 37,7%; al cual pertenece el rubro de suministros de oficina. (INEC E. e., 2015)

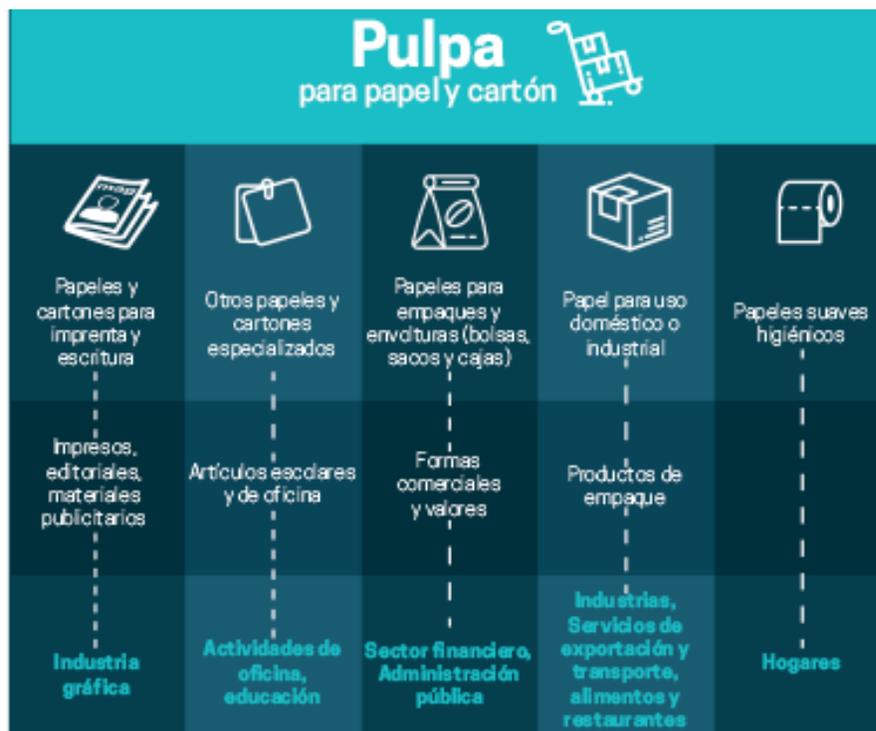


Figura 2. Actores en el sector del papel y cartón

Fuente: (EKOS, 2017)

Como se puede apreciar en la figura 2 existen diferentes destinos en el sector del papel y cartón para satisfacer los diferentes requerimientos de la población y dentro de esta clasificación se lo encuentra como actividades de oficina, educación refiriéndose a los artículos escolares y de oficina u otros papeles y cartones especializados. (EKOS, 2017)

“Según el censo económico del INEC, en el país funcionan unas 13.559 papelerías.” Las papelerías ofrecen el servicio de atención tradicional al cliente que es la venta directa en el establecimiento que es visitado por los consumidores. (Tapia, 2015).

Sin embargo, pese al número de tiendas físicas que existen en la urbe porteña para adquirir suministros y útiles de oficina, el caótico tráfico que se forma en las principales avenidas del centro y norte de Guayaquil, especialmente en horas pico; las colas interminables que se dan en los locales, sobretodo en fechas como marzo, abril y mayo por la entrada de estudiantes a los colegios, y por ocasiones especiales que se ofrecen descuentos, complican la adquisición de útiles y suministros de oficina de forma física, por lo que la alternativa de adquirir estos productos vía online resulta muy atractiva, sobre todo por el ahorro en tiempo y costos en trasladarse de un lugar a otro, e incluso por evitar molestias o contratiempos durante las aglomeraciones que se dan, especialmente en fechas de ingreso escolar.

Las empresas virtuales se han venido gestando con fuerza desde los últimos años del siglo XX. Según un estudio desarrollado por la página web Apolo.es, hoy se observa un cambio en los hábitos de consumo tradicionales que aprovechan estos entes virtuales para captar consumidores. Esto les permite tener presencia en prácticamente todo el mundo con una utilización mínima de recursos y la transacción se realiza rápidamente y permite ahorrar tiempo y costo al usuario consumidor. (Freire)

Habiendo obtenido la información sobre las ventajas de la venta de suministros de oficina online, he aquí donde se percibe la oportunidad de negocio para aprovechar las herramientas tecnológicas y presentar una alternativa de compra para los consumidores que buscan ahorrar tiempo y necesitan abastecerse de los suministros de una manera rápida desde la comodidad de sus puestos de trabajos o del lugar desde donde se encuentren con sólo disponer de un dispositivo que les permita realizar sus compras vía online.

1.3 Formulación del Problema

¿Qué tan factible sería la implementación de una empresa comercializadora de suministros de oficina vía online en la ciudad de Guayaquil?

1.4 Sistematización del Problema

¿Cuáles son las preferencias actuales de los consumidores de suministros de oficina?

¿Cómo debe ser la estructura organizacional de la empresa comercializadora de suministros de oficina?

¿Es factible la inversión para la empresa comercializadora de suministros de oficina online?

1.5 Objetivos de la investigación

1.5.1 Objetivo General

Elaborar un estudio de factibilidad para una empresa comercializadora de suministros de oficina online en la ciudad de Guayaquil.

1.5.2 Objetivos Específicos

1. Determinar la situación actual del mercado de suministros de oficina online.
2. Analizar la estructura organizacional de la empresa.
3. Determinar la factibilidad de la empresa comercializadora de suministros de oficina online.

1.6 Justificación

Las razones para llevar a cabo este estudio de factibilidad es que se busca diferenciar de la competencia existente con la creación de una empresa comercializadora añadiendo un valor agregado frente a los competidores, brindando una mejor alternativa de compra a los consumidores para obtener los beneficios esperados para la empresa, con la adquisición de los productos vía online.

Las empresas, en su afán de captar más clientela, han sabido aprovechar la Internet y el comercio electrónico como una gran oportunidad para obtener nuevos clientes, pues son numerosas las ventajas que presenta esta modalidad de comercio, tanto para las compañías como para los propios usuarios. En el caso de las empresas, estas reducen sus gastos en infraestructura, mantenimiento, personal, etc.; mientras que en el caso del cliente, este ahorra en

tiempo y dinero evitando desplazamientos, pudiendo comprar cualquier cosa con un dispositivo conectado a internet, desde cualquier lugar y momento, y hacer que este le llegue cómodamente a su hogar u oficina. Entre las ventajas que aporta la compra de material de oficina vía online es que se puede encontrar un stock disponible prácticamente ilimitado, el ahorro para los clientes también viene dado por que se evitan los desplazamientos y las pérdidas de tiempo, recibiendo todo el material que necesitan, cómodamente, en el lugar indicado, además de la facilidad que nos ofrecen las plataformas de las papelerías online para realizar todo el proceso de compra en pocos pasos. Y es que, ante la creciente demanda, las tiendas online han evolucionado mucho desde sus comienzos para poder satisfacer las necesidades de unos clientes cada vez más exigentes y mejorar la experiencia de usuario para fidelizarlos. (Amazings)

Se espera adquirir un surtido inventario de los mejores proveedores para así brindar la mejor calidad en los productos.

1.7 Delimitación del Problema

Delimitación geográfica: Ciudad de Guayaquil.

Delimitación temporal: junio 2018 a mayo 2019

El estudio será realizado en la ciudad de Guayaquil, el alcance se ha determinado debido a la poblada concentración de empresas ubicadas en la ciudad.

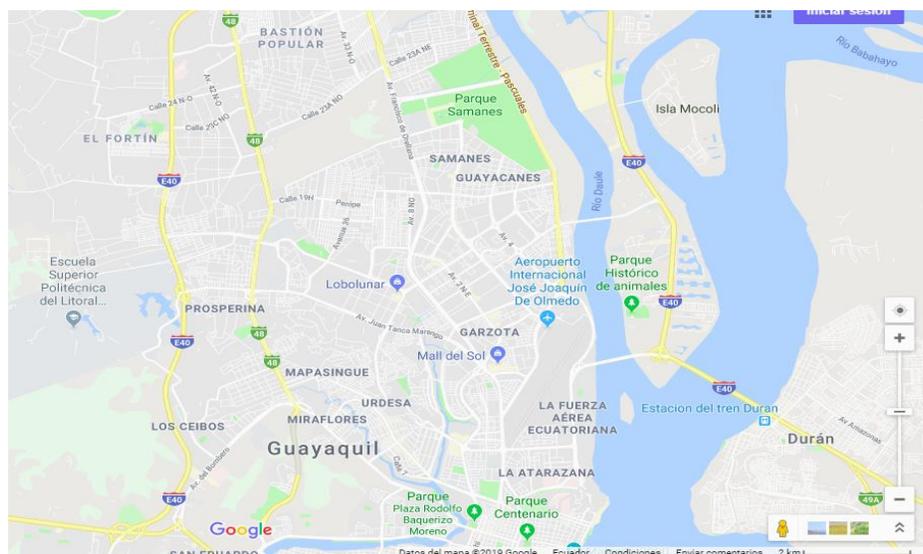


Figura 3. *Delimitación geográfica*

Fuente: (Maps)

1.8 Idea a defender

Con el estudio de factibilidad se determinará la viabilidad de la creación de una empresa comercializadora de suministros de oficina online para su puesta en marcha dentro del mercado guayaquileño.

1.9 Línea de Investigación Institucional/Facultad

Línea 4. Desarrollo estratégico empresarial y emprendimientos sustentables.

Dominio 1. Emprendimientos sustentables y sostenibles con atención a sectores tradicionalmente excluidos de la economía social y solidaria.

Líneas de Facultad. Marketing, comercio y negocios globales.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Marco Teórico referencial

2.1.1 Estado del Arte

- Las autoras Nancy Juliana Andrade Asencio y Norma Cecilia Escobar Vargas en Abril del 2013, en la Universidad Estatal en Milagro realizaron el tema “*Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la venta de artículos académicos y de oficina en el sector sur de la ciudad de Milagro y sus sectores aledaños*”, cuyo objetivo fue determinar de qué manera influye la falta de disponibilidad de artículos académicos y de oficina en el sector sur de la ciudad de Milagro y sectores aledaños en los niveles de satisfacción de las personas de dichos lugares para proporcionar estos artículos a la comunidad mediante un análisis de la necesidad del mercado. (Escobar, 2013)

Las autoras indican lo siguiente como resumen: Varios sectores dentro del cantón Milagro han sido objeto de grandes desarrollos, uno de ellos es la Ciudadela Judith Ortega que ha mejorado notablemente varios aspectos. Pero de igual forma aún existen muchos aspectos por mejorar, necesidades que se encuentran latentes y que solamente se requiere de explotar correctamente y hacer uso de las ventajas que presenta el medio actual.

El presente proyecto tiene como propósito crear una microempresa que se enfoque en la venta de diferentes tipos de artículos escolares y suministros de oficina en las ciudadelas del sector sur del cantón Milagro. Actualmente no existe un local que ofrezca variedad de dichos artículos en un sector estratégico de la ciudadela, únicamente algunos bazares o tiendas de forma informal, ya que no tienen todo lo que los consumidores necesitan. Por lo tanto el servicio no es bueno ya que no existen personas preparadas para hacerlo. Es por eso que un grupo considerable de personas tiene que trasladarse a acudir a lugares lejanos o sectores céntricos de la ciudad para adquirir estos productos, para niños de escuelas, estudiantes universitarios y demás personas en general que requieren dichos elementos para realizar tareas y cumplir con obligaciones laborales.

En vista de estos inconvenientes que se han dado en los usuarios, estos exigen un nuevo servicio que se ajuste a sus necesidades, con excelente calidad de servicio para el cliente. Por este motivo surge la idea de implementar este proyecto con el único propósito de mejorar la calidad de vida e incrementar la satisfacción de los habitantes de la ciudadela brindándole un excelente servicio y poder cumplir con cada una de las expectativas. (Escobar, 2013)

- Las autoras Magaly Del Pilar García Portilla y Victoria Estefanía Villafuerte Poveda en Julio del 2017, en la Universidad Estatal en Guayaquil realizaron el tema “*Estudio de factibilidad para la creación de una empresa distribuidora de suministros de oficina y útiles escolares en la ciudad de Guayaquil para una organización de discapacitados*”, cuyo objetivo fue estudiar la factibilidad de una importadora de suministros de oficinas y útiles escolares para organizaciones de discapacitados en la ciudad de Guayaquil. (García, 2017)

Las autoras indican lo siguiente como resumen: La necesidad de fortalecer la enseñanza de personas con discapacidad en el Ecuador determina la necesidad de la disponibilidad de materiales educativos para instituciones de educación especial. En consecuencia, la presente investigación tiene como objetivo realizar una evaluación de factibilidad operativa, comercial y financiera de una empresa importadora de suministros de oficina y los útiles escolares para personas con capacidades especiales en la ciudad de Guayaquil. Teniendo en consideración la existencia de instituciones educativas especializadas para este segmento de la población se realizó las proyecciones financieras y técnicas. Con una tasa de descuento del 12,10% el flujo de caja del proyecto genera un Valor actual neto (VAN) de \$26.411,85; la Tasa Interna de Rentabilidad (TIR) es del 17,30%; siendo la rentabilidad que genera el proyecto es mayor que la rentabilidad exigida, por lo tanto, esto determina que el proyecto es viable. Adicionalmente, los accionistas recuperan su inversión en 4.5 años. (García, 2017)

2.2 Bases Teóricas

La papelería en evolución: La papelería online

La palabra papelería es la que se utiliza normalmente para designar a todos los productos que se realizan en base al papel. Por lo general, la papelería incluye no solamente a este producto, conocido y utilizado en gran cantidad, sino a todos sus derivados: también el cartón y sus diversos tipos, los papeles de alto gramaje, los papeles de seda, los papeles teñidos y coloreados, impresos o estampados.

Pero permanecer activa durante el tiempo no implica permanecer estancada y, una de las características más importantes que ha desarrollado la papelería en los últimos tiempos, es la enorme variedad de productos que se ofrecen a los consumidores.

Y como especialidad laboral de servicios a empresas, oficinas y pymes de todo tipo que es, es su deber adaptarse y evolucionar con los tiempos, añadiendo a la gran cantidad de servicios que de por sí ya ofrece, el de atender a un público a través de las redes, subiéndose al tren de la comunicación para ofertar sus servicios a una sociedad cada vez más dependiente de internet y su forma de actuar y proceder.

La gran ventaja de abrir la comunicación online con los clientes no es solo la comodidad de evitar los desplazamientos para elegir el producto y realizar las compras. (Región)

La utilidad de la papelería online

Dentro de la estructura de cualquier empresa, acceder de manera rápida y eficaz al material de oficina tiene un papel destacado para el desempeño de la actividad, las empresas viven con un pie en la calle física y otro en la realidad virtual, y no estar dentro de este segundo mundo, acarrea la imposibilidad de alcanzar gran parte del potencial clientela existente.

Los encargos se hacen de manera más fluida y la comunicación más rápida y efectiva, con lo que la producción de la empresa también se agiliza y aumenta. Además, la competencia que existe en las redes hace que aparezca la oportunidad de encontrar una buena papelería online.

El material de oficina juega un papel muy importante en el entorno empresarial, ya que estos elementos se encuentran presentes en cualquier actividad del día a día, tanto en la actividad interna de la empresa como en la relación con los clientes. Tener a un único proveedor de este material implica el conocimiento necesario de las directrices del cliente, con lo que se favorecerá mucho más el estilo y funcionalidad de los productos destinados a tal fin. (Región)

La importancia del material de oficina en la empresa

Las empresas es imprescindible que dispongan de un buen suministro de materiales de oficina para responder a las necesidades de los empleados.

Cuando los emprendedores están preparando la apertura de nuevas oficinas y negocios tienen que prestar atención a una serie de aspectos fundamentales. Su principal preocupación consiste en asegurarse de que todo funciona de manera adecuada en el entorno de la empresa para que el inicio del negocio vaya como la seda. Y eso significa, entre otras cosas, asegurarse de que todos los empleados de su empresa disponen del material de oficina adecuado para poder realizar su trabajo de la mejor manera posible.

Aunque con el paso de los años han cambiado las necesidades que tienen las oficinas, sobre todo gracias al simplificado de procesos por medio de la tecnología e Internet, hay multitud de consumibles que resultan simplemente imprescindibles. El material de oficina reúne una serie de productos que van a usar todos los departamentos y que ayudan en el desarrollo del día a día. Es un grupo de artículos en el cual se engloban productos como cajas, organizadores, portadores, apoya libros y otros complementos similares.

La idea es que el entorno de la oficina pueda estar ordenado y bien organizado desde el primer día, puesto que si algo es habitual es que a medida que pase el tiempo sea cada vez más complicado imponer orden en todos los papeles que entran y salen de la empresa. Por ello disponer de archivadores donde almacenar documentos y factoras, cajas en las que guardar productos que no puedan ser destruidos con el paso del tipo y otros sistemas de almacenaje, resultan factores imprescindibles a tener en cuenta desde el primer día.

La tecnología y la informática también recurren a un necesario suministro de recursos de material de oficina económico que debe estar en constante llegada a la oficina. Uno de los productos que más se gastan en todo tipo de empresas es la tinta de impresora, lo que implica que es vital disponer de un buen suministro para que nunca se agote y deje a los empleados sin la oportunidad de imprimir documentos. (economía)

Comprar online para mayor comodidad

Ante la necesidad de conseguir todos los suministros adecuados para mantener la oficina bien provista de forma absoluta, es recomendable que las empresas puedan confiar en proveedores que dispongan de un amplio abanico de productos. La intención es que un mismo proveedor proporcione todo aquello que pueda resultar necesario en la oficina, ya sea que hablemos de componentes tecnológicos, de suministros a nivel de papelería o de otros productos, como mobiliario.

Este tipo de tiendas online pensada para profesionales es lo que permite que las empresas estén más tranquilas en su día a día y que obtengan no solo el suministro que necesitan, sino también unos muy buenos precios en todo aquello que compran a diario. De esta manera se puede ahorrar tiempo al realizar las compras de forma online con solo unos clics y siempre es posible encontrar aquello que se está buscando. Con un buen suministro de material de oficina no habrá ningún inconveniente en lograr que la empresa comience su camino con paso firme y que los empleados puedan confiar en que su entorno de trabajo siempre tendrá de todo. (economía)

2.2.1 Estudio de factibilidad

Cuando persisten dudas en torno a la viabilidad del proyecto en algunos de sus aspectos fundamentales, se procede a depurar la información que permita otorgar mejores y más confiables soportes a los indicadores de evaluación. La decisión de pasar de la etapa de pre factibilidad al estudio de factibilidad debe ser tomada por las altas jerarquías, pues siempre implica su elaboración altos gastos financieros y consumo de tiempo.

Es oportuno en este momento aclarar que los llamados "estudios de preinversión" por razones metodológicas y prácticas se suelen dividir en dos grandes partes: por un lado, lo correspondiente a la "formulación" (que no es otra cosa que la organización y análisis de la información disponible), Es oportuno en este momento aclarar que los llamados "estudios de preinversión" por razones metodológicas y prácticas se suelen dividir en dos grandes partes: por un lado, lo correspondiente a la "formulación" (que no es otra cosa que la organización y análisis de la información disponible).

El estudio de factibilidad debe conducir a:

- Identificación plena del proyecto a través de los estudios de mercado, tamaño, localización, y tecnología apropiada.
- Diseño del modelo administrativo adecuado para cada etapa del proyecto.
- Identificación plena de fuentes de financiación y la regulación de compromisos de participación en el proyecto.

