



## CHIBU HISCHA

PEÑALOZA PAIPA CRISTIAN ALEJANDRO

TORRES FLOREZ DIEGO ALEJANDRO

MERCHAN MORALES NESTOR FERNANDO

[HTTPS://DIEGOTORRESF1.WIXSITE.COM/MISITIO](https://diegotorresf1.wixsite.com/misitio)

## COMPROMISO DE LOS ESTUDIANTES

Yo Cristian Alejandro Peñalosa Paipa identificado con C.C 1.022.430.784 estudiante del programa Administración de Empresa declaro que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

*Cristian Peñalosa*

Yo Diego Alejandro Torres Flórez identificado con C.C 1.012.359.534 estudiante del programa Administración de Empresas declaro que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

*Diego Torres*

Yo Nestor Fernando Merchan Morales identificado con C.C 1.000.240.476 estudiante del programa Administración de Empresas declaro que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas. Firma.

NESTOR MERCHAN

## **INTRODUCCIÓN**

Chibu Hischa es una cartilla educativa lúdico-recreativa cuenta con juegos lúdicos y vídeos recreativos, reflexiones para el futuro, profundizaciones y evaluaciones de compromiso con la vida, esta cartilla es para colegios públicos y privados su contenido especialmente es de cultura y cuidados del medio ambiente la cual se distribuye en físico y digital, esta cartilla contiene un plan piloto para reforzar el desarrollo cognitivo y emocional de los niños y niñas en el sistema educativo de primaria y bachillerato.

### **OJETIVO GENERAL**

- Realizar e implementar una nueva cartilla educativa con énfasis en formación ciudadana y cultura medio ambiental.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Concientizar a los niños y jóvenes sobre la necesidad del cuidado del medio ambiente y una sociedad eco sostenible
- Complementar la educación estudiantil en los valores y respeto hacia los demás
- Empoderar a nuestros jóvenes para un futuro mejor
- Promover el buen habito en los estudiantes para que en el mañana sean una ciudadanía critica, responsable, tolerante, respetuosa y creativa

## 1) DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIOS

- ¿Cuál es el producto o servicio?

Chibu Hischa es una cartilla educativa para colegios sobre cultura y medio ambiente la cual se distribuye en físico y digital gracias a la alcaldía de la ciudad con la cual se tiene un plan piloto para reforzar el desarrollo cognitivo y emocional los niños y niñas de acuerdo con la escolaridad

- ¿Quién es el cliente potencial?

Nuestros clientes potenciales serán estudiantes de primaria y secundaria de colegios públicos y privados de Bosa

- ¿Cuál es la necesidad?

Educar a nuestros jóvenes del país desde una temprana edad para tener un enfoque educativo mucho más profundo basado en valores, cuidado y respeto hacia el medio ambiente y ser humano

- ¿Cómo?

Principalmente escogeremos la zona sur de Bogotá llevando a cabo reuniones con rectores de los diferentes colegios los cuales podemos hacerles una charla de concientización de que la cartilla acerca del medio ambiente y de cultura la pueden implementar en sus programas académicos para que los jóvenes del futuro salgan más preparados sobre los valores y respeto hacia los demás, después de que la cartilla sea acogida favorablemente por esta zona empezaremos a distribuirnos en toda la zona de Bogotá y así mismo poder llegar a sus alrededores y otras ciudades de Colombia.

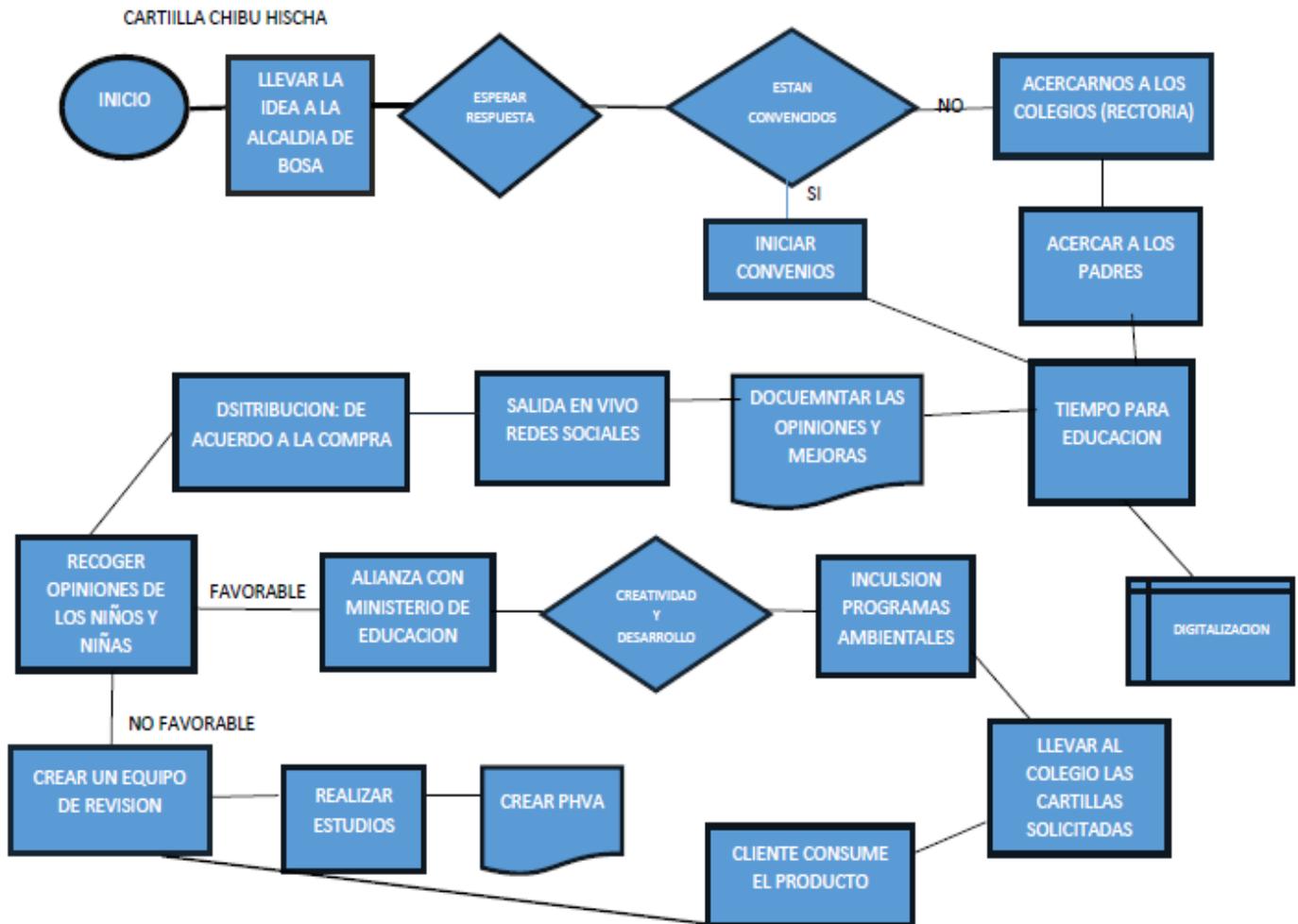
- ¿Por qué lo preferirían?

