



EDUCACIÓN
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA



TECNOLÓGICO
NACIONAL DE MÉXICO

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE CIUDAD MADERO
DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN
MAESTRIA EN GESTIÓN ADMINISTRATIVA



TESIS

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CIBER Y PAPELERÍA EN UNA ZONA
RURAL DE OZULUAMA, VERACRUZ”**

Que para obtener el Grado de
Maestra en Gestión Administrativa

Presenta

Ing. Guadalupe Anahí Calles Aguilar

G19070017

N° CVU de CONACyT 2205444

Directora de tesis:

MC. Irma Beatriz Florencia Castillo

N° CVU de CONACyT 407091

Co-director de tesis:

MGA Claudia Ilse González Mancha

Cd. Madero, Tamaulipas

enero 2026



Educación
Secretaría de Educación Pública



TECNOLÓGICO
NACIONAL DE MÉXICO



Instituto Tecnológico de Ciudad Madero
Subdirección Académica
División de Estudios de Posgrado e Investigación

Ciudad Madero, Tamaulipas, **19/Enero/2026**

Oficio No. U8.001/26

ASUNTO: Autorización de Impresión de Tesis

C. GUADALUPE ANAHÍ CALLES AGUILAR
No. de CONTROL G19070017
P R E S E N T E

Me es grato comunicarle que después de la revisión realizada por el Jurado designado para su examen de grado de Maestra en Gestión Administrativa, el cual está integrado por los siguientes catedráticos:

PRESIDENTE :	C. IRMA BEATRIZ FLORENCIA CASTILLO
SECRETARIA:	C. CLAUDIA ILSE GONZÁLEZ MANCHA
VOCAL:	C. Ma.DEL LOURDES MAYAGOITIA ASOMOZA
SUPLENTE:	C. MARGARITA ZAVALA ARCE

Se acordó autorizar la impresión de su tesis titulada:

**"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CIBER Y PAPELERÍA EN UNA ZONA RURAL
EN OZULAMA, VERACRUZ"**

Es muy satisfactorio para esta División compartir con Usted el logro de esta meta, esperando que continúe con éxito su desarrollo profesional y dedique su experiencia e inteligencia en beneficio de México.

ATENTAMENTE

Excelencia en Educación Tecnológica.
"Por mi patria y por mi bien"


RAFAEL CASTILLO GUTIÉRREZ
JEFE DE LA DIVISIÓN DE ESTUDIOS
DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN



ccp. Archivo
RCG/CIGM/aapl



Av. 1° de Mayo y Sor Juana I. de la Cruz S/N, Col. Los Mangos, C.P. 89440, Cd. Madero, Tamaulipas.
Tel. (833) 3574820, ext. 3110 depi_cdmadero@tecnm.mx www.tecnm.mx www.cdmadero.tecnm.mx

Dedicatoria

A mi padre Sr. Luciano Calles Osorio

A mis dos madres Manuela Aguilar del Ángel y Anahí Pérez González.

A mi prometido Miguel Ángel González Piñeiro.

Agradezco infinitamente a Dios por darme la oportunidad de estudiar y por acompañarme en cada paso de este camino, brindándome la fortaleza, la paciencia y la sabiduría necesarias para llegar a este momento tan importante de mi vida y lograr concluir mi maestría.

A mi padre, Luciano, gracias por impulsarme siempre a creer en mí y en la importancia de la educación. A mis dos ángeles en el cielo, mi madre Anahí y mi abuela Manuela, quienes viven eternamente en mi corazón; estoy segura de que hoy estarían muy felices y orgullosos de verme alcanzar este logro que también les pertenece.

A mi futuro esposo, gracias por ser mi apoyo incondicional, mi ancla en los momentos difíciles y la fuerza que me impulsó a no rendirme cuando el camino parecía complicado. También fungía de maestro, ya que estuvo siempre presente, apoyándome con paciencia y disposición ante cada duda que surgía.

Agradecimientos

A mis maestras, mi más sincero agradecimiento. La maestra Brenda Aracaly Betanzos Tlapa, ya que sin su apoyo y confianza no estaría hoy culminando esta etapa. A las maestras Claudia Ilse González Mancha, Ana María Soto y Ma. del Lourdes Mayagoitia Asomoza, gracias por compartir sus conocimientos y acompañarme durante este proceso. De manera muy especial, agradezco profundamente a la maestra Irma Beatriz Florencia Castillo por su entrega, dedicación y paciencia a lo largo de estos dos años y medio, por guiarme con compromiso y vocación, y por resolver cada una de mis dudas con gran calidad humana. Sin duda, una extraordinaria maestra y la mejor asesora de tesis.

Resumen

En México, las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs) representan un pilar fundamental para el desarrollo económico, al conformar el 99.8% de los establecimientos en el país. Reconociendo esta importancia, se plantea la apertura de un negocio de papelería y centro de servicios digitales en la localidad de El Porvenir, municipio de Ozuluama, Veracruz, una comunidad rural que actualmente presenta una notoria carencia de establecimientos que ofrezcan productos y servicios básicos a la población.

El negocio estará orientado a satisfacer diversas necesidades de la comunidad, ofreciendo servicios como: enmicados, engargolados, escaneos, copias e impresiones, trámites en línea (obtención de CURP, RFC, actas de nacimiento, defunción, divorcio, entre otros), así como venta de artículos escolares y renta de internet. Esto permitirá que los habitantes accedan a servicios fundamentales sin la necesidad de desplazarse a otras localidades, lo cual representa un ahorro en tiempo y recursos, además de fomentar la inclusión digital y el acceso a trámites oficiales.

La iniciativa surge con el objetivo de contribuir al desarrollo de comunidades rurales, que a menudo se ven marginadas del acceso a servicios básicos. Para determinar la viabilidad del proyecto, se llevó a cabo un estudio de mercado que permitió identificar las necesidades específicas de la población objetivo. Asimismo, se elaboraron estudios técnicos y financieros, incluyendo proyecciones de costos, ingresos y análisis de rentabilidad.

Como parte del proceso de evaluación, se realizó un análisis económico integral de la empresa, el cual demostró la factibilidad del proyecto. Los resultados obtenidos permiten visualizar con claridad el tiempo estimado de recuperación de la inversión, confirmando que se trata de una propuesta viable y sostenible en el mediano plazo.

Summary

In Mexico, micro, small, and medium-sized enterprises (MiPyMEs) represent a fundamental pillar for economic development, accounting for 99.8% of all businesses in the country. Recognizing this importance, the proposal is to open a stationery store and digital service center in the town of El Porvenir, located in the municipality of Ozuluama, Veracruz—a rural community that currently shows a significant lack of establishments offering basic products and services to the population.

The business will be aimed at meeting various community needs, offering services such as laminating, binding, scanning, copying and printing, online procedures (obtaining CURP, RFC, birth, death, and divorce certificates, among others), as well as selling school supplies and providing internet access for rent. This will allow residents to access essential services without having to travel to other towns, saving both time and resources, while also promoting digital inclusion and access to official procedures.

The initiative arises with the goal of contributing to the development of rural communities, which are often marginalized in terms of access to basic services. To determine the viability of the project, a market study was conducted to identify the specific needs of the target population. In addition, technical and financial studies were carried out, including cost and revenue projections and profitability analysis.

As part of the evaluation process, a comprehensive economic analysis of the business was conducted, which demonstrated the feasibility of the project. The results clearly show the estimated time for investment recovery, confirming that this is a viable and sustainable proposal in the medium term.

Tabla de contenido

Dedicatoria	i
Agradecimientos	ii
Resumen	iii
Summary	iv
Introducción	1
Capítulo I. Descripción del problema de investigación	3
1.1 Antecedentes	3
1.2 Declaración del problema de investigación	5
1.3 Objetivo general	5
1.4 Objetivos específicos	5
1.5 Justificación e importancia del trabajo de investigación	6
1.6 Limitaciones del trabajo.	7
1.7 Delimitaciones de la investigación	7
Capítulo II - El Marco Teórico	8
2.1 El marco terminológico	8
2.2 Marco Histórico	11
2.3 Marco Normativo o Legal	12
2.3.1 Ley de Impuesto Sobre la Renta	13
2.3.2 Ley del Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores	15
2.3.3 Ley del Instituto Mexicano del Seguro Social.	15
2.3.4 Normativas específicas	16
2.4 Fundamentos Teóricos	18
2.4.1 Partes generales de la evaluación de proyectos	18
2.4.2 Estudio técnico	20
2.4.3 Estudio de mercado	20
2.4.4 Estudio económico	20
2.4.5 Evaluación económica	21
2.4.6 Análisis y administración del riesgo	21

2.4.7 Definición del enfoque del proyecto	23
Capítulo III - Metodología de la investigación.....	25
3.1 Enfoque y alcance de la investigación	25
3.2 Diseño de la investigación.....	27
3.3 Alcance de la investigación	29
3.4 La población o sujeto de estudio	30
3.5 Selección de la muestra	31
3.6 Instrumento para capturar la información.....	33
3.7 La prueba piloto	33
3.8 El instrumento final	34
3.9 Software y equipo a utilizar	34
3.10 Técnicas de tabulación de la información y análisis de la información	34
Capitulo IV Presentación y Análisis de los Resultados	35
4.1 Estudio de Mercado	35
4.1.1 Interpretación de la información de campo	35
4.1.2 Descripción y diseño de la imagen del producto	44
4.1.3 Definición del producto.....	46
4.1.4 Análisis de la demanda	46
4.1.5 Análisis de la oferta.....	50
4.1.6 Determinación del precio.....	53
4.1.7 Canales de distribución	53
4.2 Estudio Técnico.....	54
4.2.1 Determinación del tamaño óptimo	54
4.2.2 Localización del proyecto	54
4.2.3 Ingeniería del proyecto:.....	56
4.2.4 Equipo y maquinaria	57
4.2.5 Distribución.....	60
4.2.6 Disponibilidad materia prima(proveedores).....	61
4.2.7 Disponibilidad Recursos Financieros	61

4.3 Estudio administrativo	61
4.3.1 Organigrama general	62
4.3.2 Descripción de puestos	62
4.3.3 Gestión estratégica	64
4.4 Estudio económico	66
4.4.1 Determinación de inversión inicial	66
4.4.2 Presupuesto de ingresos y costos	69
4.4.3 Costos fijos y variables	71
4.4.4 Costos variables	71
4.5 Evaluación económica.....	72
4.5.1 Flujo Neto de efectivo proyectado	72
4.5.2 Depreciación.....	73
4.5.3 Estado de Resultados proyectado	73
4.5.4 Balance general proyectado.....	74
4.5.5 Punto de equilibrio	74
4.5.6 Determinación de la tasa mínima aceptable de rendimiento.....	75
4.5.7 Evaluación económica.....	75
4.5.8 Periodo de recuperación	75
4.5.9 Cálculo de VPN	76
4.5.10 Cálculo de TIR.....	77
4.5.11 Análisis de sensibilidad	77
Capítulo V Conclusiones y recomendaciones	80
5.1 Conclusiones de los objetivos	80
5.2 Aportaciones	81
5.3 Recomendaciones	82
Anexo A. Primera versión de la encuesta.....	83
Anexo B. Segunda versión de la encuesta	87
Bibliografía	92

Índice de figuras

Figura 1. Estructura de la evaluación de proyectos	18
Figura 2. Proceso de preparación y evaluación de proyectos.....	19
Figura 3. Mapa mental para estudio del mercado.	21
Figura 4. Mapa mental para estudio técnico	22
Figura 5. Mapa mental del análisis económico.....	22
Figura 6. Mapa mental de la evaluación económica.....	23
Figura 7. Estructura lógica del proceso de investigación cuantitativa.....	26
Figura 8. División de diseños no experimentales	27
Figura 9. Clasificación de los diseños no experimentales.....	28
Figura 10. Alcance de la investigación.....	29
Figura 11. Propósitos y valor de los diferentes alcances de las investigaciones	30
Figura 12. Esencia esquematización del muestreo cuantitativo.	32
Figura 13. Consulta de marcas bajo el mismo nombre de la Papelería.....	45
Figura 14. Logotipo de la empresa.	46
Figura 15. Papelería Norma	48
Figura 16. Papelería Avilés	48
Figura 17. Papelería Lucy	49
Figura 18. Mapa de posicionamiento	49
Figura 19. Mapa donde muestra las posibles competencias en Ozuluama, ver.	50
Figura 20. Papelerías establecidas en la localidad de Ozuluama y sus alrededores	51
Figura 21. Macro localización del proyecto.	55
Figura 22. Imagen ilustrativa donde estará establecida la papelería.	55
Figura 23. Diagrama de proceso de atención a clientes	56
Figura 24. Equipos para adquisición.....	59
Figura 25. Distribución de la papelería.....	60
Figura 26. Cronograma de actividades	62
Figura 27. Análisis FODA.....	66
Figura 28. Artículos escolares	87
Figura 29. Artículos escolares	91

Índice de gráficos

Gráfico 1. Género	36
Gráfico 2. Rango de edad	36
Gráfico 3. Ocupación	37
Gráfico 4. Que tan frecuente vas a una papelería	37
Gráfico 5. Conocer quien requiere los servicios de una papelería.	38
Gráfico 6. Conocer si es menos costoso una papelería rural, que una papelería en la ciudad.....	38
Gráfico 7. Considerar si es necesario una papelería con renta de internet y equipo de cómputo.....	39
Gráfico 8. Conocer la aceptación de la papelería por parte de la localidad y su propuesta de variedades a ofrecer.....	39
Gráfico 9. Conocer cuanto gastan en productos de papelería a la semana.	40
Gráfico 10. Servicios que consideran de utilidad.....	40
Gráfico 11. Conocer si hay una necesidad de servicios de impresiones copias y escaneos.	41
Gráfico 12. Conocer las comunidades con mayor presencia en la encuesta.....	41
Gráfico 13. Conocer los diferentes medios de transporte para llegar a la papelería	42
Gráfico 14. Conocer si hay interés por los servicios de computadora	42
Gráfico 15. Municipios para trasladarse para obtener estos servicios.....	43
Gráfico 16. Tiempo en trasladarse a la localidad.....	43
Gráfico 17. Pregunta abierta en relación a que servicio o articulo consideran necesario agregar.....	44

Índice de tablas

Tabla 1. Análisis de la competencia.....	51
Tabla 2.Porcentaje de ganancia por tipo de producto.....	53
Tabla 3.Proveedores de materia prima.	61
Tabla 4.Mobiliario y equipo.....	67
Tabla 5.Equipo de computo.....	68
Tabla 6. Activos diferidos	68
Tabla 7. Activo circulante	68
Tabla 8. Inversión total	69
Tabla 9. Determinación de ingresos mensual y anual	70
Tabla 10. Ingreso proyectado a 5 años.....	70
Tabla 11. Servicios básicos	71
Tabla 12. Costos variables	72
Tabla 13.Flujo de efectivo proyectado	72
Tabla 14. Depreciación	73
Tabla 15.Estado de resultados proyectado	73
Tabla 16.Balance general proyectado.....	74
Tabla 17.Valor presente neto	76
Tabla 18.Ingresos proyectados optimista.....	77
Tabla 19.Flujo de efectivo proyectado optimista.....	78
Tabla 20.Valor presente neto optimista.....	78
Tabla 21.Ingresos proyectados pesimista	79
Tabla 22.Flujo de efectivo proyectado pesimista	79
Tabla 23.Valor presente neto pesimista	79

Introducción

Esta investigación tiene como objetivo crear un plan de negocios para la instalación de una papelería ofrecer servicios como la venta de artículos de papelería, renta de internet, de impresoras, servicios de fotocopadoras y escáneres que facilitan la reproducción y almacenamiento de documentos importantes en la Localidad de Horconcitos, Ozuluama, Veracruz y sus alrededores.

Sabemos que, en las áreas rurales, las deficiencias son abundantes, desde la escasez de agua y electricidad hasta la falta de comunicaciones y acceso a internet.

Es imperativo fortalecer los mecanismos de apoyo, como la inversión en educación, emprendimiento e infraestructura, para mejorar las oportunidades de la población y fomentar el arraigo en sus comunidades.

A través de la observación, se ha identificado que muchas personas en la zona norte de Veracruz no pueden acceder a este servicio, principalmente debido a su carácter rural. La llegada de estos servicios a las comunidades es complicada por la falta de recursos y el desconocimiento sobre la maquinaria necesaria para operarlos. Como resultado, los habitantes deben desplazarse a la ciudad de Tampico o al pueblo más cercano, Ozuluama, Veracruz. lo que se convierte en un desafío para quienes no cuentan con vehículo o transporte público. Esta situación les priva de un servicio esencial que debería estar al alcance de todos.

Esta tesis está organizada de la siguiente manera:

En el capítulo I se presenta una descripción detallada del problema de investigación, la cual comprende los siguientes apartados: antecedentes del problema, formulación del problema de investigación, objetivo general, objetivos específicos, justificación e importancia del estudio, así como las limitaciones y delimitaciones del trabajo de investigación.

El capítulo II está orientado al desarrollo del marco teórico, en el cual se abordan los antecedentes históricos de las papelerías en México, así como el contexto legal y normativo necesario para establecer este tipo de negocio. El contenido incluye: marco

histórico, marco organizacional, marco normativo o legal, y los fundamentos teóricos que sustentan el estudio.