En consecuencia, los objetivos de cualquier estudio de factibilidad se pueden resumir en los siguientes términos: a. Verificación de la existencia de un mercado potencial o de una necesidad no satisfecha. b. Demostración de la viabilidad técnica y la disponibilidad de los recursos humanos, materiales, administrativos y financieros. c. Corroboración de las ventajas desde el punto de vista financiero, económico y social de asignar recursos hacia la producción de un bien o la prestación de un servicio. (Miranda, 2009, págs. 35, 36)

2.2.2. Estudio de mercado

El estudio del mercado, en cualquier tipo de proyecto, constituye una fuente de información de suma importancia tanto para estimar la demanda como para proyectar los costos y definir precios, aunque es frecuente, sin embargo, incurrir en el error de considerarlo únicamente como un análisis de la demanda y de los precios del producto que se fabricará o del servicio que se ofrecerá. Para una correcta formulación y preparación del proyecto, más que uno, deben considerarse cuatro estudios del mercado: el del proveedor, el del competidor, el del distribuidor y el del consumidor. Cada uno de ellos proporciona una gran cantidad de información útil para

evaluar el proyecto, a la vez que su omisión puede inducir a graves errores en la decisión de su aprobación o rechazo. (Sapag, 2011, pág. 67)

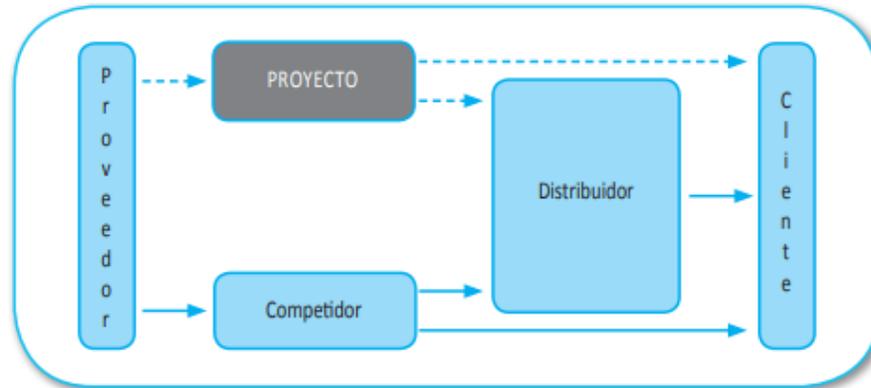


Figura 4. *El mercado del proyecto*

Fuente: Libro Proyectos de Inversión, formulación y evaluación (Sapag, 2011, pág. 67)

Como se puede apreciar en la figura 4 cada uno de estos cuatro mercados deberá ser estudiado detenidamente para recopilar la información financiera necesaria para la evaluación, a la vez que para definir las características del propio proyecto en virtud de las oportunidades que se detecten en ese mercado. Sin embargo, tan importante como conocer sus características actuales es estimar las que podrían esperarse con la presencia del proyecto. (Sapag, 2011, pág. 68)

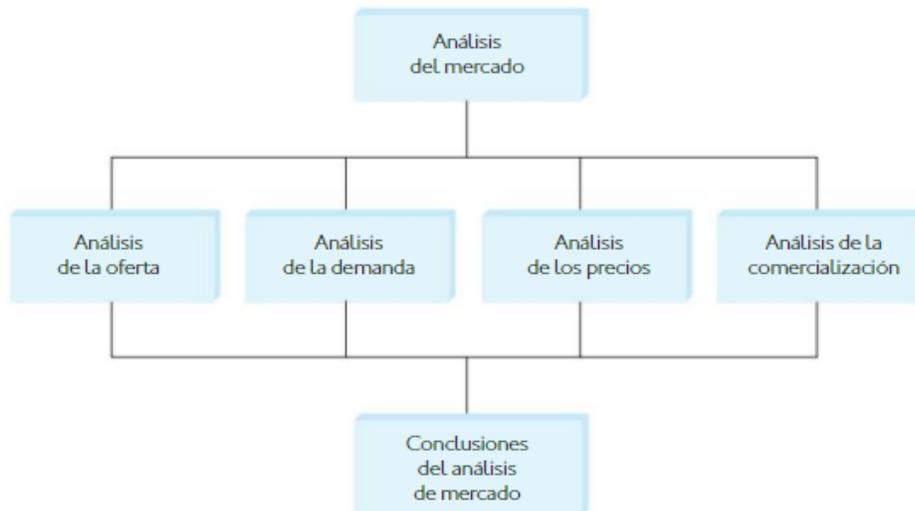


Figura 5. *Estructura del análisis de mercado*

Fuente: Libro Evaluación de Proyectos (Baca, 2010, pág. 15)

En la figura 5 se pueden apreciar los factores que se deben analizar para un estudio de mercado, los que se detallan a continuación:

Análisis de la demanda: Determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda.

Análisis de la oferta: Determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio.

Análisis de los precios: Es indispensable conocer el precio del producto en el mercado, no por el simple hecho de saberlo, sino porque será la base para calcular los ingresos futuros.

Análisis de la comercialización: La comercialización no es la simple transferencia de productos hacia las manos del consumidor, esta actividad debe conferirle al producto los beneficios de tiempo y lugar, una buena comercialización es la que coloca al producto en un sitio y momentos adecuados, para dar al consumidor la satisfacción que él espera con la compra. (Baca, 2010, págs. 15-53)

2.2.3 Estructura Organizacional

La estructura organizacional es la distribución formal de los puestos de una organización. Esta estructura, la cual puede mostrarse visualmente en un organigrama, también tiene muchos propósitos:

- Dividir el trabajo a realizarse en tareas específicas y departamentos.
- Asignar tareas y responsabilidades asociadas con puestos individuales.
- Establecer líneas formales de autoridad.
- Asignar y utilizar recursos de la organización.

Cuando los gerentes crean o cambian la estructura, se involucran en el diseño organizacional, un proceso que implica decisiones con respecto a seis elementos clave como se puede apreciar en la figura 6. (Robbins, 2005)

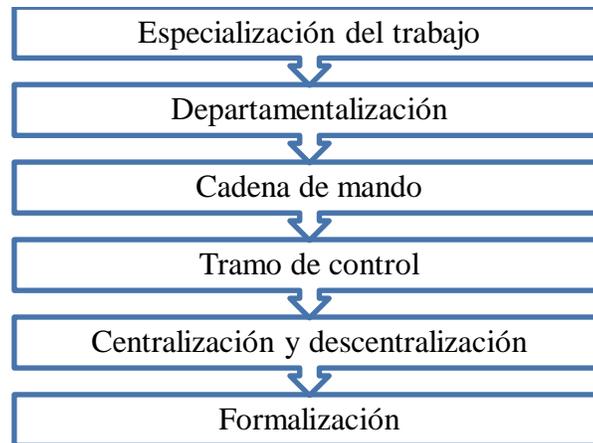


Figura 6. *Elementos clave en el diseño organizacional*

Fuente: Libro Administración Décima Edición Stephen p. Robbins (Robbins, 2005)

2.2.4 Estudio Financiero

La mayoría de las inversiones de un proyecto se concentra en aquellas que se deben realizar antes del inicio de la operación, aunque es importante considerar también las que se deben realizar durante la operación del proyecto, tanto por la necesidad de reemplazar activos como para enfrentar la ampliación proyectada del nivel de actividad.

Criterio técnico: define el periodo de reemplazo en función de estándares predeterminados de uso, que se relacionan con tasas estudiadas de fallas, obsolescencia de los equipos, horas de trabajo, años, unidades producidas u otra forma donde primen las características físicas de las inversiones.

Criterio comercial: determina el periodo de reemplazo en funcionamiento de alguna variable comercial generalmente asociada a la imagen corporativa.

Criterio económico: estima el momento óptimo económico de la sustitución, es decir, cuando los costos de continuar con un activo son mayores que los de invertir en uno nuevo. (Sapag, 2011)

2.3 Marco Conceptual

Estudio de factibilidad

Es la identificación plena del proyecto a través de los estudios de mercado, tamaño, localización, y tecnología apropiada. (Miranda, 2009)

Estudio de mercado

Es la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. (Baca, 2010)

Estructura Organizacional

Es la distribución formal de los puestos de una organización. Esta estructura, la cual puede mostrarse visualmente en un organigrama. (Robbins, 2005)

Análisis Financiero

Su objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica. (Baca, 2010)

FODA

Es una conocida herramienta estratégica de análisis de la situación de la empresa. El principal objetivo de aplicar la matriz dafo en una organización, es ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro. Su nombre deriva del acrónimo formado por las iniciales de los términos: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. La matriz de análisis dafo permite identificar tanto las oportunidades como las amenazas que presentan nuestro mercado, y las fortalezas y debilidades que muestra nuestra empresa. (Espinosa, 2014)

Marketing Mix

Es uno de los elementos clásicos del marketing, es un término creado por McCarthy en 1960, el cual se utiliza para englobar a sus cuatro componentes básicos: producto, precio, distribución y comunicación. Estas cuatro variables también son conocidas como las 4Ps por su acepción anglosajona (product, price, place y promotion). Las 4Ps del marketing (el marketing mix de la

empresa) pueden considerarse como las variables tradicionales con las que cuenta una organización para conseguir sus objetivos comerciales. Para ello es totalmente necesario que las cuatro variables del marketing mix se combinen con total coherencia y trabajen conjuntamente para lograr complementarse entre sí. (Espinosa, 2014)

Diagrama CANVAS

Según los autores (Osterwalder y Pigneur), un modelo de negocio describe la lógica de cómo una organización crea, entrega y captura valor. El modelo de negocio Canvas muestra, a través de 9 bloques o pasos, la lógica de cómo un negocio pretende hacer dinero. Un emprendedor debe prestar atención al modelo canvas de Osterwalder, como una manera de agregar valor a las ideas de negocio e incorporar esto dentro de todo el ciclo de vida del proyecto.

2.4 Marco Legal

2.4.1 Proceso para la constitución electrónica de compañías

- Ingresar al portal web www.supercias.gob.ec
- Seleccionar la opción portal de constitución electrónica de compañías
- Registrarse como usuario
- Opción constituir una compañía e ingresar con usuario y contraseña
- El sistema presenta sus reservas de denominación vigentes, seleccionar una de ellas y continuar
- Llenar el formulario solicitud de constitución de compañías y adjuntar los documentos habilitantes
- Realizar el pago correspondiente en el Banco del Pacífico
- El notario ingresará al sistema y validará la información, asignando fecha y hora para las firmas de la escritura y los nombramientos.
- Una vez firmado el sistema envía automáticamente la información al Registro Mercantil que también validará la información y facilitará la razón de instrucción de la estructura y los nombramientos

- El sistema genera un número de expediente y remite la información de este trámite al Servicio de Rentas Internas
- El SRI de manera inmediata dará el número de ruc para la compañía
- Finalmente el sistema notifica que el trámite de constitución ha finalizado.

2.4.2 Proceso que se realiza a nivel municipal

Permisos de funcionamiento de locales comerciales uso de suelo

- Pago de tasa de trámite.
- Presentación de formulario en Departamento de Uso de Suelo.

Patentes municipales

Toda persona natural o jurídica que realice actividad comercial, industrial, financiera y de servicio, que opere habitualmente en el cantón Guayaquil, así como las que ejerzan cualquier actividad de orden económico.

- Original y copia de Certificado de Seguridad emitido por el Cuerpo de Bomberos.
- RUC actualizado.
- Llenar formulario de Patente de comerciante de persona natural o jurídica
- Copia cédula y certificado de votación del dueño del local.
- Nombramiento del representante legal y copias de escritura de constitución, si es compañía. Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.

Tasa de habilitación de locales comerciales, industriales y de Servicios

- Documento que autoriza el funcionamiento del local comercial, previa inspección por parte del Municipio de Guayaquil.
- Pago de tasa de trámite por Tasa de Habilitación
- Llenar formulario de Tasa de Habilitación.
- Copia de predios urbanos (si no tuviere copia de los predios, procederá a entregar la tasa de trámite de legalización de terrenos o la hoja original del censo).
- Original y copia de la patente de comerciante del año a tramitar

- Copia del RUC actualizado.
- Copia cédula y certificado de votación del dueño del local y de quien realiza el trámite.
- Autorización a favor de quien realiza el trámite.
- Croquis del lugar donde está ubicado el negocio
- Nombramiento del representante Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.

Certificado de seguridad del Benemérito Cuerpo de Bomberos

Todo establecimiento está en la obligación de obtener el referido certificado, para lo cual deberá adquirir un extintor o realizar la recarga anual. El tamaño y número de extintores dependerá de las dimensiones del local.

Requisitos:

- Original y copia de compra o recarga de extintor año vigente.
- Fotocopia nítida del RUC actualizado.
- Carta de autorización a favor de quien realiza trámite.
- Copias de cédula y certificado de votación del dueño del local y del autorizado a realizar el trámite.
- Nombramiento del representante legal si es compañía.
- Original y copia de la calificación Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.
- Señalar dimensiones del local.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo de Investigación

Estudio descriptivo: se utilizó este tipo de investigación ya que se describirán cada uno de los procesos desde la adquisición de los suministros hasta el servicio de entrega en el domicilio de los clientes, el plan operativo, comercial y financiero detallado.

3.2 Enfoque de la Investigación

Se aplicó el tipo de enfoque cuantitativo ya que se realizarán encuestas una vez determinada el tamaño de la muestra.

3.3 Técnicas de Investigación

Se utilizó la siguiente técnica de campo como es: La encuesta donde se va a recibir la información a través del cuestionario con las preguntas que servirán de apoyo para este estudio.

3.4 Población y muestra

Número de empresas en Guayaquil: 97.374 empresas (INEC, Ecuador en cifras)

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

$$n = \frac{97.374 * 1,96^2 * 0,50 * 0,50}{0,08^2 (97.374 - 1) + 1,96^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = 149,83$$

Se realizará un total de 150 encuestas para la realización de este estudio de factibilidad, considerando la población de empresas en Guayaquil, como los clientes potenciales en el mercado.

3.5 Presentación y análisis de los resultados de encuestas

Pregunta 1: ¿Con qué frecuencia la empresa realiza el abastecimiento de los suministros de oficina?

Tabla 1. Frecuencia de abastecimiento de suministros de oficina

Opciones	Resultados	Porcentaje
Semanalmente	4	3%
Quincenalmente	21	14%
Mensualmente	125	83%
TOTAL	150	100%

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

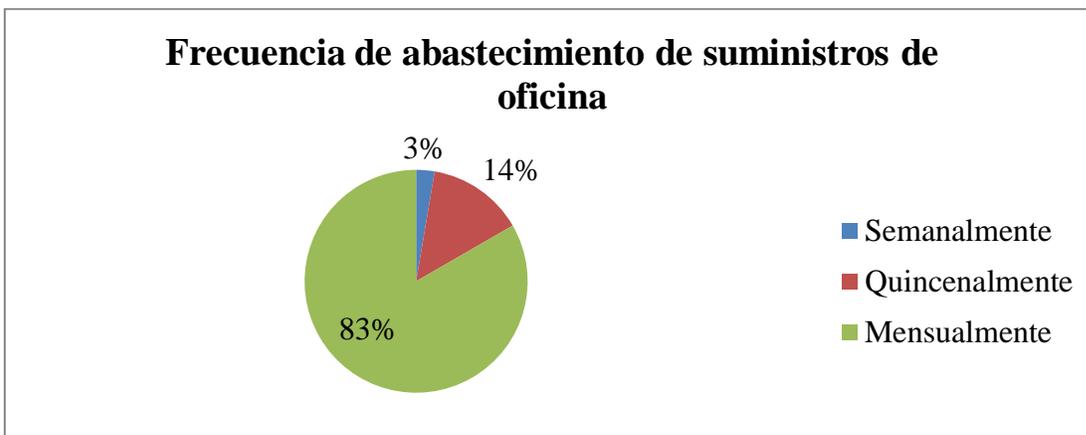


Figura 7. Frecuencia de abastecimiento de suministros de oficina

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

Como resultado de esta pregunta se obtuvo información sobre la frecuencia con la que las empresas y negocios se abastecen de los suministros de oficina donde se indica que el 83% lo realiza mensualmente, el 14% se abastece quincenalmente y el 3% lo hace semanalmente, entonces se puede determinar que la frecuencia mensual es la que más predomina a la hora de abastecerse de los suministros que necesitan para sus actividades.

Pregunta 2: ¿Dónde adquiere la empresa los suministros de oficina requeridos?

Tabla 2. Lugares de adquisición de los suministros de oficina

Opciones	Resultados	Porcentaje
Papelerías del sector	29	19%
Distribuidoras	56	38%
Vía Online	65	43%
TOTAL	150	100%

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

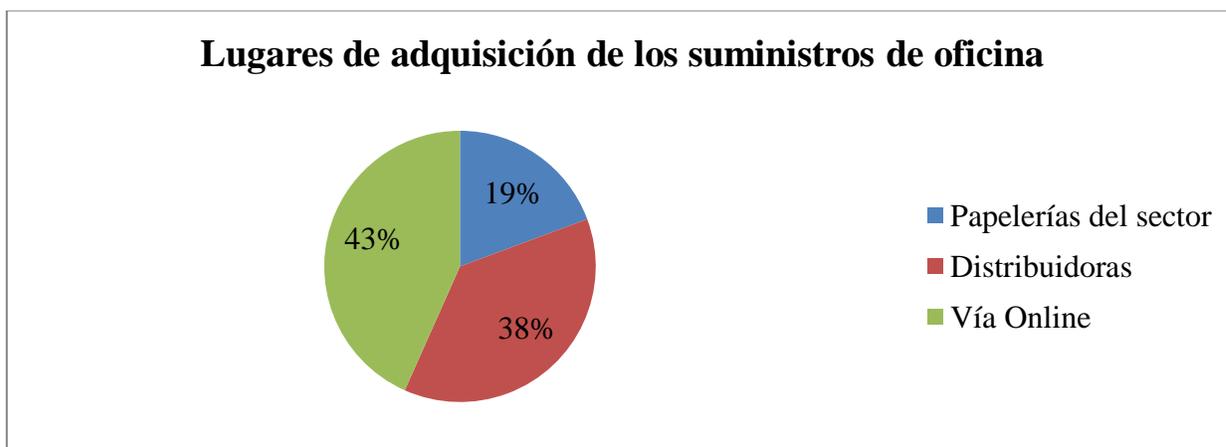


Figura 8. Lugares de adquisición de los suministros de oficina

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

Con esta pregunta se obtuvo la información referente a los lugares de adquisición de los suministros con los que cuentan las empresas y negocios, dando como resultado que el 43% las solicitan vía online, el 38% por medio de distribuidoras y el 19% se abastecen en papelerías del sector, llegando a la conclusión de que la mayoría utiliza el medio vía online para adquirir los suministros de oficina.

Pregunta 3: ¿Por qué preferiría solicitar los suministros de oficina vía online?

Tabla 3. Características de preferencia compra vía online

Opciones	Resultados	Porcentaje
Ahorro de tiempo	21	14%
Comodidad	15	10%
Diversidad de productos	33	22%
Reducción de gastos	53	35%
Horario de atención	28	19%
TOTAL	150	100%

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

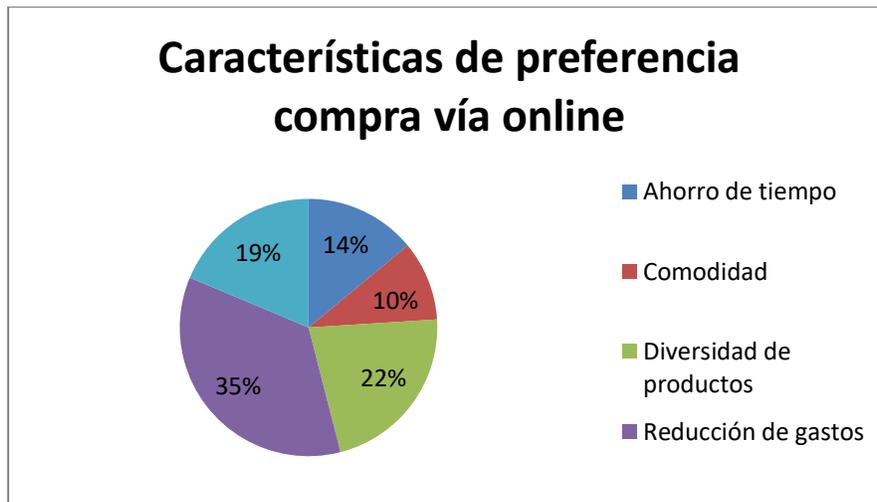


Figura 9. Características de preferencia compra vía online

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

Con la información de esta pregunta se pudo determinar los motivos por los cuales los clientes preferirían realizar las compras de los suministros de oficina vía online, obteniendo como resultados con un 35% debido a la reducción de gastos que implica comprar por este medio, seguido por un 22% por la diversidad de productos que pueden solicitar en un mismo lugar, un 19% indica que esta forma de compra online le facilita un ahorro de tiempo y por último el 14% manifiesta sobre la comodidad con la que pueden realizar las compras.

Pregunta 4: ¿El abastecimiento de los suministros de oficina vía online cuenta con servicio a domicilio?

