



Creación de un plan de Negocios para un Ciber “Ciberpap” en el corregimiento Zungo

KEYNER ANDRES MOYA CABRERA  
YANNIS DANIELA DURANGO MUNERA

Corporación Universitaria Minuto de Dios  
Rectoría Antioquia y Chocó  
Sede Urabá (Antioquia)  
Programa Licenciatura en Educación Infantil  
enero de 2020

Creación de un plan de Negocios para un Ciber “Ciberpap” en el corregimiento Zungo

Creación de un plan de Negocios para un Ciber “Ciberpap” en el corregimiento Zungo

Keyner Andres Moya Cabrera  
Yannis Daniela Durango Múnera

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Licenciado en Educación  
Infantil

Asesor(a)  
Miguel Antonio Babilonia

Corporación Universitaria Minuto de Dios  
Rectoría Antioquia y Chocó  
Sede Urabá (Antioquia)  
Programa Licenciatura en Educación Infantil  
junio de 2020

## **Dedicatoria**

Dedicamos primeramente este trabajo al Dios Todopoderoso, por habernos otorgado el don precioso de la vida y habernos permitido llegar hasta este momento en el cual se desarrolla un aspecto fundamental en nuestro proyecto de vida, como lo es la formación profesional. A nuestros padres y abuela por convertirse en la base fundamental de nuestro ser, por su apoyo incondicional, irrestricto e incansable para acompañarnos en todas las etapas de la vida. A mis compañeros de curso que pronto seremos colegas que nos hemos enfrentado a la construcción de conocimiento, en busca de alcanzar esta importante meta que nos hemos trazado.

## **Agradecimiento**

Infinitas gracias a Mi Dios, creador de todo y quien nos da fortaleza y nos permite continuar cuando sentimos desfallecer, cuando nuestras opciones se acaban; ahí esta él con sus brazos de amor, nos cubre y nos da su mano para continuar.

De igual manera agradecemos a nuestros padres y abuela que han sabido formar un carácter solido en nosotros, forjaron buenos sentimientos, hábitos y valores, lo cual nos permiten un mejor vivir y compartir con los demás

A nuestro amigos y compañeros de estudio, que han visto nuestro sacrificio y nos han acompañado en el trasegar de la construcción de este proceso arduo y edificativo.

## **Resumen**

El proyecto de Emprendimiento es el trabajo de grados de los estudiantes de licenciatura en Pedagogía Infantil de la UNIMINUTO.

Esta investigación visibiliza una necesidad que existe actualmente en el corregimiento zungo embarcadero, ubicación geográfica municipio de Carepa. Abordando el tema del acceso al internet y la tecnología en zona rural.

Este corregimiento presenta una necesidad, debido a la carencia de un establecimiento (CIBER y/o PAPELERÍA). Motivo por el cual, lo traemos como un nuevo concepto para esta comunidad y también podemos decir que para la zona de Urabá, debido a que aparte de sus tradicionales servicios y productos (papelería y café internet), su factor diferenciador será asesorías pedagógicas para los estudiantes, y computadores personalizados de SOUNDOPIA (computadores multimedia diseñadas para ser utilizadas por personas con problemas visuales La PC introduce documentos impresos con un escáner (reconocimiento de caracteres ópticos) y pronuncia las palabras por medio de un sintetizador de voz de texto que finalmente, mediante una voz femenina natural y clara, les permite a los operadores ciegos escuchar el contenido.

Teniendo en cuenta también otro tipo de tecnología como es la escritura y la lectura del Braille, adicional a los computadores de escritorio diseñado y fabricado para ser instalado en una ubicación estática como un escritorio o mesa.

Permitiendo llegar a todo tipo de población, independiente de sus capacidades diferentes (Ciegos, Sordos, Etc.). Su acondicionamiento locativo e infraestructura será interactiva, permitiendo una agradable estadía a todos los visitantes dando paso a un nuevo enfoque pedagógico. Elemento básico para la motivación del proceso aprendizaje.

Palabras Claves: Zona Rural, Internet, Soundopia, Café internet, Comunidad, Estudiantes

## Tabla de contenido

FASE I.....	10
1.1 IDENTIFICACIÓN, DESCRIPCIÓN Y DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA (ÁRBOL DEL PROBLEMA).....	10
1.2 Necesidades Por Satisfacer .....	12
1.3 Factor diferenciador (definir la propuesta de valor de su idea de emprendimiento) .....	12
1.4 Objetivos .....	13
Objetivo general.....	13
Objetivos específicos .....	13
2. FASE II. MERCADO.....	14
2.1 Investigación de mercados .....	14
2.1.1 Definición de objetivos .....	14
2.1.2 Justificación y antecedentes del proyecto .....	15
2.1.3 Análisis del sector.....	17
2.1.4 Análisis de mercado (Consultar población de zungo).....	18
2.1.5 Análisis de la competencia.....	18
2.1.6 Clientes potenciales y mercado objetivo .....	19
2.1.7 Análisis cartográfico (posicionamiento estratégico de la idea de negocio).....	19
2.2 Estrategias de mercado.....	21
Teniendo en cuenta todo esto, implementar lo que es: .....	22
2.2.1 Concepto del producto o servicio .....	22
2.2.2 Estrategias de distribución.....	23
2.3 Proyecciones de ventas.....	28
2.3.1 Proyección de ventas y política de cartera .....	28
3. FASE III. OPERACIÓN .....	28
3.1 Operación.....	28
3.1.1 Ficha técnica del producto ó servicio.....	28
3.1.2 Estado de desarrollo .....	29
3.2 Plan de compras.....	29
3.3 Infraestructura .....	33
3.3.1 Infraestructura .....	33
3.3.2 Distribución en papelería.....	34
4 FASE IV. ORGANIZACIÓN.....	35

4.1	Estrategia organizacional .....	35
4.1.1	Modelo canvas .....	35
4.1.2	Organismos de apoyo .....	36
4.2	Estructura organizacional .....	36
4.2.1	Estructura organizacional .....	36
4.2.1.1	Misión.....	36
4.2.1.2	Visión.....	36
4.2.1.3	Política de calidad .....	36
4.2.1.4	Objetivos de calidad.....	36
4.2.1.5	Organigrama de la empresa.....	37
4.2.1.6	Descripción de funciones y perfiles de cargos .....	37
4.2.1.7	Imagen publicitaria de la idea emprendedora.....	38
4.3	Aspectos legales.....	38
4.3.1	Constitución empresa y aspectos legales .....	38
4.4	Costos administrativos.....	40
4.4.1	Gastos de personal.....	40
4.4.2	Gastos de puesta en marcha.....	40
4.4.3	Gastos anuales de administración .....	40
5	FASE V. FINANZAS .....	41
	Ingresos.....	41
5.1.1	Fuentes de financiación .....	41
5.1.2	Formatos financieros .....	41
5.2	Egresos .....	41
5.3	Capital de trabajo.....	41
6	FASE VI. PLAN OPERATIVO .....	42
6.1	Plan operativo .....	42
6.1.1	Cronograma de actividades .....	42
6.1.2	Instrumentos de evaluación de la idea de negocio .....	43

## **Listado de tablas**

Tabla 1 Gastos de personal .....	40
Tabla 2 Cronograma de actividades.....	43



## Tabla de ilustraciones

1Árbol de problemas.....	11
2Análisis cartográfico .....	20
3Estrategia de distribución.....	24
4Distribución.....	34
5Modelo canvas .....	35
6Organigrama .....	37
7Imagen publicitaria .....	38
8Graficos.....	49

## **FASE I**

### **1. DIAGNOSTICO DEL ENTORNO E IDEA EMPRENDEDORA**

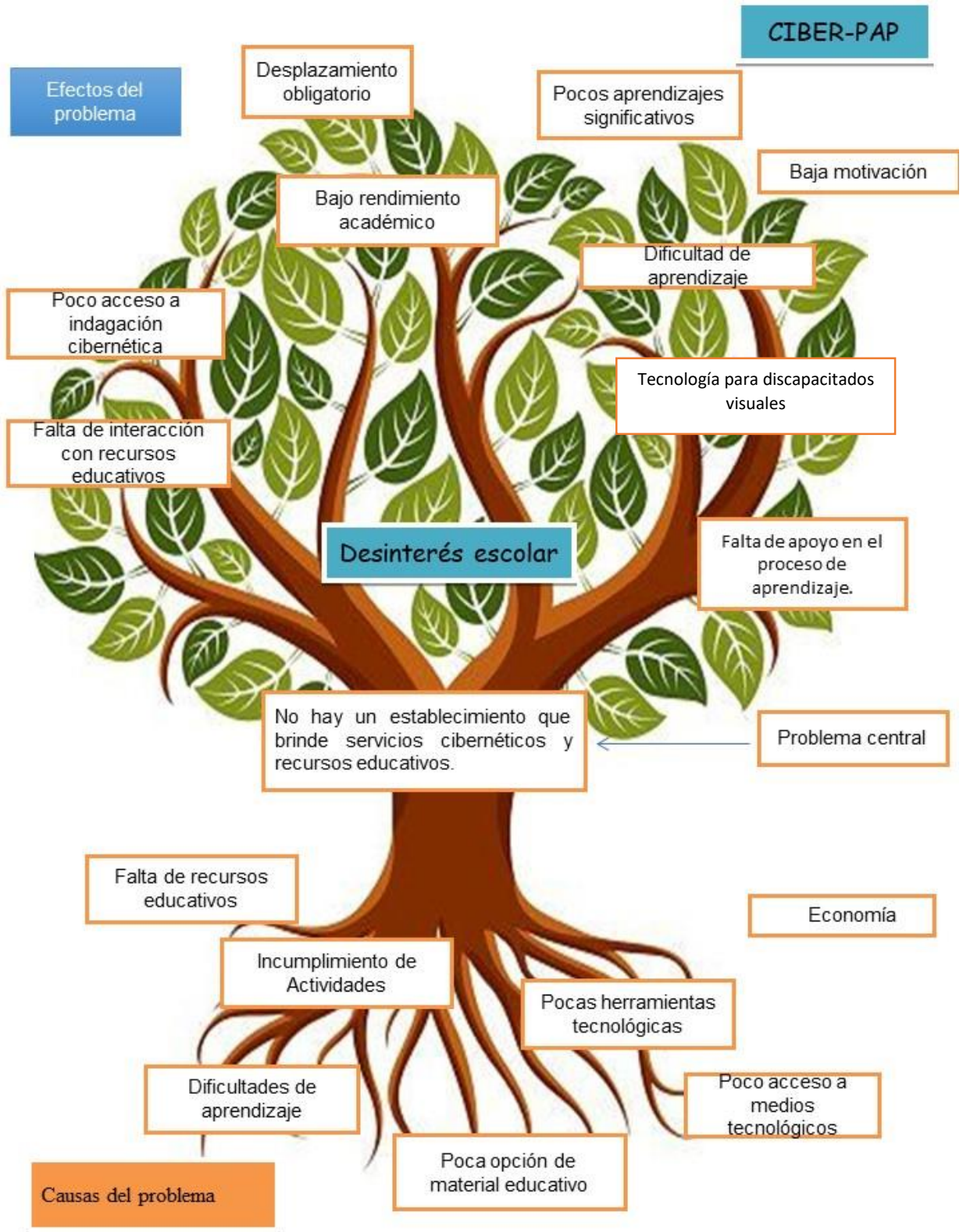
#### **1.1 IDENTIFICACIÓN, DESCRIPCIÓN Y DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA (ÁRBOL DEL PROBLEMA)**

El corregimiento Zungo embarcadero, perteneciente al municipio de Carepa, Departamento de Antioquia, actualmente no cuenta con un establecimiento que brinde servicios de acceso a internet ni uno que ofrezca materiales de uso didáctico o de papelería, este corregimiento incluso no cuenta con internet en algunas de sus zonas, debido a que las entidades que prestan el servicio no han extendido la cobertura hacia este sector.