Se expone el enfoque metodológico del estudio en el capítulo III, en él también se detalla el enfoque y alcance de la investigación, el diseño metodológico adoptado, la conceptualización de las variables, las hipótesis planteadas, la descripción de la población o sujetos de estudio, el proceso de selección de la muestra, los instrumentos de recolección de información, así como las técnicas utilizadas para el análisis y tabulación de los datos obtenidos.

El capítulo IV comprende la presentación y análisis de los resultados obtenidos a lo largo de la investigación. Se incluye el estudio de mercado, el estudio técnico, y la evaluación económica, con el fin de ofrecer una visión integral del proyecto investigado.

Finalmente, el capítulo V recoge las conclusiones generales del estudio, en función del cumplimiento del objetivo general y de los objetivos específicos planteados. Asimismo, se presentan recomendaciones derivadas de los hallazgos obtenidos y las principales aportaciones de la investigación.

Capítulo I. Descripción del problema de investigación

1.1 Antecedentes

El papel es, sin duda, un elemento fundamental en las papelerías, ya que constituye la materia prima esencial para cada uno de sus productos.

Este es un producto de fibras vegetales tratadas mecánica o químicamente que son a fieltadas, es decir, unidas entre sí después de un amplio proceso industrial.

Su fabricación por primera vez fue en el año 105 de nuestra era en China y su composición fue de una mezcla de fibras de corteza de morera, bambú, ramio, cáñamo y trapo usada.

La fabricación de la celulosa y del papel México se remontan alrededor del año 500 D.C. en que los mayas inventaron, y posteriormente los aztecas mejoraron, su proceso a base de corteza de higuera. Dentro de este proceso la corteza era ablandada a base de golpes y posteriormente tratada con agua y cal para remover la sabia, formando hojas sobre tablas planas que dejaban secar al aire, para después desprenderlas y emplearlas como papel.

La primera planta de fabricación de celulosa y papel dentro del concepto moderno, se establece a finales del siglo pasado en San Rafael, Estado de México.

En México, se ha fabricado celulosa como materia prima para la fabricación de papel, con materiales, tales como: paja de trigo, de avena y de arroz: fuste de coco: copetes de piña: bagazo de caña y de mezcal: desperdicios de henequén, de lino, de lechuguilla: borra de algodón: yuca y otras palmas: maderas; bambú; desperdicios de papel y de cartón, etc.

En la actualidad se fabrica papel a partir de madera, de bagazo de caña y de desperdicio de papel y de cartón, quedando en desuso el resto de los materiales mencionados por razones económicas, de calidad y de disponibilidad (Enigma Consultor & Gsiller, 2022).

Las primeras papelerías establecidas en la capital se dedicaban a la encuadernación y vendían vinos o té, como en La Helvetia de Guillermo Kaiser y su socio Luis Martín, de

acuerdo con un anuncio publicado en el libro Nomenclatura actual y antigua de las calles de la Ciudad de México 1891.

Aunque no estaban formalmente establecidos como tales, los primeros pasos en este negocio se remontan a la combinación de papelería, mercería, librería, juguetería y un poco de farmacia, donde se ofrecían productos como curitas y Alka-Seltzer.

El 80% de las papelerías en nuestro país son administradas por empresas familiares que realizan las actividades tanto administrativas como operativas, de acuerdo con el texto “Origen de las papelerías en México”, publicado por la Universidad Veracruzana.

Una de las papelerías más antiguas y que se manejó bajo este modelo de negocio familiar fue Al Libro Mayor, fundada en 1832, por el francés Teófilo Leroux, de acuerdo con el libro Cántabros de ayer y hoy: una historia centenaria alrededor del papel, de Aurora Cano Andaluz.

Vendía libros en blanco, papel de todas clases, objetos para escritorio, máquinas para encuadernar, daguerrotipo, (imagen en positivo a partir de una placa de cobre recubierta de yoduro de plata), libros de oraciones, alhajas y todo tipo de trabajos de imprenta, de acuerdo con un anuncio publicado en los diarios de 1849.

Después de la Revolución mexicana éste popular barrio se convirtió en un espacio casi exclusivo para el comercio donde se incorporaron inmigrantes árabes y judíos que introdujeron la venta de telas, papelerías y ropa, de acuerdo con el Programa Universitario de Estudios sobre la Ciudad, denominado PUEC.

Muchas papelerías ya estaban instaladas en las calles de Mesones desde los años 50 pero después del sismo de 1985 La Merced se convirtió en un barrio fantasma según la entrevista con el cronista Jesús Petlactalco.

En la actualidad las papelerías como Lumen, Office Depot, Grupo Tony, Casa Marchand, entre otras, diversificaron el negocio papelero porque ofrecen en sus instalaciones el autoservicio, además de fotocopiado, engargolado e impresión (Castro Sánchez, 2020).

1.2 Declaración del problema de investigación

En las zonas rurales del norte de Veracruz, existe una escasez de proveedores de artículos escolares, de oficina y servicios informáticos. Por esta razón, se ha planteado la idea de desarrollar un plan de negocio de papelería que satisfaga las necesidades de la población local y sus alrededores.

En esta región hay diversas instituciones educativas, desde kínder hasta secundaria y telesecundaria, cada una con requerimientos específicos que van desde escaneos y engargolados hasta la renta de internet.

Se ha observado que la falta de negocios en este sector se debe en gran parte al desconocimiento en el uso de tecnologías de la información y la comunicación TIC y a la incapacidad de segmentar adecuadamente a los clientes.

El presente estudio tiene como objetivo abordar esta problemática, ofreciendo servicios de papelería que incluyan engargolados, enmicados, una variedad de artículos escolares, así como trámites documentales (obtención del RFC, CURP, actas de nacimiento y matrimonio) y servicio de internet.

Con esto, se busca que las personas de la comunidad y sus alrededores puedan acceder a estos servicios sin necesidad de desplazarse a ciudades como Naranjos o Tampico. Además, los maestros y estudiantes de las escuelas podrán beneficiarse de servicios tan básicos como la venta de copias al menudeo o incluso la compra de un simple lápiz.

1.3 Objetivo general

Determinar la factibilidad de mercado, técnica, económica y financiera para la creación de un negocio rural en Horconcitos, Ozuluama, Veracruz, que ofrezca servicios de papelería, renta de internet y trámites documentales, con el fin de satisfacer las necesidades de la comunidad y las localidades cercanas, promoviendo el acceso a servicios esenciales y el desarrollo local.

1.4 Objetivos específicos

1. Realizar un estudio de mercado para identificar las necesidades específicas de la comunidad, la competencia, la oferta y la demanda, entre otros.

2. Elaborar un estudio técnico para determinar la localización de la empresa, disponibilidad de recursos financieros y humanos.
3. Desarrollar un estudio financiero que incluya proyecciones de costos, ingresos y rentabilidad, para garantizar la viabilidad económica del negocio.
4. Elaborar la evaluación económica de la empresa que determine su factibilidad.

1.5 Justificación e importancia del trabajo de investigación

Los artículos de papelería son herramientas fundamentales para los estudiantes, ya que les permiten tomar notas, resolver problemas y expresar sus ideas de manera efectiva. Desde un lápiz mecánico confiable hasta un bolígrafo de calidad, estos elementos son esenciales para el desarrollo académico de cada estudiante.

En las zonas rurales, existe una necesidad urgente de establecer un negocio en la industria papelera, ya que actualmente no hay ninguna empresa dedicada a ofrecer servicios de papelería, renta de internet y trámites documentales en la región.

La implementación de este negocio beneficiará a una población que ha sido históricamente desatendida. Se ofrecerá productos de marcas líderes, diversificando nuestra oferta para incluir regalos, juguetes y artículos de oficina. Además, ampliaremos los servicios para incluir copias, engargolado, enmicado, acceso a internet y envíos a domicilio, proporcionando así soluciones integrales que mejorarán la calidad de vida de la comunidad.

Además, fomentaremos la creación de empleo, se respetarían las normas ambientales, se contribuirá mediante el pago de impuestos al desarrollo económico del país.

1.6 Limitaciones del trabajo.

- El presente estudio tiene como limitaciones:
- Recursos financieros por parte del patrimonio familiar e investigador.
- La falta de información sobre empresas del sector papelero en áreas rurales que sirvan de apoyo para el desarrollo de este trabajo de investigación.
- El tiempo para elaborar la investigación, debido al tiempo que indique el programa de la Maestría en Gestión Administrativa.
- Grado de confiabilidad en la respuesta de los vecinos que serán encuestados.

1.7 Delimitaciones de la investigación

- Geográficos: el estudio de mercado se realizará en la zona rural de las localidades de: Horconcitos, el Porvenir, San Luciano, Campanario, Esperanza del municipio de Ozuluama, Veracruz.
- Tiempo: El presente proyecto se realizará en el periodo agosto 2024- diciembre 2025
- Magnitud: Para la aplicación de las encuestas se considera a hombres y mujeres entre 18 y 60 años.

Capítulo II - El Marco Teórico

2.1 El marco terminológico

En esta sección se definen varios conceptos utilizados en este estudio para facilitar su comprensión.

Papel: “Hoja delgada hecha con pasta de fibras vegetales obtenidas de trapos, madera, paja, etc., molidas, blanqueadas y desleídas en agua, que se hace secar y endurecer por procedimientos especiales”.

Oferta: “Puesta a la venta de un determinado producto”.

Folios: “Hoja de un libro o de un cuaderno”.

Precio: “Valor pecuniario en que se estima algo”.

Calidad: “Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor” (Real Academia Española, 2023).

Papelería: “La papelería es el conjunto de productos relacionados con el papel y la escritura. Incluye una gran variedad de artículos como cuadernos, bolígrafos, lápices, sobres, tarjetas pegantes, materiales de arte y arquitectura, entre otros” (Panafargo Papelería y tienda de artes, 2024).

Industria papelería: “La industria del papel y cartón produce y comercializa productos basados en celulosa, derivada a su vez de la madera. Sus principales productos son papel para impresión-escritura, papel periódico, hojas no recubiertas y recubiertas, papel sanitario-doméstico, papel de empaque y papel especial” (Guía de la Industria Química, s.f.).

Celulosa: “Sustancia orgánica que constituye el material de sostén de las células vegetales. Se obtiene sobre todo de la madera y del algodón” (Clínica Universidad de Navarra, 2024).

Material de oficina: “Constituye la base del trabajo diario que se lleva a cabo en las diferentes empresas y organizaciones. Son las herramientas básicas con las que los trabajadores podrán desempeñar sus funciones de una manera óptima y ahorrando el máximo tiempo posible” (Ofisillas, s.f.).

Cibercafé: “Local desde el cual se alquila un computador con acceso a Internet. El primero se creó en California en 1994 y actualmente podemos encontrar uno en casi todos los lugares del mundo. También conocido como Café Internet” (Gobierno de Colombia, 2024).

Mercado: “El mercado es un conjunto de transacciones de procesos o intercambio de bienes o servicios entre individuos, que llegan a acuerdo entre el producto o servicio y el precio que se cobra por éste” (Servicio Nacional del Consumidor, s.f.).

Estudio económico: “Se aplica con la finalidad de comprobar los ingresos y/o escolaridad del solicitante con la finalidad de facilitarle el recibir apoyos que van desde: atención médica, educativa, transporte, gastos funerarios “ (Gobierno de México, s.f.).

Evaluación económica: “La evaluación económica describe los métodos actuales de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, como son la tasa interna de rendimiento y el valor presente neto”.

Estudio técnico: “Investigación que consta de determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal”.

Análisis y administración del riesgo: “La última parte tratada en el estudio de factibilidad es la evaluación económica. Sin embargo, este texto aporta una más a la que llama análisis y administración del riesgo, en la cual se presenta un enfoque totalmente nuevo sobre el riesgo”.

Estudio económico: “Ordenamiento y sistematización de la información de carácter monetario y elaboración de los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica”.

Punto de equilibrio: “Nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables”.

Estudio de mercado: “Investigación que consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización” (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2013).

Estrategia empresarial: “La estrategia remite a los objetivos de la empresa a largo plazo y a las políticas necesarias para cumplir esos objetivos, incluyendo el modo en que competirá en el mercado”.

Zonas Rurales: “Zona de campo alejada de la ciudad, pero de fácil acceso, lo que permite mantener una conexión fluida entre ambas. Suele tener pocos espacios residenciales donde viven, en su mayoría, las personas que trabajan en el campo” (Editorial Etecé, 2023).

Plan de negocios: “Es la redacción ordenada de nuestra idea de negocio; donde te permite hacer una reflexión sobre tu modelo inicial, estructurando y ajustando el proyecto para reducir al máximo los riesgos” (Gobierno del Estado de México, 2024).

Valor competitivo: “Es la herramienta con la cual se define qué les propone la empresa a sus clientes por sí misma y a través de sus productos o servicios, para que sean suficientemente atractivos y preferidos sobre otras alternativas disponibles” (El Universal, 2016).

Producción: “La producción es la actividad económica que se encarga de transformar los insumos para convertirlos en productos” (Quiroa, 2024).

Trámites documentales: “Es un Sistema de Información para la gestión de los documentos externos recibidos por una entidad, como también de aquellos que la entidad genera internamente” (gob.pe, 2024).

Demanda: “La cantidad de bienes o servicios que la población pretende conseguir, para satisfacer sus necesidades o deseos” (Editorial Etecé, 2021).

2.2 Marco Histórico

El marco histórico en una investigación científica, tiene el propósito de describir la reseña histórica que permite identificar el contexto del estudio. En ese sentido, Carrasco (2009) señala que “es una narración descriptiva de que como surge, evoluciona y se agudiza el problema de investigación” (Moreno Galindo, 2024).

El mundo necesitaba copiar documentos

“Desde los antiguos monasterios donde se copiaban documentos a mano hasta la creación de la imprenta de Gutemberg, la reproducción de documentos ha sido una constante en nuestra historia reciente. A principios del siglo XX empezaron a buscar nuevos métodos para acelerar el proceso, lo que dio lugar a todo tipo de invenciones como el Mimeógrafo, una especie de fotocopidora manual.

«Chet» Carlson, que había trabajado en una oficina de patentes, tuvo que lidiar con procesos de copiado tan engorrosos como fotografiar documentos con exposiciones de 10 segundos, invirtiendo después entre una tarde y un día para el revelado de esa única copia, por ello quiso buscar un modo de poder hacer copias al instante sin salir de la oficina” (Copiers todo para su copiadora laser, 2022).

Fue a principios de la década de los sesenta cuando una de las primeras fotocopadoras llegó a México, acaso la primera. Fotocopiar no era sencillo; era más bien un proceso integral de revelado. Xerox había registrado su marca en 1948 en Estados Unidos, y la llegada de un aparato de estos a nuestro país, justo a una pequeña papelería del Centro Histórico, en la calle de Donceles, reflejaba los intentos de una efervescente sociedad que anhelaba subirse al desarrollo.

Eran las épocas previas a la crisis del 68, a la visibilidad de México frente al mundo con los Juegos Olímpicos y a la llegada del televisor a color. México era gobernado por Adolfo López Mateos, y la pequeña papelería La Moderna, que había traído la fotocopidora a la ciudad de México, ya llevaba más de 25 años desde que su fundador, Carlos Mota Aburto, la había inaugurado. (El financiero, 2013)

De acuerdo con la Asociación Nacional de Fabricantes de Artículos Escolares y de Oficina, ANFAEO, las papelerías aparecen en la segunda mitad de la década de los

cuarenta. Actualmente, en México existen más de 90 mil papelerías registradas, según datos del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, INEGI.

El potencial de clientes de este giro se calcula en más de 30 millones de estudiantes que están dentro de las aulas de clases; de acuerdo a cifras estimadas por la Secretaría de Educación Pública, SEP, tan sólo la matrícula en educación básica de preescolar, primaria y secundaria es de 24 millones en todo el país. (comoponerunnegocio.org, s.f.)

2.3 Marco Normativo o Legal

“El marco normativo aplicable al sujeto obligado, en el que deberá incluirse leyes, códigos, reglamentos, decretos de creación, manuales administrativos, reglas de operación, criterios, políticas, entre otros” (Camara de diputados LXIV legislatura, 2016).

En toda nación existe una constitución o su equivalente que rige los actos tanto del gobierno en el poder como de las instituciones y los individuos. A esa norma le siguen una serie de códigos de la más diversa índole, como el fiscal, sanitario, civil y penal; finalmente, existe una serie de reglamentaciones de carácter local o regional, casi siempre sobre los mismos aspectos.

Es obvio señalar que tanto la constitución como una gran parte de los códigos y reglamentos locales, regionales y nacionales, repercuten de alguna manera sobre un proyecto y, por lo tanto, deben tomarse en cuenta, ya que toda actividad empresarial y lucrativa se encuentra incorporada a determinado marco jurídico.

No hay que olvidar que un proyecto, por muy rentable que sea, antes de ponerse en marcha debe incorporarse y acatar las disposiciones jurídicas vigentes. Desde la primera actividad al poner en marcha un proyecto, que es la constitución legal de la empresa, la ley dicta los tipos de sociedad permitidos, su funcionamiento, sus restricciones, dentro de las cuales la más importante es la forma y el monto de participación extranjera en la empresa. Por esto, la primera decisión jurídica que se adopta es el tipo de sociedad que operará la empresa y la forma de su administración.

En segundo lugar, determinará la forma de participación extranjera en caso de que existiera.

Aunque parezca que sólo en el aspecto mencionado es importante el conocimiento de las leyes, a continuación, se mencionan aspectos relacionados con la empresa y se señala cómo repercute un conocimiento profundo del marco legal en el mejor aprovechamiento de los recursos con que ella cuenta (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2013).