Tabla 4. Lugares con servicio a domicilio

Opciones	Resultados	Porcentaje
Sí	71	47%
No	79	53%
TOTAL	150	100%

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

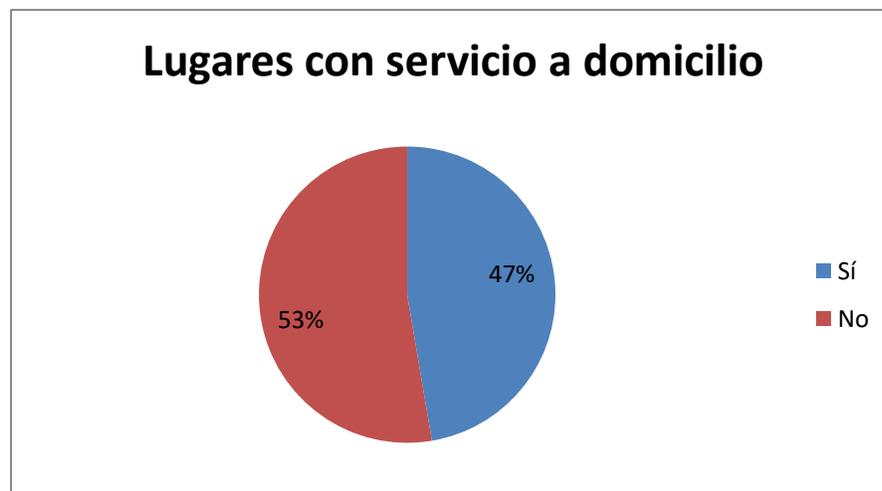


Figura 10. Lugares con servicio a domicilio

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

Para conocer si los lugares que se dedican al abastecimiento de suministros de oficina vía online en el mercado cuentan con servicio a domicilio se realizó ésta pregunta, donde se obtuvo como resultados que el 47% de ellos sí cuentan con servicio a domicilio y el 53% no lo realiza.

Pregunta 5: ¿Cuáles son los suministros de oficina que la empresa requiere usualmente?

Tabla 5. Suministros de oficina más solicitados

Productos	Resultados
resma de hojas A4	25%
cinta de embalaje transparente	25%
sobres manilas	20%
Carpetas	15%
Archivadores	10%
cartuchos para impresora	5%
	100%

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

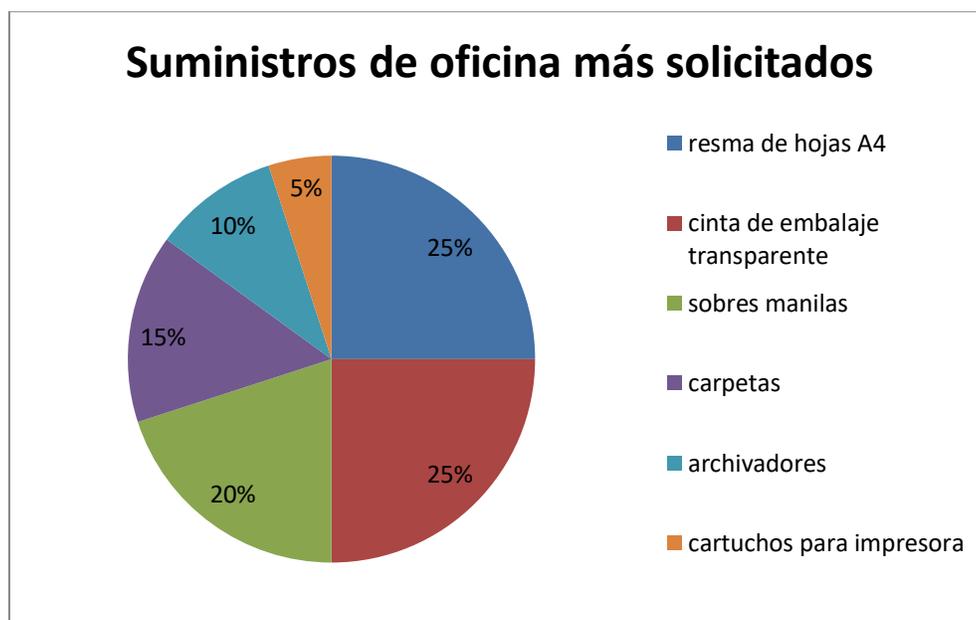


Figura 11. Suministros de oficina más solicitados

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

Como resultados de esta pregunta se pudo obtener la información sobre los 6 productos que son más solicitados por las empresas y negocios encuestados, ubicando en primer lugar las resmas de hojas, seguido por las cintas de embalaje, los sobres manilas, las carpetas, los archivadores y cartuchos para impresora.

Pregunta 6: ¿Qué forma de pago le gustaría utilizar a la empresa para adquirir los suministros de oficina vía online?

Tabla 6. Forma de pago

Opciones	Resultados	Porcentaje
Efectivo	74	50%
Tarjeta Débito	35	23%
Tarjeta Crédito	39	26%
Otros	2	1%
TOTAL	150	100%

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

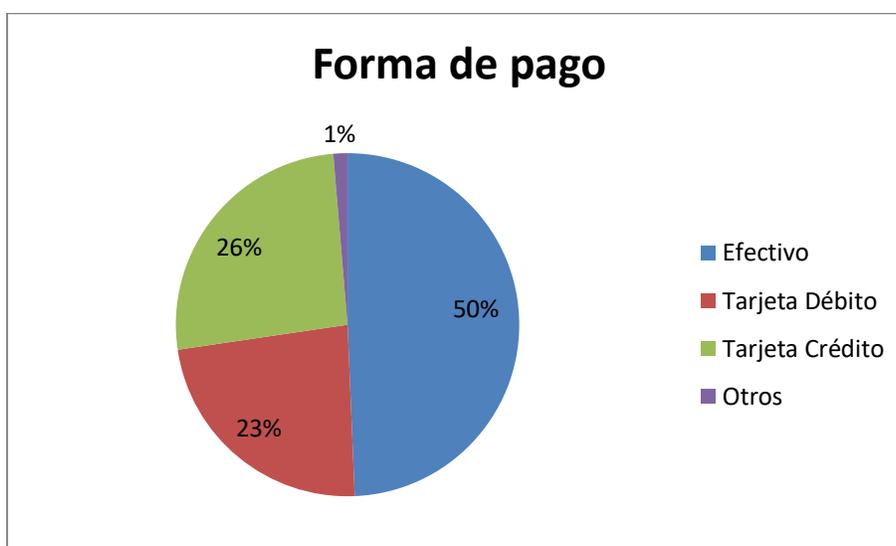


Figura 12. Forma de pago

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

Como resultado de esta pregunta se puede determinar la forma de pago que le gustaría utilizar a la empresa para adquirir los suministros de oficina; obteniendo como preferencia en efectivo con un 50%.

Pregunta 7: ¿Estaría dispuesto a cambiar la forma de compra de los suministros de oficina por el canal vía online?

Tabla 7. Disposición de cambio de forma de compra

Opciones	Resultados	Porcentaje
Sí	107	71%
No	43	29%
TOTAL	150	100%

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

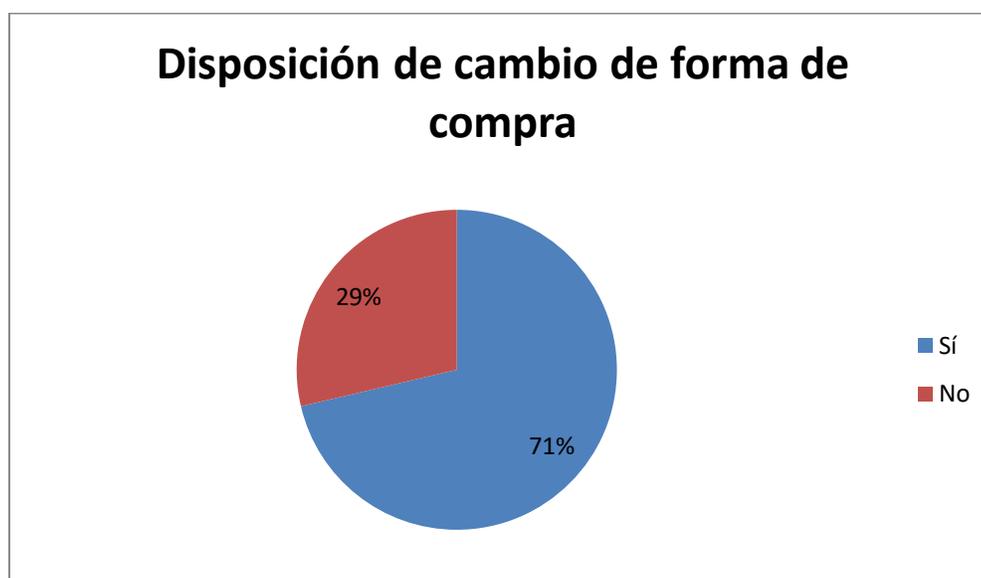


Figura 13. Disposición de cambio de forma de compra

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

En relación a la disposición de cambiar la forma de compra de los suministros de oficina, se obtuvo como resultado que el 71% de empresas y negocios se encuentran dispuestos con este medio de compra.

3.6 Resultados de las encuestas

Como conclusión de los resultados de las encuestas realizadas a las 150 empresas se puede determinar que existen negocios en la ciudad de Guayaquil que se dedican a la actividad de la venta de suministros de oficina, entre ellos se encuentran las distribuidoras, papelerías de los sectores aledaños a las empresas y los que ya han implementado el servicio vía online; siendo este medio el más solicitado para realizar las compras de suministros.

Además, se pudo conocer información sobre cuáles son los productos que son más solicitados para que ellos realicen sus actividades diarias y la frecuencia de abastecimiento de los mismos, permitiendo tener una referencia para así presentar una diversidad en el portafolio de productos.

Sobre las empresas que abastecen vía online en Guayaquil según los resultados no todas ofrecen el servicio a domicilio, que es una característica que también puede ser un valor agregado frente a la competencia, además de resaltar la reducción de gastos para sus negocios que conlleva comprar vía online, la diversidad de productos que pueden ser solicitados en un mismo lugar, la disposición de solicitar sus pedidos en un horario de atención sin límites y todos estos factores que permiten el ahorro de tiempo y la comodidad.

Estas empresas y negocios encuestados también indican que la forma de pago más factible para ellos es el pago en efectivo y están dispuestos a cambiar de proveedor de suministros de oficina por un servicio más completo del que ya disponen actualmente.

Tomando en cuenta toda esta información se puede determinar que existe un mercado al cual se puede ingresar aprovechando la tecnología que es un medio más rápido de llegar a los clientes y creando una oferta de valor que distinga a la empresa de la competencia ya existente.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

4.1 Tema

Estudio de factibilidad para una empresa comercializadora de suministros de oficina online en la ciudad de Guayaquil.

4.2 Justificación de la propuesta

Según los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a la muestra de 150 empresas de la ciudad de Guayaquil, se puede ingresar al mercado de la venta de suministros de oficina ya que éstos productos son solicitados necesariamente para desarrollar las actividades que realizan diariamente y necesitan ser abastecidos con un servicio eficaz y de calidad.

4.3 Estudio de factibilidad

4.3.1 Cinco fuerzas de Porter

1.- Poder de negociación de los clientes

- Desarrollar estrategias para lograr la fidelización de los potenciales clientes.
- Enfoque hacia las tácticas publicitarias.
- Ofrecimiento de buena calidad, diversas marcas y precios según las marcas solicitadas.
- Facilidad en la forma de pago.

2.- Rivalidad entre las empresas

Dentro de este sector comercial existen algunas empresas que se dedican a la comercialización online de suministros de oficina y la competencia va incrementando de acuerdo a los servicios que ofrecen cada una de ellas y a la atención que le dan a cada uno de sus clientes, además que ciertas empresas tienen una trayectoria conocida dentro del mercado.

PAPELESA

Es una empresa que se define como la "primera en ideas innovadoras" en la industria papelería ecuatoriana. Para ellos es importante mantener una estructura plana, que les permita ser flexibles para así adaptarse a los cambios dinámicos de una comunidad global. Son una empresa que aprende de su cliente/consumidor final, adaptando siempre sus propuestas a sus gustos, preferencias, necesidades; manteniendo siempre un enfoque práctico y funcional en sus aplicaciones. (Papelesa)



Figura 14. Página web Papelesa

Fuente: (Papelesa)

COMSUCRE

Es una empresa que tiene como misión dedicarse a comercializar y distribuir las marcas líderes de útiles escolares, suministros de oficina, papelería y tecnología, siempre brindando el mejor servicio y los precios más competitivos del mercado a sus clientes y-, contribuyendo así con el desarrollo económico a nivel nacional. (COMSUCRE)

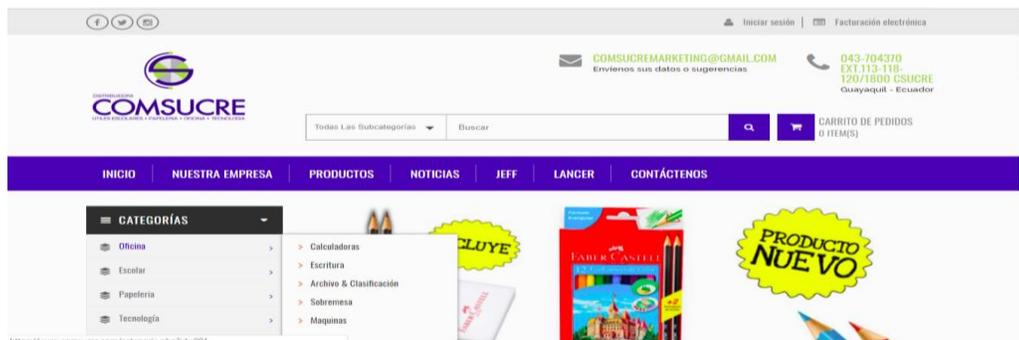


Figura 15. Página web COMSUCRE

Fuente: (COMSUCRE)

Súper Paco

Es una empresa que brinda asistencia personalizada a clientes en la adquisición de artículos necesarios para la adecuada operación de sus empresas tales como: materiales de oficina, papelería, suministros de computación y tecnología. (Paco)

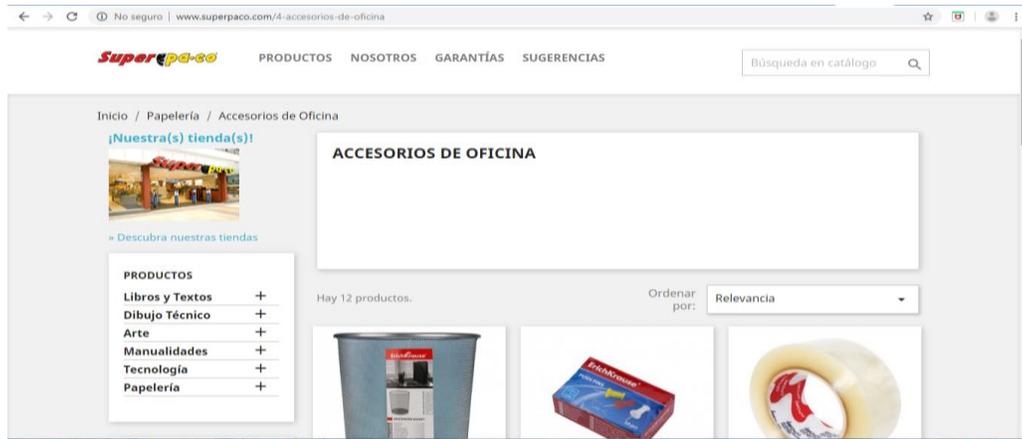


Figura 16. Página web Súper Paco

Fuente: (Paco)

Olmedo Álvarez

Esta empresa tiene como misión contribuir con la comunidad ecuatoriana por medio de la prestación profesional, ágil y creciente de una amplia gama de productos y servicios, una de sus principales líneas, es que ofrecen una amplia gama de productos para el uso en oficina. (Álvarez, 2018)



Figura 17. Página web Olmedo Álvarez

Fuente: (Álvarez, 2018)

Surtiooffice

Esta empresa tiene como misión atender de manera eficiente y diferenciada todas aquellas empresas que demandan suministros de oficina para el desarrollo de sus actividades. (SurtiOffice, 2018)

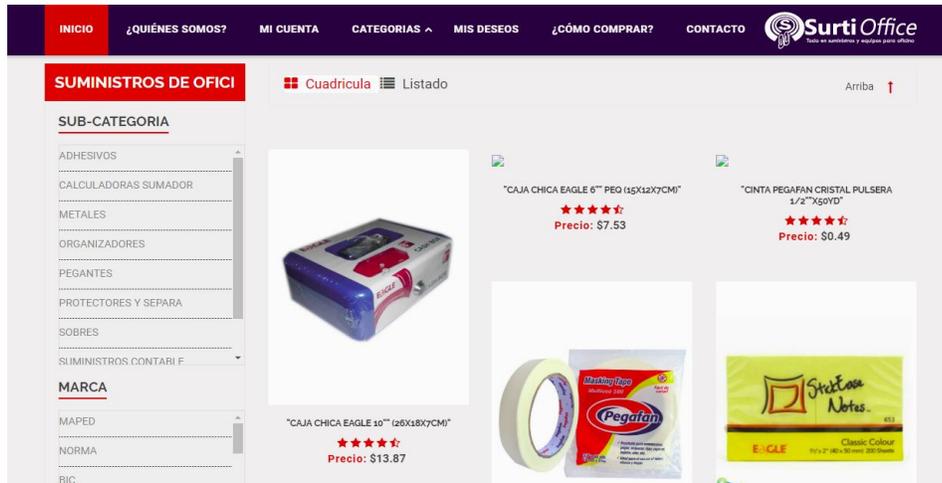


Figura 18. Página web Surtiooffice

Fuente: (SurtiOffice, 2018)

Suker S.A.

Esta empresa se dedica a la distribución de suministros de oficina y computación. (Suker, 2018)



Figura 19. Página web Suker S.A.

Fuente: (Suker, 2018)

3.- Amenaza de nuevos competidores

La amenaza del ingreso de competidores será contrarrestado aplicando las debidas estrategias aplicadas para que los clientes tengan preferencia con la empresa.

- Mantener la calidad de atención de servicio a los clientes.
- Ofrecer los productos solicitados en la fecha correspondiente.
- Ofrecer promociones.
- Mejorar las condiciones de pago.

4.- Poder de negociación de los proveedores

Los suministros de oficina serán abastecidos por el importador y distribuidor Utimpor S.A. Además se desarrollarán alianzas con el distribuidor para el establecimiento de precios.

Con el proveedor se establecerán además de los precios, el tiempo de entrega, las marcas solicitadas y la calidad de los productos.

5.- Amenaza de productos sustitutos

Los productos sustitutos en el mercado de suministros de oficina pueden encontrarse amenazado debido a la existencia de las diferentes marcas que hace que se produzca una variedad de precios a la hora de la elección de los productos.

4.3.2 Análisis FODA

Tabla 8. Matriz FODA

MATRIZ FODA	Fortalezas	Debilidades
	<ul style="list-style-type: none"> • La localización estratégica de la empresa comercializadora en el norte de la ciudad de Guayaquil. • Los suministros de oficina no tienen fecha de caducidad. • Variedad en la cartera de productos. • El servicio cuenta con ventas vía online con entregas a domicilio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Es una empresa nueva en el mercado. • La empresa tendría poca experiencia en el mercado.
	<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Existe una demanda constante de suministros de oficina. • La necesidad de adquisición para realizar actividades en las oficinas. • Existe un gran número de oficinas dentro del sector empresarial. • Mas personas hacen uso del comercio electrónico en la ciudad. • Utilidad del canal online para llegar de manera rápida a los clientes en diferentes sectores. 	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • El ingreso de nueva competencia. • La inversión requerida no es tan alta en comparación a otros negocios. • La competencia ya consolidada en el mercado.

4.3.3 Diagrama CANVAS

Tabla 9. Modelo de negocios CANVAS

MODELO DE NEGOCIO CANVAS				
SOCIOS CLAVES	ACTIVIDADES CLAVES	PROPUESTA DE VALOR	RELACIÓN CON EL CLIENTE	SEGMENTOS DE CLIENTES
*Alianzas con distribuidores: UTIMPOR S.A.	*Marketing a través de página web	OFERTA DE VALOR PARA USUARIOS	*Uso de las redes Sociales	*Oficinas de la ciudad de Guayaquil
	*Mantenerla con información actualizada	*Suministros de oficina	*Uso de red en tecnología de información: página web y app	
	*Anuncios en redes sociales	* Promociones en fechas especiales	*Crear una base de datos de clientes con el fin de mantener contacto empresa-clientes	
	RECURSOS CLAVES	*Disponibilidad del producto en la fecha indicada	CANALES	
	*Página web y redes soc	*Variedad de marcas	*Sitio web	
			*Redes sociales	
			*Correo electrónico	
			*Vía telefónica	
ESTRUCTURA DE COSTES			FUENTE DE INGRESOS	
*Compra de los suministros			*Ventas	
*Comercialización y distribución de los suministros			*Ventas del producto al por mayor y menor	

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

4.4 Estudio de mercado

4.4.1 Canal de distribución

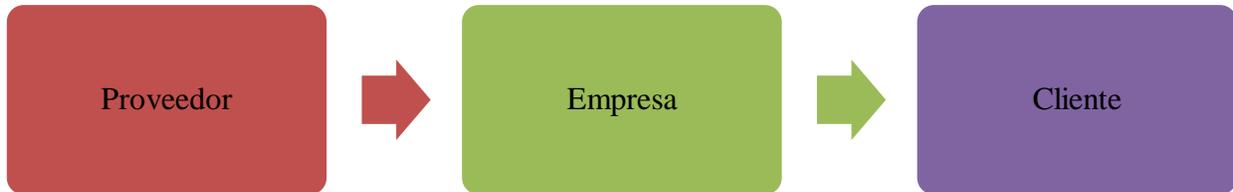


Figura 20. Cadena de suministro SumiOffice online

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

El canal de distribución que se utilizará dentro de la empresa será mediante un canal directo, ya que en primer lugar se realizará el abastecimiento de los suministros a los proveedores. Una vez abastecidos dentro de la empresa se utilizará el transporte que es el medio que se encargará de trasladar directamente los suministros de oficina que hayan sido requeridos por los clientes.