Adicionalmente esta carencia de recursos didácticos y pedagógicos, no permite a los estudiantes del corregimiento el desarrollo adecuado de sus actividades, limitando sus conocimientos, habilidades y competencias.

A través de los tiempos la tecnología y las tic's han cobrado una importancia fundamentalmente para la pedagogía; ocasionando el desplazamiento a la cabecera municipal para tener acceso a este servicio y realizar las respectivas consultas, tareas o aquello que implique la misma. Además, la implementación de un computador con tecnología de SOUNDOPIA con el ánimo de tener un servicio para las persona con discapacidad visual, con especificidades propias para las personas con esta dificultad en el corregimiento.

Los niños, jóvenes y comunidad general requieren de una u otra manera acceso a una sala de internet que facilite el acceso a las diferentes consultas, además de apoyo en las diferentes actividades de desarrollo pedagógico o apoyo para superar algunas dificultades que se les presentan en el proceso de aprendizaje.



1Árbol de problemas

## **1.2 Necesidades Por Satisfacer**

Ser una alternativa para la comunidad en general, apuntando a los estudiantes de los diferentes niveles educativos, enfocado a la venta de servicio de internet satelital para realizar las diferentes actividades académicas, evitando la salida del corregimiento a la cabecera municipal, buscando satisfacer servicios como:

- Servicio de Internet
- Computadores multimedia (SEUDOPIA y BRAILE)
- Impresiones
- Fotocopias
- Scanner
- FAX
- Envío de documentos
- Digitalización de cartas o documentos
- Digitalización de trabajos escritos, hojas de vida, y demás
- Repuestos y productos para computadores
- Servicio de cafetería
- Materiales y útiles escolares
- Diferentes implementos de papelería y detalles para regalos de toda ocasión

## **1.3 Factor diferenciador (definir la propuesta de valor de su idea de emprendimiento)**

El factor diferenciador o más bien, los factores diferenciadores serán; la atención al público dentro del corregimiento, por el momento en el corregimiento no hay negocios con las especificaciones que se ofrece, las asesorías pedagógicas, cualidad destacable en un negocio de este tipo, ya que se hará refuerzo a aquellos estudiantes con dificultades en su proceso estudiantil y refuerzo con intención de desarrollar sus conocimientos adquiridos, y por último algo que también nos hace distintos; un aspecto relevante es el computador con el software especial con características propias para personas con discapacidad auditiva y visual, que se proyecta en la elaboración de esta propuesta, sin duda alguna debemos crear la necesidad de visitar el negocio con el fin de ocupar los servicios de internet y de implementos de papelería, además como anteriormente se mencionó, implementar el apoyo pedagógico en sesiones de interacción con los estudiantes en jornada contraria a la de estudio, de estos que permitiría el desarrollo de los conocimientos adquiridos en la profesionalización del mismo, buscando que los estudiantes puedan superar las diferentes dificultades presentadas en la construcción de su conocimiento.

## **1.4 Objetivos**

### **Objetivo general**

Establecer una sala de internet y papelería, que ayude a la comunidad educativa y general del corregimiento “Zungo Embarcadero” en sus necesidades (**educativas y personales**), con el acceso al ciber espacio desde allí; además de la atención especial a personas con discapacidad visual en la implementación del Computador de Soundopia

### **Objetivos específicos**

- Innovar dentro del mercado del café internet, con la implementación de un computador especial de SOUNDOPIA: computador para ciegos o personas con dificultad visual.
- Contribuir a la población del corregimiento a tener acceso a internet que sea rápido, eficiente, confiable y cercano para los fines que lo necesite
- Comercializar gran variedad de artículos de papelería en general

## **2. FASE II. MERCADO**

### **2.1 Investigación de mercados**

La falta de un establecimiento que brinde servicios cibernéticos y materiales didácticos a la comunidad, ha provocado retraso o una forma no tan asertiva a los estudiantes al realizar sus actividades educativas, en donde también la comunidad, no tiene estos servicios o productos.

Teniendo en cuenta lo anterior, nuestra fuente de información se representa por las encuestas realizadas y las diferentes entrevistas, la cual tuvo como objetivo recopilar cierta información que nos dé a conocer por parte de la comunidad y los estudiantes, que impacto en el mercado, creen ellos, que tenga este negocio.

#### **2.1.1 Definición de objetivos**

- Este programa de Soundopia, tiene una estrategia para aquellas personas con dificultad visual o en su efecto, ciegas, en este establecimiento se implementará este con la intención de ayudar o facilitarles a las personas con estas dificultades una herramienta virtual en la cual puedan desenvolverse.

- Se busca entonces, que la comunidad de este corregimiento, tenga acceso a un internet o espacio donde puedan buscar, investigar o resolver sus necesidades, con la intención de que sea cercano para ellos y en su efecto, eficiente.
- Conseguir todo tipo de materiales necesarios o de uso para las personas de esta población, abarcar la mayor cantidad posible de insumos de papelería y a su vez lograr ofrecerle estos implementos y servicios necesarios para ellos.
- Contribuir a la comunidad en general y a la comunidad estudiantil, mejorando el acceso a internet, para que los estudiantes de la institución educativa puedan lograr el desarrollo de sus actividades, inquietudes y/o investigaciones, esto logrará un mejor rendimiento académico de la población estudiantil y por otra parte, ayudará a las personas del resto de la comunidad, a tener acceso a redes y canales de información y comunicación.

### **2.1.2 Justificación y antecedentes del proyecto**

El proyecto llamado “IDEA DE PROYECTO PAPELERIA EL MANA” el cual fue idealizado en la ciudad de Cúcuta Santander por el autor Diego Torres en el año 2014, quien se enfocó en proporcionar una idea de negocio encaminada a una papelería en el barrio pueblo nuevo de dicha ciudad, ya que, en este sector tampoco cuentan con esta y sus habitantes carecían de servicios y productos de este tipo.

“La comunidad del barrio Pueblo Nuevo de la ciudad de Cúcuta (Norte de Santander), no tienen papelerías en el sector, por lo que tienen que desplazarse al centro para realizar la compra de los útiles escolares de sus hijos o para utilizar el servicio de internet, Cabinas Telefónicas, argollado, encuadernación, digitación, etc.” (Torres, 2014).

Por otra parte. Una educación de calidad requiere, por ende, cambios sustanciales a las formas convencionales de cómo se ha venido abordando ésta y tendrá que hacerse desde metodologías pedagógicas que hayan demostrado su eficacia; así vemos como en estas prácticas educativas también ha habido la necesidad de adecuar estrategias facilitadoras del proceso enseñanza-aprendizaje y entre éstas, tenemos la creación de materiales educativos para facilitar los medios que permitirán al maestro, saber que va enseñar o como fijar la intencionalidad pedagógica y los materiales didácticos que empleará como instrumento mediador, facilitador y potencializador para incidir en la educación del alumno. (Jimenez, 2009)

Las ventajas que aportan los materiales didácticos los hacen instrumentos indispensables en la formación académica: Proporcionan información y guían el aprendizaje, es decir, aportan una base concreta para el pensamiento conceptual y contribuye en el aumento de los significados (Ogalde C. y Bardavid N., 2007); desarrollan la continuidad de pensamiento, hace que el aprendizaje sea más duradero y brindan una experiencia real que estimula, la actividad de los alumnos; proporcionan, además, experiencias que se obtienen fácilmente mediante diversos materiales y medios y ello ofrece un alto grado de interés para los alumnos (Jimenez, 2009)

Ahora bien. Los Internet cafés o Cybercafés se han constituido en un espacio muy importante de acceso a la tecnología para poblaciones que no tienen conectividad en su medio inmediato, por ejemplo, en su casa, escuela o trabajo. En el estudio que Sulá Batsú desarrolla en conjunto con el Centro de Investigación y Sociedad (CIS) de Universidad de Washington donde se analiza el papel de bibliotecas, telecentros y cybercafés como puntos de acceso público a la información, se evidencian algunos aportes sustanciales de estos últimos a la problemática de acceso a la tecnología de información y comunicación (TIC). (Kakinoe, 2015)



La implementación de una sala de internet, con servicio de implementos de papelería en general, además de un computador con un el sistema SOUNPATIA especialmente para personas con dificultad visual, (ciegos); en búsqueda de acercar la tecnología de mejor calidad al corregimiento, ofreciendo además servicio de asesoría pedagógica o acompañamiento a los estudiantes con dificultades en la diferentes asignaturas, con el fin de que las superen, esto en cursos extracurriculares, en jornada contraria a la que los estudiantes del corregimiento tienen. Con horarios flexibles y programados en las áreas básicas, teniendo la disponibilidad para atender a los estudiantes aun en otras asignaturas complementarias.

### **2.1.3 Análisis del sector**

El corregimiento de zungo Embarcadero está ubicado el segundo puerto más importante de la zona de Urabá, de donde se exporta una gran mercancía nacional hacia otros países, está rodeada en un 90% de fincas bananeras y de muchos cultivos (plátano, yuca, maíz, cacao, etc.)

EL COLEGIO ZUNGO EMBARCADERO, (Antes Concentración Educativa Zungo Embarcadero). Fue creada por ordenanza 16 de 11 de junio de 1993, por lo cual se crean varias Instituciones educativas en el departamento, entre ellas esta. El 11 de junio de 1.996 se celebró por primera vez su onomástico y se toma la fecha como día Institucional. Aprobado los grados de Preescolar (00) a Noveno (9) mediante Resolución Departamental # 001459 del 31 de octubre de 1997 inclusive. y aprobación del nivel media académica mediante Resolución Nro. 11008 del 02 de diciembre de 1999. Y la última Resolución Nro. 14911 del 26 de agosto de 2008 quien legaliza la fusión de la Institución y las sedes (Carepita, La Esperanza, Nueva Esperanza, Canal Uno y Canal Cuatro)

A nivel departamental sabemos que nuestro departamento viene haciendo importantes

aportes a las ideas productivas en el sector educativo, siendo este un proyecto a ser aplicado en el área rural, se cree que podemos buscar apoyo departamental, inclusive de orden nacional.

Apuntado a mejorar los índices desarrollados hasta la fecha en las diferentes pruebas externas oficiales o propias de la institución educativa presente en el corregimiento.

#### **2.1.4 Análisis de mercado (Consultar población de zungo)**

Actualmente el corregimiento Zungo embarcadero cuenta con una población de 1.900 personas, las cuales están distribuidas en 400 familias. Cuenta con una institución educativa que está conformada por aproximadamente 800 estudiantes (20 de ellos con discapacidad visual). Esta población ejerce su vida y se sustenta desde las labores agronómicas como lo es la plantación de banano y la exportación del mismo, y algunos de sus habitantes desde negocios independientes, tales como tiendas pequeñas, comidas rápidas, y venta de insumos de uso personal. Su estrato es número 1 y 2 y se caracteriza por ser una población multiétnica.

#### **2.1.5 Análisis de la competencia**

Este negocio no cuenta con competencia alguna en este corregimiento, ya que es el único con estas características y que brinda servicios como estos, por tanto, la comunidad acudiría solo a este en busca de estos servicios. Sin embargo, se es consciente de que, en algún momento, de una forma futura, sea cerca o lejana, se podría tener. Por lo tanto, se implementan ciertas estrategias de precios y estrategias de forma general, que harán ganar clientela de forma anticipada. Anteriormente, se había mencionado que, aunque no se tuviera competencia de forma actual, aun así, se tendrían estrategias que favorecieran a los clientes, con la intención de no aprovecharse de ser los únicos y teniendo en cuenta que mañana más tarde podría llegar una posible competencia.

La comunidad en estos momentos debe desplazarse al municipio de Carepa o Apartadó para adquirir los insumos de papelería, en algunas tiendas se encuentran mínimos insumos de primera necesidad como lo son lapiceros cuadernos y demás. Por consiguiente, es un factor que nos favorece significativamente porque minimizaríamos costos de desplazamiento, sobre todo en la temporada escolar, ya que las personas tendrían obtendrían estos servicios y productos dentro de su localidad.