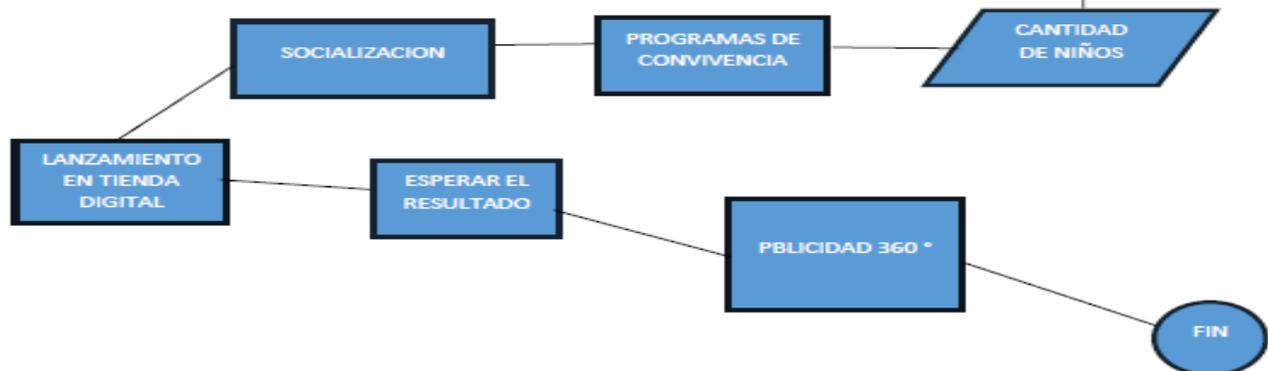
Porque en la cartilla encontrarán información y actividades para que el aprendizaje más lúdico-recreativo así mismo enseñándoles que deben de cuidar tanto de las personas como del medio ambiente, además de la que cartilla sale a un precio favorable para los estudiantes y padres de familia.

## 2) MODELO DE NEGOCIOS

- **SEGMENTO:** Nuestros clientes principalmente serán los estudiantes de los colegios educativos públicos y privados del sector de bosa entre los 5 y 12 años quienes estarán a cargo de comprar el implemente serán los padres de familia.
- **PROPUESTA DE VALOR:** Promover y fortalecer en niños, niñas y padres de familia la importancia de rescatar los valores, el cuidado del medio ambiente, el mejoramiento de las relaciones interpersonales a través de la participación en las actividades planeadas que encontraran en la cartilla.
- **ARQUITECTURA DE SERVICIOS:**

### DIAGRAMA DE FLUJO COMERCIALIZACION CARTILLA





(Autoría propia, 18/Agosto/2020)

- **COSTOS Y PRECIOS:**

Nuestros costos principalmente fueron evaluados a través de la página web <https://impresiononline.laimpresion.com/es/producto/13-impresion-libros-blanco-negro-y-color-tapa-blanda#> por el cual decidimos realizar en primera medida 100 cartillas ya que por el volumen salía más económico que elaborar solo una cartilla. A continuación, les presentaremos las características que nos basamos para poder analizar los costos.

- \* **CARACTERÍSTICAS:**

Cantidad: 100 Cartillas

Páginas a blanco y negro: 70

Páginas a color: 30

Total, de páginas: 100

Tamaño: 148X210 (A5 apaisado)

Tinta portada: 4+0 (Color una cara)

Plastificado Portada: Brillo

- \* **PAPEL PORTADA**

Categoría: Estucados

Familia: Mate

Gramaje: 300 Gramos.

**\* PAPEL INTERIOR**

Categoría: Estucados

Familia: Mate

Gramaje: 200 Gramos

**\* ACABADOS**

Encuadernación: Encolada (Rústica Fresada)

Ya teniendo todas las características de nuestra cartilla y costos que en la página web cotizamos tenemos un total que las 100 cartillas tienen un costo de:

\* Costo sin IVA: \$1'119.196      \* IVA (19%): \$ 212.647      \* Costo total: \$ 1'331.843

Basados en estos datos que son los precios de nuestras 100 primeras cartillas podemos decidir que el costo de una cartilla es de \$13.318.43, para la venta de la cartilla decimos ganar el 20% ya con este porcentaje la cartilla tendrá un valor de \$16.000 para el público

- **MECANISMO DE ENTREGA**

Principalmente las cartillas serán entregadas a cada colegio dependiendo en pedido que realicen ya que tendremos a nuestra disposición domiciliarios que se encargarán de hacer llegar el producto a tiempo y en las mejores condiciones para el buen desarrollo de la cartilla

- **GANANCIAS ESPERARADAS**

Teniendo en cuenta los costos que genera realizar cada cartilla deseamos ganar por cartilla \$2.681, lo cual si vendemos las 100 cartillas serian \$268.100

- **RECURSOS**

Usar material reciclable para generar conciencia de esta buena práctica con el reciclaje ya que nuestra cartilla como va a ser para toda la escolaridad desde primaria hasta bachillerato se puede hacer un descuento aquellos estudiantes que devuelvan la anterior ya que las cartillas que recojamos se pueden reutilizar para generar papel y así no tener no tener un costo más elevado. También tendremos una cartilla virtual a menor costo que se les puede ofrecer a los estudiantes que practiquen HOME-SCHOOL y que tengan preferencia por la virtualidad.

- FIDELIDAD

Para tener la fidelidad de nuestros clientes vamos a realizar una campaña de reciclaje donde la cartilla que ya este completa y haya sido utilizada por el estudiante la devuelva a la empresa y así mismo se les dará un descuento para el próximo año de escolaridad, también en nuestra página virtual las personas que deseen adquirir su producto virtualmente será una página creada con proyección de 360° apoyándonos en las redes sociales

- CADENA

Haremos una alianza estratégica con la secretaria de educación y cada colegio para garantizar que la cartilla sea certificada y sea incluida como plan en las asignaturas de ciencias naturales y ciencias políticas

## **VENTAS ONLINE DE CURSOS Y EBOOKS**

### 2.2.1 ¿Como captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

Nuestros clientes van a captar nuestra publicidad por medio de redes sociales ya que actualmente la mayoría de las personas cuentan con redes sociales la más principal Facebook

### 2.2.2 ¿Como y que alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

Venta domiciliaria y descarga de la cartilla con un código especial de las personas

### 2.2.3 Como cerrara la venta por Internet y cuales podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?

Actualmente Bancolombia y Davivienda realizaron aplicaciones las cuales se pueden hacer las transferencias con más rapidez y efectivamente, principalmente utilizaremos NEQUI Y DAVIPLATA para los usuarios que deseen el libro virtualmente cuando tengamos el soporte de pago hacemos el chequeo y verificación para asignar usuario y que puedan ingresar a su libro virtual