Este negocio estará registrado con el Régimen Simplificado de Confianza (RESICO) Este régimen para personas físicas está dirigido a quienes tienen ingresos anuales menores a 3.5 millones de pesos y que realizan actividades en el sector primario, actividades empresariales, prestación de servicios profesionales o perciben ingresos por el uso o goce de bienes inmuebles (arrendamiento).

El RESICO tiene como objetivo facilitar el pago del impuesto sobre la renta (ISR) y ofrece los siguientes beneficios:

- Cálculo automático de impuestos.
- Facilidades administrativas.
- Tasas mínimas del ISR (Gobierno de México, 2025).

Respetando los lineamientos de lo estipulado en el Código Fiscal de la Federación - CFF, en el Artículo 1. Tanto las personas físicas como las morales están obligadas a contribuir para los gastos públicos de acuerdo con las leyes fiscales correspondientes (QuickBooks).

2.3.1 Ley de Impuesto Sobre la Renta

En este marco, se analizarán las diversas normativas legales aplicables para asegurar el buen funcionamiento del negocio, conforme a las leyes vigentes.

Artículo 100: Están obligadas al pago del impuesto establecido en esta Sección, las personas físicas que perciban ingresos derivados de la realización de actividades empresariales o de la prestación de servicios profesionales.

Las personas físicas residentes en el extranjero que tengan uno o varios establecimientos permanentes en el país, pagarán el impuesto sobre la renta en los términos de esta Sección por los ingresos atribuibles a los mismos, derivados de las actividades empresariales o de la prestación de servicios profesionales.

Para los efectos de este Capítulo se consideran:

- I. Ingresos por actividades empresariales, los provenientes de la realización de actividades comerciales, industriales, agrícolas, ganaderas, de pesca o silvícolas.
- II. Ingresos por la prestación de un servicio profesional, las remuneraciones que deriven de un servicio personal independiente y cuyos ingresos no estén considerados en el Capítulo I de este Título.

Se entiende que los ingresos los obtienen en su totalidad las personas que realicen la actividad empresarial o presten el servicio profesional (SAT, s.f.).

Obligaciones fiscales para personas físicas con régimen de actividad empresarial

Tanto si una papelería se registra en el Régimen General de Personas Morales como en el Régimen de Actividad Empresarial, tendrá ciertas obligaciones fiscales que debe cumplir. Algunas de las principales obligaciones fiscales que una papelería debe cumplir son:

- **Pago de impuestos:** La papelería deberá pagar Impuestos Sobre la Renta y el Impuesto al Valor Agregado, entre otros, dependiendo del régimen fiscal en el que se encuentre registrada.
- **Registro contable:** Es obligatorio llevar un registro contable ordenado y actualizado de todas las operaciones financieras de la empresa, incluyendo ingresos, gastos y transacciones bancarias.
- **Presentación de declaraciones:** La papelería deberá presentar diversas declaraciones fiscales a la autoridad fiscal correspondiente, en las que se informan los ingresos, gastos y retenciones fiscales realizadas, de forma periódica la cual será mensual y anual.
- **Facturación:** La papelería deberá emitir facturas a sus clientes por los productos y servicios que venda, cumpliendo con los requisitos fiscales correspondientes.
- **Cumplimiento de las normas fiscales:** La papelería deberá cumplir con todas las normas fiscales y obligaciones establecidas por la autoridad fiscal correspondiente.

En general, las obligaciones fiscales de una papelería son similares en ambos regímenes. Sin embargo, en el Régimen General de Personas Morales puede haber más requisitos y obligaciones fiscales debido a la complejidad y tamaño de la empresa. En cualquier caso, es importante que la papelería esté al día con sus obligaciones fiscales para evitar multas y sanciones por parte del fisco. (Grupo Altea, 2024)

2.3.2 Ley del Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores

Se trata de una obligación constitucional, recogida en el artículo 29 fracción II de la Ley del Infonavit, según el que los patrones deben aportar el 5% del salario de los trabajadores a su servicio, para abonarlo en la Subcuenta de Vivienda de las cuentas individuales de los trabajadores. El 5% que aporta el patrón sirve para constituir el Fondo de Vivienda de los trabajadores, que es administrado por el Infonavit y servirá para el otorgamiento de crédito a sus derechohabientes, o bien para su retiro (Infonavit, 2017).

Artículo 5o.- El patrimonio del Instituto se integra:

I.- Con las aportaciones en numerario, servicios y subsidios que proporcione el Gobierno Federal;

II.- Con las cantidades y comisiones que obtenga por los servicios que preste, los cuales se determinarán en los términos de los reglamentos respectivos;

III.- Con los montos que se obtengan de las actualizaciones, recargos, sanciones y multas;

IV.- Con los bienes y derechos que adquiera por cualquier título, y

V.- Con los rendimientos que obtenga de la inversión de los recursos a que se refiere este artículo.

Las aportaciones de los patrones a las subcuentas de vivienda son patrimonio de los trabajadores (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión).

2.3.3 Ley del Instituto Mexicano del Seguro Social.

Otro de los permisos para tener un negocio es el registro patronal.

Como persona física, es obligación registrar a los empleados y colaboradores ante el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) y para esto se necesita el registro patronal.

Para tramitarlo se debe obtener un pre-registro y concluir el trámite en una subdelegación del IMSS.

2.3.4 Normativas específicas

Otras normas:

Estos permisos para tener un negocio son adicionales son los municipales. Los necesitan los negocios que tengan un local o punto de venta físico:

- Licencias de uso de suelo, edificación y construcción
- Licencias de protección civil
- Licencia de funcionamiento

Licencias para abrir un negocio físico.

- Licencia de uso de suelo, edificación y construcción
- También se le conoce como permiso de uso de suelo. Debe tramitarse en caso de que el local que rentes o compres para tu negocio no tenga este permiso listo.

En caso de que el uso de suelo sea diferente al que necesitas; tendrás que tramitarlo en la dependencia municipal o alcaldía local. Los requisitos y documentos necesarios para realizar este trámite dependerán de la institución donde realices el trámite.

Por lo general, los documentos necesarios para tramitar la licencia de uso de suelo son:

- Acta constitutiva
- Identificación oficial vigente
- Título profesional
- Comprobante de domicilio
- Croquis de la ubicación
- Escrituras del predio
- Plano topográfico
- Boleta predial vigente
- Oficio de solicitud
- Plano georreferenciado con coordenadas - UTM
- Licencias de protección civil

Son necesarias para garantizar que el negocio cuenta con las medidas de seguridad necesarias para operar sin poner en riesgo la vida de los colaboradores y clientes.

Existen diferentes trámites que deben realizarse ante la Secretaría de Protección Civil y dependerán del giro del negocio.

El trámite más común es la Autorización del Programa Interno de Protección Civil. Este ayuda a determinar las acciones de prevención, auxilio y recuperación, destinadas a salvaguardar la integridad física de las personas en los negocios.

Los requisitos para tramitar la Autorización del Programa Interno de Protección Civil son:

- Acta Constitutiva
- Poder Notarial
- Identificación Oficial del representante o apoderado
- Licencia de funcionamiento

Este trámite se realiza para obtener la autorización que permite el funcionamiento de negocios en un establecimiento determinado (Rivera, s.f.).

Cabe mencionar que hay permisos especiales como son los municipales.

2.4 Fundamentos Teóricos

En este presente proyecto citaremos a varios autores como es Gerardo Guajardo Cantú, Nora E. Andrade de Guajardo, Gabriel Baca Urbina, Roberto Hernández Sampieri, Victoriano Gabriel Covarrubias Salvatori, Erik Tapia Mejía, Javier Rivera Márquez.

De acuerdo a Gabriel Baca Urbina un Proyecto de inversión es un proyecto plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan diversos insumos, producirá un bien o un servicio útil a la sociedad.

2.4.1 Partes generales de la evaluación de proyectos

Aunque cada estudio de inversión es único y distinto a todos los demás, la metodología que se aplica en cada uno tiene la particularidad de adaptarse a cualquier proyecto. Las áreas generales en las que se aplica la metodología de la evaluación de proyectos son:

- Instalación de una planta totalmente nueva.
- Elaboración de un nuevo producto de una planta ya existente.
- Ampliación de la capacidad instalada o creación de sucursales.
- Sustitución de maquinaria por obsolescencia o capacidad insuficiente.



Figura 1. Estructura de la evaluación de proyectos

Fuente: (Baca Urbina, 2013, pág. 4)

La evaluación de proyectos como un proceso y sus alcances

Se distinguen tres niveles de profundidad. Al más simple se le llama perfil, *gran visión* o *identificación de la idea*, el cual se elabora a partir de la información existente, el juicio común y la opinión que da la experiencia.

Siguiente nivel se denomina estudio de prefactibilidad o anteproyecto. Este estudio profundiza el examen en fuentes secundarias y primarias en investigación de mercado.

Proyecto definitivo

Estudio final que contiene la información del anteproyecto más los canales de comercialización para el producto, contratos de venta, actualización de las cotizaciones de la inversión y presenta planos arquitectónicos.

Proceso de preparación y evaluación de proyectos



Figura 2. Proceso de preparación y evaluación de proyectos

(Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2013, pág. 5)

El objetivo general de esta investigación es verificar la posibilidad Fuente: real de penetración del producto en un mercado determinado. El investigador del mercado, al final de un estudio meticuloso y bien realizado, podrá palpar o sentir el riesgo que se corre y la posibilidad de éxito que habrá con la venta de un nuevo artículo o con la existencia de un nuevo competidor en el mercado. Aunque hay factores intangibles importantes, como el riesgo,

que no es cuantificable, pero es perceptible, esto no implica que puedan dejarse de realizar estudios cuantitativos. Por el contrario, la base de una buena decisión siempre serán los datos recabados en la investigación de campo, principalmente en fuentes primarias.

2.4.2 Estudio técnico

Investigación que consta de determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal.

Algunos de los aspectos que no se analizan con profundidad en los estudios de factibilidad son el organizativo, el administrativo y el legal. Esto se debe a que son considerados aspectos que por su importancia y delicadeza merecen ser tratados a fondo en la etapa de proyecto definitivo. Esto no implica que deba pasarse por alto, sino, simplemente, que debe mencionarse la idea general que se tiene sobre ellos, pues de otra manera se debería hacer una selección adecuada y precisa del personal, elaborar un manual de procedimientos y un desglose de funciones, extraer y analizar los principales artículos de las distintas leyes que sean de importancia para la empresa, y como esto es un trabajo delicado y minucioso, se incluye en la etapa de proyecto definitivo.

2.4.3 Estudio de mercado

Investigación que consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización

2.4.4 Estudio económico

Ordenamiento y sistematización de la información de carácter monetario y elaboración de los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica.

2.4.5 Evaluación económica

Describe los métodos de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, anota sus limitaciones de aplicación y los compara con métodos contables de evaluación para mostrar la aplicación práctica de ambos.

2.4.6 Análisis y administración del riesgo

Enfoque analítico-administrativo que, además de cuantificar al riesgo, previene la quiebra de la inversión al anticipar el mismo.

Se presentan los mapas mentales de las cuatro partes principales que conforman la metodología de evaluación de proyectos.

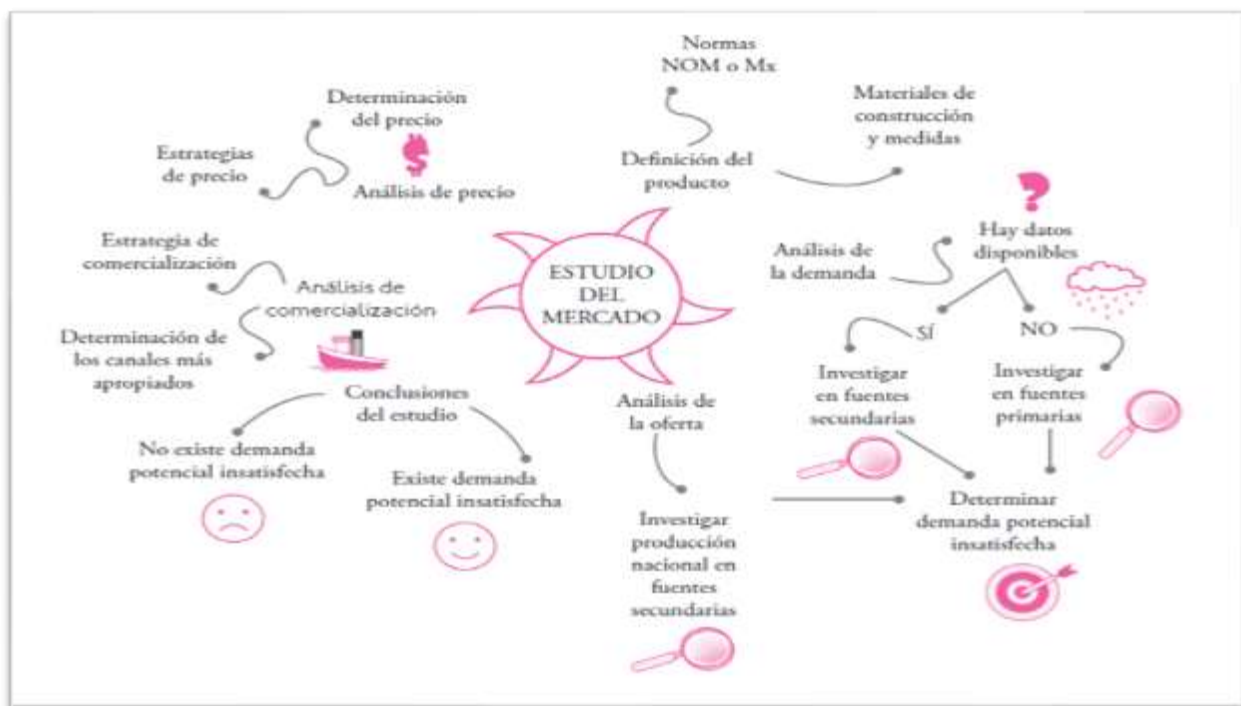


Figura 3. Mapa mental para estudio del mercado.
Fuente: (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2013, pág. 19)

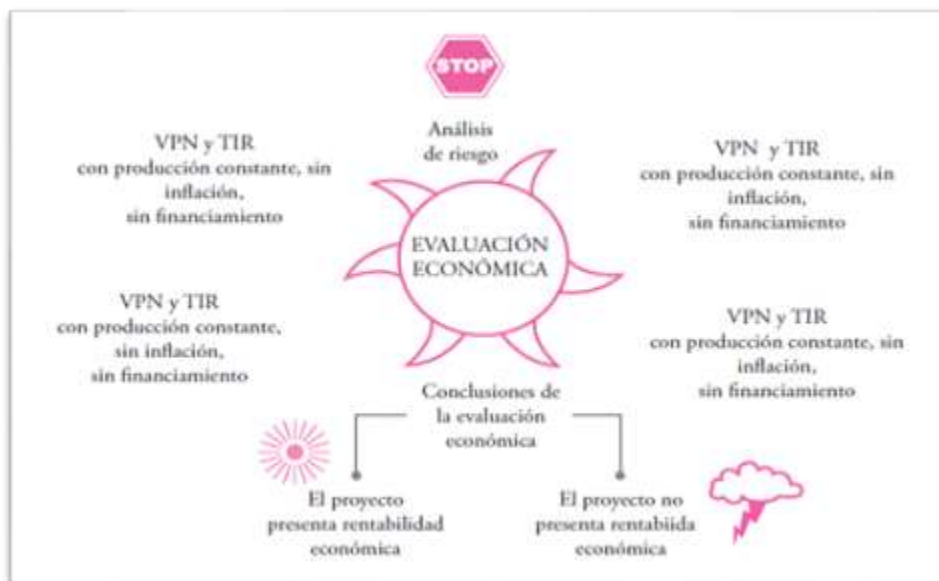


Figura 6. Mapa mental de la evaluación económica.

Fuente: (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2013, pág. 21)

2.4.7 Definición del enfoque del proyecto

Al definir el enfoque del proyecto se prepara el escenario para desarrollar su plan. El enfoque del proyecto es una definición del resultado final o misión de su proyecto: un producto o servicio para su cliente. El principal objetivo es definir con la mayor claridad posible los productos para el usuario final y enfocarse en los planes de proyecto. La definición del alcance es cardinal, pero sucede que los líderes de proyecto de corporaciones grandes y bien administradas la dejan pasar por alto.

Resulta evidente que el enfoque del proyecto es clave en la interconexión de todos los elementos en un plan de proyecto. Para garantizar que esa definición de enfoque esté terminada se muestra la siguiente lista:

Lista de verificación del enfoque del proyecto

1. Objetivo del proyecto
2. Productos a entregar
3. Momentos importantes
4. Requerimientos técnicos

5. Límites y exclusiones

6. Revisiones con el cliente

Objetivo del proyecto. El primer paso en la definición del enfoque del proyecto es la descripción del objetivo general para satisfacer las necesidades del cliente.

Productos a entregar. El paso siguiente es definir los principales productos a entregar: los resultados esperados durante la vida del proyecto

Momentos importantes. Un hecho fundamental es significativo en un proyecto que ocurre en

determinado momento. El programa de los momentos importantes sólo muestra los segmentos

principales de trabajo; primero representa un cálculo aproximado del tiempo, los costos y los recursos para el proyecto.