### **2.1.6 Clientes potenciales y mercado objetivo**

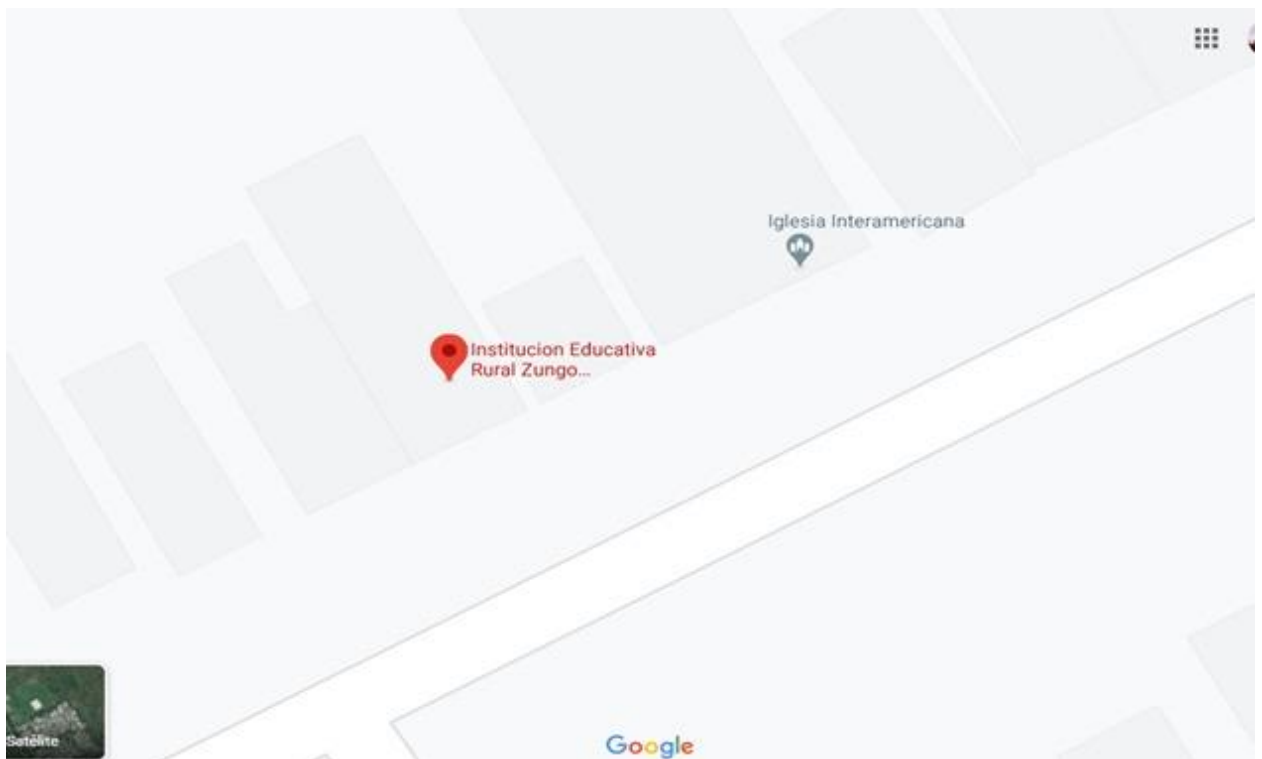
Las personas que tendrán el beneficio de precios y ahorros, satisfaciendo necesidades, serán los estudiantes, padres de familia, docentes y toda la comunidad en el momento en el cual utilice alguno de nuestros de servicios. De esta manera, estaríamos favoreciendo un tema tanto de ahorro de tiempo y dinero, al no tener que desplazarse a otro lugar por un producto que estarían consiguiendo en su localidad. Generaríamos una publicidad para esta comunidad que sabemos que tiene una carencia y nosotros tenemos parte de la solución. Ya que, las personas que lleguen a este lugar es porque necesitan algún tipo de proceso cibernético y todo lo relacionado con papelería, donde este negocio remediará esta carencia. CIBER-PAP.

### **2.1.7 Análisis cartográfico (posicionamiento estratégico de la idea de negocio)**

El Ciber estará ubicado en la Cl 52#47-99 B Pueblo Nuevo, Zungo-Antioquia



2Análisis cartográfico



Esta ubicación es muy significativa, ya que se encuentra en inmediaciones a la Institución Educativa Rural Zungo, la intención es servir de apoyo logístico en la implementación y toma de fotocopias de material didáctico y de apoyo para los diferentes niveles ofrecidos, además de los servicios de sala de internet, el servicio del computador de SOUNDOPIA y las asesorías pedagógicas o de apoyo para los estudiantes de la institución.

Se debe tener en cuenta la ubicación del lugar, el cual pensamos que debe ser en un lugar central pero también cercano a la institución educativa del corregimiento, para que la población estudiantil y la población en general tenga un acceso flexible a nuestros productos y servicios, llevando a que la empresa pueda tener buena rentabilidad.

## **2.2 Estrategias de mercado**

El desarrollo de la estrategia de mercado nos lleva a pensar en el desarrollo del ciber como herramienta que va dirigida principalmente al cliente y al consumidor ya que, de este, depende la fluidez con la que se venderá el producto.

Para plantear nuestra estrategia de producto, se tuvo en cuenta lo siguiente:

- Recursos de la empresa
- Mercado al que va dirigido (estratos, recursos y necesidades)
- Ubicación estratégica que tendrá la empresa
- Las posibles competencias
- Los objetivos que se ha trazado la empresa
- Las ventajas y desventajas que posiblemente se presenten.

Teniendo en cuenta todo esto, implementar lo que es:



Publicidad.

dentro y fuera del corregimiento (se realizará la pedagogía casa por casa y anuncios por radios, redes sociales y demás).



Atención al cliente:

se brindará una atención cálida y respetuosa teniendo en cuenta que hay tipos de clientes con los cuales se va a interactuar y por ende, cada uno requiere de una atención especial, para fomentar la clientela.



Valores corporativos:

estos le permitirán al cliente sentirse a gusto, seguro y en confianza en el momento que llegue a la empresa.

Esto con el propósito de que conozcan la empresa, los productos que se ofrecen, la manera en la que se utilizan y los beneficios que se obtienen por ser clientes de nuestra empresa.

### **2.2.1 Concepto del producto o servicio**

En lo expuesto anteriormente, es el único con estas características dentro de este sector, nuestros servicios suplen muchas necesidades en la población estudiantil y/o educativa. Los servicios como fotocopias, impresión e internet, servirían a los estudiantes para sus trabajos por parte de los docentes y al resto de la población, este tipo de servicios serían totalmente funcionales, agregándole a esto también los materiales que se brindan para utilidades pedagógicas o personales, como cuadernos, libretas, lápices y todo lo relacionado con útiles. La calidad de nuestro servicio, pretende ser una calidad totalmente garantizada y se tiene las mejores intenciones para con los clientes, ya que, estos serían los que sostendrían nuestro negocio, lo cual hace totalmente priorizable, atenderles y brindarles de la mejor manera en este establecimiento.

### **2.2.2 Estrategias de distribución**

Teniendo en cuenta que esta idea de negocio no está basada en ofrecer un simple producto que tenga una necesidad amplia de distribución, sino que es más bien un establecimiento donde ofrecería ciertos servicios y artículos donde las personas deben acercarse al sitio del negocio se tiene como estrategia lo siguiente.

Todo lo relacionado con distribución de los productos o servicios, es decir, los medios de entrega, canales, puntos de venta y coberturas; nuestra proveedora principal será “CACHARRERÍA Y PAPELERÍA EL PINGÜINO.” como nuestro proveedor principal, ya que se encuentra ubicado en la ciudad de Medellín, que nos facilitaría la entrega y disposición de la mercancía de papelería que vamos a comercializar.

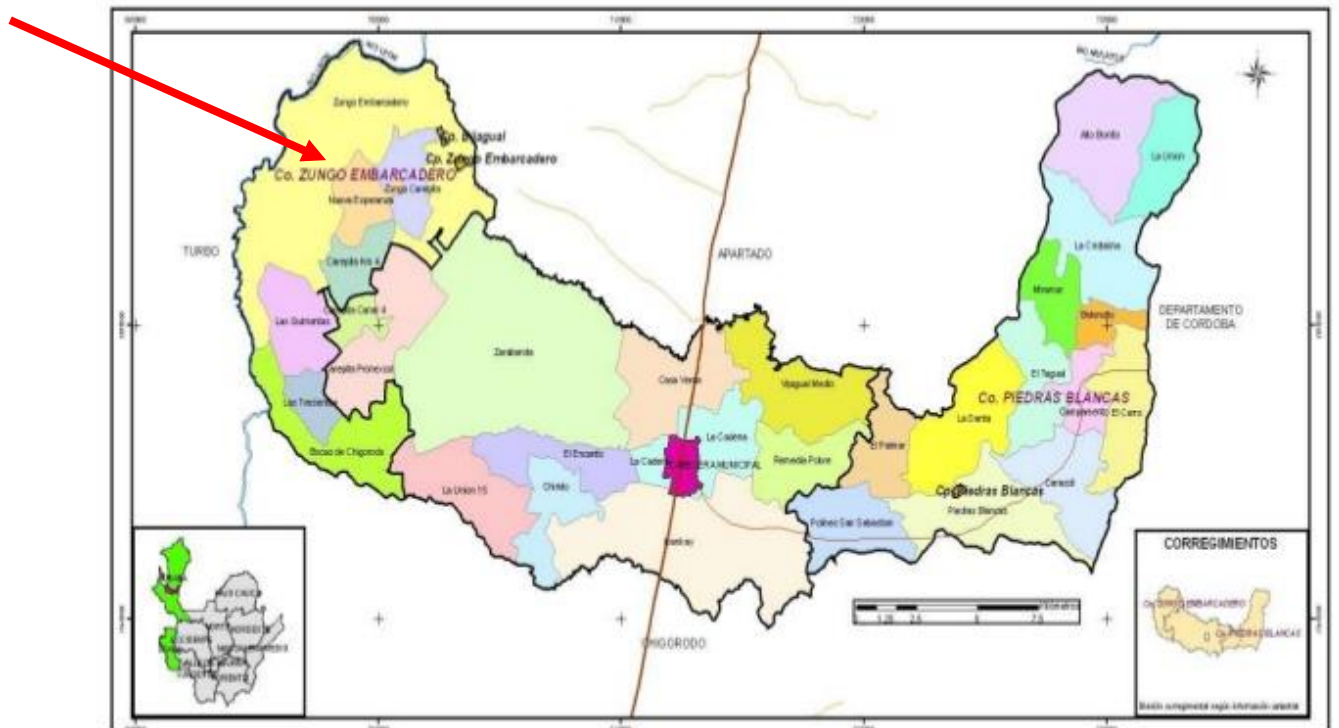
Tendremos una estrategia de surtido, esta se refiere a la variedad de artículos que tendremos expuestos para la venta, los cuales son nuestros productos de papelería y herramientas tecnológicas; teniendo en cuenta nuestros tipos de clientes los cuales ya tenemos identificados en el corregimiento de Zungo Embarcadero; que como bien sabemos y anteriormente se ha mencionado; en el momento no cuenta con una papelería y/o sala de internet; los aspectos a considerar al momento de escoger los productos que se van a ofrecer al público.

- Productos que tienen éxitos según la edad, nivel económico (productos que más se venden)
- Productos que ofertaría la posible futura competencia.

Pedidos de un día para otro; este servicio se prestará para los estudiantes que muchas veces necesitan material para realizar algún trabajo y como no es muy común, algunas veces no se tiene en el local, por lo que se encargará y al día siguiente, estar todo el material que el estudiante o cualquier otra persona de la comunidad necesite.