4.4.2 Ubicación del negocio

La ubicación de la bodega de Sumioffice online será en la Ciudadela Kennedy Nueva; Avenida San Jorge y Plaza Dañín.

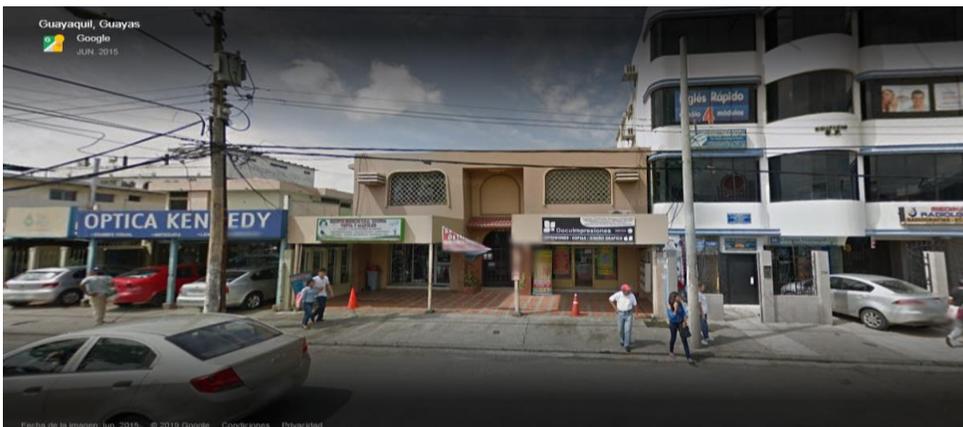


Figura 21. Ubicación del negocio

Fuente: (Maps)

4.4.3 Marketing Mix

Producto

En SumiOffice online se contará con los siguientes productos detallados a continuación en la tabla 8, además de que los clientes pueden contar con productos requeridos que no se encuentren dentro del stock de la lista de suministros de oficina propuesta.

Tabla 10. *Lista de productos*

#	ÍTEM
1	resma bond 75 grs. t/A4
2	sobres manila F-3
3	block ejecutivo cuadro
4	bloc de notas adhesivas post it med
5	bloc de notas adhesivas post it peq
6	grapadora ARTESCO med. Negra p/20h
7	grapadora BESTER med. Negra p/20h
8	grapas 26/6 ALEX caja
9	sacagrapas EAGLE
10	clips mariposa ALEX caja
11	clips estándar ALEX caja
12	cinta de embalaje transparente
13	almohadilla mediana
14	perforadora ARTESCO med. 25h. Negro
15	resaltador amarillo
16	bolígrafos BIC P/F
17	bolígrafos FABER C. P/F
18	lápiz ARTESCO 2HB C/BORRADOR
19	sacapuntas metálico
20	borrador PELIKAN
21	corrector ARTESCO pluma
22	archivador único T/O negro
23	archivador único T/M negro
24	Tinta EPSON NEGRO
25	Tinta EPSON CYAN
26	folder manila IDEAL T/O

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

Precio

Los precios de los productos se han definido de acuerdo al costo con el que se obtienen, generando una ganancia del 60% en relación al costo con el que se obtuvieron en la distribuidora. Combos, obsequios y ofertas de productos a medida de que los clientes se vayan fidelizando con la empresa.

Tabla 11. *Lista de productos con precios*

	ÍTEM	Precio	IVA	Precio+IVA
1	resma bond 75 grs. t/A4	\$ 3,56	\$ 0,43	\$ 3,99
2	sobres manila F-3	\$ 0,59	\$ 0,07	\$ 0,66
3	block ejecutivo cuadro	\$ 1,06	\$ 0,13	\$ 1,19
4	bloc de notas adhesivas post it med	\$ 1,21	\$ 0,15	\$ 1,36
5	bloc de notas adhesivas post it peq	\$ 0,76	\$ 0,09	\$ 0,85
6	grapadora ARTESCO med. Negra	\$ 3,32	\$ 0,40	\$ 3,72
7	grapadora BESTER med. Negra p/20h	\$ 2,87	\$ 0,34	\$ 3,21
8	grapapas 26/6 ALEX caja	\$ 1,31	\$ 0,16	\$ 1,47
9	sacagrapas EAGLE	\$ 0,96	\$ 0,11	\$ 1,07
10	clips mariposa ALEX caja	\$ 1,46	\$ 0,18	\$ 1,64
11	clips estándar ALEX caja	\$ 0,77	\$ 0,09	\$ 0,86
12	cinta de embalaje transparente	\$ 1,24	\$ 0,15	\$ 1,39
13	almohadilla mediana	\$ 1,26	\$ 0,15	\$ 1,41
14	perforadora ARTESCO med. 25h.	\$ 3,20	\$ 0,38	\$ 3,58
15	resaltador amarillo	\$ 0,87	\$ 0,10	\$ 0,97
16	bolígrafos BIC P/F	\$ 0,83	\$ 0,10	\$ 0,93
17	bolígrafos FABER C. P/F	\$ 0,70	\$ 0,08	\$ 0,78
18	lápiz ARTESCO 2HB C/BORRADOR	\$ 0,68	\$ 0,08	\$ 0,76
19	sacapunta metálico	\$ 0,64	\$ 0,08	\$ 0,72
20	borrador PELIKAN	\$ 0,67	\$ 0,08	\$ 0,75
21	corrector ARTESCO pluma	\$ 1,01	\$ 0,12	\$ 1,13
22	archivador único T/O negro	\$ 2,13	\$ 0,26	\$ 2,38
23	archivador único T/M negro	\$ 2,00	\$ 0,24	\$ 2,24
24	Tinta EPSON NEGRO	\$ 10,34	\$ 1,24	\$ 11,58
25	Tinta EPSON CYAN	\$ 10,34	\$ 1,24	\$ 11,58
26	folder manila IDEAL T/O	\$ 0,60	\$ 0,07	\$ 0,67

Elaborado por: Matamoros, J (2018)

Tabla 12. Lista de productos con precios de la competencia PAPELESA

PAPELESA			
MATRIZ : Sucre 821 y Rumichaca-Lorenzo de Garaycoa			
CLIENTE:	CONSUMIDOR FINAL		
DIRECCION:	XXXXX [Guayaquil]		
TELEFONOS:	0000000-0000000		
No.	I	Descripción	P.V.P.
1		XEROX 75 GRAMOS -INEN	3,35
2		SOBRE MANILA F3 75GR	1,0608
3		NOTITAS EAGLE 3M NEON	1,8426
4		NOTITAS EAGLE 1	1,4336
5		GRAPADORA METALICA	1,7121
6		GRAPAS JEFF 26/6 X 5040 UND	0,6442
7		SACAGRAPA EAGLE TY1029A	2,2875
8		CLIP LANCER 33MM AZ-03	0,2056
9		CLIP MARIPOSA LANCER 40MM AS37	0,81
10		CINTA EMPAQUE JEFF 80YDS TRANSP	0,8592
11		ALMOHADILLA TINTA NEGRA	0,745
12		PERFORADORA KW MEDIANA	4,1374
13		RESALTADOR FLASH PLK AMARILLO	0,2726
14		BOLIG. ESTILO FINO AZUL (2 GRATIS)	0,1019
15		BOLIG. FABER FINO #035 AZUL TRANS	0,1499
16		LPZ FABER ESCRITURA 2HB AMARILLO	0,6385
17		SACAPUNTA METAL EAGLE	0,1295
18		CORRECTOR LANCER BOLIG.P/METAL	0,308
19		BORR. ESTILO	0,0928
20		ARCHIVADOR T/OF NEGRO	1,6333
21		ARCHIVADOR T/MEMO NEGRO	1,7521
22		TINTA EPSON CYAN 70 ML	9,8667
23		TINTA EPSON NEGRO 70 ML	9,8667
24		CARPETA MANILA NAT OF 150 G	0,0707
25		BLOCK EJECUTIVO	6,6668

Fuente: (Papelesa)

Tabla 13. Lista de productos con precios de la competencia COMSUCRE

COMERCIAL E INDUSTRIAL SUCRE S.A.					
MATRIZ :AV. DE LAS AMERICAS MZ. 112 SL. #6 FRENTE AL AEROPUERTO J.J.OLMEDO			TELF : 3704370		
SUCURSAL : J.PIO MONTUFAR 109 Y AGUIRRE			PBX : 3704370		
Guayaquil –Ecuador					
CLIENTE:		CONSUMIDOR FINAL			
DIRECCION:		XXXXX [Guayaquil]			
TELEFONOS:		0000000-0000000			
No.	I	Codigo Producto	Descripción	Med	P.V.P.
1		PA.X.75I	XEROX 75 GRAMOS -INEN	RMA	3,16
2	I	SO.I.F3	SOBRE MANILA F3 75GR 23X32CM.	UND	0,055
3	I	3M.5895	NOTITAS 3M NEON 3X3 500UN-654-4996	SX5	3,2
4	I	SW.GR.444	GRAPADORA SWINGLINE METALICA	UND	9,6
5	I	JF.GP.300	GRAPAS JEFF 26/6 X 5040 UND	UND	0,69
6	I	SG.E.1029	SACAGRAPA EAGLE TY1029A	UND	0,48
7	I	SH.CL.03	CLIP LANCER 33MM AZ-03	C50	0,143
8	I	SH.CL.37	CLIP MARIPOSA LANCER 40MM AS37	C50	1,05
9	I	JF.CI.280T	CINTA EMPAQUE JEFF 80YDS TRANSP	UND	0,82
10	I	SH.AL.008N	ALMOHADILLA LANCER TINTA NEGRA	UND	0,65
11	I	PF.K.912	PERFORADORA KW MEDIANA	UND	3,5
12	I	RS.P.900-01	RESALTADOR FLASH PLK AMARILLO	C10	3,9
13	I	BK.2.02	BOLIG. BIC FINO AZUL (2 GRATIS)	C24	7,1
14	I	BO.F.3502	BOLIG. FABER FINO #035 AZUL TRANS	UND	0,16
15	I	LA.P.203	LPZ PLK ESCRITURA 2HB AMARILLO	DOC	2,45
16	I	SH.SP.1002	SACAPUNTA METAL LANCER 1 SERV.	DOC	0,92
17	I	CX.T.306M	CORRECTOR LANCER BOLIG.P/METAL	DOC	5,02
18	I	BR.P.2020	BORR. PELIKAN PZ20 CJX20 #44775	C20	2,99
19	I	AR.NF.10	ARCHIVADOR SUCRE T/OF NEGRO	UND	1,95
20	I	AR.M.2	ARCHIVADOR T/MEMO NEGRO	UND	1,35
21	I	TG.E.6642	TINTA EPSON CYAN 70 ML	UND	11,7
22	I	TG.E.6641	TINTA EPSON NEGRO 70 ML	UND	11,7
23	I	CA.I.1	CARPETA MANILA NAT OF 150 G	UND	0,065

Fuente: (COMSUCRE)

Plaza

La localización de SumiOffice online ubicada en el sector norte de la ciudad de Guayaquil facilitará la llegada a los diferentes clientes que soliciten los pedidos de suministros de oficina.

La cobertura se manejará eficazmente llegando a cada uno de los sectores donde sea solicitado el servicio.

La atención adecuada permitirá atender específicamente cada requerimiento o solicitud de los clientes.

Una vez determinado el pedido correcto se mantendrá el servicio eficientemente hasta la llegada de donde hayan solicitados.

Promoción

Para la promoción de los productos a ofrecer a los clientes, se utilizará como un recurso importante la tecnología, a través de la página web, correo, redes sociales y vía telefónica.

Manteniendo en actualización cada uno de éstos medios con la información necesaria y detallada, además de la disposición para atender cualquier consulta o duda de los clientes.



Figura 22. Página web de SumiOffice online

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

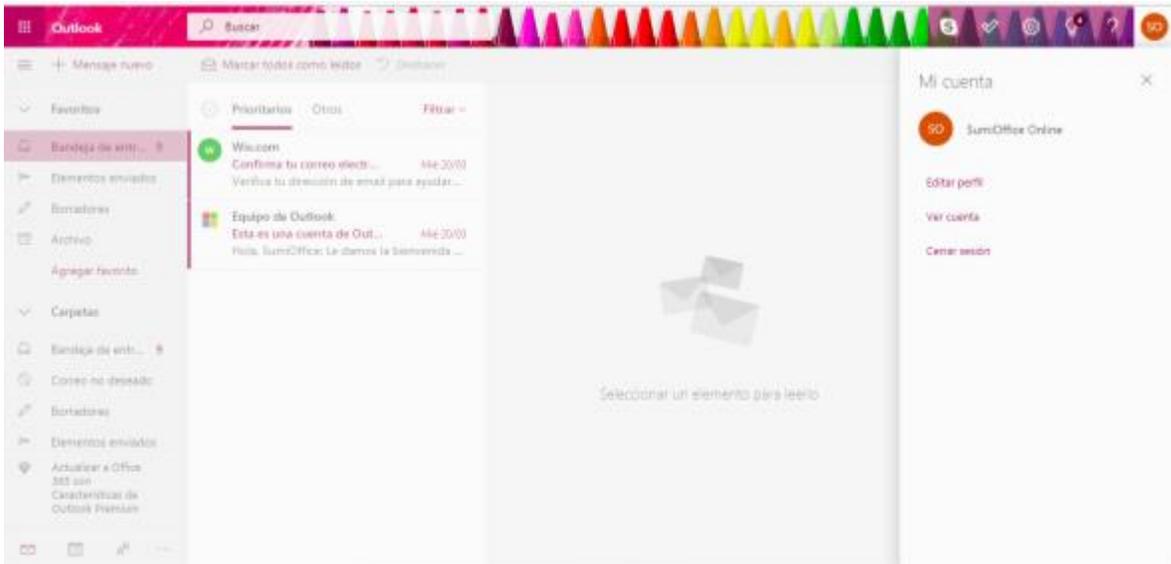


Figura 23. Correo electrónico SumiOffice online

Elaborado por: Matamoro, J (2018)



Figura 24. Página de facebook SumiOffice online

Elaborado por: Matamoro, J (2018)



Figura 25. Red social Instagram SumiOffice online

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

Estrategias de marketing

- Tener a disposición una extensa cartera de productos.
- Tener a disposición una diversidad de marcas.
- Atención durante las 24 horas del día.
- Establecer alianzas estratégicas con el proveedor.
- Realizar publicidad en redes sociales.
- Presentación de la página web con información actualizada.
- Capacitación del personal en temas referentes a ventas online.
- Presentación de cada uno de los productos indicando las características específicas.

4.5 Plan Estratégico

A continuación se muestra el plan estratégico de la empresa a crearse.

4.5.1 Nombre de la empresa

La empresa tendrá por nombre “SumiOffice Online”.

4.5.2 Misión

Brindar a los clientes suministros de oficina con un servicio de calidad y eficaz en el momento preciso en el que sean requeridos.

4.5.3 Visión

Ser una empresa consolidada en el mercado ecuatoriano con la comercialización de suministros de oficina vía online para llegar a ser reconocida en el mercado nacional por su excelencia en servicio y calidad.

4.5.4 Valores Corporativos

Los valores corporativos son la carta de presentación de la empresa “SumiOffice Online” hacia los clientes.

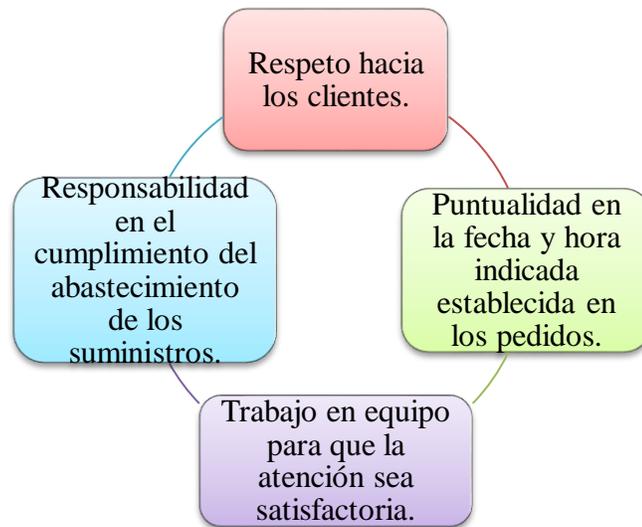


Figura 26. *Valores corporativos*

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

4.5.5 Organigrama de la empresa



Figura 27. *Organigrama de la empresa*

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

El personal para realizar las actividades de la empresa estará a cargo del administrador quien será la persona que lidere a los trabajadores para que logren cumplir con brindar un excelente servicio. Además, será la persona a cargo de realizar y finiquitar cada uno de los pedidos realizados por los clientes, responder los correos, los comentarios en redes sociales, de las quejas y sugerencias de clientes. También se contará con un asistente quien se encargará de asistir y cooperar en las actividades a realizar en la empresa.

Además, se contará con la persona encargada de la bodega quien se encargará de recibir los suministros en la bodega, mantener ordenados los productos y del embalaje del pedido solicitado por los clientes.

4.5.6 Logotipo



Figura 28. Logotipo de la marca

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

4.5.7 Mapa de procesos

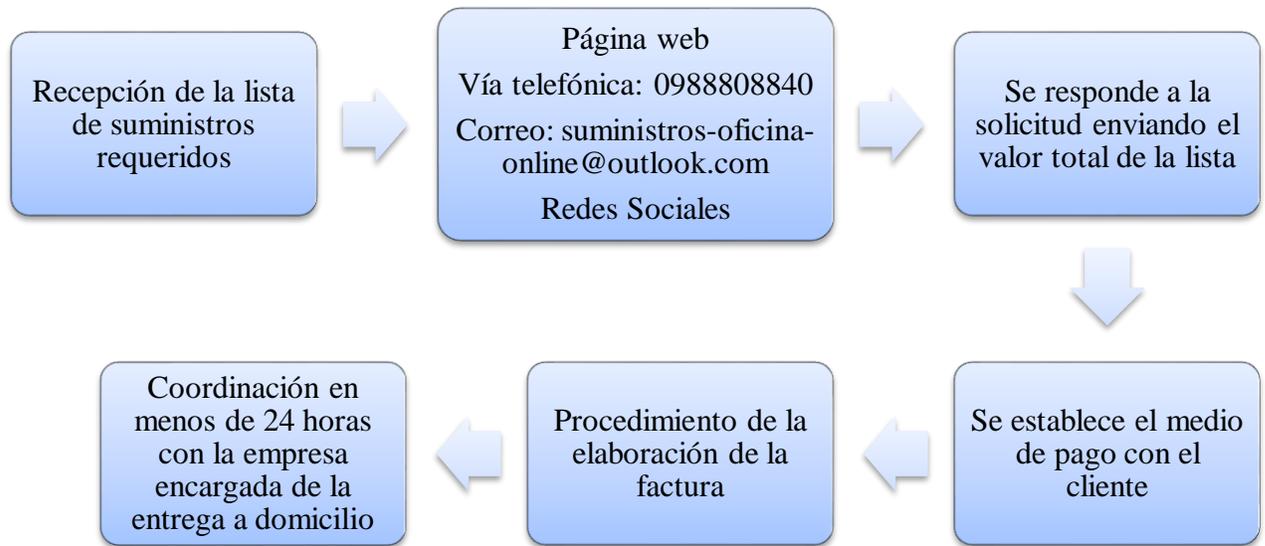


Figura 29. Mapa de procesos

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

Como se puede apreciar en la figura 29, se muestra el detalle del proceso que se realiza para el abastecimiento de los suministros de oficina desde la recepción de los mismos hasta la llegada de los productos a los clientes.

4.5.7.1 Contratación empresa delivery

Para realizar las entregas de los pedidos de los suministros de oficina se cuenta con la empresa Picker, que se dedica a brindar servicios de logística en la ciudad de Guayaquil.