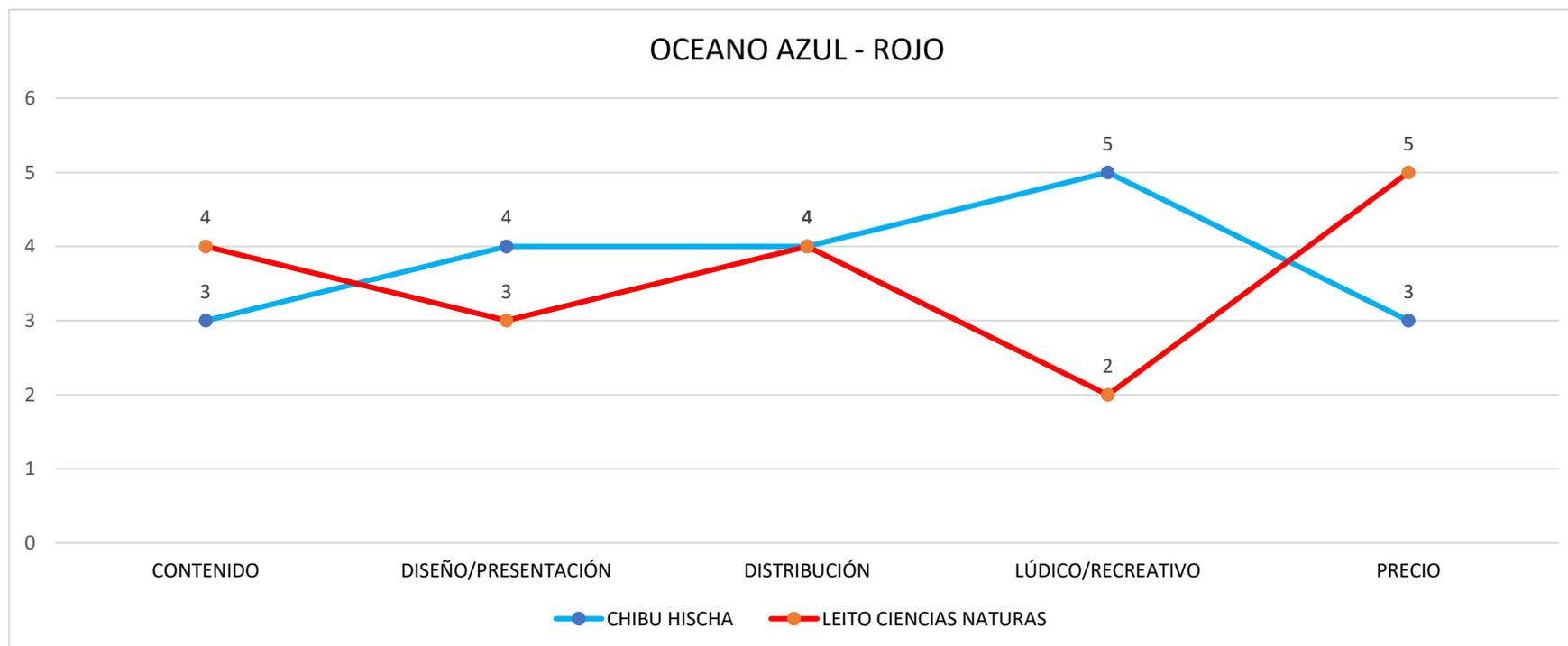
### 3) INNOVACIÓN SOSTENIBLE

	AGUA	ENERGIA	MATERIAS PRIMAS	EMISIONES	RESIDUOS
<b>CARTILLA EDUCATIVA</b>	<b>¿Usa eficientemente el agua?</b>	<b>¿Reduce el consumo de energía?</b>	<b>¿Reduce los insumos?</b>	<b>¿Ha medido su huella de carbono?</b>	<b>¿Qué residuos recicla?</b>
El producto si tiene un ecodiseño ya que se realiza por medio de papel reciclado e incluso se tiene una versión digital para ahorrar el uso de papel.	Nuestro producto no incluye el uso del agua	Tenemos dos opciones, ya que sabemos que el ahorro de agua es tan importante como el de energía la cartilla mantiene dos presentaciones en las cuales la primera consta de una cartilla digital la cual tenemos claro para poder visualizarla o elaborarla genera uso de energía, que de igual forma no es excesiva, o la segunda es la cartilla física elaborada con papel reciclado la cual evita el uso de energía.	El producto si reduce insumos ya que tanto al elaborar la cartilla virtual evitamos el uso de papel, como al hacerla física utilizamos papel reciclado para evitar el desperdicio de la materia prima.	Este producto debido a la forma de elaboración que tiene no genera ninguna huella de carbono, por lo tanto, no tiene afectación ambiental en este ámbito.	El principal residuo que recicla nuestro producto es el papel.

<p><b>¿Realiza algún tipo de campaña que favorezca el medio ambiente?</b></p>	<p><b>¿Qué medios de transporte utiliza?</b></p>	<p><b>¿Qué materiales utiliza para las campañas de marketing?</b></p>
<p>Nuestro producto tiene una campaña en la cual al momento de finalizar el uso de la cartilla y adquirir una nueva recibimos la anterior a cambio de un descuento para nuestros clientes. De esta forma generamos un reciclaje de papel y obtenemos tanto un beneficio para nuestros clientes como para el medio ambiente reciclando el papel para las nuevas cartillas a realizar.</p>	<p>Nuestro producto tiene planeado ser distribuido por medio de mensajeros o domiciliarios en pequeños vehículos de carga que tendrían la tarea de realizar nuestras entregas justo a tiempo.</p>	<p>La estrategia de marketing que utilizaremos será generar publicidad por las redes sociales dándonos a conocer con todo el público, ya que en la actualidad todas las personas hacen uso de ellas, y adicional a ello realizaremos visitas a las diferentes instituciones educativas para dar a conocer nuestro producto dándolo a conocer por todos los canales posibles.</p>

#### 4) ANÁLISIS DEL SECTOR

VARIABLES	CONTENIDO	DISEÑO/PRESENTACIÓN	DISTRIBUCIÓN	LÚDICO/RECREATIVO	PRECIO
<b>CHIBU HISCHA</b>	3	4	4	5	3
<b>LEITO CIENCIAS NATURALES</b>	4	3	4	2	5
	INCREMENTAR	INCREMENTAR	INCREMENTAR	MENTENER	REDUCIR



- **VARIABLE DE CONTENIDO:**

Hacer investigaciones para incrementar el nivel educativo de nuestra cartilla para estar igual o mayor a la competencia

- **VARIABLE DE PRECIO:**

Hacer convenio con imprentas para reducir los costos y así mismo el precio de venta para que sea más exequible al cliente

## **4.2 ANÁLISIS PORTER**

- **PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS CLIENTES:**

Al ser un producto nuevo en el mercado actualmente nuestro potencial de cliente no va a ser el esperado por Chibu Hischa, pero lo que se espera es que al pasar del tiempo con la publicidad y la colaboración del ministerio de educación sea conocida por todos los estudiantes así mismo adquieran el producto para tener una mejor educación y concientización sobre el medio ambiente y los valores personales

- **PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES:**

Nuestro valor agregado para nuestros principales proveedores es hacerlo parte de nuestra organización a través de una alianza estrategia que nos permite estar en una situación win and win

- **BARRERAS DE ENTREDA:**

La cartilla Chibu Hischa en nuestra entrada de competidores llegara a ser escogida por los estudiantes de los diferentes niveles educativos ya que al ser una cartilla física y virtual los estudiantes sentirán más atracción por desarrollarla con los diferentes temas que estarán plasmados y serán lúdico-recreativos

- **BARRERA DE SALIDA:**

Establecer la publicidad que se quiere dar a conocer a los consumidores para que en el momento que quieran adquirirla sea la cartilla Chibu Hischa y que este por encima de la competencia y sea acogida por todos los estudiantes de los diferentes niveles educativos

- **RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES:**

Hoy en día en el modelo educativo existen diferentes cartillas las cuales son necesarias para el aprendizaje en los diferentes niveles de la educación primera y secundaria las cuales ayudan a que aprendan de una manera recreativa y sea de atracción por los estudiantes, en el mercado existen pocas cartillas las cuales brinden nuestro mismo servicio que es de un aprendizaje lúdico-recreativo ya que de esta forma será más la atracción de los estudiantes porque están jugando y a la vez aprendiendo

## **5. MARKETING MIX**

### **5.1 Estrategias de producto para cliente**

- **NUCLEO:**

Es una cartilla educativa realizada a base de material reciclable como lo son papel cartón etc.

- **CALIDAD:**

Debido a los materiales reciclables que la componen la hacen una cartilla altamente amigable con el ecosistema y de alta calidad debido al reproceso de su materia prima.

- **ENVASE:**

La cartilla viene protegida con una cubierta solida la cual evita que las hojas del producto se vean comprometidas por cualquier tipo de agente exterior, en ella viene impreso el logo de la cartilla.