Requerimientos técnicos. Con mucha frecuencia, un producto o servicio tendrá requerimientos técnicos para garantizar un desempeño adecuado

Límites y exclusiones. Es necesario definir los límites del enfoque. De no hacerlo pueden surgir falsas expectativas y pueden dedicarse recursos y tiempo al problema equivocado.

Revisiones con el cliente. La terminación de la lista de verificación del alcance termina con una revisión de su cliente, sea interno o externo. Aquí, la principal preocupación es entender las expectativas y estar de acuerdo con ellas.

La definición del enfoque debe ser tan breve como sea posible, pero también completa; lo acostumbrado es que abarque una o dos páginas para proyectos pequeños (F. Gray & W. Larson, 2009).

Capítulo III - Metodología de la investigación

3.1 Enfoque y alcance de la investigación

Podemos abordar dos paradigmas o alternativas metodológicas: cuantitativa y cualitativa cada una tiene su propia fundamentación epistemológica, diseños metodológicos, técnicas e instrumentos acordes con la naturaleza de los objetos de estudio, las situaciones sociales y las preguntas que se plantean los investigadores con el propósito de explicar, comprender o transformar la realidad social. A pesar de que cada opción metodológica se sustenta en supuestos diferentes y tiene sus reglas y formas básicas de acción, establecidas y compartidas por la propia comunidad científica, no son métodos excluyentes, se complementan. Un análisis comparativo permite establecer sus particularidades y diferencias en relación con los presupuestos metodológicos en los cuales se apoyan, la manera de aproximarse a la realidad y al objeto de estudio, su relación con el sujeto/objeto de estudio, la noción y criterios de objetividad y el proceso metodológico que le sirve de guía (Monje Álvarez, 2011).

La investigación cuantitativa se inspira en el positivismo. Este enfoque investigativo plantea la unidad de la ciencia, es decir, la utilización de una metodología única que es la misma de las ciencias exactas y naturales. Ha llevado a algunos investigadores de las ciencias sociales a tomar como punto de referencia los métodos de investigación de las ciencias naturales y a trasladarlos mecánicamente al estudio de lo social. Su propósito es buscar explicación a los fenómenos estableciendo regularidades en los mismos, esto es, hallar leyes generales que explican el comportamiento social. Con esta finalidad la ciencia debe valerse exclusivamente de la observación directa, de la comprobación y la experiencia. El conocimiento debe fundarse en el análisis de los hechos reales, de los cuales debe realizar una descripción lo más neutra, lo más objetiva y lo más completa posible.

El positivismo rechaza toda proposición cuyo contenido no este directa o indirectamente en correspondencia con los hechos comprobados, refutando todo juicio de valor.

El conocimiento es válido si está basado en la observación sistemática de los hechos sensibles. De ahí que las ciencias humanas deban adoptar el método de las ciencias naturales, en particular el de la física, con el fin de alcanzar el estatus de cientificidad.

Como no se llega a contar todo, se inventó la estadística, que es una manera de acercarse a la totalidad, pero a través de muestras. La estadística es una manera de poder cuantificar todo, sin tener que contar cada uno de los elementos que componen el todo: es la metodología más idónea y coherente de este paradigma positivista (Monje Álvarez, 2011).

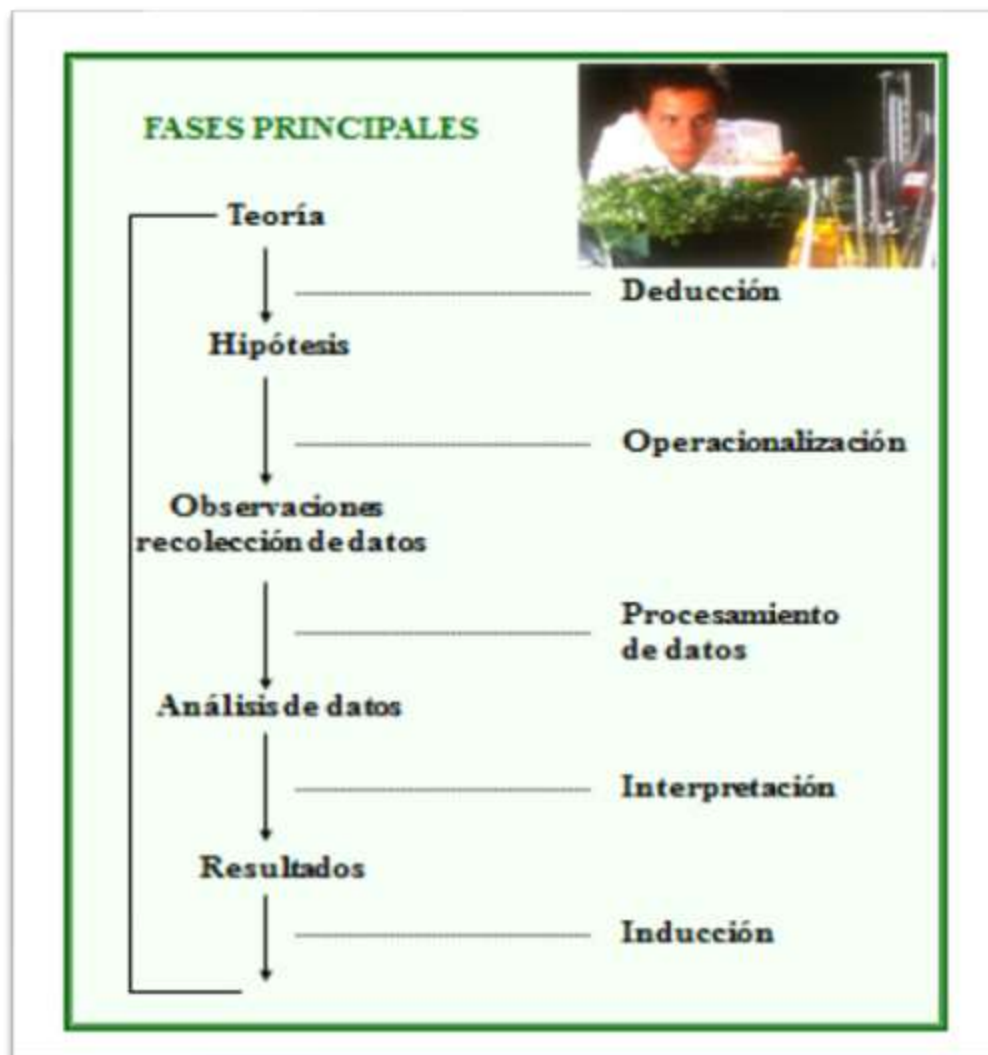


Figura 7. Estructura lógica del proceso de investigación cuantitativa

Fuente: (Monje Álvarez, 2011, pág. 17)

El análisis de la información recolectada tiene por fin determinar el grado de significación de las relaciones previstas entre las variables. El procedimiento que se sigue es hipotético-deductivo el cual inicia con:

- Operacionalización de las variables.
- Recolección
- Procesamiento de los datos
- Interpretación.

Los datos empíricos constituyen la base para la prueba de las hipótesis y los modelos teóricos formulados por el investigador (Monje Álvarez, 2011).

Si bien el análisis cualitativo y cuantitativo van de la mano nos guiaremos por el segundo para la realización de este proyecto ya que el enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación (Ñaupas, Valdivia Dueñas, Palacios Vilela, & Romero Delgado).

3.2 Diseño de la investigación

Al analizar varias fuentes se llegó a la conclusión de optar por el diseño no experimental -transeccionales- descriptivos.

Los diseños no experimentales se dividen de la siguiente manera:

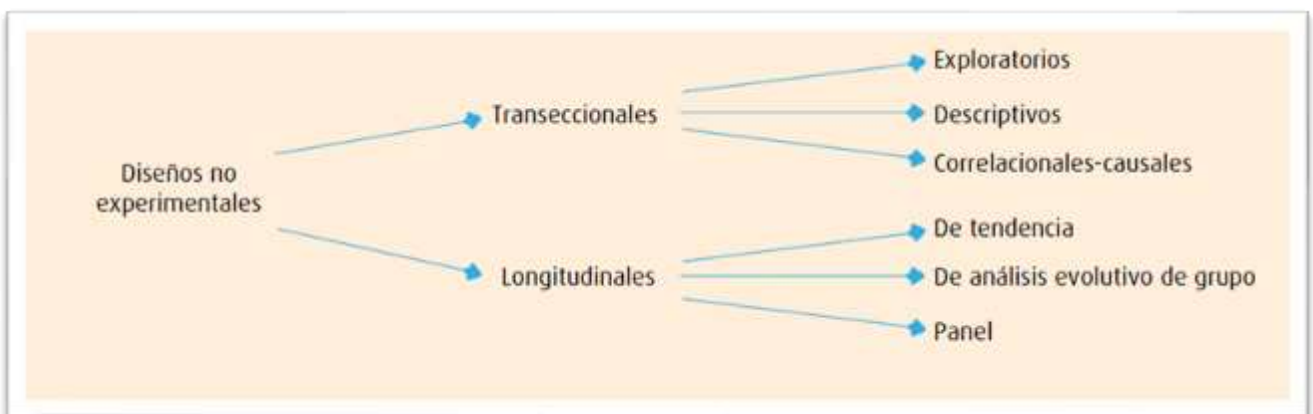


Figura 8. División de diseños no experimentales

Fuente: (Hernández Sampieri R. , 2014, pág. 165)

División de diseños no experimentales

Diseños no experimentales: definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para analizarlos (Hernández Sampieri R. , 2014).

Los diseños no experimentales se pueden clasificar en transeccionales y longitudinales.

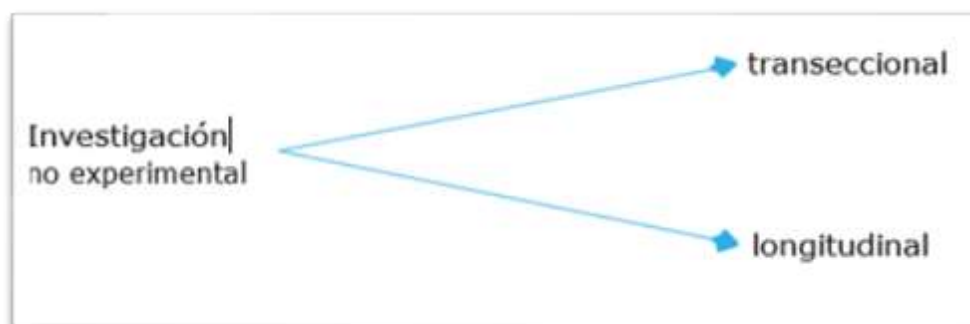


Figura 9. Clasificación de los diseños no experimentales.

Fuente: (Hernández Sampieri R. , 2014, pág. 154)

Al aplicar el diseño **transeccional** en especial el **descriptivo** tiene como objetivo indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población. El procedimiento consiste en ubicar en una o diversas variables a un grupo de personas u otros seres vivos, objetos, situaciones, contextos, fenómenos, comunidades, etc., y proporcionar su descripción. Son, por tanto, estudios puramente descriptivos y cuando establecen hipótesis, éstas son también descriptivas (de pronóstico de una cifra o valores) (Hernández Sampieri R. , 2014).

El diseño utilizado será el aplicado a un plan de negocios por lo que se realizó en 4 etapas.

1. Realizar un estudio de mercado para identificar las necesidades específicas de la comunidad, la competencia, la oferta y la demanda, entre otros.
2. Elaborar un estudio técnico para determinar la localización de la empresa, disponibilidad de recursos financieros y humanos.
3. Desarrollar un estudio financiero que incluya proyecciones de costos, ingresos y rentabilidad, para garantizar la viabilidad económica del negocio.

4. Elaborar la evaluación económica de la empresa que determine su factibilidad.

Al finalizar los pasos para la obtención de los resultados finales se determinará la factibilidad del presente proyecto.

3.3 Alcance de la investigación

Al trabajar con el enfoque cuantitativo durante todo el proyecto es importante analizar el alcance de investigación ya que este dependerá de las bases y los métodos a seguir para llegar hasta la finalización de este proyecto.

A continuación, se muestra los tipos de alcances del **estudio cuantitativa** la cual abordaremos y una breve descripción.

Alcances

- Resultan de la revisión de la literatura y de la perspectiva del estudio
- Dependen de los objetivos del investigador para combinar los elementos en el estudio.



Figura 10. Alcance de la investigación

Fuente: (Hernández Sampieri R. , 2014, pág. 90)

Alcance de estudio cuantitativo

Histórico o exploratorio:

Examinar fuentes primarias como diarios y documentos oficiales, alcances de la investigación como él (tiempo, geografía, documental, campo, informática

- Instrumentos como encuestas para recopilar información etc.

Descriptivo:

Busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población

En la siguiente tabla se muestra el propósito y valor de los alcances de la investigación que vamos a aplicar la cuales son exploratorio, y descriptivo

Alcance	Propósito de las investigaciones	Valor
Exploratorio	Se realiza cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes.	Ayuda a familiarizarse con fenómenos desconocidos, obtener información para realizar una investigación más completa en un contexto particular, investigar nuevos problemas, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones futuras, o sugerir afirmaciones y postulados.
(continúa)		

Alcance	Propósito de las investigaciones	Valor
Descriptivo	Busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.	Es útil para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación.

Figura 11. Propósitos y valor de los diferentes alcances de las investigaciones

Fuente: (Hernández Sampieri R. , 2014, pág. 98)

3.4 La población o sujeto de estudio

La población puede ser definida como el total de las unidades de estudio, que contienen las características requeridas, para ser consideradas como tales. Estas unidades pueden ser personas, objetos, conglomerados, hechos o fenómenos, que presentan las características requeridas para la investigación. Valdivia (2009) toma como referencia a Francisca Canales (s/a...:145) quien cita a Fayad Camel, quien define a la población como “la totalidad de individuos o elementos en los cuales puede presentarse

determinada característica para ser estudiada”. (Ñaupas Paitán, Valdivia Dueñas, Palacios Vilela, & Romero Delgado, 2018)

La población del presente proyecto está dirigida a personas de la zona rural de la comunidad de Horconcitos, Porvenir y las comunidades cercanas de la zona norte de Veracruz. Entre un rango de edad entre 8 y 40 años.

De acuerdo a los datos consultados en el INEGI con la última actualización del año 2020 solo en la comunidad de Horconcitos tenemos 240 habitantes mayores de 18 años en adelante, pero contando con comunidades cercanas al área como son San Luciano, el Porvenir, Campanario, La Esperanza, Alto del Tigre, Cucharas, La Gloria, La isla Juan A Ramírez como la Colonia Morelos, Horconcitos, La llave, San Gregorio; Tenemos 4,031 habitantes mayores de edad (INEGI, s.f.).

3.5 Selección de la muestra

Para el proceso cuantitativo, la muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población. El investigador pretende que los resultados encontrados en la muestra se generalicen o extrapolen a la población (en el sentido de la validez externa que se comentó al hablar de experimentos). El interés es que la muestra sea estadísticamente representativa.

Para seleccionar una muestra, lo primero que hay que hacer es definir la unidad de muestreo/análisis (si se trata de individuos, organizaciones, periodos, comunidades situaciones, piezas producidas, eventos, etc.) Una vez definida la unidad de muestreo/análisis se delimita la población (Hernández Sampieri R.).

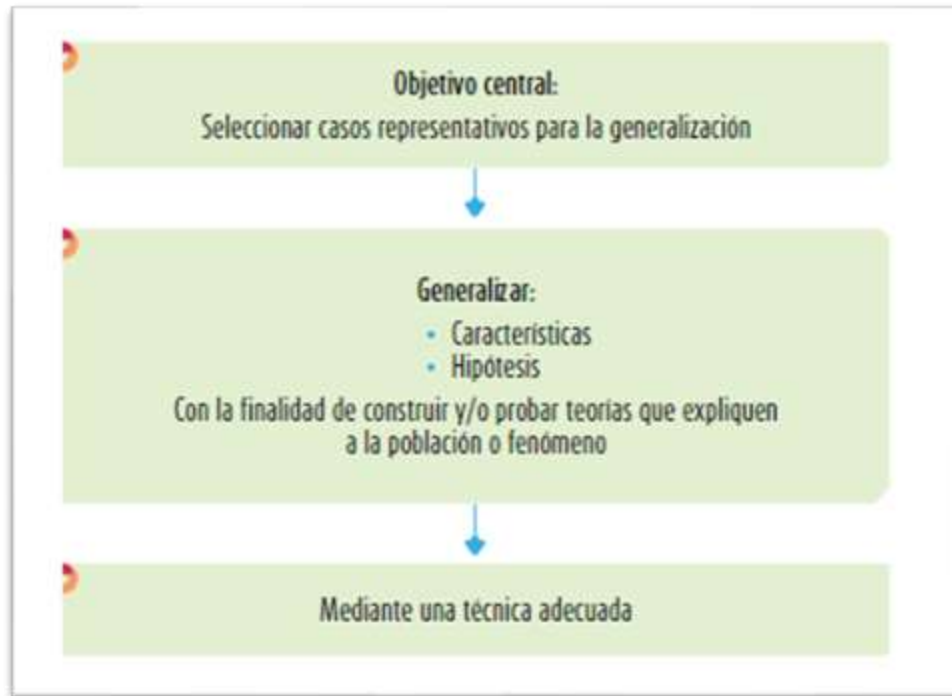


Figura 12. Esencia esquematización del muestreo cuantitativo.