Servicio a domicilio dentro del corregimiento para aquellos clientes o estudiantes que hagan una compra en artículos o implementos en una cantidad o precio justificable.

## URABA CENTRO – CAREPA



### 3Estrategia de distribución

#### 2.2.3 Estrategias de precio

Precios atractivos con números impares para vender más

Los precios de cada producto estarán garantizando el ahorro de los clientes al no tener que desplazarse a otros lugares y a la vez beneficiándose en ciertos modos.

A su vez serán precios con números impares para generar una idea en los clientes de precios más bajos.



¿Pero cómo seleccionar cuál es el número impar que debe utilizar en la estrategia de precios? El número 9 arrasa cuando se trata de la mayoría de las estrategias de precios de venta al por menor. Experimentos con diferentes precios terminados en números impares lo confirman.

Pequeño ejemplo:

- Fotocopias (precios sugerido, promoción para los estudiantes)

Precios más bajos a estudiantes en horarios diurnos, si lleva identificación estudiantil (carnet o uniforme), estos tendrán beneficios como:

- Fotocopias a 99 pesos

- Impresiones a 190 pesos (blanco y negro), 490 (color)

- 1 Hora de internet 790, 1/2 hora 390

- Hojas de blog; 3 en 190 pesos

Para la clientela en general, se tendrán las siguientes promociones:

- Impresiones a 190 pesos después de 5 hojas

- Por la realización de (2) carteleras para fechas especiales, se le obsequiará 1

#### 2.2.4 Estrategias de promoción

Redes sociales: Mantener en todas las redes sociales los productos, precios y una atención constante para todas las personas que visiten estas páginas (muchas veces las personas se encuentran en diversas ocupaciones o lejos del local ya que Zungo Embarcadero tiene varias veredas, fincas y barrios un poco retirado de donde se pretende estará ubicado el negocio por muy estratégico que sea el lugar) por lo que en redes sociales encontrarán todos los servicios y cada precio de estos.

\*Promoción en las fechas de no colegiatura y/o vacaciones: en estas fechas de venderán productos acorde a la ocasión y se tratara de hacer una asociación con los docentes para que dejen sus talleres y tareas para los estudiantes en el local, a un precio más económico y con algún tipo de obsequio (media hora de Internet para que el estudiante realice sus investigaciones), los estudiantes que lleven los paquetes y necesiten horas de Internet fuera del tiempo que se le regaló, se les cobrará la mitad del tiempo gastado.

\*Si una persona lleva a otra a consumir al local será registrado como miembro y consumidor estrella y por las visitas realizadas se le acumularán puntos de comprar que se podrán canjear por consumos (Internet, fotocopias, escanear, descargas)

\*Por cada persona que alguien lleve y asocie al local se le premiará con cierta caridad de puntos canjeables.

Se realizarán concursos donde las personas tanto de la institución (estudiantes), como de la comunidad en general participen por redes sociales. Ejemplo: la persona que realice una carta por algún día especial (día de madres, san Valentín, día de la mujer, e inclusive navidad), con la mejor redacción y respectivas normas apa, ganará un obsequio. Incentivando así el hábito de la lectura, escritura y uso de estas normas.

A los estudiantes que presenten el carnet o el uniforme del colegio tendrán precios especiales

#### 2.2.5 Estrategias de comunicación

\*Habrá imágenes publicitarias en puntos claves del corregimiento, donde esté la publicidad del negocio y los números de teléfono y medios de comunicación del establecimiento.

\*Se implementaría también, tarjetas publicitarias de bolsillo que se enfoquen en los números telefónicos.

\*Por medio del chat de las redes sociales de nuestro establecimiento, las personas también podrán comunicarse.

\*Se tendrá contante comunicación con los docentes y la institución para que ellos nos informen y nos muestren todos los libros y demás materiales que necesitarán los estudiantes por trimestres para tenerlos en el momento que los necesiten.

#### 2.2.6 Estrategias de servicio

Se empieza con unos folletos que serán repartidos en toda la comunidad para darles a conocer este nuevo local y de todos los servicios que se van a prestar en este, el local contará con una publicidad por las redes sociales, y en el lugar en que estará debidamente ubicado.

- Las personas podrán llegar normalmente al establecimiento, como de costumbre en los establecimientos, donde se les realizará escucha activa y atención constante.
- Nuestras redes sociales, serán parte de nuestra estrategia de servicio, pues nuestros clientes podrán solicitar implementos por medio del chat de estas redes sociales, en especial WhatsApp e Instagram.
- Los docentes, estudiantes o resto de la comunidad podrán enviar sus documentos y al llegar solo sea imprimirlos, posteriormente recibir y pagar el servicio, esta será una estrategia que puede servir mucho más para los docentes que muchas veces están en clases y por causalidad necesitan paquetes de copias o no les alcanzó la cantidad que llevaron, o necesitan organizar algún documento, pero están en clase, pues por medio de comunicación podrá hacernos llegar la información y será atendido.

#### 2.2.7 Presupuesto de la mezcla de mercadeo

La incursión en el mercado como establecimiento nuevo, siempre es complejo, la ventaja con que contamos realmente es que en el corregimiento hasta el momento no cuenta con una

papelería con las dimensiones que vamos a buscar, como estrategias de mercadeo, para poder definir claramente dicho presupuesto.

Desarrollar perfiles en redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter entre otras, con el objetivo de llegar a los estudiantes y comunidad en general del corregimiento.

Hacer un voceo para la apertura y recurrentemente por las primeras semanas

Por consiguiente, el presupuesto de mercadeo es reducido, ya que se limita a la persona que lo va a hacer en el corregimiento y nos pretende cobrar Cien mil pesos (\$100.000) por el servicio.

#### 2.2.8 Estrategias de aprovisionamiento

Las estrategias de aprovisionamiento se realizarán mensualmente con el objetivo de mantener un orden y el abastecimiento constante de los productos y servicios que ofrece la empresa y así satisfacer al máximo las necesidades de los clientes y consumidores.

### **2.3 Proyecciones de ventas**

CiberPap pretende realizar ventas que permitan solventar las inversiones ya establecidas, las cuales más adelante se conviertan en grandes ganancias y sirvan para suplir las necesidades de la empresa, sus clientes y consumidores.

#### **2.3.1 Proyección de ventas y política de cartera**

Las ventas proyectadas son de contado, es un servicio que se realizará pago en contraprestación de este. Por consiguiente, las políticas de cartera no se planean en la creación de la presente empresa

## **3. FASE III. OPERACIÓN**

### **3.1 Operación**

#### **3.1.1 Ficha técnica del producto ó servicio**

- Comercialización de útiles y materiales de papelería
- Servicio de Internet
- Asesorías académicas

### 3.1.2 Estado de desarrollo

La papelería CIBERPAP se encuentra en la etapa de construcción para su posterior desarrollo.

### 3.2 Plan de compras

Para el desarrollo y dar inicio a las actividades se realizarán las siguientes compras

CODIGO	DESCRIPCIÓN	CANT	UND	% IVA	VR UNIT	VR TOTAL
010001041	CUADERNO GRAPADO 100-1 IMAGENES (80009)(659775)(54352	24	Und	0%	970	23,280
010001042	CUADERNO GRAPADO 100-2 IMAGENES (80010) (659776)(54352	24	Und	0%	970	23,280
010001031	CUADERNO DO 85-100-1 IMAGENES ECON CLAVERIA (80015) (	12	Und	0%	1,590	19,080
010001034	CUADERNO DO 85-100-2 IMAGENES ECON (80016)(660690)	12	Und	0%	1,590	19,080
010001035	CUADERNO DO 105-80-1 IMAGENES ECON CID (80013)(613209)	12	Und	0%	2,250	27,000
010001036	CUADERNO DO 105-80-2 IMAGENES ECON CID (80014)(613210)	12	Und	0%	2,250	27,000
145001341	CUADERNO COSIDO 100-1 LINK STICKER MASCULINO SCRIBE	6	Und	0%	1,990	11,940
145001340	CUADERNO COSIDO 100-1 LINK STICKER MUJER SCRIBE (3021	6	Und	0%	1,990	11,940
145001292	CUADERNO COSIDO 100-1 MASTER FEMENINO SCRIBE (30213	3	Und	0%	3,390	10,170
145001293	CUADERNO COSIDO 100-1 MASTER MASCULINO SCRIBE (3021	3	Und	0%	3,390	10,170
145001368	CUADERNO COSIDO 100-2 MASTER FEMENINO SCRIBE (30213	3	Und	0%	3,390	10,170
145001369	CUADERNO COSIDO 100-2 MASTER MASCULINO SCRIBE (302	3	Und	0%	3,390	10,170
010001295	CUADERNO COSIDO 100-1 HOMBRE X-PRESARTE NORMA (540	3	Und	0%	3,390	10,170
010001408	CUADERNO COSIDO 100-1 MUJER X-PRESARTE NORMA (5372	3	Und	0%	3,390	10,170
010001297	CUADERNO COSIDO 100-2 HOMBRE X-PRESARTE NORMA (540	3	Und	0%	3,390	10,170
010001410	CUADERNO COSIDO 100-2 MUJER X-PRESARTE NORMA (5372	3	Und	0%	3,390	10,170
010001409	CUADERNO COSIDO 100-1 HOMBRE X-PRESARTE PASTA DUR	3	Und	0%	5,480	16,440
010001100	CUADERNO COSIDO 100-1 MUJER X-PRESARTE PASTA DURA	3	Und	0%	5,480	16,440
010001411	CUADERNO COSIDO 100-2 HOMBRE X-PRESARTE PASTA DUR	3	Und	0%	5,480	16,440
010001120	CUADERNO COSIDO 100-2 MUJER X-PRESARTE PASTA DURA	3	Und	0%	5,480	16,440
010001316	CUADERNO COSIDO 100-1 IMAGENES (80000/80028/80037/8003	24	Und	0%	1,380	33,120
010001055	CUADERNO COSIDO 100-2 IMAGENES (80001/80038/80040)(660	24	Und	0%	1,380	33,120
142053001	BLOCK CARTA SIN RAYAS 70 HOJAS 60 GR FABRIFOLDER (057	6	Und	19%	1,830	10,920
001053014	BLOCK IMAGENES 70 HOJAS CARTA RAYADO NORMA (544480)	6	Und	19%	1,830	10,920
001053016	BLOCK IMAGENES 70 HOJAS CARTA CUADRICULO NORMA (54	6	Und	19%	1,830	10,920
001053004	BLOCK NORMA JEAN BOOK OFICIO SIN RAYAS 80H (521212)	6	Und	19%	2,265	13,520
017053002	BLOCK IRIS 40 HOJAS CALDERON CARTA FORMA FUTURO GI	6	Und	19%	3,060	18,270
100053002	BLOCK IRIS 40 HOJAS CARTA ECONOMICO UNIVERSO PAPELE	6	Und	19%	2,052	12,310
125053039	BLOCK MILIMETRADO CALDERON	2	Und	19%	2,580	5,130
017053001	BLOCK MANTEQUILLA 1/8 X 35 HOJAS ARTISAN	2	Und	19%	2,565	5,100
009015010	LAPIZ MIRADO No 2 AMARILLO (1790161)	24	Und	0%	525	12,600
249015001	LAPIZ ARTISAN HB N°2 CAJA (HL001) (4200E-12CB)(AS-006)	12	Und	0%	298	3,576
001015003	LAPIZ NORMA GRAFITO HEXAGONAL N°2 (528915)	12	Und	0%	520	6,240
001015002	LAPIZ NORMA ROJO TRIANGULAR (534895)	12	Und	0%	533	6,396
009015002	LAPIZ ROJO COLORCHEK BEROL (1705)(1790094)	12	Und	0%	638	7,656
011015006	LAPIZ FABER-CASTELL DIBUJO 6B GRADUADO (0501596)	4	Und	0%	1,050	4,200
011015013	LAPIZ FABER-CASTELL DIBUJO 3B GRADUADO (0501565)	4	Und	0%	1,050	4,200
011015001	LAPIZ FABER-CASTELL DIBUJO 8B GRADUADO (0625995)	4	Und	0%	1,050	4,200