- **DISEÑO:**

1. Tamaño: 148X210 (A5 apaisado)
2. Tinta portada: 4+0 (Color una cara)
3. Plastificado Portada: Brillo

### 5.1.1. Portafolio

Nuestro portafolio consta simplemente de un producto el cual es nuestra cartilla educativa lúdico-recreativa Chibu Hischa, cuenta con juegos lúdicos y vídeos recreativos, reflexiones para el futuro, profundizaciones y evaluaciones de compromiso con la vida, esta cartilla es para colegios públicos y privados su contenido especialmente es de cultura y cuidados del medio ambiente la cual se distribuye en físico y digital, esta cartilla contiene un plan piloto para reforzar el desarrollo cognitivo y emocional dirigido a los niños y niñas en el sistema educativo de primaria y bachillerato.

### 5.2. Estrategia de precios

Ya teniendo todas las características de nuestra cartilla y costos que en la página web cotizamos tenemos un total que las 100 cartillas tienen un costo de:

- Costo sin IVA: \$1'119.196
- IVA (19%): \$ 212.647
- Costo total: \$ 1'331.843

Basados en estos datos que son los precios de nuestras 100 primeras cartillas podemos decidir que el costo de una cartilla es de \$13.318.43, para la venta de la cartilla decimos ganar el 20% ya con este porcentaje la cartilla tendrá un valor de \$16.000 para el público

### 5.3. Estrategias de distribución

Principalmente las cartillas serán entregadas a cada colegio dependiendo en pedido que realicen ya que tendremos a nuestra disposición domiciliarios que se encargarán de hacer llegar el producto a tiempo y en las mejores condiciones para el buen desarrollo de la cartilla

#### 5.3.1 Estrategia de comunicación

- **FIDELIDAD**

Para tener la fidelidad de nuestros clientes vamos a realizar una campaña de reciclaje donde la cartilla que ya este completa y haya sido utilizada por el estudiante la devuelva a la empresa y así mismo se les dará un descuento para el próximo año de escolaridad, también en nuestra página virtual las personas que deseen adquirir su producto virtualmente será una página creada con proyección de 360° apoyándonos en las redes sociales

- CADENA

Haremos una alianza estratégica con la secretaria de educación y cada colegio para garantizar que la cartilla sea certificada y sea incluida como plan en las asignaturas de ciencias naturales y ciencias políticas

### **Ventas online de cursos y ebooks**

- ¿Como captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

Nuestros clientes van a captar nuestra publicidad por medio de redes sociales ya que actualmente la mayoría de las personas cuentan con redes sociales la más principal Facebook.

- ¿Como y que alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

Venta domiciliaria y descarga de la cartilla con un código especial de las personas.

- ¿Como cerrara la venta por Internet y cuales podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?

Actualmente Bancolombia y Davivienda realizaron aplicaciones las cuales se pueden hacer las transferencias con más rapidez y efectivamente, principalmente utilizaremos NEQUI Y DAVIPLATA para los usuarios que deseen el libro virtualmente cuando tengamos el soporte de pago hacemos el chequeo y verificación para asignar usuario y que puedan ingresar a su libro virtual

**MARKETING MIX**

	<b>OBJETIVO O SMART</b>	<b>COMO</b>	<b>QUIEN</b>	<b>CUANDO</b>	<b>DONDE</b>	<b>VALOR</b>
<b>ESTRATEGIA</b>	<p>Específico: Aumentar las ventas de nuestra cartilla.</p> <p>Medible: Tener un crecimiento del 20% en nuestras ventas</p> <p>Alcanzable: Tener un crecimiento del 20% en nuestras ventas, generando campañas publicitarias para dar a conocer el producto.</p> <p>Relevante: Tener un crecimiento del 20% en nuestras ventas, generando campañas publicitarias para dar a conocer el producto, resaltando sus características</p>	<p>Tenemos programado llegar a nuestros objetivos haciendo diferentes campañas de publicidad tanto presenciales como en redes sociales dando a conocer la calidad y buen contenido de nuestro producto.</p>	<p>Nuestro producto tendrá un principal consumidor que serán los estudiantes de primaria y secundaria.</p>	<p>En enero del año 2021.</p>	<p>El producto será comercializado en la ciudad de Bogotá.</p>	<p>El costo de nuestra estrategia y objetivos será bajo ya que las personas hoy en día utilizan mucho las redes sociales que son gratuitas, y la mayor parte de nuestra publicidad será por medio de ellas.</p>

	<p>ecológicas y de excelente calidad.</p> <p>A Tiempo:</p> <p>Tener un crecimiento del 20% en nuestras ventas, generando campañas publicitarias para dar a conocer el producto, resaltando sus características ecológicas y de excelente calidad en los próximos 12 meses.</p>					
<p><b>PRODUCTO</b></p>	<p>Generar una cartilla ecológica con materiales reciclables y con una alta calidad en cuanto a su contenido y materiales con los que se realiza.</p>	<p>Haciendo un buen reciclaje de materiales para así lograr un óptimo uso y calidad de materia prima y manteniendo el excelente contenido educativo dentro de ella.</p>	<p>Nuestro principal apoyo en este punto serán las personas que nos están ayudando en producción y mejora de ella.</p>	<p>El producto estará listo en el mes de enero del año 2021</p>	<p>El producto será realizado en el sector de Bosa en la sede principal, y será comercializado y entregado en la ciudad de Bogotá por medio de mensajeros.</p>	<p>El producto tiene un costo de fabricación de \$ 13.318 y para venta al público se generará un valor final de \$ 16.000 al consumidor.</p>

PRECIO	El objetivo en cuanto a nuestros precios será tener un precio final bastante bajo en comparación con la competencia	Teniendo precios bajos para que el producto sea comercializado en todas las clases sociales	En este punto no habrá diferencia de clases sociales por lo tal nuestro apoyo serán compradores de clase alta, media y baja.	El valor del producto será comercializado en enero del año 2021.	El valor del producto será siempre el mismo en cualquier lugar de la ciudad de Bogotá.	El precio o valor final a consumidor será de \$ 16.000
PROMOCION	Nuestro objetivo en promoción será tener un valor estándar realmente bajo para poder ser obtenido por cualquier clase social, manteniendo también el adicional de que nuestra cartilla será ecológica.	Dando a conocer nuestro excelente precio en campañas publicitarias por redes sociales, resaltando un punto muy importante hoy en día que será lo amigable de nuestra cartilla con el ecosistema.	Nuestro principal apoyo en este punto serán las personas que nos ayuden a publicitar nuestro producto por medio de las redes sociales.	La campaña de publicidad y promoción de nuestro producto iniciara en el mes de enero de 2021	La promoción de nuestro producto será la misma para todo Bogotá.	En cuanto a promoción y publicidad de nuestra cartilla el costo no será mucho ya que por medio del uso de las redes sociales se generará la mayoría de nuestra publicidad ya que estamos en una era digital.