Fuente: (Hernández Sampieri R. , 2014, pág. 173)

Fórmula para cálculo de la muestra poblaciones finitas

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

Donde:

- N = total de la población
- Zα= nivel de confianza
- p = proporción esperada de éxito
- q = probabilidad de fracaso
- d = margen de error de la investigación.

Teniendo en cuenta que la población establecida en el proyecto con un nivel de confianza del 92% con probabilidad de éxito del 50% y fracaso del 50% el cálculo queda de la siguiente manera

N= 4,031

$z = 92\% \ 1.751$ (Valor de distribución normal para Z)

$p = 50\%$

$q = 50\%$

$d = 8\%$

el cálculo de la muestra quedo de la siguiente manera:

$$n = \frac{(4,031)(1.751^2)(0.5)(0.5)}{(0.08^2)(4,031-1) + (1.751^2)(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{3089.7}{26.55} = 116.33 \approx 116 \text{ personas}$$

por consiguiente, el numero de la muestra a estudiar es de 116 habitantes mayores de 18 años de las diferentes localidades de este municipio, también se confirmó mediante la aplicación de calculadora estadística Netquest.

3.6 Instrumento para capturar la información

Para llevar a cabo esta investigación, se diseñó y aplicó una encuesta como instrumento de medición, ya que permitió obtener información clave para el desarrollo del estudio de mercado. El objetivo es analizar si el producto será aceptado por el público de estas localidades rurales.

3.7 La prueba piloto

Se llevó a cabo una prueba piloto la cual es la primera versión de la encuesta, compuesta por 10 preguntas. Con esto se busca evaluar la comprensión de la encuesta por parte de los encuestados, así como la claridad en su redacción. Esto permitirá realizar los ajustes necesarios para garantizar un mejor seguimiento y la mejora de la encuesta final.

Esto permitirá realizar los ajustes necesarios para garantizar un mejor seguimiento y la mejora de la encuesta final.

Estas incluyeron aspectos generales dirigidos a los encuestados, tales como: ¿Con qué frecuencia visitas una papelería? ¿Te resultaría más económico utilizar una papelería en esta localidad en lugar de trasladarte a la ciudad? ¿Consideras necesario que una papelería ofrezca servicio de renta de internet y equipo de cómputo? Además, se

incorporaron preguntas relacionadas con los servicios que se ofrecerán, y se añadió una breve introducción al inicio de la encuesta para orientar a los entrevistados.

3.8 El instrumento final

La encuesta final se conformó por 17 preguntas, a partir de los resultados de la prueba piloto, se realizaron los ajustes necesarios para optimizar su aplicación. Tal encuesta se encuentra en el anexo final de la página 85.

3.9 Software y equipo a utilizar

En la elaboración del proyecto se utilizó software como es:

- Google forms
- Paquetería de office
- Selección de hojas de cálculo y uso de Excel.
- Internet
- Impresora
- Cartuchos de impresora
- Papel

3.10 Técnicas de tabulación de la información y análisis de la información

Las técnicas de tabulación consisten en realizar una tabla o un cuadro con los resultados obtenidos tras la recopilación de datos. Consiste, por tanto, en presentar los datos estadísticos en forma de tablas o cuadros con el objetivo de que resulten sencillos de leer y comprender. Gracias a la tabulación de la información, se facilita de manera considerable la comprensión, el análisis y la interpretación de los datos para poder llevar a cabo comparaciones y llegar, de esta manera, a conclusiones válidas. Tras la tabulación obtendremos resultados presentados en tablas o gráficos de cualquier tipo que expliquen las relaciones existentes entre las diversas variables que son objeto del análisis. Resulta especialmente útil en el caso de recogidas de datos muy grandes en las que es necesario representar dichos datos de una manera visualmente atractiva, concisa y directa, que permita el tratamiento de la información sin ningún tipo de problema (ayuware, 2021).

Al aplicar las encuestas, se ingresó la información de las gráficas recopiladas para consolidar y comparar los resultados. Utilizaremos gráficos de pastel y tablas de contenido para analizar y comprender detalladamente los datos obtenidos.

- Utilizar datos cuantificables
- Utilizar información de fuentes veraces para recopilar información
- Usar protocolos de ejemplo para estructurar información
- Para el uso de esta investigación se ocupó:
- El tiempo del investigador

Capítulo IV Presentación y Análisis de los Resultados

4.1 Estudio de Mercado

Es una herramienta para conocer las opiniones, gustos, hábitos y costumbres de un segmento de mercado en específico, ya sea sobre algún producto o servicio. Dicho estudio, permite conocer a fondo el nicho al que se le busca vender (Posgrados Anahuac, 2022).

Se realizó un análisis de las variables económicas y sociales a través de encuestas, con el fin de identificar si la propuesta resulta atractiva para nuestro público objetivo. En función de las respuestas obtenidas, ya sean positivas o negativas, se determinará la viabilidad de llevar a cabo la apertura del negocio.

4.1.1 Interpretación de la información de campo

Este enfoque implica la interacción directa con personas, comunidades o situaciones, a menudo a través de entrevistas, observaciones participativas o recolección de muestras. La investigación de campo es particularmente valiosa en disciplinas como la sociología, la antropología, la ecología y la geografía, donde la comprensión de la realidad en su contexto es esencial (Berumen, 2025).

A continuación, se muestra la interpretación de la encuesta final que consta de 17 preguntas la cual se detalla a continuación:

DATOS GENERALES

Se realizó pregunta de género de tal manera que no se ofenda a los participantes y también proporcionar un sentido de inclusión a todas las identidades sexuales. Femenino tenemos 55,4% y masculino 43,8 %, lo anterior se puede apreciar en la gráfica 1.

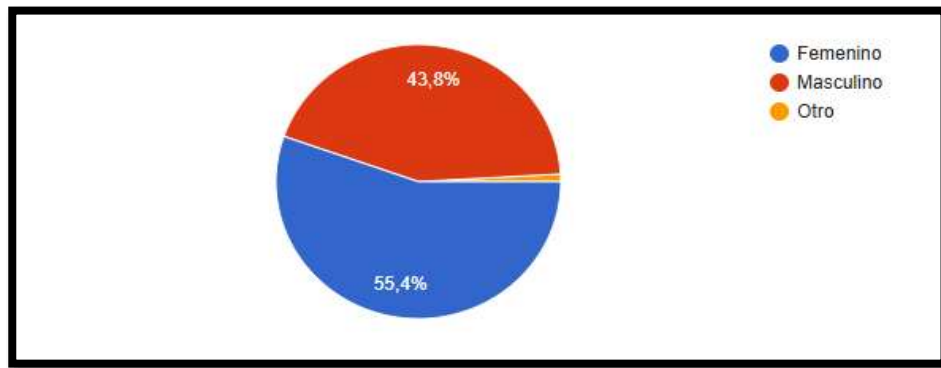


Gráfico 1. Género
Fuente: Elaboración propia

Rango de edad oscila entre 21-30 años sirve para segmentar a los encuestados y obtener información para investigaciones de mercado, o para identificar clientes lo anterior se puede apreciar en la gráfica 2

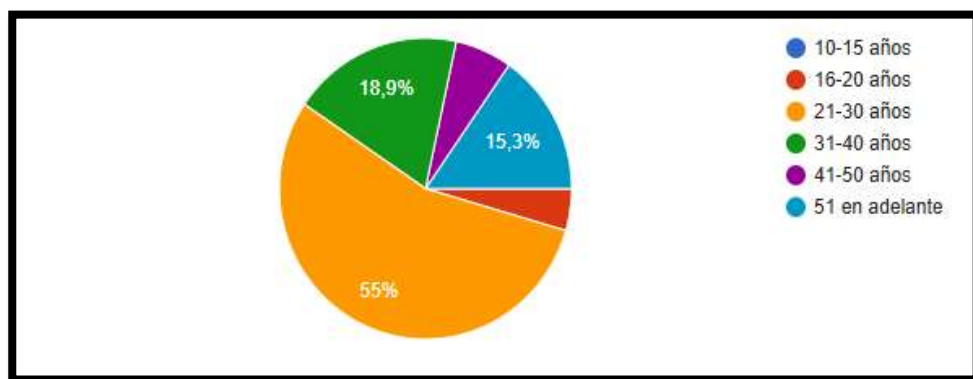


Gráfico 2. Rango de edad
Fuente: Elaboración propia

Se pretende obtener información estadística sobre las características laborales de la población, trabajador 66.1 %, estudiantes 13,4%, y ama de casa 18,8%.

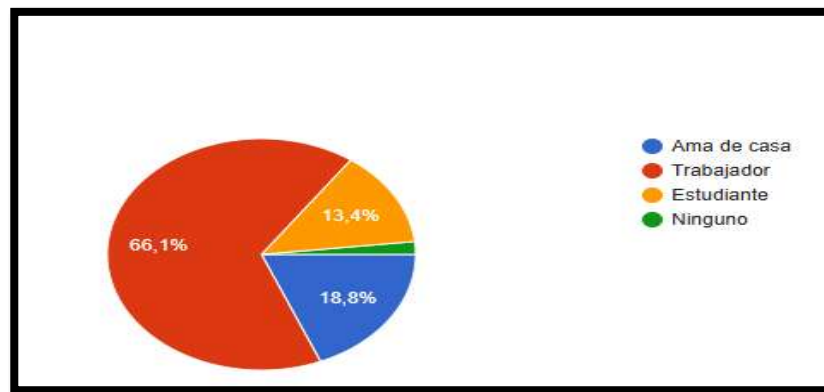


Gráfico 3. Ocupación
Fuente: Elaboración propia

PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR

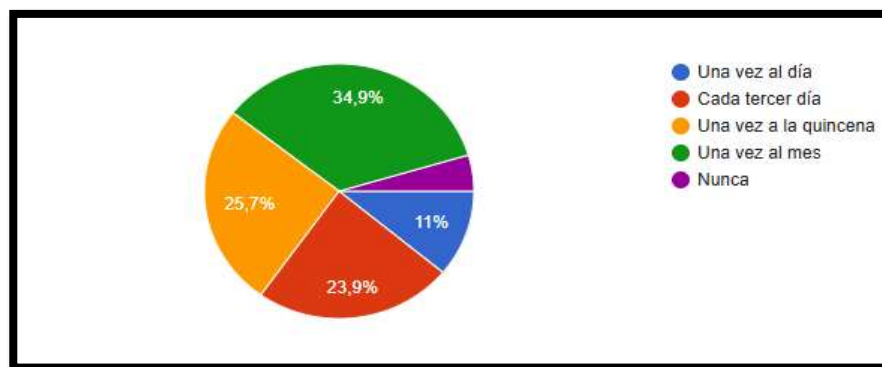


Gráfico 4. Que tan frecuente vas a una papelería

Fuente: Elaboración propia

El objetivo es comprender el comportamiento de los clientes, mejorar sus estrategias de marketing, seguir la lealtad de los clientes lo cual la primera versión comenta que va una vez al día 11% y una vez al mes 34,9%, cada tercer día un 23,9% y una vez a la quincena un 25,7%

Sirve para conocer a las empresas, las necesidades y expectativas de sus clientes 83,9% si conoce y el 8,9% requiere los servicios principalmente para ellos mismos.

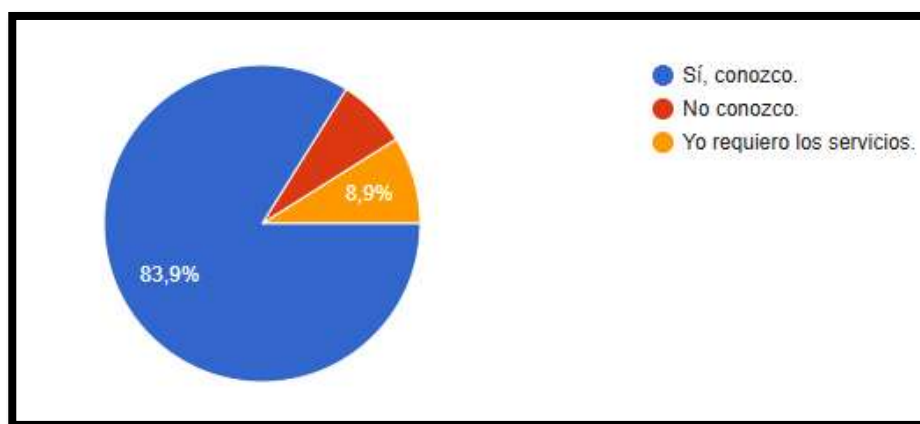


Gráfico 5. Conocer quien requiere los servicios de una papelería.
Fuente: Elaboración propia.

Este análisis permite determinar la ubicación óptima del negocio. El 97,3% de las personas está de acuerdo, mientras que el resto opina lo contrario.

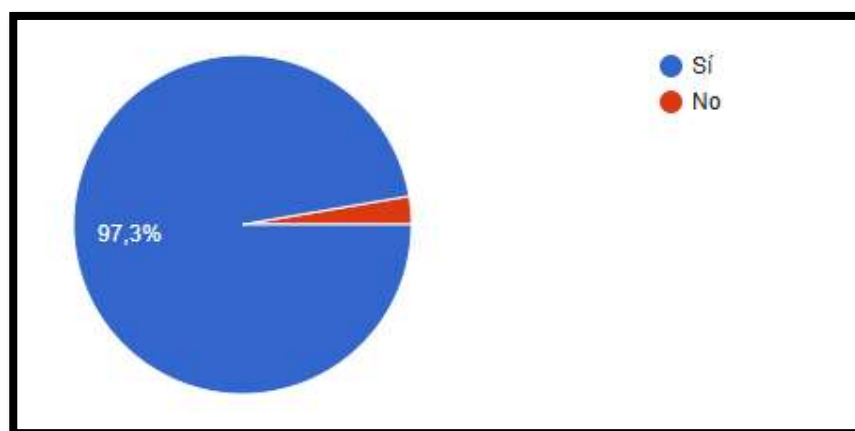


Gráfico 6. Conocer si es menos costoso una papelería rural, que una papelería en la ciudad.
Fuente: Elaboración propia

Sirve para conocer si el servicio será aceptado el 97,3% considera que si es necesario.

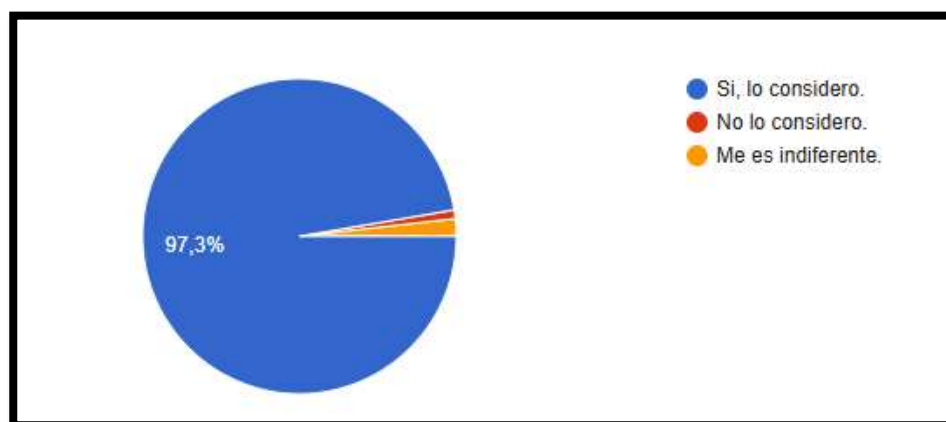


Gráfico 7. Considerar si es necesario una papelería con renta de internet y equipo de cómputo.

Fuente: Elaboración propia

Es fundamental conocer las preferencias de las personas para identificar los artículos y ofertas que necesitan. El 98,2% está interesado, mientras que el resto no tiene preferencia.

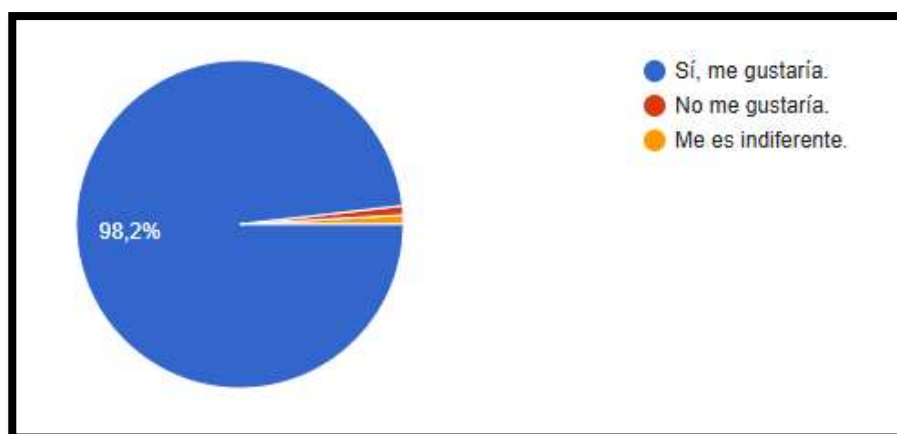


Gráfico 8. Conocer la aceptación de la papelería por parte de la localidad y su propuesta de variedades a ofrecer.

Fuente: Elaboración propia

INTERESES DEL CONSUMIDOR

Saber cuánto gastan los clientes ayuda a medir el valor de las transacciones y a identificar el límite superior de precio que están dispuestos a pagar. Esta información es útil para fijar precios y mejorar la oferta de productos y servicios. El 35,1% gasta menos de 50 pesos, el 45% gasta de 50 a 100 pesos, y el 19,8% gasta más de 100 pesos.