011015011	LAPIZ FABER-CASTELL DIBUJO 2H GRADUADO (0501602)	3	Und	0%	1,050	3,150
011015003	LAPIZ FABER-CASTELL DIBUJO HB GRADUADO (0501541)	4	Und	0%	1,050	4,200
009027042	BOLIGRAFO KILOMETRICO PLUS TRANSLUCIDO NEGRO (3342)	12	Und	19%	350	4,179
009027052	BOLIGRAFO KILOMETRICO 100 NEGRO 1.0 mm SANFORD (3533)	12	Und	19%	410	4,899
009027051	BOLIGRAFO KILOMETRICO 100 AZUL 1.0 mm SANFORD (3531)	12	Und	19%	403	4,813
009027054	BOLIGRAFO KILOMETRICO 100 ROJO 1.0 MM SANFORD (3532)	12	Und	19%	403	4,813
009027057	BOLIGRAFO KILOMETRICO 100 FUCSIA 0.5 SANFORD (3565)	12	Und	19%	403	4,813
009027059	BOLIGRAFO KILOMETRICO 100 MORADO 0.5 SANFORD (3563)	12	Und	19%	403	4,813
009027061	BOLIGRAFO KILOMETRICO 100 RETRACTIL NEGRO SANFORD (	12	Und	19%	545	6,509
192027003	BOLIGRAFO BIC CRISTAL NEGRO (1100029)	12	Und	19%	420	5,016
133006001	RESMA FOTOCOPIA CARTA REPROGRAF.PROPAL (10205)	10	RMA	19%	9,900	98,529
133006002	RESMA FOTOCOPIA OFICIO REPROGRAF PROPAL (10206)	5	RMA	19%	12,600	62,699
016017002	BORRADOR NATA 624 PEQUEÑO (LINEA AZUL)(ORION)(SCHO	48	Und	19%	113	5,399
016017001	BORRADOR NATA 612 GRANDE (LINEA AZUL)(ORION)(SCHOOL	24	Und	19%	226	5,399
016023043	SACAPUNTA METAL IMPORT CAJA VERDE (A1002MR)	24	Und	19%	195	4,659
016023010	SACAPUNTA COLECCION FIGURAS SURTIDAS (7298-7288-7238	24	Und	19%	1,231	29,409
161017001	BORRADOR GIPAO MIGA DE PAN 4B NEGRO-BEIS-COLORES (2	30	Und	19%	533	15,913
001016025	COLOR NORMA 13+2 DRAGON NUEVA PRESENTACION (55580	6	Und	0%	8,550	51,300
034016001	COLOR PARCHESITO X 12 LARGO 4 MM DORICOLOR (750060)	4	Und	0%	4,460	17,840
009016028	COLOR RECREO X 12 LARGO SANFORD (1211)	4	CAJ	0%	4,450	17,800
249016012	COLOR ARTISAN MINA 3 MM CAJA AZUL (70112)	6	Und	0%	3,890	23,340
249016008	COLOR NUEVO ARTISAN X 12 ECOLOGICO CAJA CAFE	6	Und	0%	6,000	36,000
249016009	COLOR NUEVO ARTISAN X 24 ECOLOGICO CAJA CAFE	4	Und	0%	12,000	48,000
249016010	COLOR NUEVO ARTISAN X 12 REDONDO 4 MM CAJA TRICOLO	6	Und	0%	5,120	30,720
249016011	COLOR NUEVO ARTISAN X 24 REDONDO 4 MM CAJA TRICOLO	4	Und	0%	10,200	40,800
249016013	COLOR METACOLOR X 6 DOBLE PUNTA ESTUCHE (AD868B-6)	6	Und	0%	1,400	8,400
142005001	CARPETA FABRIFOLDER CARTON CARTA (101)(102)	24	Und	19%	185	4,419
142005005	CARPETA FABRIFOLDER CARTON OFICIO (201/202) (00203)	24	Und	19%	185	4,419
154004008	SOBRE MANILA DISPAPALES CARTA 22.5 X 29 60 GM (57262)	100	Und	19%	80	7,962
154004010	SOBRE MANILA DISPAPALES OFICIO 25X35 60 GMS (57264)	100	Und	19%	98	9,753
154004016	SOBRE MANILA DISPAPALES 1/2 CARTA 17.5X24 CMS (57132)(5	100	Und	19%	59	5,872
224005006	CARPETA BISEL CARTA COLORES IPP	20	Und	19%	365	7,265
224005007	CARPETA BISEL OFICIO COLORES IPP	20	Und	19%	400	7,963
142005009	CARPETA FABRIFOLDER FUELLE SOBRE (05601)(05602)	12	Und	19%	1,095	13,077
200005034	CARPETA KIMBERLY IMITACION BLANCO GRANITO (03102)	20	Und	19%	285	5,673
200002005	HOJA KIMBERLY BLANCO GRANITO CARTA IMITACION X 100	1	Und	19%	6,463	6,432
154004002	SOBRE OFICIO ANGOSTO 2-60 DISPAPALES (57100)(57140)	200	Und	19%	31	6,125
006012003	HOJA DE VIDA AZUL MINERVA 10-03 (6000044)(8002)	1	PAQ	19%	8,400	8,360
125012011	RECIBO CAJA MENOR MANANTIAL CALDERON (61018)	6	PAQ	19%	1,030	6,150
249019006	REGLA 30 CM PINGUINO COLORES Y TRANSPARENTE 8830 (M	24	Und	19%	350	8,360
161019008	REGLA FLEXIBLE 30 CM GIPAO COLORES (GP-330)	12	Und	19%	830	9,913
009020016	MARCADOR BEROL PERMANENTE NEGRO (1775817)	12	Und	19%	990	11,823
009020018	MARCADOR BEROL PERMANENTE ROJO (1775819)	12	Und	19%	990	11,823
009020020	MARCADOR BEROL PERMANENTE AZUL (1775818)	6	Und	19%	990	5,912
009020021	MARCADOR BEROL PERMANENTE VERDE (1775820)	6	Und	19%	990	5,912
009020034	MARCADOR BEROL BORRABLE AZUL (3411)(3452)(1776891)	6	Und	19%	1,575	9,405
009020033	MARCADOR BEROL BORRABLE NEGRO (3410)(3453)(1776830)	6	Und	19%	1,575	9,405
009020035	MARCADOR BEROL BORRABLE ROJO (3412)(3454)(1776892)	6	Und	19%	1,575	9,405
009020036	MARCADOR BEROL BORRABLE VERDE (3413)(3455)(1776893)	6	Und	19%	1,575	9,405
009025004	RESALTADOR SHARPIE REDONDO AMARILLO (3972)(1776904)	3	Und	19%	1,445	4,314
009025003	RESALTADOR SHARPIE REDONDO FUCSIA (3973)(1776908)	3	Und	19%	1,445	4,314
009025002	RESALTADOR SHARPIE REDONDO NARANJA (3974)(1776909)	3	Und	19%	1,445	4,314
009025005	RESALTADOR SHARPIE REDONDO VERDE (3971)(1776907)	3	Und	19%	1,445	4,314
009025010	RESALTADOR BEROL AMARILLO REDONDO (1776635)	5	Und	19%	897	4,464
009025013	RESALTADOR BEROL AZUL REDONDO (1776828)	4	Und	19%	897	3,571
009025012	RESALTADOR BEROL NARANJA REDONDO (1776827)	5	Und	19%	897	4,464
009025011	RESALTADOR BEROL ROSADO REDONDO (1776638)	5	Und	19%	897	4,464

009025014	RESALTADOR BEROL VERDE REDONDO (1776829)	5	Und	19%	897	4,464
161048001	CORRECTOR GIPAO LAPIZ PUNTA METALICA 7 ML (GP-705)	12	Und	19%	1,250	14,928
011048001	CORRECTOR FABER-CASTELL LAPIZ LC007 (60100-4)(287089)	12	Und	19%	2,590	30,931
015033010	CHINCHE TRITON PLASTICO COLORES (TPLT01)	10	CAJ	19%	780	7,763
015032002	CLIP TRITON METALICO (5305IPL002)	10	CAJ	19%	450	4,479
015032003	CLIP TRITON MARIPOSA X 50 MEJIA (5305MPL004)	6	CAJ	19%	1,550	9,255
030031002	GANCHO LEGAJADOR METALICO X 20 FRAMECO CAJA	4	CAJ	19%	1,180	4,697
027002007	PAPEL PERIODICO 70X100 PAP IMPORT (0114811)	48	HOJ	0%	133	6,384
003002005	PAPEL BOND PLIEGO 70X100 BLANCO KIMBERLY	24	HOJ	19%	220	5,255
003002003	CARTULINA BRISTOL PLIEGO 70X100 COLORES 160GR	36	HOJ	19%	520	18,630
124002013	CARTULINA PRIMAVERA PLANA PLIEGO COLOR GOMEZUL	50	Und	19%	395	19,656
017002005	PAPEL SEDA CONTADO COLOR X 20 GOMEZUL	25	RLL	19%	1,750	43,541
027002006	CARTON PAJA 70 X 100 CREMA Y BLANCO PLIEGO	12	HOJ	19%	1,900	22,691
027002017	CARTON PAJA 1/2 CREMA Y BLANCO	12	Und	19%	950	11,346
027002018	CARTON PAJA 1/4 CREMA Y BLANCO	12	Und	19%	475	5,673
027002016	CARTON PAJA 1/8 CREMA Y BLANCO	36	HOJ	19%	238	8,527
100064006	FOMY CARTA COLORES SURTIDO	10	Und	19%	410	4,084
100064005	FOMY 4 CARTAS COLORES SURTIDO	12	Und	19%	1,200	14,331
223062020	FOMY CARTA MIRELLADO	12	Und	19%	950	11,346
255061607	FOMY 4 CARTAS MIRELLADO	12	Und	19%	3,000	35,827
124002002	PAPEL REGALO PRIMAVERA SENCILLO	50	Und	19%	220	10,948
021026004	CINTA TESA TRANSPARENTE GRANDE 12X40 TACO (56105125)	12	Und	19%	1,070	12,779
021026014	CINTA TESA TRANSPARENTE MEDIANA 12X20 TACO (56103)	12	Und	19%	675	8,062
021026012	CINTA TESA ENMASCARAR 1/2P 12X25 (53123122)(60349-0)	6	Und	19%	1,513	9,035
021026007	CINTA TESA ENMASCARAR 3/4P 18X25 (60188)(53123182)(6034	6	Und	19%	2,460	14,689
021026008	CINTA TESA ENMASCARAR 1P 24X25 (53123242)(60349-2)	6	Und	19%	3,290	19,645
262026007	CINTA CINTANDINA ENMASCARAR 12X20 SUPER MASK (CE-01	6	Und	19%	990	5,912
262026008	CINTA CINTANDINA ENMASCARAR 18X20 SUPER MASK (CE-01	6	Und	19%	1,490	8,898
262026006	CINTA CINTANDINA ENMASCARAR 24X20 SUPER MASK (CE-01	6	Und	19%	1,970	11,764
021026019	CINTA TESA ANCHA EMPAQUE 48MM X 40 MTS (53380484/5338	6	Und	19%	2,760	16,481
200026011	CINTA EGA ANCHA EMPAQUE 48MM X 20 MTS TRANSPARENT	12	Und	19%	750	8,957
161064001	COSEDORA GIPAO (GP-5134) MINI COLORES	6	Und	19%	2,240	13,375
161064012	GANCHO COSEDORA GIPAO X 1000 CAJA (26/6)	12	Und	19%	650	7,763
034020007	MARCADOR DORICOLOR GRAFICO X 10 ESTUCHE (570132)	4	Und	19%	11,500	45,779
034010001	MICROPUNTAS DORICOLOR X 10 COLORES ESTUCHE	4	Und	19%	6,668	26,545
249064019	UÑA SACAGANCHO DINGLI CAJA (DL806)	6	Und	19%	880	5,255
161064003	PERFORADORA DINGLI (DL-1101) 1 HUECO MEDIANO GRUPA	4	Und	19%	1,980	7,881
161064011	PERFORADORA GIPAO (GP-310) 2 HUECOS PEQUEÑA	4	Und	19%	4,450	17,715
161064010	PERFORADORA GIPAO (GP-05) 2 HUECOS MEDIANA	2	Und	19%	6,650	13,236
034043001	PLASTILINA PARCHESITO X 9 PEQUEÑA 55 GM (140038)(14134	12	Und	19%	598	7,141
034043006	PLASTILINA PARCHESITO X 9 LARGA (141332)	12	Und	19%	1,090	13,018
034022001	CRAYOLA PARCHESITOS PEQUEÑA DORICOLOR (140298)	6	Und	19%	2,095	12,510
034021001	TEMPERA PARCHESITOS X 6 COLORES BASICOS DORICOLOR	6	Und	19%	1,799	10,743
009020024	MARCADOR SHARPIE NEGRO SANFORD (4003)(30001)(1812763	8	Und	19%	1,770	14,092
009020032	MARCADOR SHARPIE AZUL SANFORD (4001)(30003)(1812764)	2	Und	19%	1,700	3,383