## 6. DESARROLLO DE MARCA

PASOS	OBJETIVOS	RESULTADO
DIAGNOSTICO DEL MERCADO	A) Identificación del sector	Nuestro producto pertenece al sector educativo.
	B) Identificar marcas en competencia	Cartilla nacho (susaeta), cartilla coquito, cartilla calameo, animal planus
	C) Soluciones principales y alternativas	La solución principal a esta competencia es básicamente generar una cartilla que se salga de lo convencional, que no sea el aprendizaje al que están acostumbrados los estudiantes, sino generar un progreso a través de actividades lúdicas enfocadas a temas en específicos evitando la cotidianidad de las cartillas ya existentes.
	D) Tendencias del mercado	La tendencia de este mercado siempre va hacia cartillas interactivas o lúdicas dejando atrás el aprendizaje convencional
	E) Arquetipo de la marca	somos una marca que transmite empatía, confiabilidad, tratando de generar siempre bienestar y mejora constante, nuestro producto tiene el objetivo de sacar a las personas de lo cotidiano y nuestro mayor miedo es resultar aburridos.
	A) Percepción de la marca de la competencia	La competencia viene utilizando siempre un estándar de aprendizaje el cual funciona en su momento, pero hoy en día

REALIDAD PSICOLOGICA DE LA MARCA		los estudiantes quieren un aprendizaje más lúdico de los libros cuadriculados y de ese aprendizaje ya estructurado donde muchas veces no terminan de aprender su contenido.
	B) Identificar variables de neuromarketing	En este campo educativo las variables a tomar en cuenta serían los cambios constantes en cuanto las diferentes modas y gustos de los estudiantes y adaptarse a los diferentes cambios sociales y tecnológicos que son importantes para la juventud, de esta forma lograremos afianzar una conexión con ellos y lograr nuestro objetivo que es el aprendizaje lúdico-recreativo.
POSICIONAMIENTO	A) Identificar top of mind	La idea de nuestro producto es generar un punto de referencia en cuanto a cartillas educativas como muchas veces lo logro la cartilla nacho que era muy famosa anteriormente y siempre que se hablaba de cartillas se tenía que mencionar esta.
	B) Identificar top of heart	El top of heart se va a generar con nuestros resultados, cuando nuestro “consumidores” aprendan con más facilidad los contenidos de la cartilla vamos a generar una familiaridad y una confianza en nuestra marca

<p>REALIDAD MATERIAL DE LA MARCA</p>	<p>Traducir nuestra propuesta de valor en la marca.</p>	<p>Promover y fortalecer en niños, niñas y padres de familia la importancia de rescatar los valores, el cuidado del medio ambiente, el mejoramiento de las relaciones interpersonales a través de la participación en las actividades planeadas que encontraran en la cartilla.</p>
<p>ESTRATEGIA DE COMUNICACION</p>	<p>Desarrollar acciones continuas para la introducción de la marca en el mercado, que estén ligadas a la mediación tecnológica y de redes sociales.</p>	<p>Tenemos planeado estar en constante contacto con las redes sociales que es lo que más utilizan las personas hoy en día para tener un acercamiento a lo que les gusta saber cómo proceder para poder generar esa conexión y así mismo darles a conocer nuestras promociones y precios del producto.</p>

LOGO DE CHIBU HISCHA



## 7. ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL

PAGINA WEB:

- <https://diegotorresf1.wixsite.com/misitio>



[INICIO](#)[HISTORIA](#)[NOSOTROS](#)[INNOVACION](#)[NOTICIAS DE INTERES](#)[Más...](#)

# CHIBU HISCHA (HOLA TIERRA)

## CULTURA Y MEDIO AMBIENTE

"Beneficios más allá del salón de clase"

Todo nació en el año 2020 no fue fácil para ninguno debido a la problemática social de ese tiempo, cursábamos quinto (5) semestre de Administración de Empresas, cursábamos la materia creación de empresas la cual nos ayudo a desarrollar una idea de negocio, desarrollamos este excelente emprendimiento el cual amamos, más que satisfacciones económicas es poder ayudar al desarrollo de nuestro jóvenes



Llamando: 1-800-800-0000 / [info@chibuhischa.com](mailto:info@chibuhischa.com) / Av. Los Rosales 122, 28021, Bogotá Colombia

[INICIO](#)[HISTORIA](#)[NOSOTROS](#)[INNOVACION](#)[NOTICIAS DE INTERES](#)[Más...](#)

# CHIBU HISCHA (HOLA TIERRA)

## CULTURA Y MEDIO AMBIENTE

"Beneficios más allá del salón de clase"

No existe actualmente en Colombia una cartilla que sea física y digital que contenga información de cultura y medio ambiente además de que su contenido sea hecho por profesional en educación actual

### FACTORES DE INNOVACIÓN

No existe actualmente en Colombia una cartilla que sea física y digital que contenga información de cultura y medio ambiente además de que su contenido sea hecho por profesional en educación actual con lenguaje y claro para comprensión de los niños y jóvenes

Cuenta con juegos ludicos y videos recreativos, reflexiones para el futuro, profundizaciones y evaluaciones de compromiso con la vida



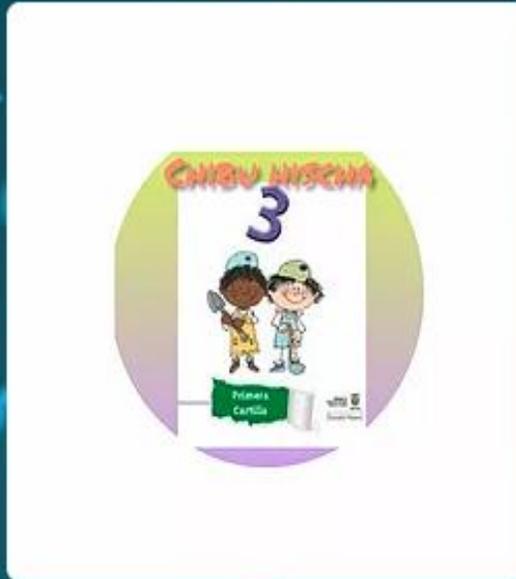
MATERIALES RECICLADOS  
PARA SU ELABORACIÓN

FISICA



POR UNIDAD \$ 16000

DIGITAL



SE PUEDEN DESCARGAR POR APP STORE Y TIENE UN COSTO DE \$ 14000

Para tener la fidelidad de nuestros clientes vamos a realizar una campaña de reciclaje donde la cartilla que ya este completa y haya sido utilizada por el estudiante la devuelva a la empresa y así mismo se les dará un descuento para el próximo año de escolaridad, también en nuestra página virtual las personas que deseen adquirir su producto virtualmente será una página creada con proyección de 360° apoyándonos en las redes sociales

- Describa la herramienta digital que usaría para su emprendimiento

Nuestras herramientas digitales para el emprendimiento son Wix.com e Instagram, ya que estas páginas poseen mayor influencia sobre los jóvenes y adultos así mismo podemos captar la atención de estos mismos para que nuestras páginas tengan mayores seguidores y consumidores de nuestros productos.

## PAGINA DE INSTAGRAM

- [https://www.instagram.com/chibu\\_hischa/?hl=es-la](https://www.instagram.com/chibu_hischa/?hl=es-la)



## 8. ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL

### 8.1. Campañas creativas y divertidas que incluyan concursos, premios y descuentos

- A todos los estudiantes que suban fotografías o videos a Instagram y mencione a la cartilla en las historias o publicaciones donde se evidencie que estén realizando alguna actividad de nuestra cartilla se tomaran los datos y así mismo el próximo escolar se les dará un beneficio por referir CHIBU HISCHA.
- Aquellos estudiantes que realicen las actividades con el mejor desempeño evaluado por sus profesores participaran en una salida escolar a diferentes parques de reserva natural
- Los estudiantes cuando terminen su grado de escolaridad y sigan al siguiente nivel de la cartilla se les dará un descuento si entregan la cartilla que estaban cursando