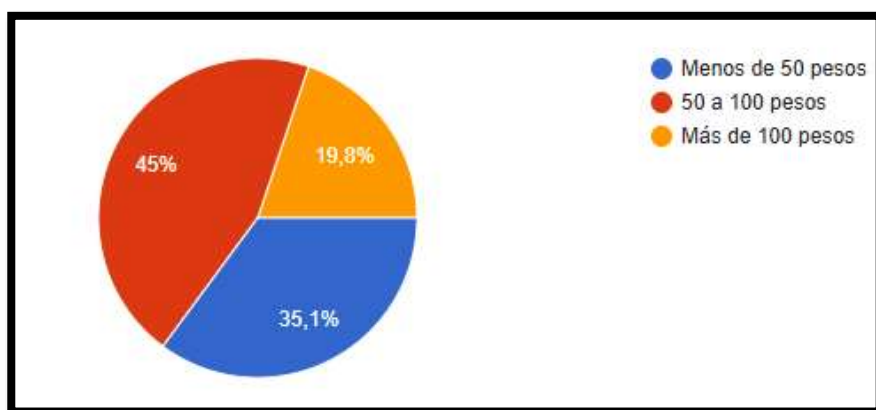


Gráfico 9. Conocer cuanto gastan en productos de papelería a la semana.

Fuente: Elaboración propia

Permite evaluar si la propuesta de valor será relevante y clasificar los servicios que ofrezco, descartando aquellos que no cumplen con las necesidades del cliente.

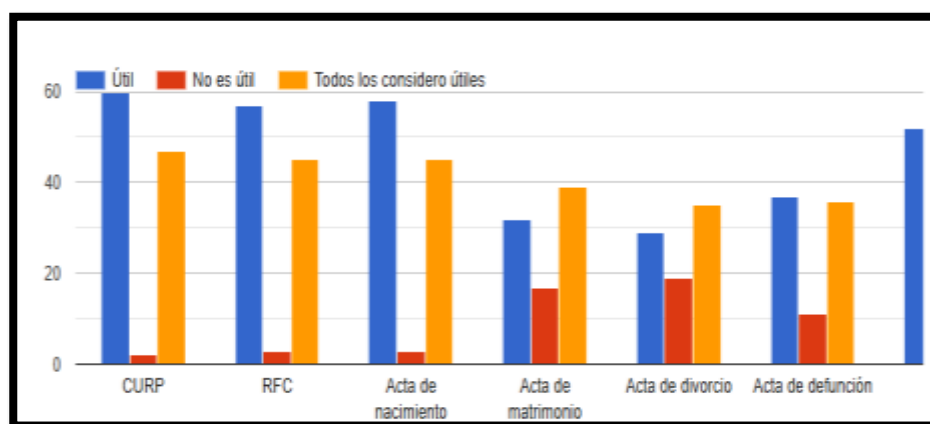


Gráfico 10. Servicios que consideran de utilidad.

Fuente: Elaboración propia.

CURP, Acta De Nacimiento, RFC, Acta de defunción consideran que es más útil este servicio y menos solicitado el acta de matrimonio y acta de divorcio.

Es fundamental considerar si el servicio general será esencial, ya que será lo que se ofrecerá de manera diaria el 99,1 % lo considera necesario, la minoría no lo considera

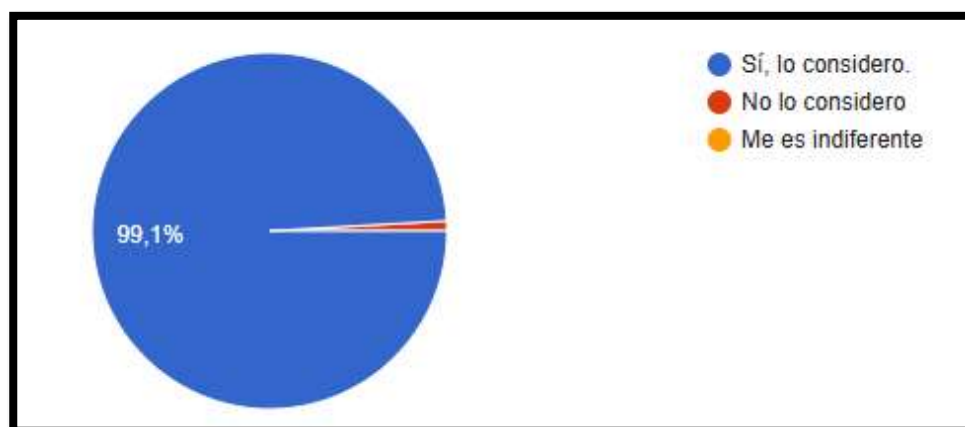


Gráfico 11. Conocer si hay una necesidad de servicios de impresiones copias y escaneos.

Fuente: Elaboración propia.

Para identificar qué localidades tendrán mayor potencial de compra en el futuro y cuáles no estarán interesadas en adquirir productos o servicios en el negocio. El 29,6% es de la comunidad de el Porvenir, el 26,5% es de Horconcitos, y el resto son de otras localidades cercanas.

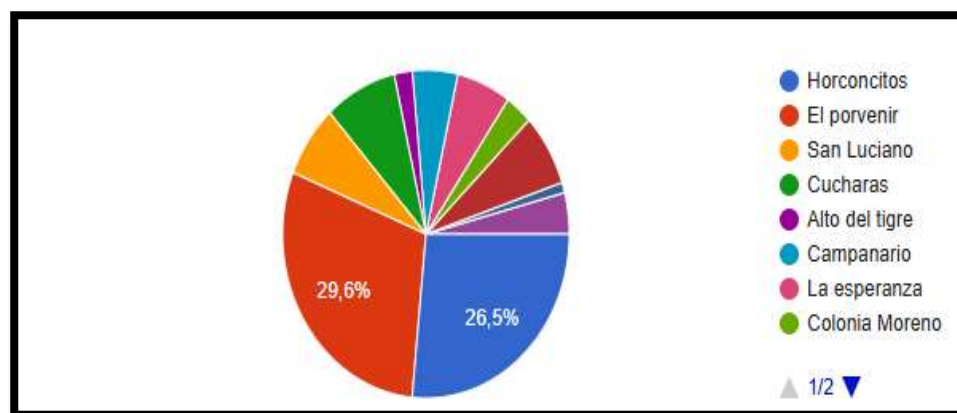


Gráfico 12. Conocer las comunidades con mayor presencia en la encuesta.

Fuente: Elaboración propia.

Permite determinar si las personas tendrán mayor facilidad para acceder al negocio en comparación con aquellas que no cuentan con medios de transporte para llegar. El 23,1% cuentan con vehículo propio y el 38% se traslada a pie y el resto que es el 15,7% cuentan con motocicleta, y por último el 14,8% transporte público como son micro y taxis.

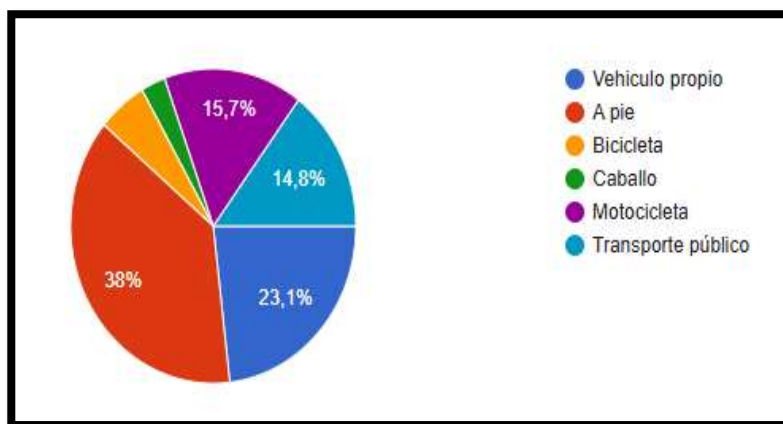


Gráfico 13. Conocer los diferentes medios de transporte para llegar a la papelería
Fuente: Elaboración propia

Es importante saber si el servicio de trabajos de computadora será bien recibido por la comunidad, ya que facilitaría el acceso a aquellas personas que no saben utilizar la computadora. El 95,4% si lo considera importante y el resto dice que tal vez es importante o no lo considera.

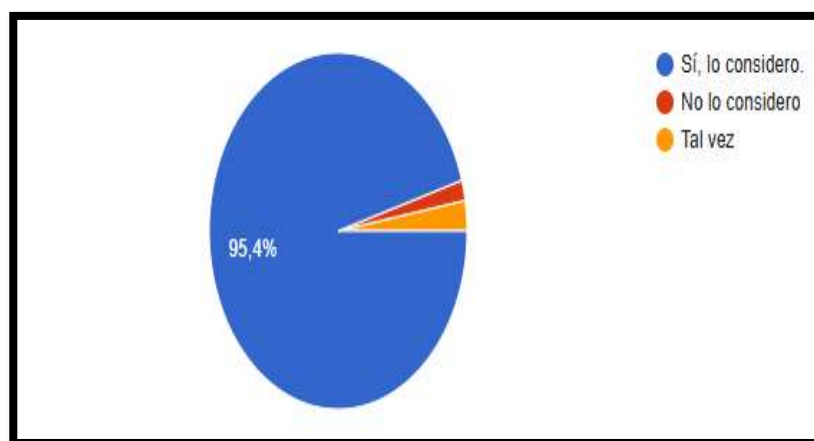


Gráfico 14. Conocer si hay interés por los servicios de computadora
Fuente: Elaboración propia

Nos permite identificar las competencias que enfrentaremos al ubicar el negocio en esta localidad. El 40,2% va a la ciudad de Tampico, y el 33,6 % se traslada a Tampico Alto o a Ozuluama con el 31,8 y el 7,5% a Naranjos.

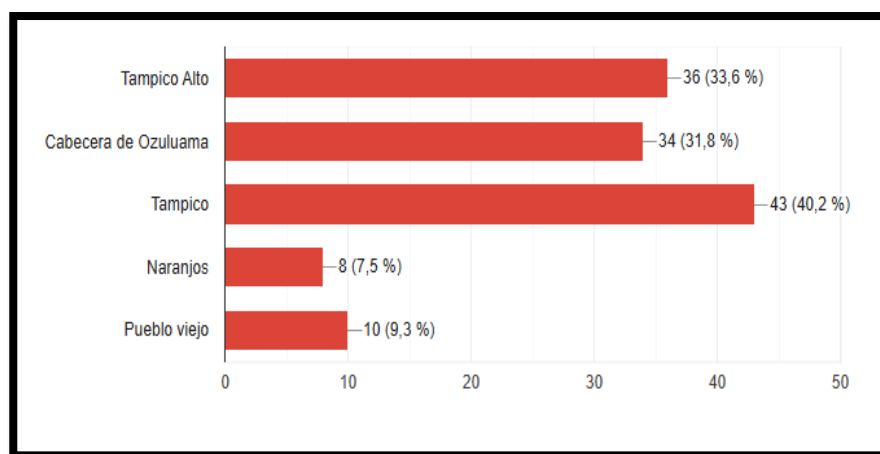


Gráfico 15. Municipios para trasladarse para obtener estos servicios.
Fuente: Elaboración propia

Es fundamental conocer el tiempo que los clientes tardarán en trasladarse al negocio desde su hogar, ya que ubicarlo en este lugar optimiza el tiempo de desplazamiento en comparación con ir a ciudades más lejanas para obtener el servicio. El 28,8% tarda 30 minutos y, el 21,2% tarda 15 minutos, y el 18,3% hasta 1 hora, 13,5% tarda 5 minutos y por último el 11,5% 10 minutos.

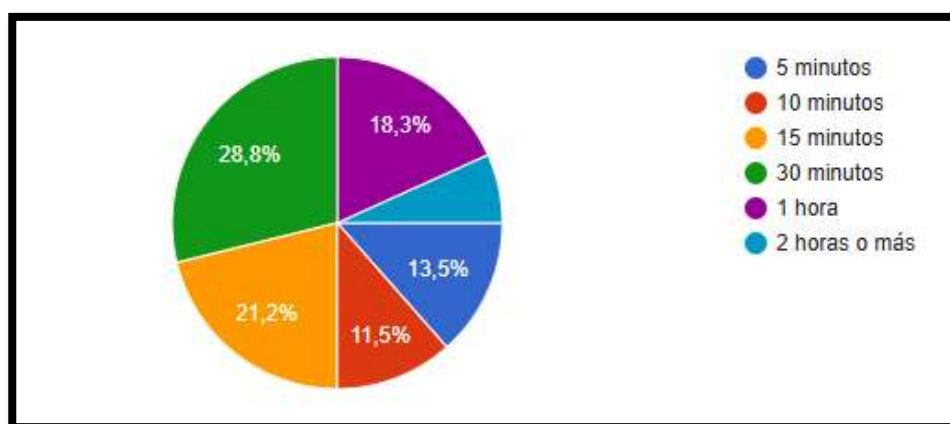


Gráfico 16. Tiempo en trasladarse a la localidad
Fuente: Elaboración propia

Al realizar una pregunta abierta se muestra los servicios que consideran necesarios los encuestados el cual se va a considerar de gran importancia al momento de ver que catálogos ofertar.

Edición de archivos y realización de diseños
Empastados engargolados tesis
Renta de Internet para hacer tarea
Escaneos de documentos
Materiales diversos y mercería
Trabajos en computadora
manualidades
Mas alla de suministro escolar y materiales, venta de articulos artistas desde cuadernillos de papel especial hasta metodos para crear arte, acuarela, grafito, lienzos, pintura oleo etc....
Por el momento ninaún otro artículo

Gráfico 17. Pregunta abierta en relación a que servicio o artículo consideran necesario agregar.

Fuente: Elaboración propia.

4.1.2 Descripción y diseño de la imagen del producto

MARCANET es el Servicio de Consulta Externa sobre Información de Marcas, en el cual el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial pone a disposición de los usuarios del Sistema de Propiedad Industrial, una herramienta electrónica para que, de forma gratuita, puedan consultar los expedientes de signos distintivos. (Marcanet, 2016)

Al ingresar a la página para verificar si existía alguna marca registrada con el nombre que se pretende usar para el negocio, se constató que no había ninguna coincidencia. Esto motivó a continuar adelante con ese nombre para el emprendimiento.

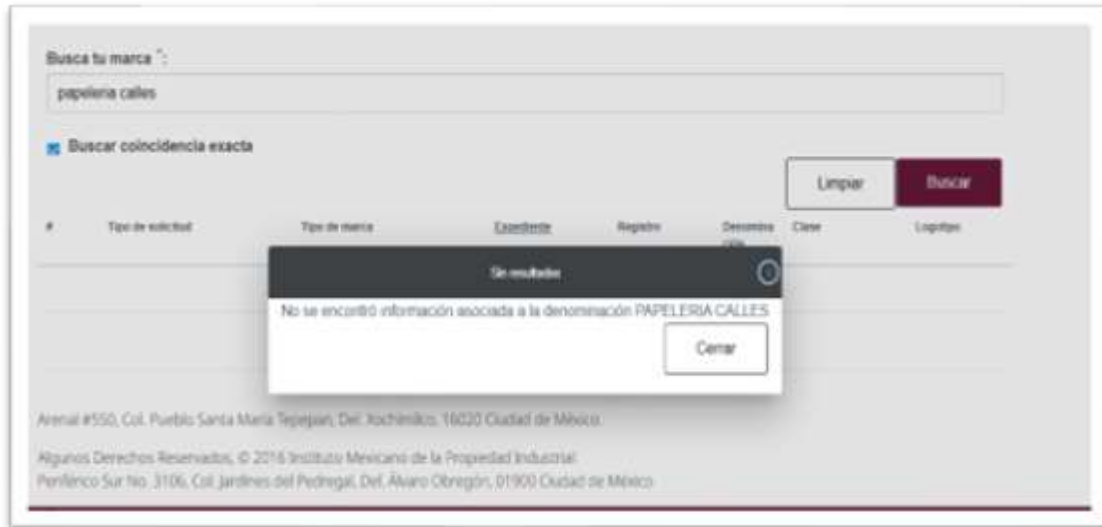


Figura 13. Consulta de marcas bajo el mismo nombre de la Papelería.

Fuente: (Marcanet, 2016)

A continuación, se muestre el logo de la empresa, el cual fue creado en la página de Canva.



Figura 14. Logotipo de la empresa.

Fuente: Elaboración propia.

4.1.3 Definición del producto

En el mundo de la economía y los negocios, un producto es el bien o servicio obtenido al final de la cadena productiva, o sea, a partir de la transformación de materias primas en bienes elaborados o en servicios que prestar (Editorial Étece, 2023).

En este sentido se ofrece:

Diversidad de artículos escolares como cuadernos, plumas, engargolados, enmicados, copias, impresiones, escaneos, trabajos de la paquetería Office: Power Point, Excel, Word y la propuesta de valor que es la obtención del RFC, CURP, NSS, Acta de matrimonio, Acta de divorcio, Acta de defunción, Acta de nacimiento.

4.1.4 Análisis de la demanda

Considerando los datos de la encuesta la población está integrada por personas de la zona rural de la comunidad de Horconchitos, Porvenir y las comunidades cercanas de la zona norte de Veracruz. Entre un rango de edad entre 18 y 60 años.

El 97.3% de los encuestados considera que sería más económico contar con una papelería dentro del rancho. Asimismo, el 45% señala que gasta entre 50 y 100 pesos semanales en productos de papelería.