009020011	MARCADOR SHARPIE VERDE SANFORD (4021)(30004)(1812765	2	Und	19%	1,700	3,383
009020031	MARCADOR SHARPIE ROJO SANFORD (4022)(30002)(1812766)	2	Und	19%	1,700	3,383
009020014	MARCADOR SHARPIE AMARILLO (1924685)	2	Und	19%	1,700	3,383
009020006	MARCADOR SHARPIE AGUA MARINA (1924681)	2	Und	19%	1,700	3,383
009020051	MARCADOR SHARPIE FUCSIA (4059)(1789437)	2	Und	19%	1,700	3,383
009020027	MARCADOR SHARPIE MORADO (4036)(30008)(1812768)	2	Und	19%	1,700	3,383
009020028	MARCADOR SHARPIE NARANJA (4035)(30006)(1812767)	2	Und	19%	1,700	3,383
005010002	MICROPUNTA PELIKAN AZUL 157	10	Und	19%	940	9,355
005010001	MICROPUNTA PELIKAN NEGRO 157	10	Und	19%	940	9,355
005010006	MICROPUNTA PELIKAN ROJO 157	10	Und	19%	940	9,355
005010005	MICROPUNTA PELIKAN VERDE 157	10	Und	19%	940	9,355
249027003	BOLIGRAFO MIRELLADO X 12 ZUIXUA (HG6107-12) COLORES	6	Und	19%	4,900	29,259
237027002	BOLIGRAFO GIPAO MIRELLADO Y NEON X 6 GEL (GP-103)(GP-	6	Und	19%	3,450	20,601
034049003	PEGANTE SIPEGA X 125GMS DORICOLOR (151034)	6	Und	19%	1,180	7,046
237049006	PEGANTE GIPAO X 125 GR LIQUIDO	6	Und	19%	1,180	7,046
237049007	PEGANTE GIPAO X 40 GR LIQUIDO	36	Und	19%	470	16,838
237049005	PEGANTE GIPAO X 250 GR	12	Und	19%	1,850	22,093
021049004	PEGA STICK 10 GRS PEQUEÑO BDF (57908010)	6	Und	19%	2,236	13,354
021049005	PEGA STICK 20 GRS MEDIANO BDF (57909020)	6	Und	19%	4,100	24,482
161049002	PEGANTE GIPAO 21 GR PEQUEÑO TARRO ROJO (GP-415)	6	Und	19%	1,180	7,046
161049003	PEGANTE GIPAO 40 GR GRANDE TARRO ROJO (GP-420)	6	Und	19%	2,000	11,942
016081042	SILICONA DELGADA UNIDAD	12	Und	19%	205	2,450
016081043	SILICONA GRUESA UNIDAD	·	Un	19%	462	5,51
021081002	SILICONA TESA LIQUIDA 30 ML (59620)	·	Un	19%	913	10,90
021081004	SILICONA TESA LIQUIDA 100 ML (59622)	·	Un	19%	2,250	13,43
140046001	TIJERA PUNTA ROMA ECONOMICA HOBART (3205/3025-2/3205-	·	Un	19%	520	12,42
016046008	TIJERA PELUQUERA IMPORTADOS	·	Un	19%	462	5,51
036051003	VINILO INDUGUIMM 120 CC GRANDE COLORES ARTISTICO	·	Un	19%	1,280	30,57
036051002	VINILO INDUGUIMM 29 CC PEQUEÑO COLORES ARTISTICO	·	Un	19%	540	12,89
036051088	VINILO VENECO 29 CC INDUGUIMM	·	Un	19%	415	19,82
016037021	PINCEL ETERNA #1 IMPORT	·	Un	19%	320	3,82
016037022	PINCEL ETERNA #2 IMPORT	·	Un	19%	360	4,29
016037023	PINCEL ETERNA #3 IMPORT	·	Un	19%	380	4,53
016037024	PINCEL ETERNA #4 IMPORT	·	Un	19%	431	5,14
016037025	PINCEL ETERNA #5 IMPORT	·	Un	19%	460	5,49
142001004	CUADERNO FABRIFOLDER MINI ANOTACIONES (01052-502/503	·	Un	0%	640	7,68
008013004	CARTULINA BRISTOL OCTAVOS X 10 COLORES SURTIDA PRIM	HO	19%		872	5,20
008013002	CARTULINA PLANA OCTAVOS X 10 SURTIDA PRIMAVERA	PA	19%		1,050	6,27
124002001	PAPEL SILUETA PLIEGO PRIMAVERA	·	Un	19%	200	9,55
027002009	PAPEL CELOFAN PLIEGO COLOR Y TRANSPARENTE GOMEZU	·	HO	19%	359	8,57
016061162	BOMBA R9X100 HAPPY	·	Un	19%	10,800	21,49
017064001	TACO NOTAS BOND CALDERON	·	Un	19%	975	5,82
161064018	TACO ADHESIVO X 5 76*76 GIPAO COLORES (0156)	·	Un	19%	1,436	8,57
011028005	PORTAMINA FABER-CASTELL 0.7 POLY CAJA (6053193)	·	Un	19%	1,087	6,49
011028005	PORTAMINA FABER-CASTELL 0.7 POLY CAJA (6053193)	·	Un	19%	1,087	6,49
011028002	PORTAMINA FABER-CASTELL 0.7 POLY TRI (6605122)	·	Un	19%	2,952	17,64
011028001	PORTAMINA FABER-CASTELL 0.5 POLY TRI (6605115)	·	Un	19%	2,952	17,63
011029033	MINAS FABER-CASTELL 0.5 MM 2B (70178-0)	·	CA	19%	960	5,73
011029034	MINAS FABER-CASTELL 0.5 MM HB (70118-6)	·	CA	19%	960	5,73



011029036	MINAS FABER-CASTELL 0.7 MM 2B (75778-7)	TUB	19%	960	5,73	
011029035	MINAS FABER-CASTELL 0.7 MM HB (75718-3)	Un	19%	960	5,73	
009027071	BOLIGRAFO KILOMETRICO 100 RETRACTIL AZUL SANFORD (35	Un	19%	545	6,50	
009027062	BOLIGRAFO KILOMETRICO 100 RETRACTIL ROJO SANFORD (3	Un	19%	545	6,50	
009027070	BOLIGRAFO KILOMETRICO 100 RETRACTIL VERDE SANFORD (	Un	19%	530	6,33	
009027063	BOLIGRAFO KILOMETRICO 100 RETRACTIL FUCSIA SANFORD (	Un	19%	545	6,50	
034020001	PLUMON PARCHESITO X 12 (750008)	Un	19%	3,480	20,78	
034020002	PLUMON PARCHESITO X 6 (761226)	Un	19%	1,940	11,58	
237020026	PLUMON COLOR FIBRE X 12 ESTUCHE PANDA (858-12)(WJ05-2	Un	19%	2,500	24,88	
016062062	MIRELLA TUBO	TUB	19%	190	11,33	
016062067	MURANO TUBO	Un	19%	350	12,86	
223064008	CALCULADORA CASIO 8 DIGITOS (HL-815L)	Un	19%	10,850	53,99	
223064014	CALCULADORA CASIO 12 DIGITOS (MX-12B-BK)	Un	19%	22,500	44,78	
016064039	BISTURI GRANDE SENCILLO IMPORTADO (18)(130/608)	Un	19%	490	5,85	
200005023	CARPETA OFFI-ESCO HILO OFICIO HORI-VERT (OE-7249/OE-72	Un	19%	1,680	20,06	
200005002	CARPETA OFFI-ESCO BROCHE OFICIO (OE-7231)(874)	Un	19%	1,050	12,53	
016064040	BISTURI PEQUEÑO SENCILLO IMPORTADO (120)	Un	19%	250	3,06	
236082048	ROLLO CONTAC X 3 MTS TRANSPARENTE QUICK COVER (139	2	Und	19%	5,200	10,350
125012041	COMPROBANTE EGRESO EFECTIVO CALDERON (61017)	6	PAQ	19%	1,436	8,574
125012017	COMPROBANTE INGRESO CALDERON (61015)	6	PAQ	19%	2,100	12,534
249020023	PLUMONES ARTISAN X 12 DELGADO PUNTA PINCEL (215-12)	4	Und	19%	11,800	46,974
005025002	RESALTADOR PELIKAN X 6 COLORES PASTELES (041-900-462)	4	Und	19%	8,850	35,234
016039025	TORRE DE CD R X 100 TDK	1	PAQ	19%	47,190	46,964
016039018	ESTUCHE PARA CD X 100 LONA FINO (WAD-F37-BR)	1	Und	19%	5,800	5,774
				Valor	2,476,371	

	Descuento	73,981
	Subtotal	2,402,390
	Iva	323,646
<b>CUENTA BANCOLOMBIA AHORROS 01031932498</b>	<b>SUBTOTAL</b>	<b>2,726,036</b>
	Ret. Fte	0
	<b>NETO</b>	<b>2,726,036</b>