Con Picker se trabaja mediante la descarga de la aplicación, se mantiene la comunicación con el chofer en todo momento por medio de un chat privado, se tiene la seguridad en el recorrido del envío, ya que la empresa con el cliente siguen en tiempo real al chofer, de esta manera la empresa se asegura de la llegada del pedido a sus clientes y se recibe reportes diarios, semanales o mensuales para llevar el control de las entregas. (Picker, 2019)



Figura 30. Cotizador empresa delivery Picker

Fuente: (Picker, 2019)

4.6 Análisis Financiero

4.6.1 Inversión en activos

Para el funcionamiento de la empresa SumiOffice online se requiere la adquisición de Propiedad, Planta y Equipo como son los muebles y enseres, equipos de oficina, equipos de computación y vehículos que serán necesarios para la puesta en marcha de la empresa.

Como se puede apreciar en la tabla 14 el total de Propiedad, Planta y Equipo requiere una inversión de \$1.276,00 con el detalle de cada activo requerido para el funcionamiento de la empresa.

Tabla 14. *Inversión Propiedad, Planta y Equipo*

INVERSIÓN PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO				
	No.	PRECIO UNITARIO	SUBTOTAL	TOTAL
Muebles y Enseres				
Escritorio	2	\$ 159,00	\$ 318,00	\$ 318,00
Silla	3	\$ 28,00	\$ 84,00	\$ 84,00
Archivador	1	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00
Total Muebles y Enseres				\$ 492,00
Equipos de Oficina				
Teléfono	1	\$ 57,00	\$ 57,00	\$ 57,00
Total Equipos de Oficina				\$ 57,00
Equipos de Computación				
Laptop	2	\$ 249,00	\$ 498,00	\$ 498,00
Impresora	1	\$ 229,00	\$ 229,00	\$ 229,00
Total Equipos de Computación				\$ 727,00
TOTAL				\$ 1.276,00

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

4.6.2 Depreciación Propiedad, Planta y Equipo

Tabla 15. *Depreciación Propiedad, Planta y Equipo*

DEPRECIACIÓN PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO			
DETALLE	VALOR	AÑOS VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	\$ 492,00	10	\$ 49,20
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 57,00	10	\$ 5,70
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 727,00	3	\$ 242,33
TOTAL	\$ 1.276,00		\$ 297,23

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

En la tabla 15 se detalla la depreciación de cada uno de los activos de Propiedad, Planta y Equipo que se requieren para la puesta en marcha de la empresa, con los valores a los que fueron adquiridos cada uno de ellos, los años de vida útil y se procedió a calcular la depreciación anual, obteniendo un total de \$297,23 como depreciación anual.

4.6.2.1 Detalle Depreciación Propiedad, Planta y Equipo

Tabla 16. Depreciación Muebles y Enseres

MUEBLES Y ENSERES			
PERIODO	DEP. ANUAL	DEP. ACUM	VALOR. EN LIBROS
0			\$ 492,00
1	\$ 49,20	\$ 541,20	\$ 442,80
2	\$ 49,20	\$ 492,00	\$ 393,60
3	\$ 49,20	\$ 442,80	\$ 344,40
4	\$ 49,20	\$ 393,60	\$ 295,20
5	\$ 49,20	\$ 344,40	\$ 246,00
6	\$ 49,20	\$ 295,20	\$ 196,80
7	\$ 49,20	\$ 246,00	\$ 147,60
8	\$ 49,20	\$ 196,80	\$ 98,40
9	\$ 49,20	\$ 147,60	\$ 49,20
10	\$ 49,20	\$ 98,40	\$ -

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

Tabla 17. Depreciación Equipos de Oficina

EQUIPOS DE OFICINA			
PERIODO	DEP. ANUAL	DEP. ACUM	VALOR. EN LIBROS
0			\$ 57,00
1	\$ 5,70	\$ 57,00	\$ 51,30
2	\$ 5,70	\$ 51,30	\$ 45,60
3	\$ 5,70	\$ 45,60	\$ 39,90
4	\$ 5,70	\$ 39,90	\$ 34,20
5	\$ 5,70	\$ 34,20	\$ 28,50
6	\$ 5,70	\$ 28,50	\$ 22,80
7	\$ 5,70	\$ 22,80	\$ 17,10
8	\$ 5,70	\$ 17,10	\$ 11,40
9	\$ 5,70	\$ 11,40	\$ 5,70
10	\$ 5,70	\$ 5,70	\$ -

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

Tabla 18. Depreciación Equipos de Computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
PERIODO	DEP. ANUAL	DEP. ACUM	VALOR. EN LIBROS
0			\$ 727,00
1	\$ 242,33	\$ 969,33	\$ 484,67
2	\$ 242,33	\$ 727,00	\$ 242,33
3	\$ 242,33	\$ 484,67	\$ -

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

4.6.3 Capital de trabajo

Tabla 19. Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
Inventario	\$ 9.055,32
Gastos Administrativos	
Sueldos	\$ 1.400,00
Servicios Básicos	\$ 240,00
Alquiler	\$ 1.000,00
TOTAL	\$ 11.695,32

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

Dentro del capital de trabajo se ha considerado el valor del inventario inicial más los gastos administrativos donde se incluyen los sueldos para el personal, los servicios básicos para el funcionamiento de la empresa y el gasto de alquiler que se realizará en el primer mes para la puesta en marcha del negocio con un total de \$11.695,32

El valor del inventario de \$9.055,32 abarca la primera compra que se realizará en el primer mes para tener un stock de productos en bodega.

Tabla 20. Inventario primer mes

	ÍTEM	UNIDADES /mes	COSTO	TOTAL MENSUAL
1	resma bond 75 grs. t/A4	200	\$ 3,39	\$ 678,00
2	sobres manila F-3	200	\$ 0,06	\$ 12,32
3	block ejecutivo cuadro	200	\$ 0,59	\$ 117,24
4	bloc de notas adhesivas post it med	200	\$ 0,76	\$ 151,70
5	bloc de notas adhesivas post it peq	200	\$ 0,25	\$ 49,92
6	grapadora ARTESCO med. Negra p/20h	200	\$ 3,12	\$ 623,64
7	grapadora BESTER med. Negra p/20h	200	\$ 2,61	\$ 521,64
8	grapapas 26/6 ALEX caja	200	\$ 0,87	\$ 173,24
9	sacagrapas EAGLE	200	\$ 0,47	\$ 93,50
10	clips mariposa ALEX caja	200	\$ 1,04	\$ 208,66
11	clips estándar ALEX caja	200	\$ 0,26	\$ 51,84
12	cinta de embalaje transparente	200	\$ 0,79	\$ 158,98
13	almohadilla mediana	200	\$ 0,81	\$ 161,48
14	perforadora ARTESCO med. 25h. Negro	200	\$ 2,98	\$ 595,18
15	resaltador amarillo	200	\$ 0,37	\$ 74,18
16	bolígrafos BIC P/F	200	\$ 0,33	\$ 65,66
17	bolígrafos FABER C. P/F	200	\$ 0,18	\$ 35,92
18	lápiz ARTESCO 2HB C/BORRADOR	200	\$ 0,16	\$ 31,68
19	sacapunta metálico	200	\$ 0,12	\$ 24,98
20	borrador PELIKAN	200	\$ 0,15	\$ 30,62
21	corrector ARTESCO pluma	200	\$ 0,53	\$ 105,58
22	archivador unico T/O negro	200	\$ 1,78	\$ 355,34
23	archivador unico T/M negro	200	\$ 1,64	\$ 327,26
24	Tinta EPSON NEGRO	200	\$ 10,98	\$ 2.196,00
25	Tinta EPSON CYAN	200	\$ 10,98	\$ 2.196,00
26	folder manila IDEAL T/O	200	\$ 0,07	\$ 14,76
	TOTAL			\$ 9.055,32

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

4.6.4 Gastos Administrativos

Como se aprecia en la tabla 21 se ha considerado dentro de capital de trabajo los sueldos del personal con un valor de \$1.400,00 para el primer mes como gastos de sueldos.

Tabla 21. Sueldos del personal

CARGO	Número de empleados	Sueldo mensual	Ingreso anual total
ADMINISTRADOR	1	\$ 600,00	\$ 7.200,00
ASISTENTE	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00
BODEGUERO	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00
TOTAL	3	\$ 1.400,00	\$ 16.800,00

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

Tabla 22. Sueldos del personal Año 1

CARGO	Número de empleados	Sueldo mensual	Ingreso anual total	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondos de reserva	Vacaciones	Aporte al I.E.E.S	Total
ADMINISTRADOR	1	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 600,00	\$ 394,00	\$ 0,00	\$ 300,00	\$ 72,90	\$ 8.566,90
ASISTENTE	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 400,00	\$ 394,00	\$ 0,00	\$ 200,00	\$ 48,60	\$ 5.842,60
BODEGUERO	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 400,00	\$ 394,00	\$ 0,00	\$ 200,00	\$ 48,60	\$ 5.842,60
TOTAL	3	\$ 1.400,00	\$ 16.800,00	\$ 1.400,00	\$ 1.182,00	\$ 0,00	\$ 700,00	\$ 170,10	\$ 20.252,10

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

Tabla 23. Sueldos del personal Año 2

CARGO	Número de empleados	Sueldo mensual	Ingreso anual total	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondos de reserva	Vacaciones	Aporte al I.E.E.S	Total
ADMINISTRADOR	1	\$ 618,00	\$ 7.416,00	\$ 618,00	\$ 394,00	\$ 617,75	\$ 309,00	\$ 75,09	\$ 9.429,84
ASISTENTE	1	\$ 412,00	\$ 4.944,00	\$ 412,00	\$ 394,00	\$ 411,84	\$ 206,00	\$ 50,06	\$ 6.417,89
BODEGUERO	1	\$ 412,00	\$ 4.944,00	\$ 412,00	\$ 394,00	\$ 411,84	\$ 206,00	\$ 50,06	\$ 6.417,89
TOTAL	3	\$ 1.442,00	\$ 17.304,00	\$ 1.442,00	\$ 1.182,00	\$ 1.441,42	\$ 721,00	\$ 175,20	\$ 22.265,63

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

Tabla 24. Sueldos del personal Año 3

CARGO	Número de empleados	Sueldo mensual	Ingreso anual total	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondos de reserva	Vacaciones	Aporte al I.E.E.S	Total
ADMINISTRADOR	1	\$ 636,54	\$ 7.638,48	\$ 636,54	\$ 394,00	\$ 636,29	\$ 318,27	\$ 77,34	\$ 9.700,91
ASISTENTE	1	\$ 424,36	\$ 5.092,32	\$ 424,36	\$ 394,00	\$ 424,19	\$ 212,18	\$ 51,56	\$ 6.598,61
BODEGUERO	1	\$ 424,36	\$ 5.092,32	\$ 424,36	\$ 394,00	\$ 424,19	\$ 212,18	\$ 51,56	\$ 6.598,61
TOTAL	3	\$ 1.485,26	\$ 17.823,12	\$ 1.485,26	\$ 1.182,00	\$ 1.484,67	\$ 742,63	\$ 180,46	\$ 22.898,13

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

Tabla 25. Sueldos del personal Año 4

CARGO	Número de empleados	Sueldo mensual	Ingreso anual total	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondos de reserva	Vacaciones	Aporte al I.E.E.S	Total
ADMINISTRADOR	1	\$ 655,64	\$ 7.867,63	\$ 655,64	\$ 394,00	\$ 655,37	\$ 327,82	\$ 79,66	\$ 9.980,12
ASISTENTE	1	\$ 437,09	\$ 5.245,09	\$ 437,09	\$ 394,00	\$ 436,92	\$ 218,55	\$ 53,11	\$ 6.784,75
BODEGUERO	1	\$ 437,09	\$ 5.245,09	\$ 437,09	\$ 394,00	\$ 436,92	\$ 218,55	\$ 53,11	\$ 6.784,75
TOTAL	3	\$ 1.529,82	\$ 18.357,81	\$ 1.529,82	\$ 1.182,00	\$ 1.529,21	\$ 764,91	\$ 185,87	\$ 23.549,62

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

Tabla 26. Sueldos del personal Año 5

CARGO	Número de empleados	Sueldo mensual	Ingreso anual total	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondos de reserva	Vacaciones	Aporte al I.E.E.S	Total
ADMINISTRADOR	1	\$ 675,31	\$ 8.103,66	\$ 675,31	\$ 394,00	\$ 675,04	\$ 337,65	\$ 82,05	\$ 10.267,71
ASISTENTE	1	\$ 450,20	\$ 5.402,44	\$ 450,20	\$ 394,00	\$ 450,02	\$ 225,10	\$ 54,70	\$ 6.976,47
BODEGUERO	1	\$ 450,20	\$ 5.402,44	\$ 450,20	\$ 394,00	\$ 450,02	\$ 225,10	\$ 54,70	\$ 6.976,47
TOTAL	3	\$ 1.575,71	\$ 18.908,55	\$ 1.575,71	\$ 1.182,00	\$ 1.575,08	\$ 787,86	\$ 191,45	\$ 24.220,65

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

Para los gastos de nómina de personal se consideran los sueldos mensuales y se realiza la proyección anual considerando los beneficios sociales para cada uno de los trabajadores que serán parte de la empresa.

En la tabla 27 se detalla los gastos de servicios básicos como el agua, luz y teléfono/internet con un gasto para el primer mes de \$240,00, se realiza la proyección para el primer año considerando el mismo valor mensual por un año y para los siguientes años se toma en consideración un incremento del 5% anual.

Tabla 27. Detalle de servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS										
DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL AÑO 1	AÑO 1	CM AÑO 2	AÑO 2	CM AÑO 3	AÑO 3	CM AÑO 4	AÑO 4	CM AÑO 5	AÑO 5
AGUA	\$ 30,00	\$ 360,00	\$ 31,50	\$ 378,00	\$ 33,08	\$ 396,90	\$ 34,73	\$ 416,75	\$ 36,47	\$ 437,58
LUZ	\$ 150,00	\$ 1.800,00	\$ 157,50	\$ 1.890,00	\$ 165,38	\$ 1.984,50	\$ 173,64	\$ 2.083,73	\$ 182,33	\$ 2.187,91
TELÉFONO-INTERNET	\$ 60,00	\$ 720,00	\$ 63,00	\$ 756,00	\$ 66,15	\$ 793,80	\$ 69,46	\$ 833,49	\$ 72,93	\$ 875,16
TOTAL	\$ 240,00	\$ 2.880,00	\$ 252,00	\$ 3.024,00	\$ 264,60	\$ 3.175,20	\$ 277,83	\$ 3.333,96	\$ 291,72	\$ 3.500,66

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

En la tabla 28 se detalla el gasto de alquiler de oficina con un valor de \$500,00 más el mes de depósito de \$500,00; como gasto para el primer mes de \$1.000,00 y la proyección al primer año con un total de \$6.500,00.

Se realiza la proyección para el primer año considerando en el contrato el mismo valor mensual por un año y para los siguientes años se toma en consideración un incremento del 5% anual.

Tabla 28. Alquiler

ALQUILER BODEGA										
DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL AÑO 1	AÑO 1	COSTO MENSUAL AÑO 2	AÑO 2	COSTO MENSUAL AÑO 3	AÑO 3	COSTO MENSUAL AÑO 4	AÑO 4	COSTO MENSUAL AÑO 5	AÑO 5
ALQUILER MES	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 525,00	\$ 6.300,00	\$ 551,25	\$ 6.615,00	\$ 578,81	\$ 6.945,75	\$ 607,75	\$ 7.293,04
DEPÓSITO (DERECHO DE LLAVE)	\$ 500,00	\$ 500,00								
TOTAL	\$ 1.000,00	\$ 6.500,00		\$ 6.300,00		\$ 6.615,00		\$ 6.945,75		\$ 7.293,04

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

4.6.5 Inversión Inicial

Tabla 29. *Inversión Inicial*

INVERSIÓN INICIAL	
Capital de trabajo	\$ 11.695,32
Propiedad, Planta y Equipo	
Muebles y Enseres	\$ 492,00
Equipos de Oficina	\$ 57,00
Equipos de Computación	\$ 727,00
Total Propiedad, Planta y Equipo	\$ 1.276,00
Suministros de oficina	\$ 200,00
Gastos de constitución	\$ 630,00
Gastos Pagados por Anticipado	\$ 250,00
TOTAL INVERSIÓN	\$ 14.051,32

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

En la tabla 29 se detalla la inversión inicial que se requiere, obteniendo un total de \$14.051,32; para su cálculo se ha considerado el capital de trabajo más la compra de la propiedad, planta y equipo donde se incluyen los muebles y enseres, los equipos de oficina, los equipos de computación y el vehículo, más los gastos de constitución, suministros de oficina y la adecuación del local.

4.6.6 Préstamo Bancario

Tabla 30. Amortización de la deuda

TABLA DE AMORTIZACIÓN DE DEUDA					
BAN ECUADOR					
Pago:				Años:	5
Tasa de interés:		15%		Capital:	\$ 12.000,00
Moneda:		Dólares			
Años	Capital	Intereses	Renta		Saldo
0				\$	12.000,00
1	\$ 1.779,79	\$ 1.800,00	\$ 3.579,79	\$	10.220,21
2	\$ 2.046,75	\$ 1.533,03	\$ 3.579,79	\$	8.173,46
3	\$ 2.353,77	\$ 1.226,02	\$ 3.579,79	\$	5.819,69
4	\$ 2.706,83	\$ 872,95	\$ 3.579,79	\$	3.112,86
5	\$ 3.112,86	\$ 466,93	\$ 3.579,79	\$	-

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

Tabla 31. Financiamiento

Financiamiento		%
Préstamo Bancario	\$ 12.000,00	85%
Aportación Socio	\$ 2.051,32	15%
	\$ 14.051,32	100%

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

Como parte del financiamiento se considera un préstamo bancario a BAN Ecuador por el valor de \$12.000,00 con una tasa de interés del 15% a 5 años plazo.

Y la diferencia para la inversión inicial será cubierta por la aportación del socio por un valor de \$2.051,32.

4.6.7 Detalle de gastos

En la tabla 32 se detallan los gastos de mantenimiento con un total de gasto anual de \$100,00; considerando el mantenimiento de la página web y realizando la proyección de los siguientes años con un incremento del 5% anual.

Tabla 32. Gastos de mantenimiento

MANTENIMIENTO					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MANTENIMIENTO PAG WEB	\$ 100,00	\$ 105,00	\$ 110,25	\$ 115,76	\$ 121,55
TOTAL	\$ 100,00	\$ 105,00	\$ 110,25	\$ 115,76	\$ 121,55

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

En la tabla 33 se detallan los gastos que se realizarán con la adquisición de un kit de vigilancia por el valor de \$385,00 y los gastos de limpieza del local por un valor anual de \$100,00, obteniendo un total de \$485,00 como otros gastos.