Por otra parte, el 33.6% debe trasladarse hasta Tampico Alto para acceder a estos servicios. La instalación de una papelería en la zona representaría una ventaja significativa, ya que el 21.2% tarda alrededor de 15 minutos en llegar y el 28.8% requiere menos de 30 minutos para hacerlo.

Cliente potencial:

Las personas de la comunidad rural de Ozuluama, Veracruz, incluyendo localidades como Horconcitos, Porvenir, San Luciano, La Esperanza, Campanario y La Gloria, así como:

- Profesionales que ocupen material de oficina
- Maestros que proporcionen material didáctico.
- Estudiantes
- Trabajadores
- Padres de familia
- Instituciones educativas
- Ganaderos

Estudio de competidores:

Al analizar las marcas presentes en el mercado de esta zona, se observa que no existen papelerías establecidas localmente, sino que las opciones se limitan a las ubicadas en ciudades cercanas como Tampico, Tampico Alto y la cabecera municipal de Ozuluama.

Papelería y mercería ubicada en Tampico Alto, Veracruz.



Figura 15. Papelería Norma

Fuente: (Google Street View, 2025)

Está ubicada en el centro de Ozuluama.

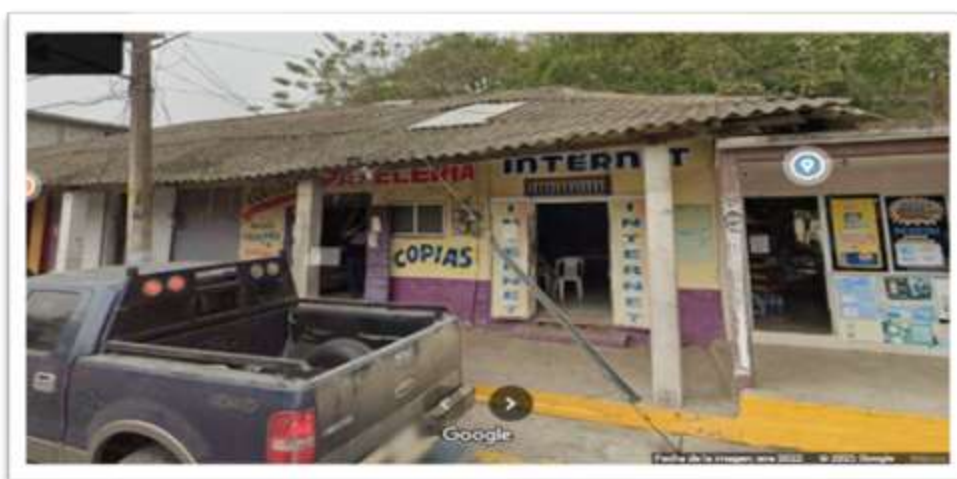


Figura 16. Papelería Avilés

Fuente: (Google Street View, 2025)

Papelería Lucy

Se ubica enfrente de la presidencia municipal de Ozuluama, Veracruz.



Figura 17. Papelería Lucy

Fuente: (Google Street View, 2025)

Mapa de posicionamiento

Localidad de Horconchitos, Municipio de Ozuluama Veracruz

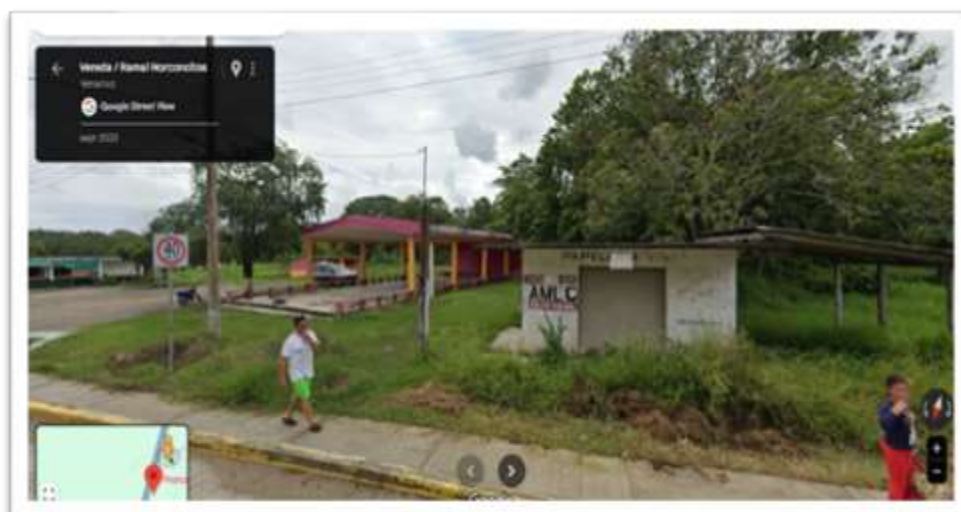


Figura 18. Mapa de posicionamiento

Fuente: (Google Street View, 2025)

4.1.5 Análisis de la oferta

Se consultó la base de datos del INEGI para identificar posibles competencias. En este caso, no se encontraron competidores en el rango de los municipios de Ozuluama Veracruz. Sin embargo, en el poblado más cercano que es Tampico alto Veracruz si hay 1 papelería que se encuentra a 30 minutos y en la ciudad de Tampico sí existen competidores.

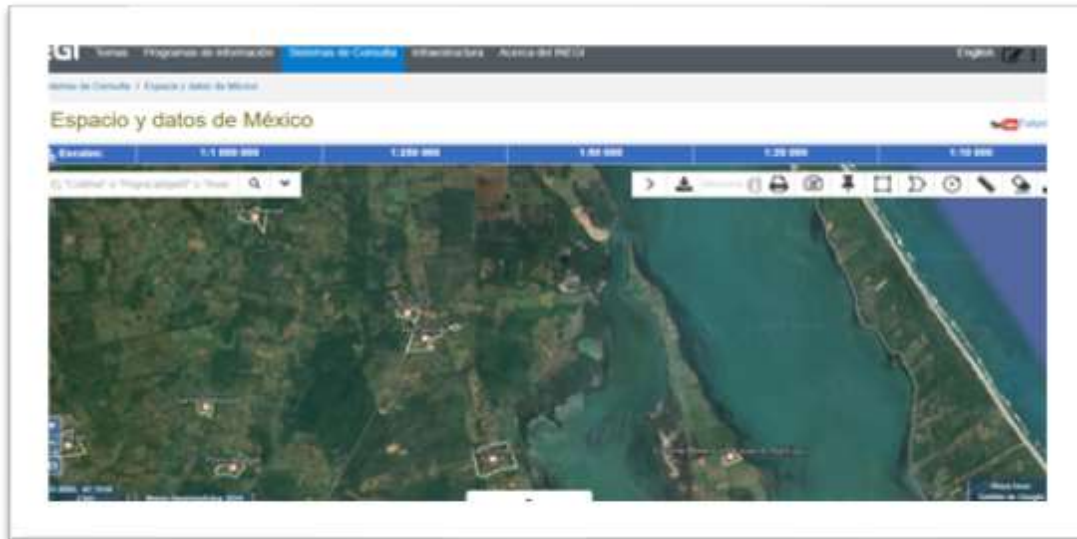


Figura 19. Mapa donde muestra las posibles competencias en Ozuluama, ver.

Fuente: (INEGI, s.f.)

Análisis de la competencia

Nombre	Giro	Ubicación	Fortaleza	Debilidad	Antigüedad en el mercado
Papelería Norma	Mercería y papelería	Tampico Alto, Veracruz.	Horario 7:00 a 20:00 hrs. Artículos Variados	Precios altos	25 años
Papelería Avilés	Papelería y ciber	Centro de Ozuluama.	Lugar céntrico Artículos variados	Precios altos	15 años

Papelería Lucy	Papelería y mercería	Centro de Ozuluama.	Lugar céntrico Artículos variados	Precios altos y mala atención.	
Papelería Salas	Papelería	Calle héroes de Veracruz, Colonia el Mante, Cucharas Veracruz.	Artículos variados Abastece una zona rural	Falta surtir mas	3 años
Papelería Milguer	Papelería	Calle Emiliano Zapata, Col el Mante Cucharas Veracruz	Artículos variados Abastece una zona rural	Falta surtir mas	3 años

Tabla 1. Análisis de la competencia

Fuente: Elaboración propia

De lo anterior se observa que la mayor competencia es papelería Avilés ya que cuenta con un ciber en esa localidad.

Clave	NOMBRE COMERCIAL/INDIVIDUAL	CLAVE DEL COMERCIO/INDIVIDUAL	Longitud	Area Geográfica
4387513	PAPELERIA ACUARIO	465311 Comercio al	21.6722901	-97.8556526 Ozuluama de Mascareñas, Ozuluama de Mascareña
4387602	PAPELERIA AVILES	465311 Comercio al	21.6604335	-97.8503371 Ozuluama de Mascareñas, Ozuluama de Mascareña
4240940	PAPELERIA DE PEQUES	465311 Comercio al	21.6594062	-97.8472705 Ozuluama de Mascareñas, Ozuluama de Mascareña
6935232	PAPELERIA DIDAS	465311 Comercio al	21.6605873	-97.8499827 Ozuluama de Mascareñas, Ozuluama de Mascareña
6934822	PAPELERIA EL BARQUITO	465311 Comercio al	21.660928	-97.8431147 Ozuluama de Mascareñas, Ozuluama de Mascareña
4387572	PAPELERIA EL ESTUDIANTE	465311 Comercio al	21.6615362	-97.8491471 Ozuluama de Mascareñas, Ozuluama de Mascareña
4387653	PAPELERIA EL PROFE	465311 Comercio al	21.6595226	-97.8508995 Ozuluama de Mascareñas, Ozuluama de Mascareña
10212634	PAPELERIA LA LANCHITA	465311 Comercio al	21.6609974	-97.8443364 Ozuluama de Mascareñas, Ozuluama de Mascareña
7600908	PAPELERIA MILGER	465311 Comercio al	21.618702	-97.6641133 Ozuluama de Mascareñas, Ozuluama de Mascareña
4387617	PAPELERIA NOVEDADES LUCY	465311 Comercio al	21.6600135	-97.850253 Ozuluama de Mascareñas, Ozuluama de Mascareña
4473905	PAPELERIA SALAS	465311 Comercio al	21.6145346	-97.6607116 Ozuluama de Mascareñas, Ozuluama de Mascareña
8289097	PAPELERIA SIN NOMBRE	465311 Comercio al	21.6531512	-97.8624215 Ozuluama de Mascareñas, Ozuluama de Mascareña

Figura 20. Papelerías establecidas en la localidad de Ozuluama y sus alrededores

Fuente: (INEGI, s.f.)

Al analizar la presencia de papelerías en la zona de acuerdo a datos del INEGI, se identificaron 12 en los alrededores de Ozuluama y 2 en la comunidad de Cucharas, Veracruz. No obstante, estas no representan una competencia directa para el negocio, ya que se ubican a aproximadamente 30 minutos de Horconitos, localidad donde se establecerá el nuevo establecimiento.

Como posibles amenazas para el negocio se identifican las grandes papelerías ubicadas en las ciudades de Tampico y Ciudad Madero, teniendo 580 en la región las cuales dominan una parte importante del mercado. Entre ellas se encuentran Papelerías Tony, Casa Marchand, Office Depot y Papelería La Daga. Estas empresas cuentan con un amplio surtido de productos y ofrecen ventas tanto al mayoreo como al menudeo, lo cual podría atraer a clientes que prefieran abastecerse en estos establecimientos.

Diferenciación del producto:

El negocio se distinguirá por llevar servicios y productos a las zonas más olvidadas, donde actualmente existe una gran necesidad de abastecimiento, tanto para profesionales, maestros, amas de casa, como para los jóvenes estudiantes. En estas comunidades, muchas veces se ven limitados o privados del acceso a artículos escolares y servicios básicos. Además, se ofrecerá conexión a internet de calidad para que los estudiantes puedan realizar sus tareas e investigaciones, algo que aún no está disponible en muchas de estas áreas debido a la falta de recursos. Todo con precios accesibles, pensando siempre en apoyar y fortalecer a la comunidad.

Barreras de entrada:

En un mundo donde cada vez más personas se animan a emprender, es importante reconocer que no todos los negocios alcanzan el punto máximo del éxito. En particular, al enfocarse en zonas rurales, el riesgo de fracaso puede ser más alto, debido a factores como la falta de apoyo por parte de la comunidad o la preferencia de los consumidores por grandes papelerías ubicadas en la ciudad.

Por otro lado, hoy en día existe abundante información disponible sobre cómo iniciar una papelería desde cero, lo que ha facilitado el acceso a este tipo de emprendimientos. Esto representa tanto una oportunidad como un desafío, ya que, aunque el inicio puede parecer sencillo, la clave está en diferenciarse y mantenerse en el mercado.

4.1.6 Determinación del precio

Porcentajes de ganancia por tipo de producto	
Productos o servicios	% de ganancia
Artículos escolares y de oficina	45%
Derivados del papel	70%
Mercería y regalos	50%
Renta de internet	40%
Servicio de tramites documentales	75%
Impresiones y fotocopias	80%
Engargolados, enmicados, escaneos	75%

Tabla 2. Porcentaje de ganancia por tipo de producto

Fuente: Elaboración propia

Se determina estos porcentajes en base a la experiencia del investigador que laboró en una papelería.

Tomando en cuenta la siguiente formula:

Precio de venta = Costo total / (1 – Margen de beneficio deseado)

Despejamos el margen de beneficio deseado, (tomando el precio de venta como el aproximado que se maneja en las papelerías actualmente)

Obtenemos la siguiente formula

Margen de beneficio deseado = 1- (costo total / precio de venta)

4.1.7 Canales de distribución

Además del punto de venta físico, se utilizarán los siguientes medios para promocionar y facilitar el acceso al servicio:

- ✓ Redes sociales-. Página de Facebook e Instagram
- ✓ Atención por WhatsApp
- ✓ Promociones especiales durante la temporada de regreso a clases, incluyendo el surtido completo de listas escolares
- ✓ Publicidad local mediante perifoneo
- ✓ Material impreso como volantes, cartelones y lonas

4.2 Estudio Técnico

El estudio técnico de un proyecto de inversión se enfoca en analizar la factibilidad de llevar a cabo las actividades propuestas en el proyecto desde un punto de vista técnico y operativo. Se evalúa si es posible realizar el proyecto con los recursos disponibles y si las tecnologías y procesos propuestos son adecuados y eficientes. (Caíta, 2025)

4.2.1 Determinación del tamaño óptimo

La papelería operará de lunes a viernes en un horario de 8:00 a 20:00 horas, con una hora destinada al almuerzo. Los sábados abrirá de 8:00 a 13:00 horas, y permanecerá cerrada los domingos.

Se contempla la contratación de un empleado (estudiante) que trabajará 5 horas diarias por la tarde, cubriendo el horario de comida y permaneciendo hasta el cierre del local.

Para determinar la capacidad instalada, primero se calculan las horas de operación del negocio a lo largo del año, utilizando la siguiente fórmula:

Hrs. trabajadas mensuales = 4 días de 5 horas + 22 días de 12 horas

Hrs. trabajadas mensuales = $(4 \times 5) + (22 \times 12)$

Hrs. trabajadas mensuales = 284 hrs.

Hrs. Trabajadas anuales = 284 horas x 12 meses = 3,408 hrs al año

De tal manera que en una hora se pueden atender de manera conservadora 5 clientes, multiplicando esto por las horas trabajadas mensuales da 1,420 atenciones de clientes al mes. Este número de atenciones se asemeja a la cantidad estimada de posibles clientes obtenida en las encuestas, donde concluimos que el 34.9% (1,406 personas en base a la población total) de entrevistados compran por lo menos una vez al mes

Considerando que una mayor cantidad de clientes compran con una periodicidad de una semana, en comparación al número que solo va una vez al mes, podemos observar que, el número de atenciones podría disminuir a una cuarta parte de lo estipulado, es decir que estas atenciones equivaldrían a una capacidad máxima de atención mensual de 355 clientes.

4.2.2 Localización del proyecto

La localización de las empresas hace referencia al lugar físico donde estas se van a ubicar. Dicha ubicación será diferente en función del tipo de empresa, es decir, según sean comerciales o de servicios (sector terciario) o industriales (secundario) (López, 2020).

La **macro localización de un proyecto o empresa** consiste en decidir la región más ventajosa donde se ubicará una empresa o negocio; describe la zona geográfica general en la que se va a encontrar un proyecto. Las ciudades y las regiones surgen a través de la simbiosis de beneficios que se generan a partir de la agrupación de empresas y personas.

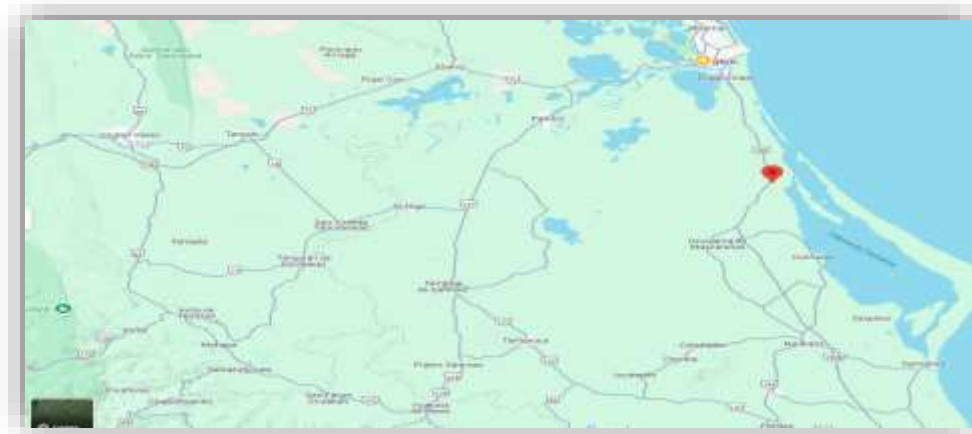


Figura 21. Macro localización del proyecto.