### Compra de Computadores

8 Computadores Todo En Uno 22 Core I3 Última Gen 1tb Disco 8gb Ram Windw 10 a

1.680.000 \$13.440.000

1 Fotocopiadore Roch SP3710 SF multifunción lazer 7000 \$1.349.000

Mesa Escritorio para Computador 7 175.000 \$1.225.000

Adecuacios sala de Asesorias y sala de ciber espacio \$3.500.000

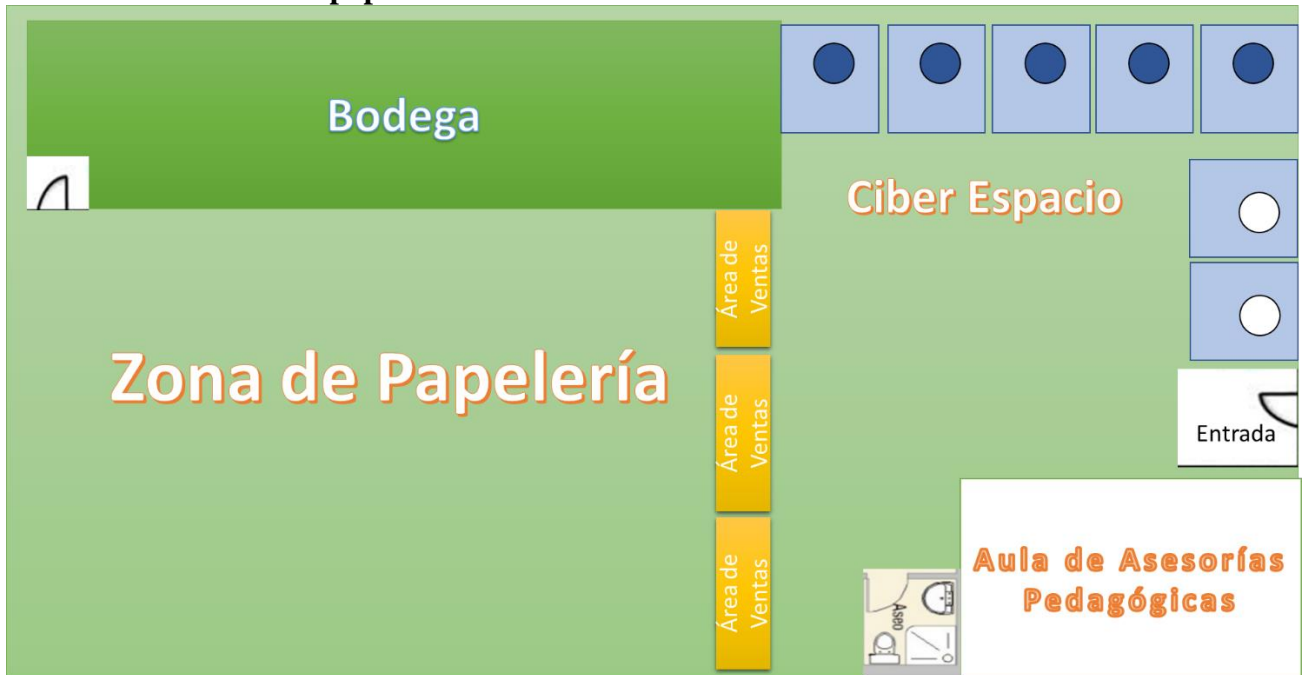
Sillas ergonómicas 10 \$220.000 \$2.200.000

### 3.3 Infraestructura

#### 3.3.1 Infraestructura

Se cuenta con un espacio físico de 7 x 14 metros

### 3.3.2 Distribución en papelería



#### 4Distribución

Parámetros técnicos especiales

A el local se le realizó una adecuación de redes para el campo de el Ciber espacio, estableciendo la respectiva demarcación de seguridad.



#### **4.1.2 Organismos de apoyo**

La institución educativa rural Zungo, la alcaldía municipal de Carepa, desde la secretaria de educación municipal en los programas que tengan que ver con el área rural de Zungo

### **4.2 Estructura organizacional**

#### **4.2.1 Estructura organizacional**

##### **4.2.1.1 Misión**

CiberPad es una empresa que ofrece servicios de internet y suministros de papelería de la mejor calidad, satisfaciendo las necesidades de los clientes con productos de excelente calidad y con atención profesional, contribuyendo al desarrollo académico de la población estudiantil y supliendo las necesidades cibernéticas y materialistas de esta población.

##### **4.2.1.2 Visión**

Para el año 2025 nos proyectamos siendo innovadores a nivel de la zona de Urabá con equipos multimedia Soundopia y con estrategia que nos permitan tener un alcance de metodología avanzada para este sector, a su vez implementar en otros corregimientos de Urabá nuestro negocio

##### **4.2.1.3 Política de calidad**

CIBERPAP Estará comprometida a la satisfacción de las necesidades de los diferentes consumidores tanto de conexión a internet, asesoría educativa, servicio de soundopia y servicio de papelería; garantizando servicio de calidad y productos con precios muy módicos buscando mejorar la economía del corregimiento. Esbozando el trabajo contante en busca de la mejora continua.

##### **4.2.1.4 Objetivos de calidad**

Servir oportunamente a todos los usuarios con la intención de suplir sus necesidades en

cuanto a estos servicios y productos que ofrecemos

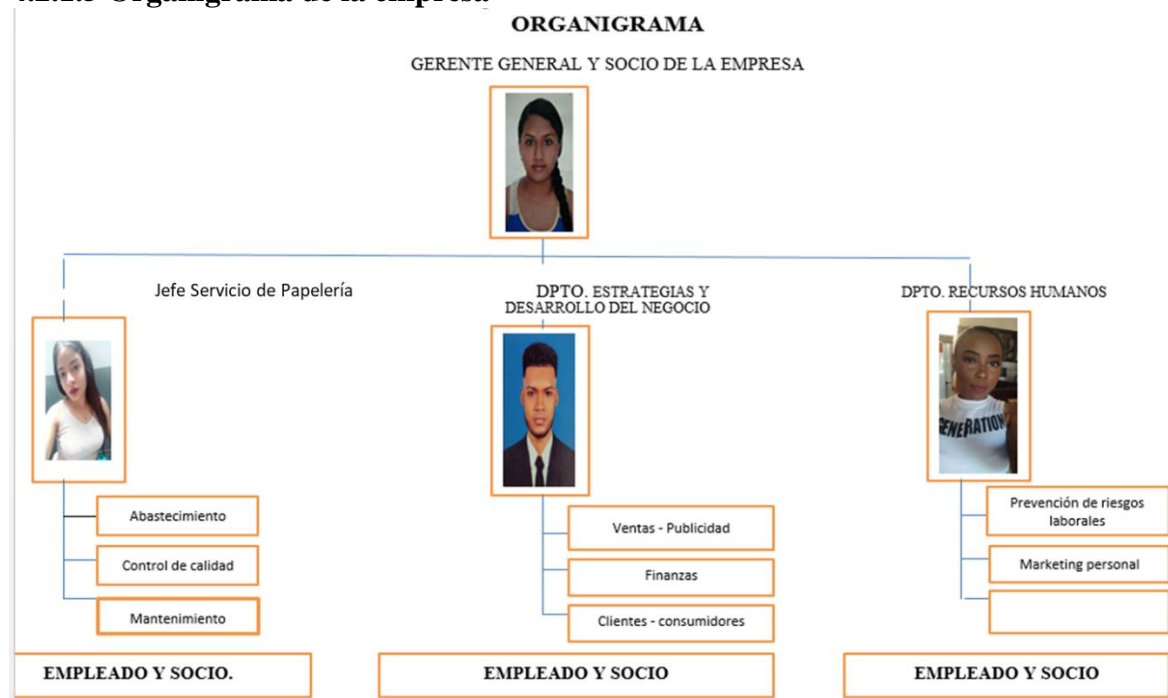
Establecer tiempos para las clases o asesorías académicas de refuerzo

Capacitar al personal en estándares de calidad y de servicio al cliente

Acompañar a los estudiantes con limitación visual con los computadores especiales para ellos.

Tener variedad de productos en el área de papelería.

#### 4.2.1.5 Organigrama de la empresa



6Organigrama

#### 4.2.1.6 Descripción de funciones y perfiles de cargos

- **Gerente General:** Ser la responsable de las operaciones, incluyendo las finanzas

liquidez, estimados financieros, mercadeo. Planeación Estratégica. Responsabilidad general por la Calidad en la papelería en todas las operaciones de su área de influencia.

- **Jefe de Servicio de Papelería:** Persona encargada de generar las ordenes de compra, debe establecer los controles de calidad, establece los estándares y logística de



Ventajas de constituir una S.A.S.

Los empresarios pueden fijar las reglas que van a regir el funcionamiento de la sociedad. Es posible, por ejemplo, contar con estatutos flexibles que se adapten a las condiciones y a los requerimientos de cada empresario.

La creación de la empresa es más fácil. Una S.A.S. se puede crear mediante documento privado, lo cual le ahorra a la empresa tiempo y dinero. ·La responsabilidad de sus socios se limita a sus aportes. La empresa puede beneficiarse de la limitación de la responsabilidad de sus socios, sin deber tener la pesada estructura de una sociedad anónima.

Las acciones pueden ser de distintas clases y series. Pueden ser acciones ordinarias, acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, acciones con voto múltiple, acciones privilegiadas, acciones con dividendo fijo o acciones de pago. Es importante aclarar que las acciones de las S.A.S. no pueden negociarse en bolsa.

No se requiere establecer una duración determinada. La empresa reduce costos, ya que no tiene que hacer reformas estatutarias cada vez que el término de duración societaria esté próximo a caducar. El objeto social puede ser indeterminado. Las personas que vayan a contratar con la S.A.S., no tienen que consultar e interpretar detalladamente la lista de actividades que la conforman para ver si la entidad tiene la capacidad para desarrollar determinada transacción.

El pago de capital puede diferirse hasta por dos años. Esto da a los socios recursos para obtener el capital necesario para el pago de las acciones. La sociedad puede establecer libremente las condiciones en que se realice el pago.

Por regla general no exige revisor fiscal. La S.A.S. solo estará obligada a tener revisor fiscal cuando los activos brutos a 31 de diciembre del año inmediatamente anterior sean o excedan el equivalente a tres mil salarios mínimos.

Mayor flexibilidad en la regulación de los derechos patrimoniales. Existe la posibilidad de pactar un mayor poder de voto en los estatutos sociales o de prohibir la negociación de acciones por un plazo de hasta 10 años.

Mayor facilidad en la operación y administración. Los accionistas pueden renunciar a su derecho a ser convocados a una reunión de socios o reunirse por fuera del domicilio social. La S.A.S. no estará obligada a tener junta directiva, salvo previsión estatutaria en contrario. Si no se estipula la creación de una junta directiva, la totalidad de las funciones de administración y representación legal le corresponderán al representante legal designado por la asamblea.

El trámite de liquidación es más ágil. No se requiere adelantar el trámite de aprobación de inventario ante la Superintendencia de Sociedades. empresario.

Además de los tramites con la Alcaldía de Carepa, Cámara de Comercio de Urabá y la DIAN.

#### **4.4 Costos administrativos**

##### **4.4.1 Gastos de personal**

Proyección de sueldos

Gerente general	\$1.800.000
Jefes de Departamento	2.600.000
Vendedores	1.800.000

*Tabla 1 Gastos de personal*

##### **4.4.2 Gastos de puesta en marcha**

Para la puesta en marcha del negocio se proyecta una inversión inicial de \$40.000.000 que serán aportados por los socios fundadores de la papelería CIBERPAP.

##### **4.4.3 Gastos anuales de administración**

Los gastos generales a los que se pueden incurrir son de constitución y de formalización proyectados en \$2.000.000.



## 5 FASE V. FINANZAS

### Ingresos

#### 5.1.1 Fuentes de financiación

Aportes por parte de los socios fundadores establecidos en 20.000.000 cada uno

#### 5.1.2 Formatos financieros

Hasta el momento no se recurrirá al sistema financiero por el momento

### 5.2 Egresos

Se establecen las comprar iniciales proyectadas en 43.000.000

### 5.3 Capital de trabajo

Se contará con un capital de trabajo inicial 17.000.000

### Información financiera CIBERPAP

INFORMACION FINANCIERA		
CIBERPAP		
Gastos en el personal	Mensual	Anual
Gerente	1.800.000	
Jefes de Departamento	2.600.000	
Vendedores	1.800.000	
	<b>6.200.000</b>	74.400.000,00
Los aportes de los socios	60.000.000	
Inversion inicial	25.000.000	
Gastos fijos	1.000.000	12.000.000,00
Otros Gastos variables		39.360.000,00
Ventas mensuales	16.400.000	196.800.000,00
Punto de equilibrio anual		140.171.429,00
Costo de Capital		12.000.000,00
Cash flow		48.933.698,63
Fondo de Maniobra		86.360.000,00

Rentabilidad de las ventas	20,0%
ROE Rentabilidad Financiera	65,6%
Rentabilidad Economica	52,85%

## 6 FASE VI. PLAN OPERATIVO

### 6.1 Plan operativo

#### 6.1.1 Cronograma de actividades

	Actividad	Estrategia	Encargado (a)	agos	sep	oct	nov
1	Definir y confirmar los servicios que necesita el corregimiento Zungo embarcadero	Entrevista o encuesta a 30 personas promedio en la zona de forma presencial, utilizando la ruta de las viviendas.	Marcela Morales Madrid	X			
2	Encuesta de mercado para definir los artículos más necesitados por la comunidad	Encuestar a sus habitantes en un punto estratégico.	Daniela Durango	X			
3	Verificación de los resultados de las entrevistas y encuestas	Visualizar los datos recogidos	Keyner Andres Moya		X		
4	Búsqueda del punto estratégico para el local y conexión satelital	Visualizar punto más traficado. Comunicarse con empresas de red	Yisela Palma Ortiz Marcela Morales	X			
5	Búsqueda de equipo técnico, materiales y demás, y sus respectivos precios	“CACHARRERÍA Y PAPELERÍA EL PINGÜINO.” y Éxito Carepa	Daniela Durango			X	
6	Análisis financiero	Analizar costos y beneficios financieros	Marcela Morales Keyner Moya			X	
7	Empalme con directivos y docentes de la institución, para beneficio de ellos y los alumnos	Reunión	Keyner Andrés Moya Cabrera				X

### **6.1.2 Instrumentos de evaluación de la idea de negocio**

Se aplicó una encuesta que nos llevó a visualizar el deseo de tener una sala de internet en el corregimiento, además de una papelería con especificaciones propias para obtener diferentes insumos propios de este tipo de negocios.