Tabla 33. Otros Gastos

OTROS GASTOS	
DESCRIPCIÓN	AÑO 1
Kit de vigilancia	\$ 385,00
Limpieza del local	\$ 100,00
TOTAL	\$ 485,00

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

4.6.8 Estado de Situación Inicial

Tabla 34. Estado de Situación Inicial

Estado de Situación Inicial		SumiOffice Online		Al 31 de Diciembre del 2018	
ACTIVO			PASIVO		
Activo Corriente			Pasivo Corriente		
Caja-Banco	\$ 2.640,00		Préstamo Bancario	<u>\$ 12.000,00</u>	
Inventario	\$ 9.055,32				
Suministros de Oficina	\$ 200,00				
Gastos Pagados por Anticipado	<u>\$ 880,00</u>				
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 12.775,32		TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 12.000,00	
Activo no Corriente			Total Pasivos		
Propiedad, Planta y Equipo			\$ 12.000,00		
Muebles y Enseres	\$ 492,00				
Equipos de Oficina	\$ 57,00				
Equipos de Computación	<u>\$ 727,00</u>		Patrimonio		
Total Propiedad, Planta y Equipo	\$ 1.276,00		Capital	<u>\$ 2.051,32</u>	
			Total Patrimonio	<u>\$ 2.051,32</u>	
Total Activos	<u>\$ 14.051,32</u>		Total Pasivo y Patrimonio	<u>\$ 14.051,32</u>	

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

4.6.9 Estado de Resultados

Tabla 35. Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS	\$ 146,103.84	\$ 153,409.03	\$ 161,079.48	\$ 169,133.46	\$ 177,590.13
COSTO DE VENTA	\$ 108,663.84	\$ 114,097.03	\$ 119,801.88	\$ 125,791.98	\$ 132,081.58
TOTAL COSTO DE VENTA	\$ 108,663.84	\$ 114,097.03	\$ 119,801.88	\$ 125,791.98	\$ 132,081.58
UTILIDAD BRUTA	\$ 37,440.00	\$ 39,312.00	\$ 41,277.60	\$ 43,341.48	\$ 45,508.55
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
SUELDOS Y SALARIOS DE PERSONAL	\$ 20,252.10	\$ 22,265.63	\$ 22,898.13	\$ 23,549.62	\$ 24,220.65
GASTOS DE ALQUILER	\$ 6,000.00	\$ 6,300.00	\$ 6,615.00	\$ 6,945.75	\$ 7,293.04
GASTOS DE DEPRECIACIÓN	\$ 297.23	\$ 297.23	\$ 297.23	\$ 137.90	\$ 137.90
GASTOS DE SERVICIOS BÁSICOS	\$ 2,880.00	\$ 3,024.00	\$ 3,175.20	\$ 3,333.96	\$ 3,500.66
GASTOS DE MANTENIMIENTO	\$ 100.00	\$ 105.00	\$ 110.25	\$ 115.76	\$ 121.55
OTROS GASTOS	\$ 485.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 30,014.33	\$ 31,991.86	\$ 33,095.82	\$ 34,082.99	\$ 35,273.80
GASTOS PRE OPERATIVOS					
GASTOS FINANCIEROS	\$ 1,800.00	\$ 1,533.03	\$ 1,226.02	\$ 872.95	\$ 466.93
Utilidades antes de particip. E impto	\$ 5,625.67	\$ 5,787.11	\$ 6,955.76	\$ 8,385.53	\$ 9,767.83
15% Participación de trabajadores	\$ 843.85	\$ 868.07	\$ 1,043.36	\$ 1,257.83	\$ 1,465.17
Utilidad antes de impto. A la renta	\$ 4,781.82	\$ 4,919.04	\$ 5,912.40	\$ 7,127.70	\$ 8,302.65
22% impuesto a la renta	\$ 1,052.00	\$ 1,082.19	\$ 1,300.73	\$ 1,568.09	\$ 1,826.58
Utilidad Neta	\$ 3,729.82	\$ 3,836.85	\$ 4,611.67	\$ 5,559.61	\$ 6,476.07

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

Tabla 36. Proyección de ventas

ÍTEM	Unidades estimadas a vender Primer año	Precio de Venta	Ingreso por Ventas Primer Año	Incremento Anual En Unidades	Unidades estimadas a vender Segundo año	Precio de Venta	Ingreso por Ventas Segundo Año
resma bond 75 grs. t/A4	2.400	\$ 3,99	\$ 9.576,00	5%	2.520	\$ 3,99	\$ 10.054,80
sobres manila F-3	2.400	\$ 0,66	\$ 1.587,84	5%	2.520	\$ 0,66	\$ 1.667,23
block ejecutivo cuadro	2.400	\$ 1,19	\$ 2.846,88	5%	2.520	\$ 1,19	\$ 2.989,22
bloc de notas adhesivas post it med	2.400	\$ 1,36	\$ 3.260,40	5%	2.520	\$ 1,36	\$ 3.423,42
bloc de notas adhesivas post it peq	2.400	\$ 0,85	\$ 2.039,04	5%	2.520	\$ 0,85	\$ 2.140,99
grapadora ARTESCO med. Negra p/20h	2.400	\$ 3,72	\$ 8.923,68	5%	2.520	\$ 3,72	\$ 9.369,86
grapadora BESTER med. Negra p/20h	2.400	\$ 3,21	\$ 7.699,68	5%	2.520	\$ 3,21	\$ 8.084,66
grapapas 26/6 ALEX caja	2.400	\$ 1,47	\$ 3.518,88	5%	2.520	\$ 1,47	\$ 3.694,82
sacagrapas EAGLE	2.400	\$ 1,07	\$ 2.562,00	5%	2.520	\$ 1,07	\$ 2.690,10
clips mariposa ALEX caja	2.400	\$ 1,64	\$ 3.943,92	5%	2.520	\$ 1,64	\$ 4.141,12
clips estándar ALEX caja	2.400	\$ 0,86	\$ 2.062,08	5%	2.520	\$ 0,86	\$ 2.165,18
cinta de embalaje transparente	2.400	\$ 1,39	\$ 3.347,76	5%	2.520	\$ 1,39	\$ 3.515,15
almohadilla mediana	2.400	\$ 1,41	\$ 3.377,76	5%	2.520	\$ 1,41	\$ 3.546,65
perforadora ARTESCO med. 25h. Negro	2.400	\$ 3,58	\$ 8.582,16	5%	2.520	\$ 3,58	\$ 9.011,27
resaltador amarillo	2.400	\$ 0,97	\$ 2.330,16	5%	2.520	\$ 0,97	\$ 2.446,67
bolígrafos BIC P/F	2.400	\$ 0,93	\$ 2.227,92	5%	2.520	\$ 0,93	\$ 2.339,32
bolígrafos FABER C. P/F	2.400	\$ 0,78	\$ 1.871,04	5%	2.520	\$ 0,78	\$ 1.964,59
lápiz ARTESCO 2HB C/BORRADOR	2.400	\$ 0,76	\$ 1.820,16	5%	2.520	\$ 0,76	\$ 1.911,17
sacapunta metálico	2.400	\$ 0,72	\$ 1.739,76	5%	2.520	\$ 0,72	\$ 1.826,75
borrador PELIKAN	2.400	\$ 0,75	\$ 1.807,44	5%	2.520	\$ 0,75	\$ 1.897,81
corrector ARTESCO pluma	2.400	\$ 1,13	\$ 2.706,96	5%	2.520	\$ 1,13	\$ 2.842,31
archivador unico T/O negro	2.400	\$ 2,38	\$ 5.704,08	5%	2.520	\$ 2,38	\$ 5.989,28

archivador unico T/M negro	2.400	\$ 2,24	\$ 5.367,12	5%	2.520	\$ 2,24	\$ 5.635,48
Tinta EPSON NEGRO	2.400	\$ 11,58	\$ 27.792,00	5%	2.520	\$ 11,58	\$ 29.181,60
Tinta EPSON CYAN	2.400	\$ 11,58	\$ 27.792,00	5%	2.520	\$ 11,58	\$ 29.181,60
folder manila IDEAL T/O	2.400	\$ 0,67	\$ 1.617,12	5%	2.520	\$ 0,67	\$ 1.697,98
TOTAL	62.400		\$ 146.103,84		65.520		\$ 153.409,03

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

Tabla 37. Proyección de ventas

Unidades estimadas a vender Tercer año	Precio de Venta	Ingreso por Ventas Tercer Año	Unidades estimadas a vender Cuarto año	Precio de Venta	Ingreso por Ventas Cuarto Año	Unidades estimadas a vender Quinto año	Precio de Venta	Ingreso por Ventas Quinto Año
2.646	\$ 3,99	\$ 10.557,54	2778	\$ 3,99	\$ 11.085,42	2917	\$ 3,99	\$ 11.639,69
2.646	\$ 0,66	\$ 1.750,59	2778	\$ 0,66	\$ 1.838,12	2917	\$ 0,66	\$ 1.930,03
2.646	\$ 1,19	\$ 3.138,69	2778	\$ 1,19	\$ 3.295,62	2917	\$ 1,19	\$ 3.460,40
2.646	\$ 1,36	\$ 3.594,59	2778	\$ 1,36	\$ 3.774,32	2917	\$ 1,36	\$ 3.963,04
2.646	\$ 0,85	\$ 2.248,04	2778	\$ 0,85	\$ 2.360,44	2917	\$ 0,85	\$ 2.478,47
2.646	\$ 3,72	\$ 9.838,36	2778	\$ 3,72	\$ 10.330,28	2917	\$ 3,72	\$ 10.846,79
2.646	\$ 3,21	\$ 8.488,90	2778	\$ 3,21	\$ 8.913,34	2917	\$ 3,21	\$ 9.359,01
2.646	\$ 1,47	\$ 3.879,57	2778	\$ 1,47	\$ 4.073,54	2917	\$ 1,47	\$ 4.277,22
2.646	\$ 1,07	\$ 2.824,61	2778	\$ 1,07	\$ 2.965,84	2917	\$ 1,07	\$ 3.114,13
2.646	\$ 1,64	\$ 4.348,17	2778	\$ 1,64	\$ 4.565,58	2917	\$ 1,64	\$ 4.793,86
2.646	\$ 0,86	\$ 2.273,44	2778	\$ 0,86	\$ 2.387,12	2917	\$ 0,86	\$ 2.506,47
2.646	\$ 1,39	\$ 3.690,91	2778	\$ 1,39	\$ 3.875,45	2917	\$ 1,39	\$ 4.069,22
2.646	\$ 1,41	\$ 3.723,98	2778	\$ 1,41	\$ 3.910,18	2917	\$ 1,41	\$ 4.105,69

2.646	\$	3,58	\$	9.461,83	2778	\$	3,58	\$	9.934,92	2917	\$	3,58	\$	10.431,67
2.646	\$	0,97	\$	2.569,00	2778	\$	0,97	\$	2.697,45	2917	\$	0,97	\$	2.832,32
2.646	\$	0,93	\$	2.456,28	2778	\$	0,93	\$	2.579,10	2917	\$	0,93	\$	2.708,05
2.646	\$	0,78	\$	2.062,82	2778	\$	0,78	\$	2.165,96	2917	\$	0,78	\$	2.274,26
2.646	\$	0,76	\$	2.006,73	2778	\$	0,76	\$	2.107,06	2917	\$	0,76	\$	2.212,42
2.646	\$	0,72	\$	1.918,09	2778	\$	0,72	\$	2.013,99	2917	\$	0,72	\$	2.114,69
2.646	\$	0,75	\$	1.992,70	2778	\$	0,75	\$	2.092,34	2917	\$	0,75	\$	2.196,95
2.646	\$	1,13	\$	2.984,42	2778	\$	1,13	\$	3.133,64	2917	\$	1,13	\$	3.290,33
2.646	\$	2,38	\$	6.288,75	2778	\$	2,38	\$	6.603,19	2917	\$	2,38	\$	6.933,34
2.646	\$	2,24	\$	5.917,25	2778	\$	2,24	\$	6.213,11	2917	\$	2,24	\$	6.523,77
2.646	\$	11,58	\$	30.640,68	2778	\$	11,58	\$	32.172,71	2917	\$	11,58	\$	33.781,35
2.646	\$	11,58	\$	30.640,68	2778	\$	11,58	\$	32.172,71	2917	\$	11,58	\$	33.781,35
2.646	\$	0,67	\$	1.782,87	2778	\$	0,67	\$	1.872,02	2917	\$	0,67	\$	1.965,62
68.796			\$	161.079,48	72.236			\$	169.133,46	75.848			\$	177.590,13

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

Tabla 38. Proyección de compras

ÍTEM	Unidades estimadas a comprar Primer año	Costo	Gasto por compras Primer Año	Incremento Anual En Unidades	Unidades estimadas a comprar Segundo año	Costo	Gasto por compras Segundo Año
resma bond 75 grs. t/A4	2.400	\$ 3,39	\$ 8.136,00	5%	2.520	\$ 3,39	\$ 8.542,80
sobres manila F-3	2.400	\$ 0,06	\$ 147,84	5%	2.520	\$ 0,06	\$ 155,23
block ejecutivo cuadro	2.400	\$ 0,59	\$ 1.406,88	5%	2.520	\$ 0,59	\$ 1.477,22
bloc de notas adhesivas post it med	2.400	\$ 0,76	\$ 1.820,40	5%	2.520	\$ 0,76	\$ 1.911,42
bloc de notas adhesivas post it peq	2.400	\$ 0,25	\$ 599,04	5%	2.520	\$ 0,25	\$ 628,99
grapadora ARTESCO med. Negra p/20h	2.400	\$ 3,12	\$ 7.483,68	5%	2.520	\$ 3,12	\$ 7.857,86
grapadora BESTER med. Negra p/20h	2.400	\$ 2,61	\$ 6.259,68	5%	2.520	\$ 2,61	\$ 6.572,66
grapas 26/6 ALEX caja	2.400	\$ 0,87	\$ 2.078,88	5%	2.520	\$ 0,87	\$ 2.182,82
sacagrapas EAGLE	2.400	\$ 0,47	\$ 1.122,00	5%	2.520	\$ 0,47	\$ 1.178,10
clips mariposa ALEX caja	2.400	\$ 1,04	\$ 2.503,92	5%	2.520	\$ 1,04	\$ 2.629,12
clips estándar ALEX caja	2.400	\$ 0,26	\$ 622,08	5%	2.520	\$ 0,26	\$ 653,18
cinta de embalaje transparente	2.400	\$ 0,79	\$ 1.907,76	5%	2.520	\$ 0,79	\$ 2.003,15
almohadilla mediana	2.400	\$ 0,81	\$ 1.937,76	5%	2.520	\$ 0,81	\$ 2.034,65
perforadora ARTESCO med. 25h. Negro	2.400	\$ 2,98	\$ 7.142,16	5%	2.520	\$ 2,98	\$ 7.499,27
resaltador amarillo	2.400	\$ 0,37	\$ 890,16	5%	2.520	\$ 0,37	\$ 934,67
bolígrafos BIC P/F	2.400	\$ 0,33	\$ 787,92	5%	2.520	\$ 0,33	\$ 827,32
bolígrafos FABER C. P/F	2.400	\$ 0,18	\$ 431,04	5%	2.520	\$ 0,18	\$ 452,59
lápiz ARTESCO 2HB C/BORRADOR	2.400	\$ 0,16	\$ 380,16	5%	2.520	\$ 0,16	\$ 399,17
sacapunta metálico	2.400	\$ 0,12	\$ 299,76	5%	2.520	\$ 0,12	\$ 314,75
borrador PELIKAN	2.400	\$ 0,15	\$ 367,44	5%	2.520	\$ 0,15	\$ 385,81
corrector ARTESCO pluma	2.400	\$ 0,53	\$ 1.266,96	5%	2.520	\$ 0,53	\$ 1.330,31
archivador único T/O negro	2.400	\$ 1,78	\$ 4.264,08	5%	2.520	\$ 1,78	\$ 4.477,28

archivador único T/M negro	2.400	\$ 1,64	\$ 3.927,12	5%	2.520	\$ 1,64	\$ 4.123,48
Tinta EPSON NEGRO	2.400	\$ 10,98	\$ 26.352,00	5%	2.520	\$ 10,98	\$ 27.669,60
Tinta EPSON CYAN	2.400	\$ 10,98	\$ 26.352,00	5%	2.520	\$ 10,98	\$ 27.669,60
folder manila IDEAL T/O	2.400	\$ 0,07	\$ 177,12	5%	2.520	\$ 0,07	\$ 185,98
TOTAL	62.400		\$ 108.663,84		65.520		\$ 114.097,03

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

Tabla 39. Proyección de compras

Unidades estimadas a comprar Tercer año	Costo	Gasto por compras Tercer Año	Unidades estimadas a comprar Cuarto año	Costo	Gasto por compras Cuarto Año	Unidades estimadas a comprar Quinto año	Costo	Gasto por compras Quinto Año
2.646	\$ 3,39	\$ 8.969,94	2778	\$ 3,39	\$ 9.418,44	2917	\$ 3,39	\$ 9.889,36
2.646	\$ 0,06	\$ 162,99	2778	\$ 0,06	\$ 171,14	2917	\$ 0,06	\$ 179,70
2.646	\$ 0,59	\$ 1.551,09	2778	\$ 0,59	\$ 1.628,64	2917	\$ 0,59	\$ 1.710,07
2.646	\$ 0,76	\$ 2.006,99	2778	\$ 0,76	\$ 2.107,34	2917	\$ 0,76	\$ 2.212,71
2.646	\$ 0,25	\$ 660,44	2778	\$ 0,25	\$ 693,46	2917	\$ 0,25	\$ 728,14
2.646	\$ 3,12	\$ 8.250,76	2778	\$ 3,12	\$ 8.663,30	2917	\$ 3,12	\$ 9.096,46
2.646	\$ 2,61	\$ 6.901,30	2778	\$ 2,61	\$ 7.246,36	2917	\$ 2,61	\$ 7.608,68
2.646	\$ 0,87	\$ 2.291,97	2778	\$ 0,87	\$ 2.406,56	2917	\$ 0,87	\$ 2.526,89
2.646	\$ 0,47	\$ 1.237,01	2778	\$ 0,47	\$ 1.298,86	2917	\$ 0,47	\$ 1.363,80
2.646	\$ 1,04	\$ 2.760,57	2778	\$ 1,04	\$ 2.898,60	2917	\$ 1,04	\$ 3.043,53
2.646	\$ 0,26	\$ 685,84	2778	\$ 0,26	\$ 720,14	2917	\$ 0,26	\$ 756,14
2.646	\$ 0,79	\$ 2.103,31	2778	\$ 0,79	\$ 2.208,47	2917	\$ 0,79	\$ 2.318,89
2.646	\$ 0,81	\$ 2.136,38	2778	\$ 0,81	\$ 2.243,20	2917	\$ 0,81	\$ 2.355,36

2.646	\$	2,98	\$	7.874,23	2778	\$	2,98	\$	8.267,94	2917	\$	2,98	\$	8.681,34
2.646	\$	0,37	\$	981,40	2778	\$	0,37	\$	1.030,47	2917	\$	0,37	\$	1.082,00
2.646	\$	0,33	\$	868,68	2778	\$	0,33	\$	912,12	2917	\$	0,33	\$	957,72
2.646	\$	0,18	\$	475,22	2778	\$	0,18	\$	498,98	2917	\$	0,18	\$	523,93
2.646	\$	0,16	\$	419,13	2778	\$	0,16	\$	440,08	2917	\$	0,16	\$	462,09
2.646	\$	0,12	\$	330,49	2778	\$	0,12	\$	347,01	2917	\$	0,12	\$	364,36
2.646	\$	0,15	\$	405,10	2778	\$	0,15	\$	425,36	2917	\$	0,15	\$	446,63
2.646	\$	0,53	\$	1.396,82	2778	\$	0,53	\$	1.466,66	2917	\$	0,53	\$	1.540,00
2.646	\$	1,78	\$	4.701,15	2778	\$	1,78	\$	4.936,21	2917	\$	1,78	\$	5.183,02
2.646	\$	1,64	\$	4.329,65	2778	\$	1,64	\$	4.546,13	2917	\$	1,64	\$	4.773,44
2.646	\$	10,98	\$	29.053,08	2778	\$	10,98	\$	30.505,73	2917	\$	10,98	\$	32.031,02
2.646	\$	10,98	\$	29.053,08	2778	\$	10,98	\$	30.505,73	2917	\$	10,98	\$	32.031,02
2.646	\$	0,07	\$	195,27	2778	\$	0,07	\$	205,04	2917	\$	0,07	\$	215,29
68.796			\$	119.801,88	72.236			\$	125.791,98	75.848			\$	132.081,58

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

4.6.10 Flujo de caja puro

Tabla 40. Flujo de caja puro

FLUJO DE CAJA PURO						
Detalle	Periodo de inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
Ingresos por ventas		\$ 146,103.84	\$ 153,409.03	\$ 161,079.48	\$ 169,133.46	\$ 177,590.13
Ingresos no operativos						
Inversión en Capital de trabajo	\$ (2,640.00)					
TOTAL DE INGRESOS	\$ (2,640.00)	\$ 146,103.84	\$ 153,409.03	\$ 161,079.48	\$ 169,133.46	\$ 177,590.13
EGRESOS OPERATIVOS						
Pago a proveedores	\$ (9,055.32)	\$ 108,663.84	\$ 114,097.03	\$ 119,801.88	\$ 125,791.98	\$ 132,081.58
Gastos Pre operativos	\$ -					
SUELDOS Y SALARIOS DE PERSONAL		\$ 20,252.10	\$ 22,265.63	\$ 22,898.13	\$ 23,549.62	\$ 24,220.65
GASTOS DE ALQUILER		\$ 6,500.00	\$ 6,300.00	\$ 6,615.00	\$ 6,945.75	\$ 7,293.04
GASTOS DE SERVICIOS BÁSICOS		\$ 2,880.00	\$ 3,024.00	\$ 3,175.20	\$ 3,333.96	\$ 3,500.66
GASTOS DE MANTENIMIENTO		\$ 100.00	\$ 105.00	\$ 110.25	\$ 115.76	\$ 121.55
TOTAL EGRESOS OPERATIVOS	\$ (9,055.32)	\$ 138,395.94	\$ 145,791.66	\$ 152,600.47	\$ 159,737.07	\$ 167,217.47
EGRESOS NO OPERATIVOS						
Compra de activos fijos	\$ (1,276.00)					
Partic. De trabajadores 15%		-	\$ 843.85	\$ 868.07	\$ 1,043.36	\$ 1,257.83
Pago de impuestos		-	\$ 1,052.00	\$ 1,082.19	\$ 1,300.73	\$ 1,568.09
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	\$ (1,276.00)	\$ -	\$ 1,895.85	\$ 1,950.26	\$ 2,344.09	\$ 2,825.92
TOTAL EGRESOS	\$ (10,331.32)	\$ 138,395.94	\$ 147,687.51	\$ 154,550.72	\$ 162,081.16	\$ 170,043.39
UTILIDAD NETA		\$ 7,707.90	\$ 5,721.52	\$ 6,528.76	\$ 7,052.30	\$ 7,546.74

FLUJO NETO DE EFECTIVO	\$ (12,971.32)	\$ 7,707.90	\$ 5,721.52	\$ 6,528.76	\$ 7,052.30	\$ 7,546.74
-------------------------------	-----------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

Tabla 41. VAN y TIR Flujo de Caja Puro

TASA DE DESCUENTO	20%
VAN	\$ 7.637,28
TIR	45%
Relación C /B	\$ 1,70

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

Tomando en consideración cada uno de los recursos que serán utilizados para la puesta en marcha de SumiOffice online y realizando cada una de las proyecciones se puede concluir según los resultados que el proyecto es rentable, ya que en el flujo puro se obtiene resultados con una tasa de descuento del 20%, de una VAN de \$7.637,28 y una TIR de 45%.