### 8.2. Crea tu historia

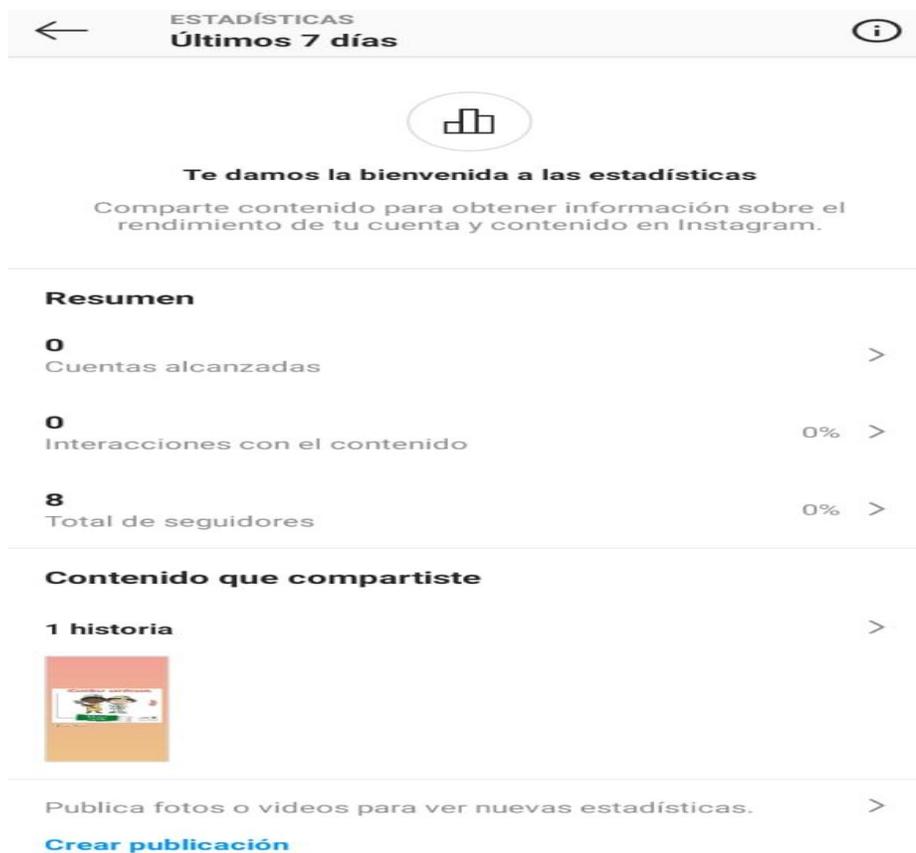
Todo nació en el año 2020 no fue fácil para ninguno debido a la problemática social de ese tiempo, cursábamos quinto (5) semestre de Administración de Empresas, cursábamos la materia creación de empresas la cual nos ayudó a desarrollar una idea de negocio, desarrollamos este excelente emprendimiento el cual amamos, más que satisfacciones económicas es poder ayudar al desarrollo de nuestros jóvenes

### 8.3 vincular la página de wix.com a cuenta de Instagram

En la parte inferior de la página WEB encontraran las redes sociales de nuestro emprendimiento dando clic en el logo de Instagram abrirá una nueva pestaña y encontraran mucha más información acerca de nosotros

- <https://diegotorresfl.wixsite.com/misitio/historia>
- [https://www.instagram.com/chibu\\_hischa/?hl=es-la](https://www.instagram.com/chibu_hischa/?hl=es-la)

## 9. MÉTRICAS CLAVE

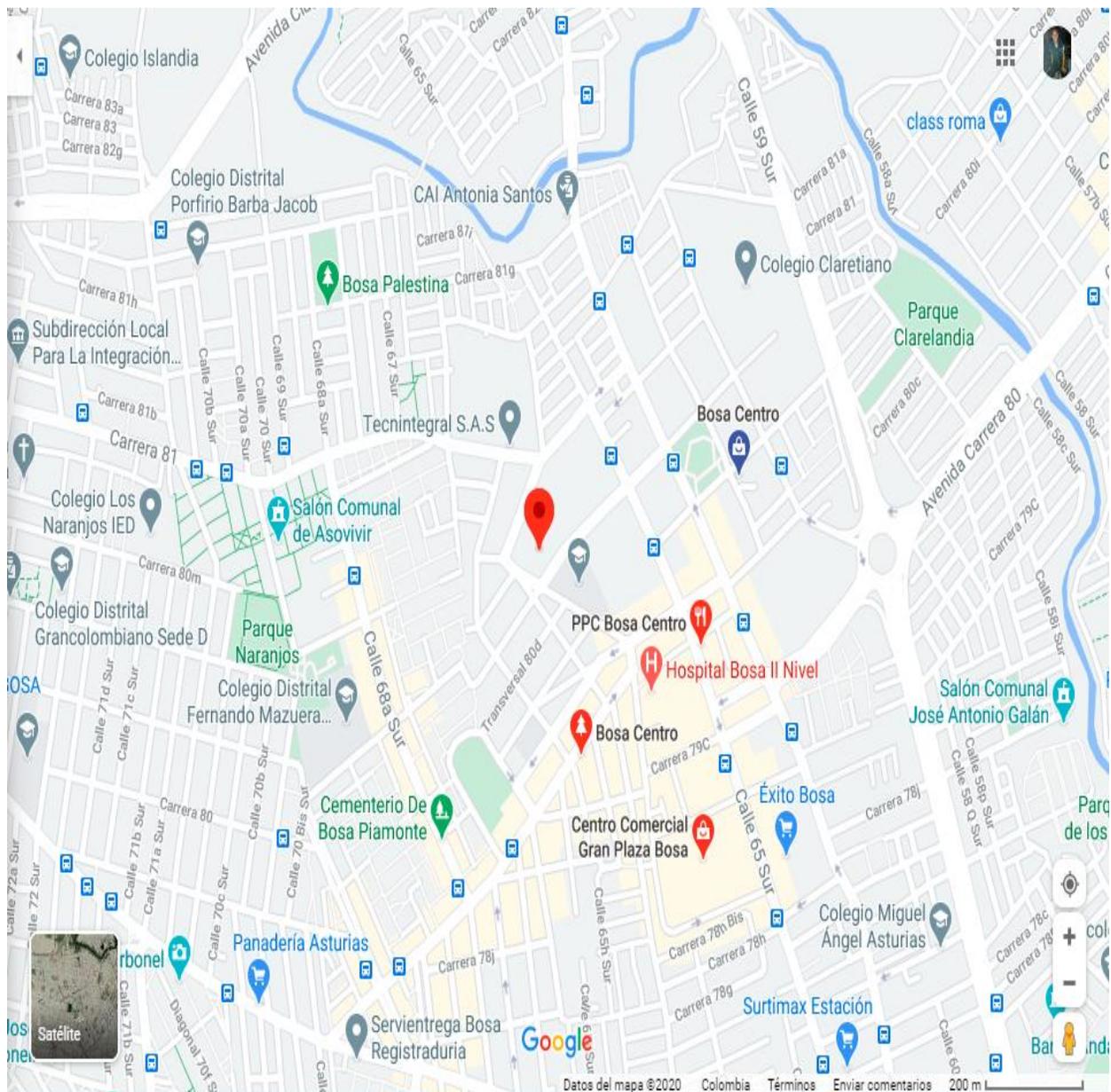


La página fue creada el día 24 de octubre a eso de las 5:00 P:M podemos verificar que la pagina lleva poco tiempo creada y en menos de 12 horas tenemos ya algunos seguidores y me gusta en algunas publicaciones que hemos realizado, CHIBU HISCHA espera que al paso del tiempo tengamos más seguidores y así los jóvenes y personas mayores tengan conocimiento de esta misma.