También se realizó una encuesta y un cuestionario como instrumentos de evaluación de este proyecto, con la intención de analizar los pensamientos de la comunidad de este sector en cuento al mismo, y a su vez conocerle un poco más a fondo desde la parte familiar y laboral.

## **7 FASE VII. CONCLUSIONES**

### **7.1. Conclusiones**

Al desarrollar el presente trabajo de grado pensado como plan de negocios permitió el desarrollo y amplitud de conocimiento desarrollado a lo largo del proceso de formación profesional, enrutando el quehacer profesional a la creación e implementación de una empresa con el ánimo de mejorar nuestra calidad de vida, hecho que se visualizó cuando en los inicios de la formación era un simple deseo, hoy sencillamente es la realización y estructuración de un sueño.

En la esencia de la creación y llevada a cabo de un negocio de estas magnitudes, permite ofrecer a la comunidad servicio de internet desde una sala de internet, dando accesibilidad al un mundo digital, además de ofrecer un computador con un software especializado de SOUNDOPIA.

Entender que la comunidad del corregimiento carece de una papelería con buenos insumos de calidad y económicos, que permitan acceder a los útiles y demás artículos propios del quehacer estudiantil, La creación de un negocio que es pensada en el deseo de satisfacer una

necesidad que hoy se ha convertido en prioritaria, por el desarrollo de las TICS, en la comunidad del corregimiento de Zungo Embarcadero, además de contar con un espacio educativo y de formación, nos permite realizar esta oportunidad magnífica de emprender y además hacer un aporte valioso a la comunidad en el desarrollo de las asesorías académicas que buscan sacar a los estudiantes de sus dificultades de aprendizaje

## 8. Anexos

### ENTREVISTA.

Nombre: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_

¿Por qué cree usted que no hay una papelería o Sala de internet en el corregimiento

Zungo embarcadero?

¿Cuándo necesita un producto o servicio como este, cómo hace?

¿Qué tan fácil le es buscar productos de papelería en este corregimiento?

¿Quisiera que este negocio prestara servicio a domicilio?, ¿por qué?

¿En el lugar donde hace sus cosas dentro del corregimiento, consigue todo lo deseado?

¿Cuántas personas se beneficiarían en su casa con este establecimiento?

¿Qué servicio sería más útil para usted y por qué?

¿Si este establecimiento o negocio estuviera disponible actualmente, cree usted que lo recomendaría a otros?, ¿por qué?

### ENCUESTA

Marque con una X su respuesta.

1. Genero

( ) MASCULINO

( ) FEMENINO

2. ¿Qué edad tiene usted?

( ) Menor de 20

( ) Mayor de 20 y menor de 30

- Mayor de 30 y menor de 50
- Mayor de 50
3. ¿Convive con otras personas?
- SI
- NO
4. ¿Está laborando actualmente?
- SI
- NO
5. ¿Cree usted que es útil una papelería e internet en el corregimiento Zungo Embarcadero?
- NO
- TAL VEZ
- SI
- ABSOLUTAMENTE

Responda después de haber leído el siguiente enunciado.

6. ¿Qué piensa usted de un proyecto como este?
- Es innecesario
- Completamente necesario

Se propone montar un establecimiento en el corregimiento Zungo Embarcadero, el cual se caracteriza por ser una papelería y un café internet al mismo tiempo. Este tendría por nombre “CiberPap”.

Pregunta con selección múltiple respuesta, responda con un X las opciones que desee.

7. ¿Qué servicios le gustaría que presentara este negocio o establecimiento?
- Servicio de internet       Digitación

- Fotocopias                       Servicio de Fax  
 Servicio de Escáner             Manualidades de carteleras  
 Servicio de Argollado         OTROS

¿Cuál? \_\_\_\_\_

8. ¿Generalmente que productos compra en una papelería?

- Cuadernos             Lapiceros  
 Cartulina             Vinilos  
 Hojas de vida         Carpetas  
 Calculadora         Colores  
 Marcadores         Block  
 OTROS

¿Cuál?

---

9. ¿Qué es lo más importante para usted al momento de hacer una compra?

- Precio             Calidad             Marca             Atención al cliente

#### CUESTIONARIO

Haga un chulo en frente de su respuesta

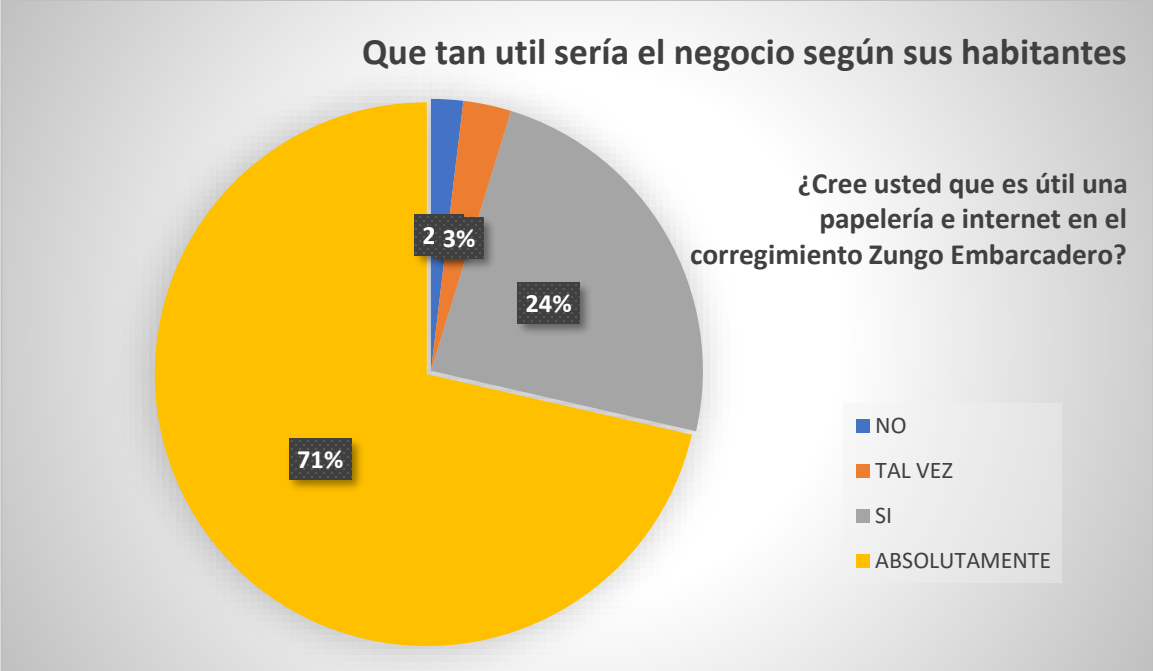
10. ¿actualmente como hace para obtener su productos o servicios de este tipo?

- A. Compra en Carepa  
B. Compra en Apartadó  
C. Envía a alguien afuera  
D. Se dirige a algún local que cree que pueda tenerlo

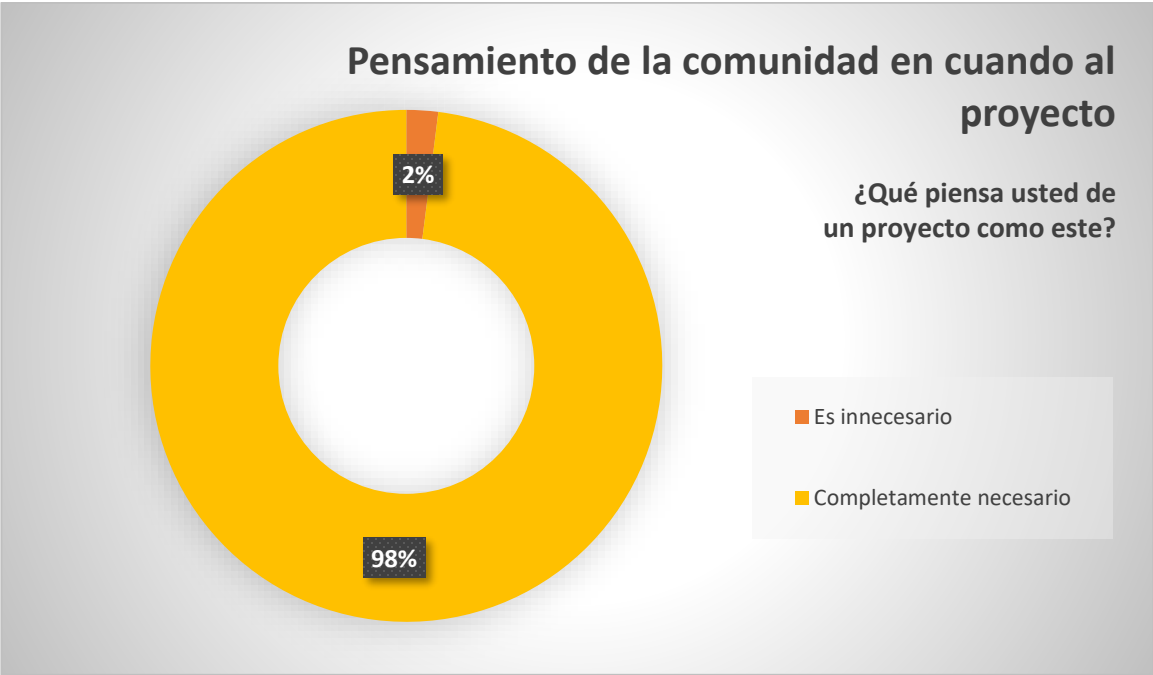
11. ¿En qué horarios le gustaría hacer sus compras u obtener un servicio?

- A. De 6 am a 10 am
  - B. De 6 am a 6 pm
  - C. De 7 am a 8 pm
  - D. De 8 am a 10 pm
12. ¿Con que frecuencia cree usted que visitaría este establecimiento en busca de sus productos y servicios?
- A. Dos veces por semana
  - B. Tres veces por semana
  - C. Día por medio
  - D. Muy seguido
13. ¿En qué ocasiones cree usted que le serviría más este tipo de negocio?
- A. Inicio de etapa escolar
  - B. Fechas de cumpleaños
  - C. Tareas o actividades escolares
  - D. Eventos académicos
14. ¿Qué tan satisfecho estaría usted de tener un establecimiento con estos productos y servicios en el corregimiento Zungo Embarcadero?
- A. Insatisfecho
  - B. Ni satisfecho ni insatisfecho
  - C. Poco satisfecho
  - D. Muy satisfecho
  - E. Demasiado satisfecho
  - F. Extremadamente satisfecho





8Graficos



## Opciones de la población para adquirir estos productos y servicios

¿Actualmente como hace para obtener productos o servicios de este tipo?