4.6.11 Flujo de caja del inversionista

Tabla 42. Flujo de caja del inversionista

FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA						
Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
Ingresos por ventas		\$ 146,103.84	\$ 153,409.03	\$ 161,079.48	\$ 169,133.46	\$ 177,590.13
Ingresos no operativos						
Préstamo Bancario	\$ 12,000.00					
Inversión en Capital de trabajo	\$ (2,640.00)					
TOTAL DE INGRESOS	\$ 9,360.00	\$ 146,103.84	\$ 153,409.03	\$ 161,079.48	\$ 169,133.46	\$ 177,590.13
EGRESOS OPERATIVOS						
Pago a proveedores	\$ (9,055.32)	\$ 108,663.84	\$ 108,663.84	\$ 108,663.84	\$ 108,663.84	\$ 108,663.84
Gastos Pre operativos	\$ -					
SUELDOS Y SALARIOS DE PERSONAL		\$ 20,252.10	\$ 22,265.63	\$ 22,898.13	\$ 23,549.62	\$ 24,220.65
GASTOS DE ALQUILER		\$ 6,500.00	\$ 6,300.00	\$ 6,615.00	\$ 6,945.75	\$ 7,293.04
GASTOS DE SERVICIOS BÁSICOS		\$ 2,880.00	\$ 3,024.00	\$ 3,175.20	\$ 3,333.96	\$ 3,500.66
GASTOS DE MANTENIMIENTO		\$ 100.00	\$ 105.00	\$ 110.25	\$ 115.76	\$ 121.55
TOTAL EGRESOS OPERATIVOS	\$ (9,055.32)	\$ 138,395.94	\$ 140,358.47	\$ 141,462.42	\$ 142,608.93	\$ 143,799.73
EGRESOS NO OPERATIVOS						
Compra de activos fijos	\$ (14,051.32)					
Pago de intereses		\$ 1,800.00	\$ 1,533.03	\$ 1,226.02	\$ 872.95	\$ 466.93
Partic. De trabajadores 15%			\$ 843.85	\$ 868.07	\$ 1,043.36	\$ 1,257.83
Pago de impuestos			\$ 1,052.00	\$ 1,082.19	\$ 1,300.73	\$ 1,568.09
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	\$ (14,051.32)	\$ 1,800.00	\$ 3,428.88	\$ 3,176.27	\$ 3,217.05	\$ 3,292.85
TOTAL EGRESOS	\$ (23,106.64)	\$ 140,195.94	\$ 143,787.35	\$ 144,638.70	\$ 145,825.98	\$ 147,092.59

UTILIDAD NETA	\$ (13,746.64)	\$ 5,907.90	\$ 9,621.68	\$ 16,440.78	\$ 23,307.48	\$ 30,497.54
Pago de Préstamo		\$ (1,779.79)	\$ (2,046.75)	\$ (2,353.77)	\$ (2,706.83)	\$ (3,112.86)
FLUJO NETO DE EFECTIVO	\$ (13,746.64)	\$ 4,128.11	\$ 7,574.93	\$ 14,087.02	\$ 20,600.65	\$ 27,384.69

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

Tabla 43. VAN y TIR Flujo de Caja del Inversionista

TASA DE DESCUENTO	22%
VAN	\$ 21.915,61
TIR	64%
Relación C /B	\$ 0,63

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

Como resultado en las proyecciones del flujo de caja del inversionista se obtiene resultados con una tasa de descuento del 22%, de una VAN de \$21.915,61 y una TIR de 64%.

4.6.12 Punto de Equilibrio

Tabla 44. Punto de Equilibrio

Costo fijo		\$ 2.140,00	
PRODUCTO	PRECIO DE VENTA POR UNIDAD	COSTO VARIABLE POR UNIDAD	VENTAS ESTIMADAS POR PRODUCTO
resma bond 75 grs t/A4	\$ 3,99	\$ 3,39	200
sobres manila F-3	\$ 0,66	\$ 0,06	200
block ejecutivo cuadro	\$ 1,19	\$ 0,59	200
bloc notas adhes med	\$ 1,36	\$ 0,76	200
bloc notas adhes peq	\$ 0,85	\$ 0,25	200
grapad ART med.	\$ 3,72	\$ 3,12	200
Grap BEST med. p/20h	\$ 3,21	\$ 2,61	200
grapas 26/6 ALEX caja	\$ 1,47	\$ 0,87	200
sacagrapas EAGLE	\$ 1,07	\$ 0,47	200
clips mariposa caja	\$ 1,64	\$ 1,04	200
clips estándar caja	\$ 0,86	\$ 0,26	200
cinta embalaje transp	\$ 1,39	\$ 0,79	200
almohadilla mediana	\$ 1,41	\$ 0,81	200
perforadora ART med.	\$ 3,58	\$ 2,98	200
resaltador amarillo	\$ 0,97	\$ 0,37	200
bolígrafos BIC P/F	\$ 0,93	\$ 0,33	200
bolígrafos FABER C. P	\$ 0,78	\$ 0,18	200
lápiz ARTESCO 2HB	\$ 0,76	\$ 0,16	200
sacapuntas metálico	\$ 0,72	\$ 0,12	200
borrador PELIKAN	\$ 0,75	\$ 0,15	200
corrector ART pluma	\$ 1,13	\$ 0,53	200
archivador T/O negro	\$ 2,38	\$ 1,78	200
archivador T/M negro	\$ 2,24	\$ 1,64	200
Tinta EPSON NEGRO	\$ 11,58	\$ 10,98	200
Tinta EPSON CYAN	\$ 11,58	\$ 10,98	200
folder man IDEAL T/O	\$ 0,67	\$ 0,07	200
TOTAL	\$ 2,34	\$ 1,74	5200

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

Tabla 46. Proyección de utilidades según Punto de Equilibrio

UNIDADES VENDIDAS	COSTO TOTAL	INGRESOS POR VENTAS	UTILIDADES
800	\$ 3.533	\$ 1.873	\$ (1.660,00)
900	\$ 3.707	\$ 2.107	\$ (1.600,00)
1000	\$ 3.881	\$ 2.341	\$ (1.540,00)
2000	\$ 5.623	\$ 4.683	\$ (940,00)
3000	\$ 7.364	\$ 7.024	\$ (340,00)
3567	\$ 8.352	\$ 8.352	\$ 0,20
4000	\$ 9.106	\$ 9.366	\$ 260,00
5000	\$ 10.847	\$ 11.707	\$ 860,00
6000	\$ 12.588	\$ 14.048	\$ 1.460,00
7000	\$ 14.330	\$ 16.390	\$ 2.060,00

Elaborado por: (Matamoro, 2018)

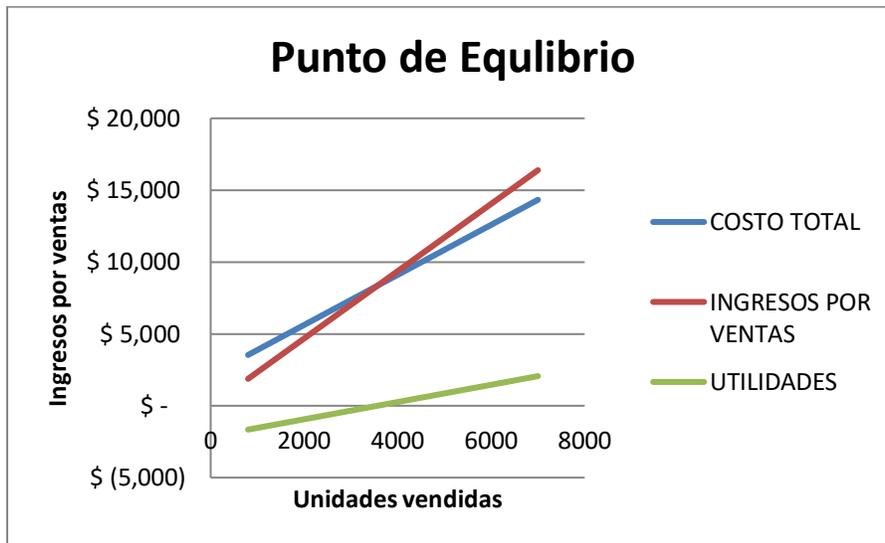


Figura 31. Gráfico Punto de Equilibrio

Elaborado por: Matamoro, J (2018)

El punto de equilibrio es de 3.567 unidades, es decir que la empresa necesita vender 3.567 productos de la empresa comercializadora de suministros de oficina para que los ingresos sean iguales a los costos. Si se realiza la venta de 3.568 productos se empieza a generar utilidades, mientras que si se realizan ventas menores de 3.566 productos esto generaría pérdidas.

CONCLUSIONES

El resultado de la encuesta dio a conocer que la situación actual del mercado de suministros de oficina online es un mercado al cual se puede ingresar aprovechando que las oficinas utilizan de una manera constante los productos para las actividades diarias que realizan.

Aparte de la competencia ya existente se puede lograr la acogida y fidelización de los clientes añadiendo un valor agregado para ser la diferencia entre los competidores que existen actualmente.

Es muy importante saber aprovechar las herramientas tecnológicas, dándoles un servicio rápido y llegando a cumplir con las expectativas que tienen como consumidores.

Es factible la creación de una empresa comercializadora de suministros de oficina online ya que según el análisis financiero los resultados que se obtienen son positivos, permitiendo recuperar la inversión realizada para la puesta en marcha del negocio.

RECOMENDACIONES

El proyecto debe ser administrado por el personal de manera eficiente para así poder desarrollarlo productivamente, se capacitará a los empleados para que brinden un excelente servicio.

Se debe realizar el mantenimiento de la página web y redes sociales.

Es importante la actualización de cada uno de los recursos tecnológicos para garantizar la efectividad de las ventas por este canal vía online.

Se debe permanecer informado constantemente sobre los nuevos productos y precios que existen en el mercado.

Para lograr la fidelización de los clientes se recomienda atender las sugerencias e inquietudes que manifiesten los consumidores.

Es recomendable realizar la inversión para la implementación del proyecto de acuerdo a los resultados positivos que se han obtenido en el estudio financiero previamente realizado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, O. (2018). *Olmedo Álvarez*. Recuperado de <https://olmedoalvarez.com/>
- Amazings, N. (s.f.). *NCYT Amazings*. Recuperado de <https://noticiasdelaciencia.com>
- Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos*. México: Mc Graw Hill.
- BCE. (junio de 2017). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado de contenido.bce.fin.ec
- CAS. (16 de Mayo de 2016). *Educación Ecuador*. Recuperado de www.educarecuador.gob.ec
- COMSUCRE. (s.f.). *COMSUCRE*. Recuperado de <https://www.comsucre.com/mision.php>
- economía, E. y. (s.f.). *República*. Recuperado de empresayeconomia.republica.com
- Educación, M. d. (Marzo de 2015). *Ministerio de Educación*. Recuperado de www.educacion.gob.ec
- EKOS, R. (Noviembre de 2017). *EKOS*. Recuperado de www.ekosnegocios.com
- El Universo, E. (s.f.). *EL Universo*. Recuperado de www.eluniverso.com
- Escobar, A. (2013). *UNEMI*. Recuperado de repositorio.unemi.edu.ec
- Freire, J. (s.f.). *El Universo*. Recuperado de www.eluniverso.com
- García, M. (2017). *UG*. Recuperado de repositorio.ug.edu.ec
- GlobalSumec. (2018). *GlobalSumec*. Recuperado de <http://www.globalsumec.com/website/>
- INEC. (2010).
- INEC. (06 de octubre de 2017). *INEC*. Recuperado de www.ecuadorencifras.gob.ec
- INEC. (06 de noviembre de 2017). *Revista Líderes*. Recuperado de www.revistalideres.ec
- INEC. (s.f.). *Ecuador en cifras*. Recuperado de www.ecuadorencifras.gob.ec
- INEC, E. e. (2015). Recuperado de www.ecuadorencifras.gob.ec
- Maps, G. (s.f.). *Google Maps*. Recuperado de <https://www.google.com/maps/place/Av+del+Periodista,+Guayaquil/@-2.1751496,->

79.9002674,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x902d6de9edc3801b:0x4859fa637c3c40c
c!8m2!3d-2.1751496!4d-79.8980787

Matamoro, J. (2018).

Mervasa. (2018). *Mervasa*. Recuperado de <https://ecuadatos.com/mervasa-s-a/>

Miranda, J. (2009). *Gestión de Proyectos*. MM Editores.

Mora, B. Z. (2018). *El Universo*. Recuperado de www.eluniverso.com

Moreano, G. (17 de Marzo de 2018). El décimo cuarto sueldo, aprovechado para comprar útiles y uniformes. (D. E. Universo, Entrevistador)

Motato, E. (28 de Marzo de 2018). Ventas de útiles escolares reactivaría el comercio. (D. L. Hora, Entrevistador)

Novicompu. (2018). *Novicompu*. Recuperado de <https://www.novicompu.com>

OLX. (2018). *OLX*. Recuperado de <https://m.olx.com.ec>

Opinión, L. (s.f.). *La Opinión*. Recuperado de La Opinión: www.laopinion.com

Paco, S. (s.f.). *Súper Paco*. Recuperado de www.superpaco.com

Papelesa. (s.f.). *Papelesa*. Recuperado de <https://www.papelesa.com/index.php>

Patiotuerca. (2018). *Patiotuerca*. Recuperado de <https://ecuador.patiotuerca.com>

Peñaca. (2018). *Peñaca*. Recuperado de <http://www.penaca.com/>

Picker. (2019). *Picker*. Recuperado de www.pickerexpress.com

Proaño, A. (2008). *ESPE*. Recuperado de repositorio.espe.edu.ec

PYCCA. (2018). *PYCCA*. Recuperado de <https://www.pycca.com/>

Región, L. (s.f.). *La Región S.A*. Recuperado de www.laregion.es

Robbins, S. P. (2005). *Administración*. Pearson.

Ronquillo, P. (2018). *Pablo Ronquillo*. Recuperado de <http://pabloronquillo.com>

Sapag, N. (2011). *Proyectos de Inversión, formulación y evaluación*. Chile: Pearson.

Suker. (2018). *Suker S.A.* Recuperado de <http://www.sukersa.com.ec/index.html>

SurtiOffice. (2018). *SurtiOffice*. Recuperado de <http://www.surtioffice.com/index.php>

Tapia, E. (28 de Abril de 2015). *El Comercio*. Recuperado de www.elcomercio.com

Universo, E. (2018). *El Universo*. Recuperado de www.eluniverso.com

UTIMPOR. (2018). *UTIMPOR*.

Vivar, C. (28 de Marzo de 2018). Ventas de útiles escolares reactivaría el comercio. (D. L. Hora, Entrevistador)

ANEXOS

ANEXO 1: Formato de Encuesta

Saludos,

Por favor, llene esta pequeña encuesta.

La información que nos proporcione será utilizada para conocer su valiosa opinión referente a la compra de suministros de oficina.

1.- ¿Con qué frecuencia la empresa realiza el abastecimiento de los suministros de oficina?

Semanalmente

Quincenalmente

Mensualmente

2.- ¿Dónde adquiere la empresa los suministros de oficina requeridos?

Papelerías del sector

Distribuidoras

Vía online

3.- ¿Por qué preferiría solicitar los suministros de oficina vía online?

Ahorro de tiempo

Comodidad

Diversidad de productos

Reducción de gastos

Horario de atención

4.- ¿El abastecimiento de los suministros cuenta con servicio a domicilio?

Si

No

5.- ¿Cuáles son los suministros de oficina que la empresa requiere usualmente?

6.- ¿Qué forma de pago le gustaría utilizar a la empresa para adquirir los suministros de oficina vía online?

Efectivo

Tarjeta débito

Tarjeta crédito

Otros _____

7.- ¿Estaría dispuesto a cambiar a un proveedor vía online de suministros de oficina?

Si

No

Muchas gracias por su tiempo.

ANEXO 2: COTIZACIONES



The image shows a screenshot of the Novicompu website. The browser address bar displays the URL: <https://www.novicompu.com/home/4952/laptop-hp-intel-15-bs212-500gb-4gb-15-pulg-bt-dvdwr-w10.html>. The website header features the Novicompu logo with the tagline "LO MISMO PERO MÁS BARATO", a search bar, and a shopping cart icon indicating "Carrito: vacío". A navigation menu includes links for Inicio, Hogar, Deportes, Electrónico, Equipos de Computación, Oficina, and Contáctenos, along with social media icons for Facebook, Twitter, and Instagram. The main content area is titled "Laptops" and displays a product listing for "LAPTOP HP INTEL 15-BS212, 500GB, 4GB, 15 PULG, BT, DVDWR, W10". The product image shows a black HP laptop open, displaying the Windows 10 desktop. The product details include the price "\$249,00", a quantity selector set to "1", and a green "AGREGAR AL CARRITO" button. The product description specifies: "LAPTOP HP INTEL 15-BS212, 500GB, 4GB, 15 PULG, BT, DVDWR, W10", "Referencia 1EHP199", and "HP 15-BS212 CELESTINE DUAL-CORE I4000 1.1GHZ 500GB 4GB 15.6\" (1366x768) BT DVD-RW W10 WEBCAM JET BLACK".