## 10. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

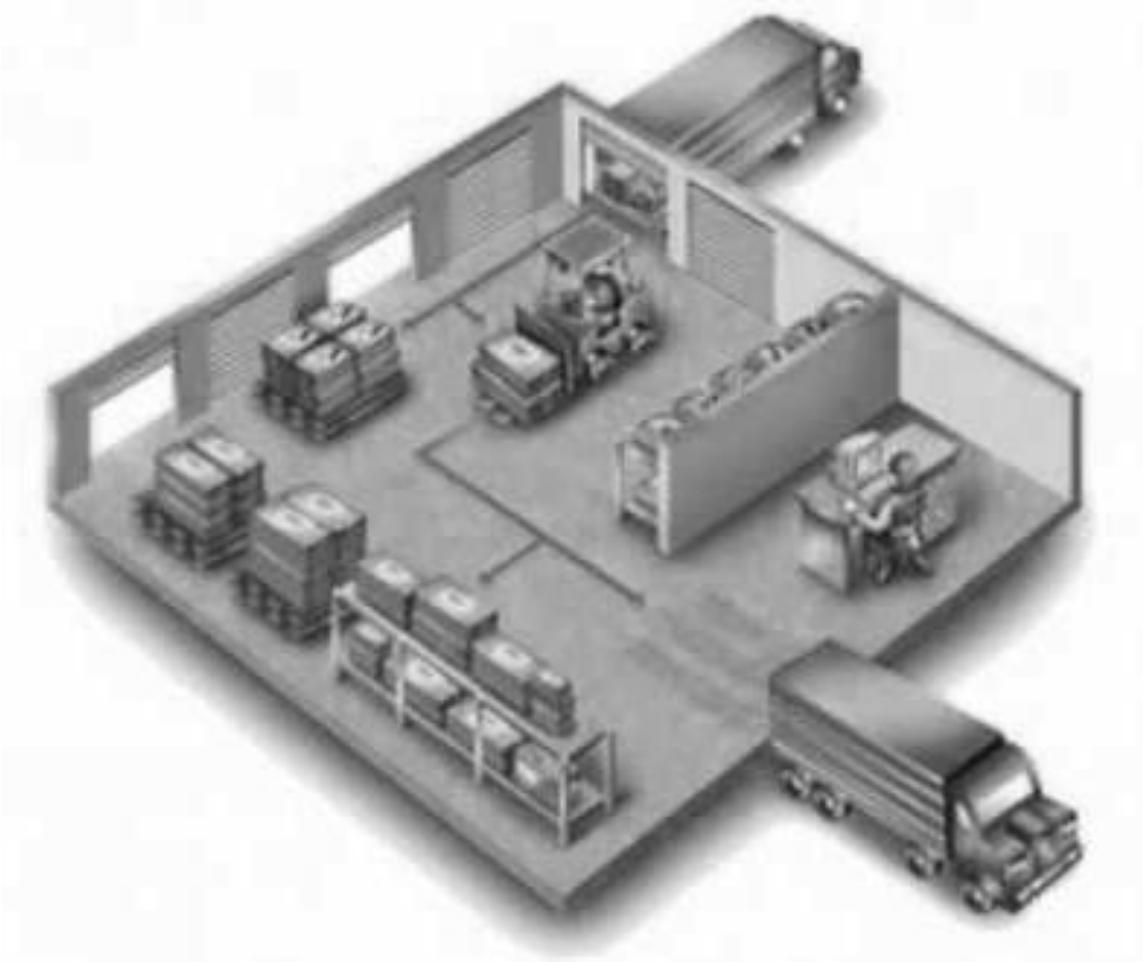
El centro de distribución de la cartilla Chibu Hischa se encontrará ubicado en la localidad séptima de Bogotá en el barrio Bosa centro, se espera contar con una bodega amplia para el almacenamiento de estas mismas, será organizada a través de un FIFOL para darle una buena organización al producto para que sea así mismo las primeras en entrar sean las primeras en salir.

El punto de geolocalización se encontrará 4.608737, -74.187671



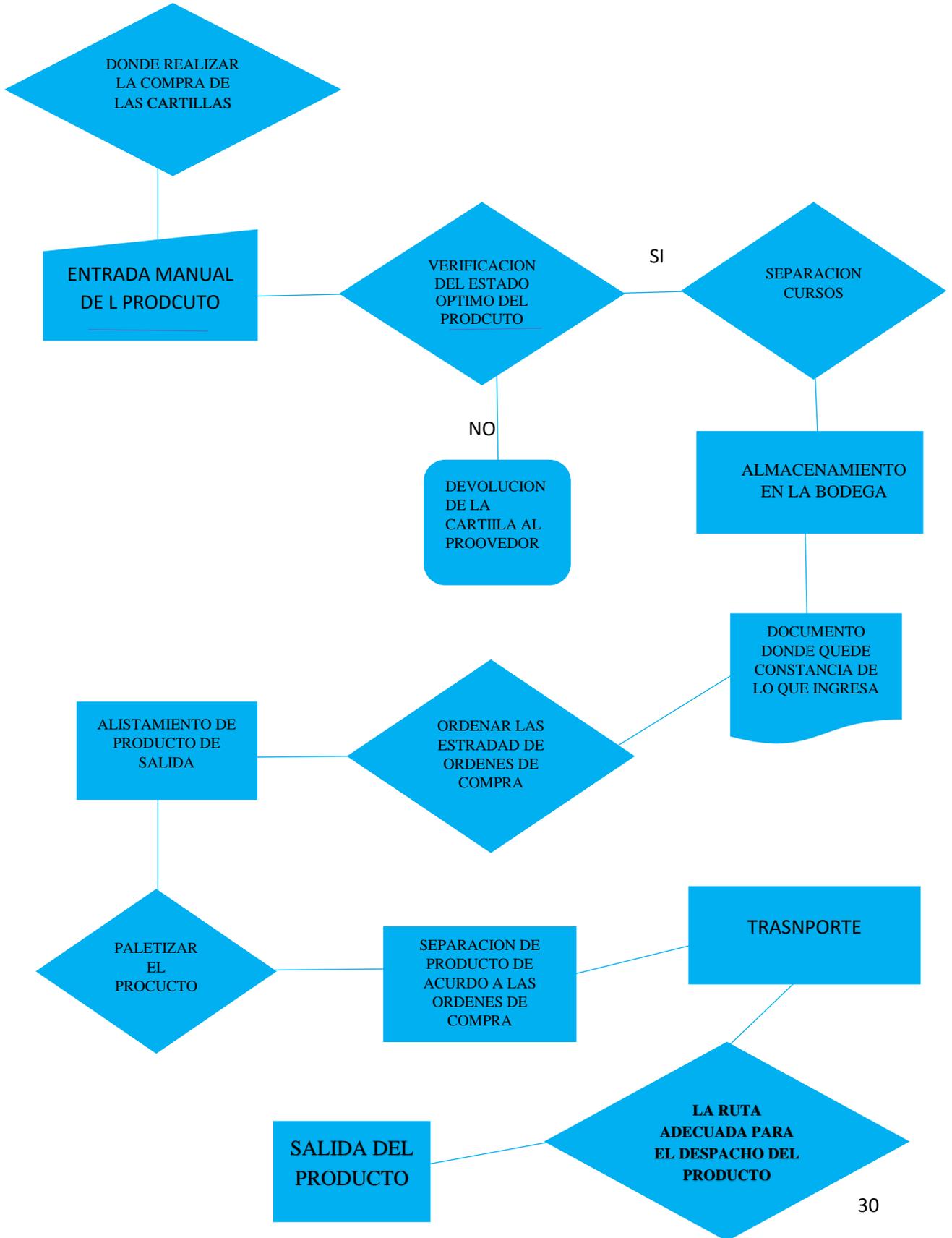
TIPO DE ACTIVO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	REQUISITOS TECNICOS
INFRAESTRUCTURA	La bodega de almacenamiento es de 100M cuadrados.	1	\$ 900.000	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estanterías alrededor de las paredes</li> <li>• Clima a temperatura ambiente</li> </ul>
MAQUINARIA Y EQUIPO	Al momento que Chibu Hischa empiece su funcionamiento no se necesitara nada de maquinaria ya que los libros los fabrica una empresa especializada en estos.			
EQUIPO DE COMUNICACIÓN Y COMPUTACION	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trohestar Colector y Escáner de Código de Barras</li> <li>• computadores</li> <li>• celulares con plan de datos y minutos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1</li> <li>• 2</li> <li>• 3</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• \$ 2`500.000</li> <li>• \$ 1`200.000</li> <li>• \$ 1`400.000</li> </ul>	Lo que se requiere para el buen funcionamiento De Chibu Hischa es que los equipos sean nuevos y con garantía
MUEBLES Y ENSERES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escritorios</li> <li>• Estantería</li> <li>• Gato estibador</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2</li> <li>• 30</li> <li>• 1</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• \$ 150.000</li> <li>• \$ 60.000</li> <li>• \$ 1`600.000</li> </ul>	
OTROS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hafei Zhongyi Carga</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• \$ 10`600.000</li> </ul>	Se utilizará para entregar y recoger la mercancía