Figura 32. Cotización laptops

Elaborado por: (Novicompu, 2018)

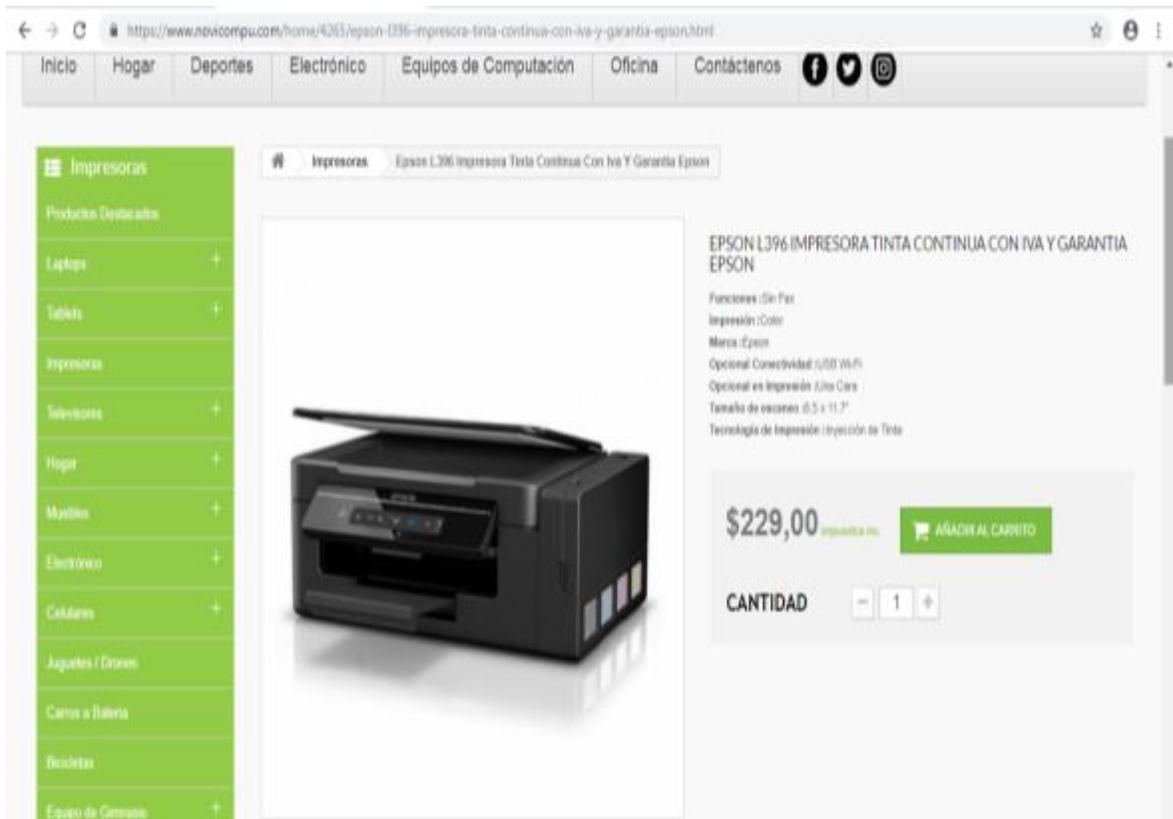


Figura 33. Cotización impresoras

Elaborado por: (Novicompu, 2018)



Figura 34. Cotización muebles para la oficina

Elaborado por: (Novicompu, 2018)



Figura 35. Cotización teléfonos

Elaborado por: (Novicompu, 2018)

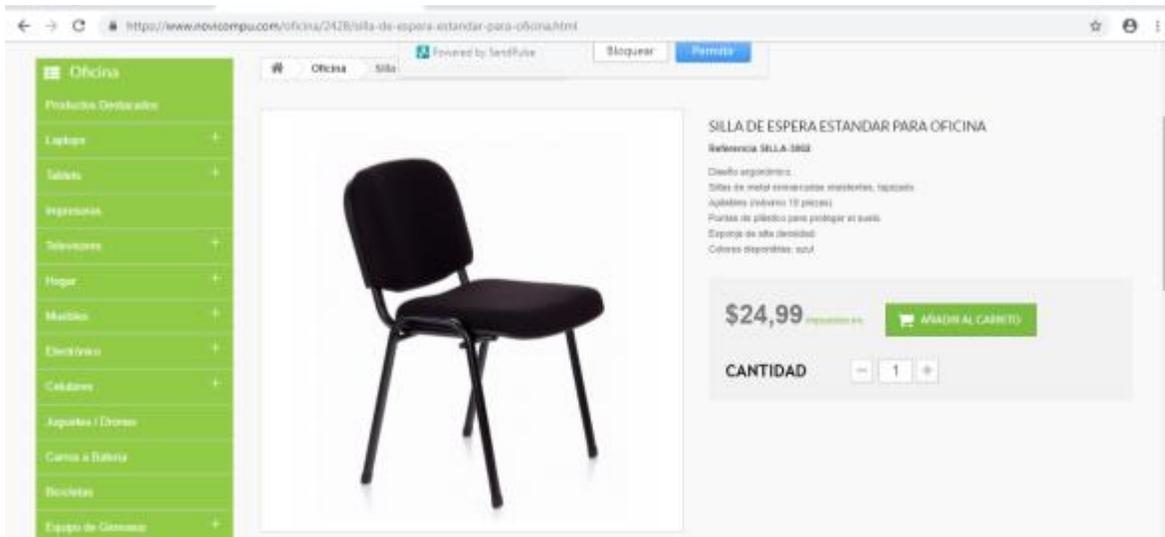


Figura 36. Cotización muebles para la oficina

Elaborado por: (Novicompu, 2018)

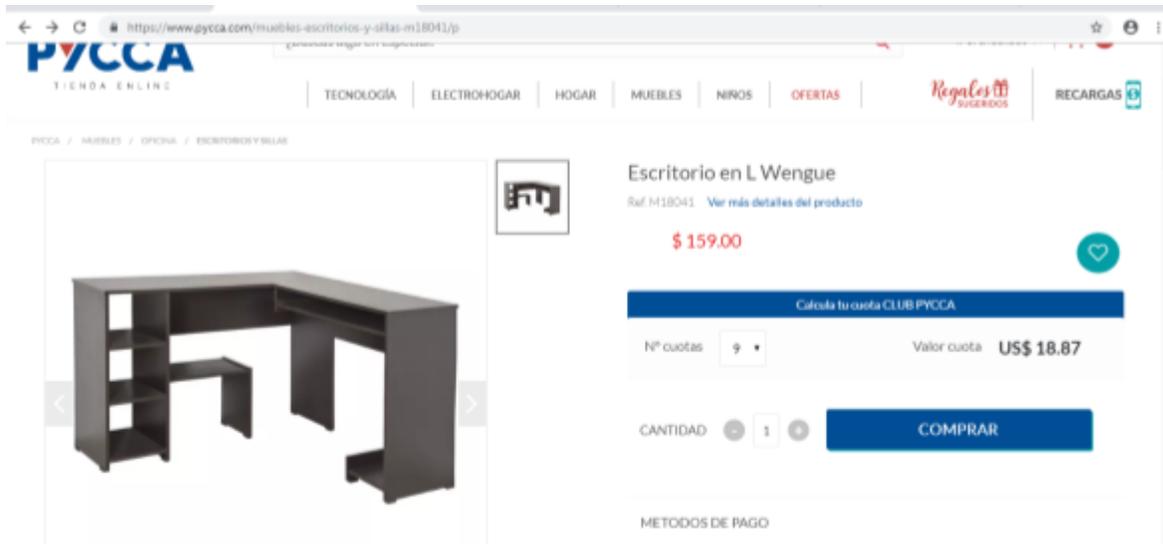


Figura 37. Cotización escritorios

Elaborado por: (PYCCA, 2018)

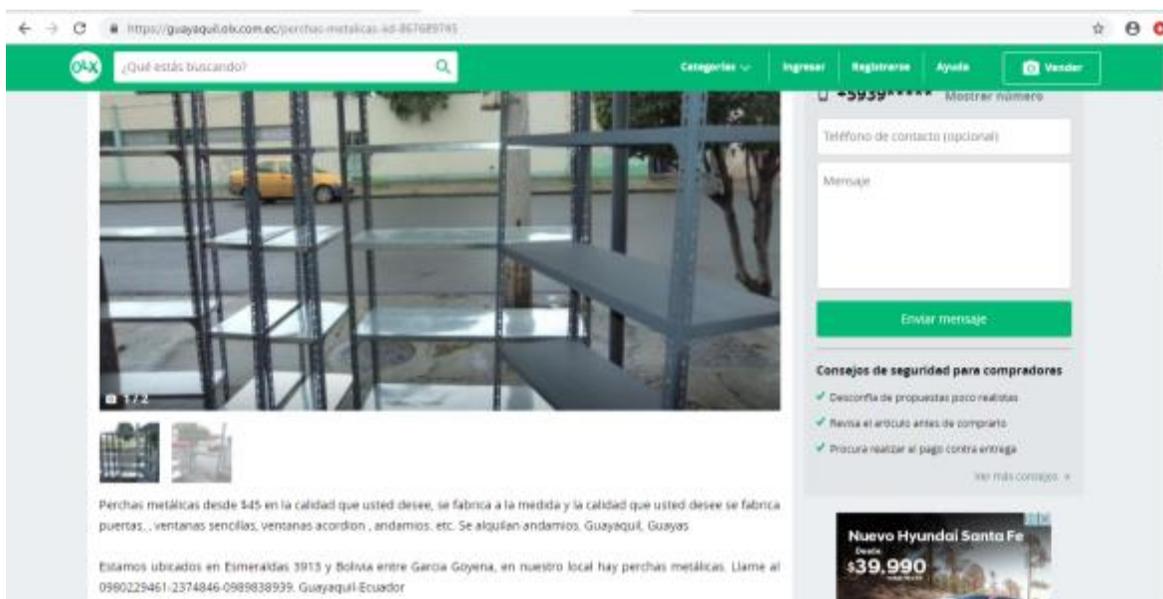


Figura 38. Cotización de perchas

Elaborado por: (OLX, 2018)

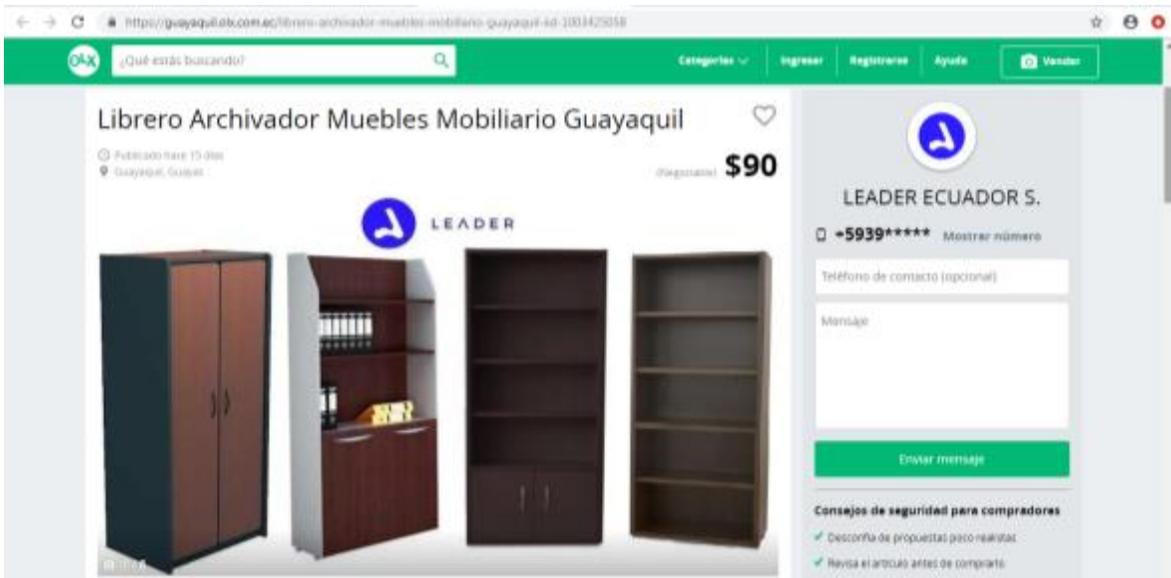


Figura 39. Cotización de archivadores

Elaborado por: (OLX, 2018)

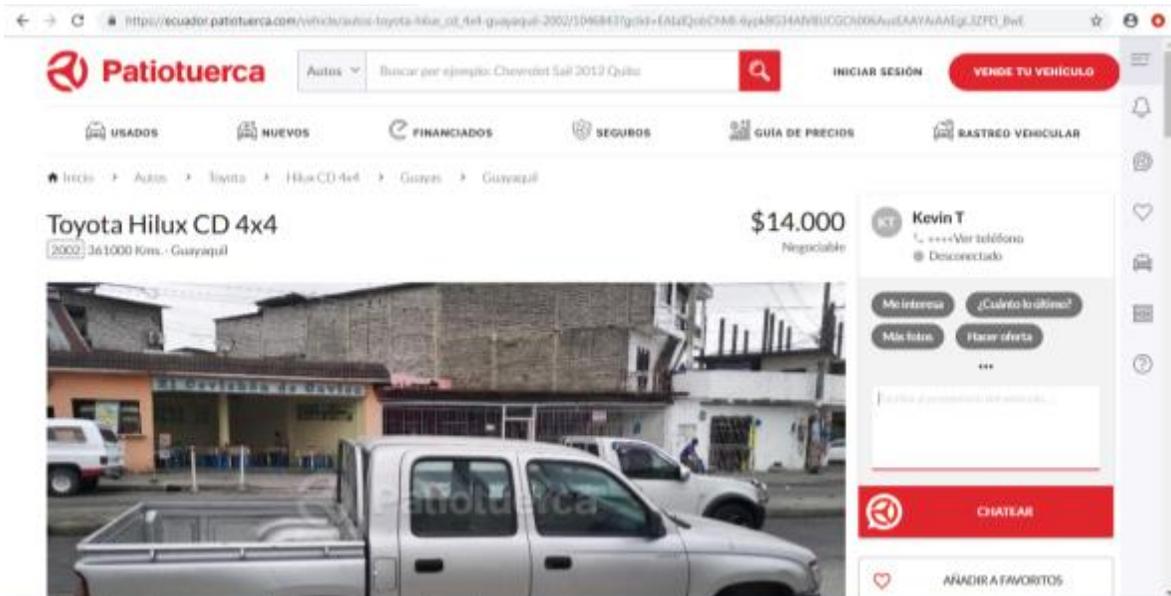


Figura 40. Cotización de vehículo

Elaborado por: (Patiotuerca, 2018)

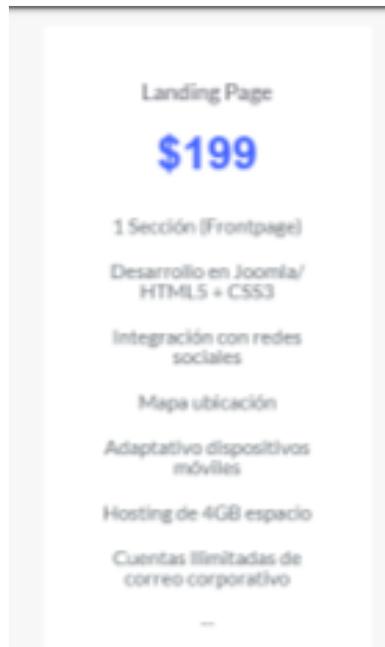


Figura 41. Cotización página web

Elaborado por: (Ronquillo, 2018)

Cliente:		Cotización: 0000128087
Dirección:		Fecha: 25/01/2019 14:31:33
Ced/RUC: 0000000	Teléfono:	Página: 1 DE 1
Contacto:		Vendedor: 08

NOS ES GRATO COTIZAR A UD(S) LOS SIGUIENTES ARTICULOS: 11.69

Código	Descripción	Cant	Precio	Dsct.	Precio Final	Total
S00191 10.00-02	SOBRES MANILA F-3 23X32.4CMS	1.00	0.0684	10.00%	0.0616	0.0616
B01371 10.00-01	BLOCK EJECUTIVO CUADRO	1.00	0.6513	10.00%	0.5862	0.5862
P00951 10.00-02	POST-IT MED.3M 654 3X3 C.NEON	1.00	0.8428	10.00%	0.7585	0.7585
P00931 10.00-02	POST-IT PEQ.3M 653 1.5X2 NEON	1.00	0.2773	10.00%	0.2496	0.2496
E00041 10.00-01	ENGRAP.ARTESCO MED.M527 NEGRA P/20H	1.00	3.4647	10.00%	3.1182	3.1182
E00551 10.00-01	ENGRAP.BESTER MED.002 P/20H.NEGRA	1.00	2.8980	10.00%	2.6082	2.6082
G00151 10.00-01	GRAPAS 26/6 ALEX CAJA	1.00	0.9625	10.00%	0.8663	0.8662
S00011 10.00-01	SACAGRAPA EAGLE	1.00	0.5194	10.00%	0.4675	0.4675
C01101 10.00-01	CLIPS MARIPOSA ALEX CAJA	1.00	1.1592	10.00%	1.0433	1.0433
C01111 10.00-01	CLIPS STANDAR ALEX CAJA	1.00	0.2880	10.00%	0.2592	0.2592
C04611 10.00-02	CINTA EMBALAJE 2PX100Y KOBOL 770 TRANSP.40MIC COM.	1.00	0.8832	10.00%	0.7949	0.7949
A00721 10.00-01	ALMOHADILLA METALICA MEDIANA	1.00	0.8971	10.00%	0.8074	0.8074
P00601 10.00-01	PERFORADORA ARTESCO M73 MED.25H. NEGRO	1.00	3.3066	10.00%	2.9759	2.9759
R00541 10.00-01	RESALTADOR PELIKAN MARK 2 AMARILLO	1.00	0.4121	10.00%	0.3709	0.3709
B00661 10.00-02	BOLIGRAFO BIC P/F AZUL	1.00	0.3648	10.00%	0.3283	0.3283
L01551 10.00-01	LAPIZ ARTESCO 2 HB C/BORRADOR	1.00	0.1760	10.00%	0.1584	0.1584
B01161 10.00-02	BOLIGRAFO FABER C.P/F 035 AZUL	1.00	0.1996	10.00%	0.1796	0.1796
S00771 10.00-01	SACAPUNTA METALICO 1 SERV.ALEX	1.00	0.1388	10.00%	0.1249	0.1249
B00311 10.00-01	BORRADOR PELIKAN PZ-20	1.00	0.1701	10.00%	0.1531	0.1531
C03511 10.00-01	CORRECTOR ARTESCO PLUMA	1.00	0.5866	10.00%	0.5279	0.5279
A00321 10.00-02	ARCHIVADOR UNICO T/O NEGRO	1.00	1.9741	10.00%	1.7767	1.7767
F00201 10.00-02	FOLDER MANILA IDEAL T/O	1.00	0.0820	10.00%	0.0738	0.0738
A00581 10.00-02	ARCHIVADOR UNICO T/M NEGRO	1.00	1.8181	10.00%	1.6363	1.6363
T08911 11.01-02	TINTA EPSON T664120 NEGRO	1.00	10.9800	0.00%	10.9800	10.9800
T08921 11.01-02	TINTA EPSON T664220 CYAN	1.00	10.9800	0.00%	10.9800	10.9800
T08931 11.01-02	TINTA EPSON T664320	1.00	10.9800	0.00%	10.9800	10.9800
T08941 11.01-02	TINTA EPSON T664420	1.00	10.9800	0.00%	10.9800	10.9800
P05921 27.03-02	RESMA BOND 75 GR5 T/A-4 BRIO	1.00	3.3900	0.00%	3.3900	3.3900*

	VAL. BRUTO	DESCUENTO	SUBTOTAL	IVA	VAL TOTAL
TARIFA 0	3.39	0.00	3.39		
TARIFA 12 :	66.06	2.21	63.85	7.66	74.90

SON : SETENTA Y CUATRO Y 90 / 100 USD

DURACIÓN DE LA OFERTA: PRECIO SUJETO A VARIACIÓN SIN PREVIO AVISO
CONDICIONES DE PAGO: EF 0 DIAS
TIEMPO DE ENTREGA: 24 HORAS
NOTA IMPORTANTE:
 * PRODUCTOS NO GRABAN IVA

Figura 42. Cotización de suministros en UTIMPOR

Elaborado por: (UTIMPOR, 2018)

ANEXO 3: Evidencia fotográfica

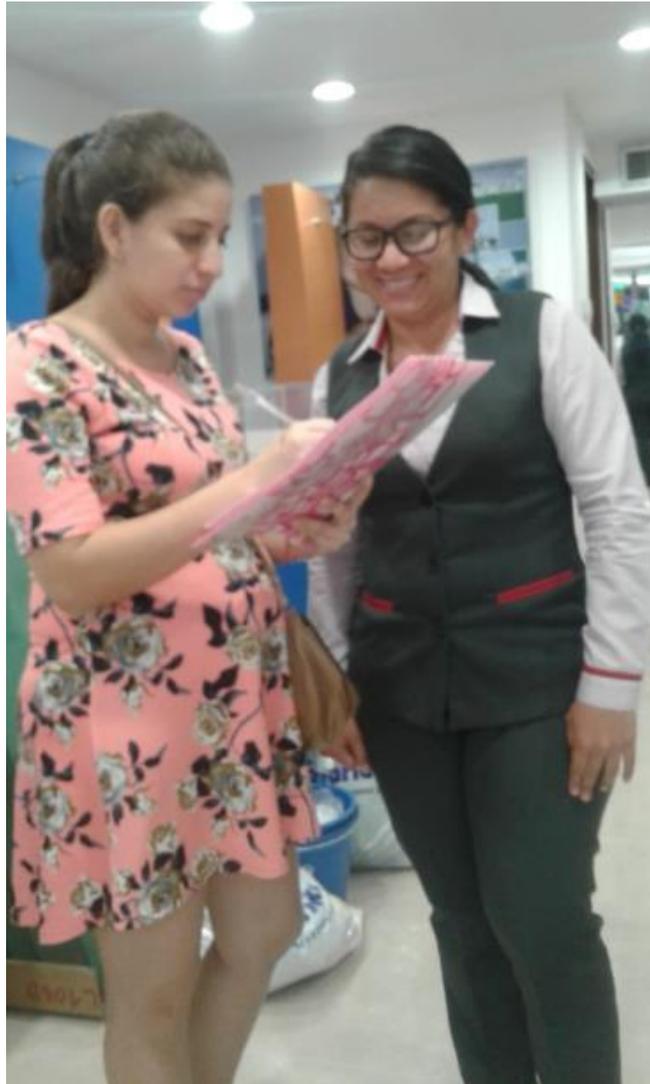


Figura 43. Evidencia fotográfica

Elaborado por: Matamoro, J (2018)