En la bodega de almacenamiento tendrá a los alrededores estanterías en las cuales vamos a tener organizados los libros dependiendo el año de escolaridad, también una parte se tendrá un cuarto donde se encontrará los equipos de computo



# 11. INGENIERIA DEL PROYECTO

- DIAGRAMA DE FLUJO



- CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

Cartilla Lúdico-Recreativa				
Unidades por producir: 100 Unidades				
Actividad del proceso	Tiempo estimado de realización	Cargos que participan en la actividad	Numero de personas que intervienen en el cargo	Equipos y maquinas que se utilizan
Diseño y contenido	15 días	Diseñadores gráficos y profesores de diferentes cursos de escolaridad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3 diseñadores gráficos</li> <li>• 10 profesores</li> </ul>	Los computadores
Mandar a fabricar el producto	5 días	Personas encargadas de la impresión	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 personas</li> </ul>	Impresora y anillado
Revisar y almacenar	3 días	Montaje y carga	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3 personas</li> </ul>	Gato estibador y estanterías
Distribución	1 días	Personas encargadas de distribuir el producto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3 personas</li> </ul>	El medio de transporte que se espera comprar

## 12. FICHA TECNICA



<b>CHIBU HISCHA</b>		
CODIGO	VERSIÓN	FECHA: 14/11/2020

### FICHA TECNICA DEL PRODUCTO

#### **A. NOMBRE DEL PRODUCTO (Defina el nombre técnico del producto)**

Chibu Hischa Chibu Hischa es una cartilla educativa para colegios sobre cultura y medio ambiente la cual se distribuye en físico y digital gracias a la alcaldía de la ciudad con la cual se tiene un plan piloto para reforzar el desarrollo cognitivo y emocional los niños y niñas de acuerdo con la escolaridad

#### **B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE**

La cartilla de Chibu Hischa tendrá de contenido 100 páginas las cuales 70 de ellas van a ser historias de nuestra naturaleza donde los jóvenes van a conocer diferentes culturas, plantas, animales y todo lo relacionado con la naturaleza se espera que para las otras 30 páginas tengan contenido de actividades las cuales los estudiantes tienen que realizar dentro y fuera del aula educativa para que este sea de mayor impacto algunas actividades se realizaran con los padres o acudientes de cada estudiante llevando al final de la cartilla una tabla de notas por cada actividad donde el profesor encargado de revisar dichas actividad pondrá nota y firma para que no haya ningún falsificación

#### **C. PRESENTACIONES COMERCIALES**

El producto tendrá una presentación en física y otra presentación digital donde los profesores y estudiantes se llevarán a debate en cuál de estas dos presentaciones será de mayor conveniencia para trabajar en el aula educativa

#### **D. TIPO DE ENVASE**

Cuadernos anillados, Tamaño: 148X210 (A5 apaisado), Tinta portada: 4+0 (Color una cara) y Plastificado Portada: Brillo

#### **E. MATERIAL DE ENVASE**

Encuadernación: Encolada (Rústica Fresada), Papel interior será: Estucados, Mate y de Gramaje 200 Gramos

#### **F. CONDICIONES DE CONSERVACION**

Lugares frescos y de temperatura ambiente para su adecuada conservación

#### **G. TIPO DE TRATAMIENTO (PROCESO DE ELABORACION)**

En primera medida se hará el diseño de la cartilla ya teniendo el diseño establecido para cada curso de escolaridad se enviara a la fábrica la cual se tiene un contrato por dichas cartillas fabricadas donde ellos serán los encargados de la impresión y organizar los libros que queden para su uso, ya teniendo los libros fabricados las personas encargadas recogerán el producto y se llevara al lugar de almacenamiento donde en este se revisa las cartillas que estén con las condiciones solicitadas y se procede a organizarlas en las estanterías y luego esperar para su distribución en los diferentes colegios de la zona de Bosa

#### **H. VIDA UTIL ESTIMADA**

La vida útil del producto se dependerá del cuidado que le de los alumnos de los diferentes grados de escolaridad, ya que estas pueden durar más de un año.

#### **I. PORCION RECOMENDADA**

Lo que se recomienda para cada estudiante de los colegios de Bosa es que cada año compren la cartilla que se les solicitara para su curso correspondiente

#### **J. GRUPO POBLACIONAL**

Nuestro cliente potencial serán todos los estudiantes de los diferentes grados de escolaridad de los colegios públicos y privados de la zona de Bosa

**Firma del responsable del producto:**

REPRESENTANTE LEGAL

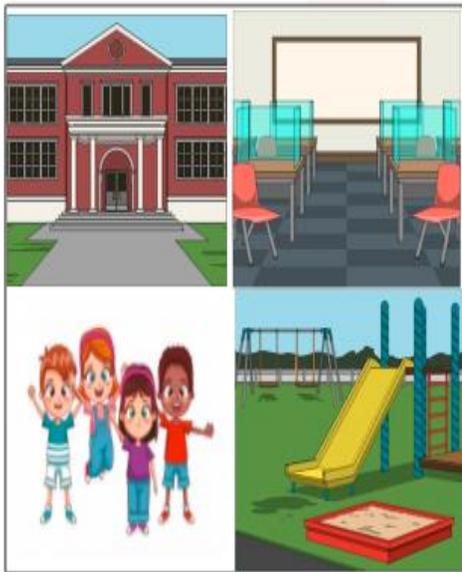
**Nombre del responsable del producto**

Diego Alejandro Torres  
Florez

**Firma:**



### 13. STORY BOARD

¿Que problema estas tratando de resolver?	¿Quién es tu público objetivo?	¿Cómo resolverás este problema?	¿Porque lo prefiriran?
			
<p>Chibu Hischa es una cartilla educativa para colegios sobre cultura y medio ambiente la cual se distribuye en fisico y digital gracias a la alcaldia de la ciudad con la cual se tiene un plan piloto para reforzar el desarrollo cognitivo y emocional los niños y niñas de acuerdo con la escolaridad</p>	<p>Los estudiantes de los colegios públicos y privados de la zona de Bosa</p>	<p>Creando una cartilla de concientización sobre el cuidado ambiente y cultura</p>	<p>Porque en la cartilla encontraran información y actividades para que el aprendizaje más lúdico-recreativo asi mismo enseñándoles que deben de cuidar tanto de las personas como del medio ambiente, además de la que cartilla sale a un precio favorable para los estudiantes y padres de familia.</p>

Create your own at Storyboard That

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Sánchez Espinosa, G. (2013). Pruebas de imprenta: Estudios sobre la cultura editorial del libro en la España moderna y contemporánea. Pruebas de imprenta, 1-284.
- Vargas, L. M. S. (2008). Leer, escribir y aprender a vivir. Horizontes Pedagógicos, 10, 3.