Fuente: (INEGI, 2025)

La macro localización de la microempresa se ubica en el estado de Veracruz, en el municipio de Ozuluama, Localidad de Horconcitos (INEGI, 2025).

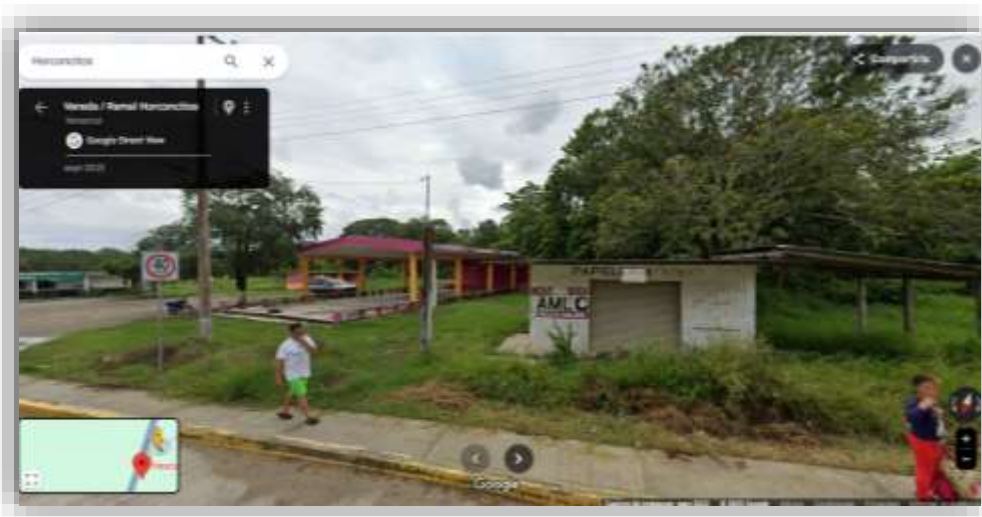


Figura 22. Imagen ilustrativa donde estará establecida la papelería.

Fuente: (INEGI, 2022)

4.2.3 Ingeniería del proyecto:

Proceso de servicio

El siguiente diagrama describe el proceso de atención al cliente que se implementará en la papelería durante una compra. Este inicia con la llegada del cliente al establecimiento, seguido de un saludo cordial y la consulta sobre el artículo o servicio que desea adquirir.

Si el cliente encuentra lo que busca, se procede con la selección de productos, los cuales se colocan en el mostrador para el pago, que podrá realizarse en efectivo o mediante terminal bancaria. Una vez efectuado el pago, se entrega el producto junto con la nota de remisión, la cual servirá tanto para llevar un control interno de inventario como para respaldar al cliente en caso de aclaraciones posteriores. Finalmente, se despide al cliente cordialmente y se le invita a regresar.

En caso de que, tras el saludo y la consulta, el cliente no encuentre el producto deseado, se le ofrecerán opciones alternativas, como artículos de otras marcas. Si aun así no se concreta la compra, se da por finalizada la atención agradeciendo su visita.

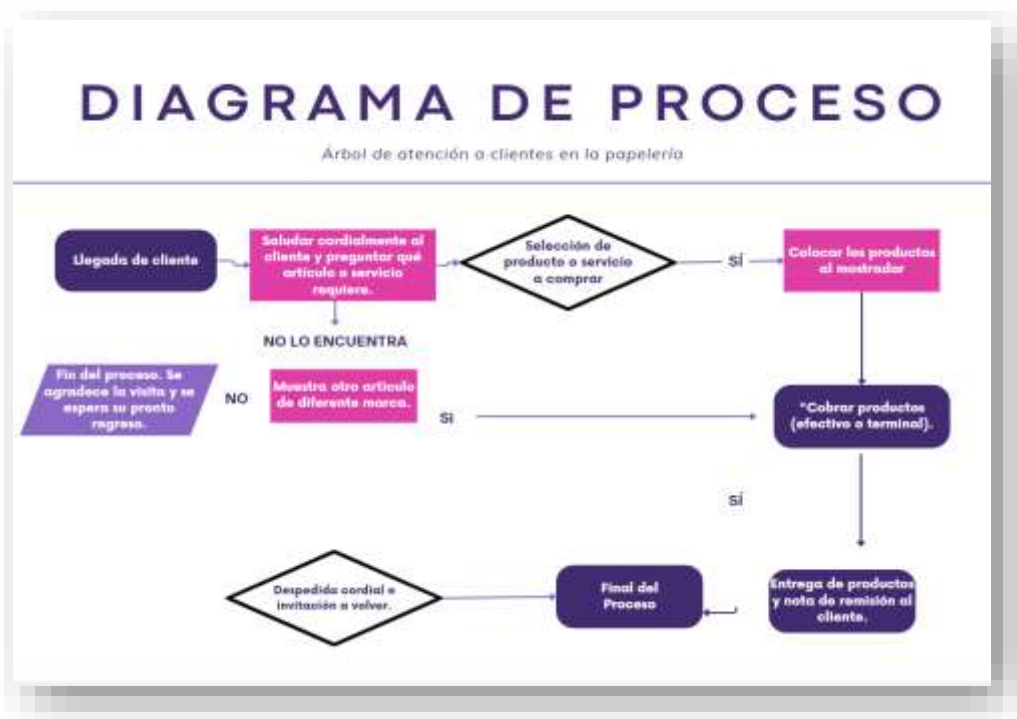


Figura 23. Diagrama de proceso de atención a clientes

Fuente: Elaboración propia

4.2.4 Equipo y maquinaria

La empresa cuenta con equipo nuevo y especializado, diseñado para garantizar un óptimo funcionamiento, como se muestra en la figura 34. Este equipo nos permitirá ofrecer un servicio de excelencia a nuestros clientes y brindar al personal las herramientas necesarias para desempeñar su labor de manera excepcional.

MOBILIARIO Y EQUIPO						
MODELO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD REQUERIDA	EMPRESA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	IM
	SHOPMALL ANAQUEL ORGANIZADOR ESTANTE METÁLICO 5 NIVELES DISEÑO MODULAR PERSONALIZABLE PARA SALA OFICINA COCINA TIENDA RESISTENTE FÁCIL DE MONTAR Y AJUSTAR SEGÚN NECESIDADES	1	AMAZON	\$ 619.00	\$ 619.00	
H-7116	ESTANTE DE 5 NIVELES DE ACERO	1	HOME DEPOT 183 X 91.4 X 45.7 CM	\$ 1,699.00	\$ 1,699.00	
S-16302	GAVETAS ESTIBABLES 50 PZAS \$34.00 c/u	1	MERCADO LIBRE	\$ 1,700.00	\$ 1,700.00	
	CANDADOS DE ACERO USO PESADO	1	MERCADO LIBRE	\$ 374.00	\$ 374.00	
	VASAGLE ESCRITORIO, MESA OFICINA PEQUEÑA Y ESTACIÓN DE TRABAJO, ESTUDIO, DORMITORIO, INDUSTRIAL, MARRÓN RÚSTICO Y NEGRO MLWD41X	1	MERCADO LIBRE	\$ 1,299.00	\$ 1,299.00	
H-8200	INMATMEX SET DE 4 SILLAS PLEGABLES DE PLÁSTICO COLOR BLANCO, CONTORNEADA CON ESTRUCTURA METÁLICA, IDEAL PARA TODO TIPO DE EVENTOS EN INTERIORES Y EXTERIORES, CON ESTRUCTURA PORTATIL.	1	MERCADO LIBRE	\$ 1,989.00	\$ 1,989.00	
	SILLA DE OFICINA	1	MERCADO LIBRE	\$ 600.00	\$ 600.00	
	ORGANIZADOR CON REPISAS PARA GAVETA	1	MERCADO LIBRE	\$ 7,502.00	\$ 7,502.00	

	CASA EASTER MESA YAM PLEGABLE PLÁSTICO PORTÁTIL TIPO PORTAFOLIO	1	1.80 METROS LARGO MERCADO LIBRE	\$ 799.00	\$ 799.00	
	ESCALERA DE ALUMINIO TIJERA DE	1	152 CM THE HOME DEPOT	\$ 997.00	\$ 997.00	
	MULTICONTACTO CON SUPRESOR DE PICOS	3	MERCADO LIBRE	\$ 440.00	\$ 440.00	
	TRUPER EXT-500, EXTINTOR PORTÁTIL RECARGABLE	1	MERCADO LIBRE	\$ 325.00	\$ 325.00	
	TABLERO DE MADERA PERFORADO -48 X 24"	1	MERCADO LIBRE	\$ 1,320.87	\$ 1,320.87	

	IMPRESORA LASER COLOR	1	MERCADO LIBRE	\$ 6,579.00	\$ 6,579.00	
	COMPUTADORA PC DE ESCRITORIO INTEL CELERON 16GB RAM DDR4 1TB M.2 LCD 19	1	MERCADO LIBRE	\$ 6,977.00	\$ 20,931.00	
	CELULAR MOTOROLA MOTO G34 5G DUAL SIM 128 GB NEGRO METEORITO 8 GB RAM	1	MERCADO LIBRE	\$ 2,625.00	\$ 2,625.00	
	MULTIFUNCIONAL XEROR B7035 MONOCROMATICO Copiadora Canon Advance 6575 Bajos Contadores (Usado)	1	MERCADO LIBRE	\$ 25,541.00	\$ 25,541.00	
	CAJA REGISTRADORA, CAJA PARA DINERO DE NEGOCIO CON LLAVES, CAJA DE SEGURIDAD PARA DINERO CON 4 CHAROLAS Y 5 DEPÓSITOS, CAJA DE EFECTIVO PORTABLE PARA GUARDAR JOYAS, RELOJES, BILLETES, MONEDAS(ROSA)	1	AMAZON	\$ 399.99	\$ 399.99	
				TOTAL	\$75,739.86	

Figura 24. Equipos para adquisición

Fuente: Elaboración propia

4.2.5 Distribución

La distribución de la papelería está organizada de la siguiente manera: al ingresar por la entrada principal, a la izquierda se encuentra la bodega, parcialmente oculta por unas gavetas que dificultan su visibilidad. Justo enfrente, se ubica un anaquel con una ventana que permite su ventilación.

En el extremo derecho del local se encuentra el área de cómputo, equipada con tres computadoras disponibles para los clientes que deseen utilizar el servicio de internet. A un costado de esta área está instalado un extintor para mayor seguridad.

En el centro del espacio se sitúa el mostrador junto con la caja, y a su lado la copiadora, destinada al servicio de copias e impresiones. También hay un estante con una amplia variedad de artículos escolares.

Sobre una pared se ha colocado un tablero de madera donde se exhiben bolsas de regalo de distintos tamaños. Junto a este se encuentra la salida de emergencia. Finalmente, en el exterior del establecimiento está ubicado el baño, accesible tanto para el personal como para los clientes.

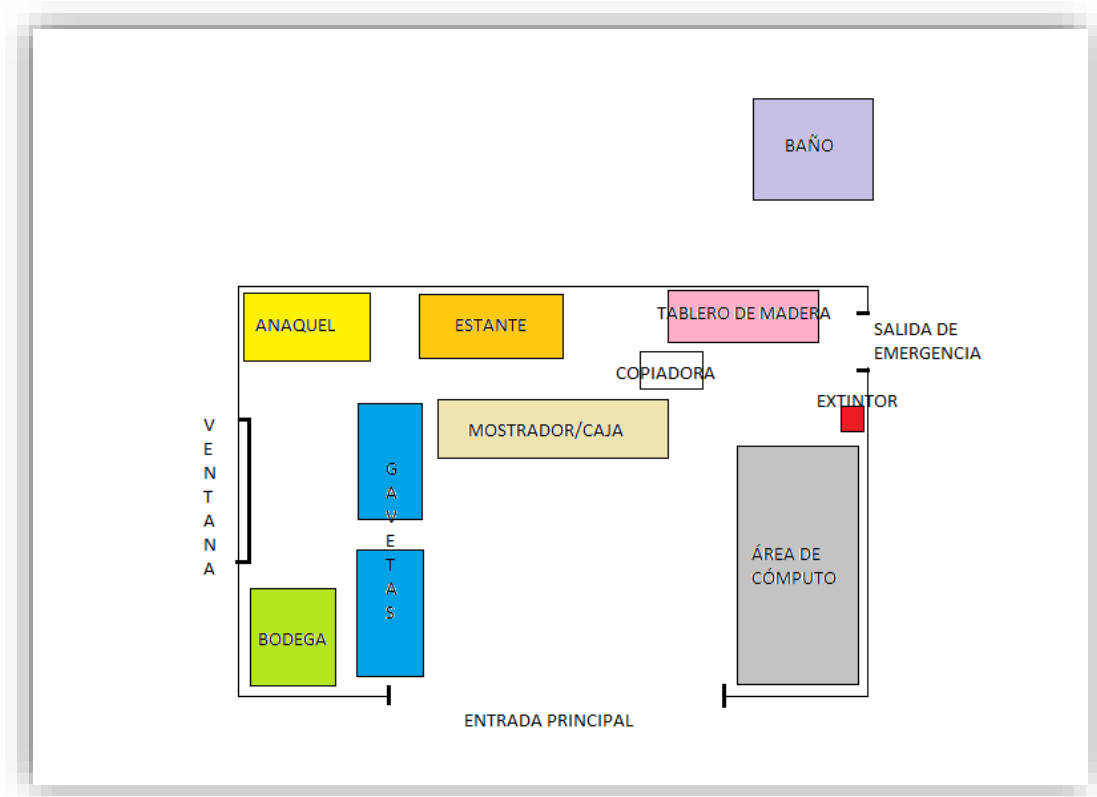


Figura 25. Distribución de la papelería

Fuente: elaboración propia

4.2.6 Disponibilidad materia prima(proveedores)

Proveedores

Se muestra en la siguiente tabla la lista de proveedores que se encuentra cerca de la localidad la cual nos abasteceremos

Proveedor	Productos
Casa Marchand	Artículos escolares
Office Depot	Abatelenguas, cartulina metálica, lapicero
Mercado Libre	Listones, cartulina ilustración negro, cartulina fluorescente
Amazon	Pegamento líquido, papel cortado

Tabla 3.Proveedores de materia prima.

Fuente: elaboración propia

4.2.7 Disponibilidad Recursos Financieros

Para la apertura del negocio se considerará una inversión de capital propio por

parte del dueño para cubrir el activo circulante, fijo y diferido por un monto de \$167,942.26

Todo el equipo necesario para iniciar operaciones será nuevo, al igual que la mercancía, con la excepción de la impresora industrial, que será de segunda mano debido a que adquirirla nueva incrementaría considerablemente la inversión inicial.

4.3 Estudio administrativo

Se escogió esta forma de organización, se conoce también como simple y se caracteriza por que es utilizada por pequeñas empresas. Es frecuente que en las empresas que utilizan este tipo de organización, el dueño y el gerente son uno y el mismo.

4.3.1 Organigrama general



Figura 26. Cronograma de actividades

Fuente: Elaboración propia.

Es importante mencionar que el dueño debe establecer el ambiente adecuado, para ayudar a sus empleados a hacer su mejor esfuerzo.

También debe estar seguro de los actos de los miembros de la organización que, de hecho, la conducen hacia las metas establecidas. (Estructura organizacional)

4.3.2 Descripción de puestos

Las actividades que desempeñara el personal son las siguientes:

ADMINISTRADOR

Los gerentes que tienen un estilo orientado a las tareas supervisan estrechamente a los empleados, con el objeto de asegurarse de que la tarea es efectuada en forma satisfactoria.

- Supervisar y dirigir un equipo de empleados, lo que incluye la contratación, la formación, la programación y la evaluación del rendimiento.
- Crear y mantener un entorno de trabajo positivo, fomentando el trabajo en equipo, la motivación y el desarrollo de los empleados.

- Supervisar y analizar el rendimiento de las ventas, aplicando estrategias para alcanzar los objetivos de ventas y aumentar la rentabilidad.
- Mantener los niveles de inventario, incluidos los pedidos y la reposición de mercancías, la realización de recuentos periódicos de inventario y la gestión eficaz de los niveles de existencias.
- Garantizar que la tienda sea visualmente atractiva y esté debidamente comercializada para atraer a los clientes y aumentar las ventas.
- Proporcionar un servicio al cliente excepcional resolviendo las quejas o problemas de los clientes con rapidez y eficacia.
- Supervisar y hacer cumplir las políticas de la tienda, incluidos los procedimientos de manejo de efectivo, las medidas de prevención de pérdidas y los protocolos de seguridad.
- Desarrollar y aplicar estrategias de marketing para atraer a nuevos clientes y retener a los existentes.
- Mantenerse al día sobre las tendencias del sector, las actividades de la competencia y las condiciones del mercado para identificar oportunidades de crecimiento y mejora.
- Generar reportes sobre ventas, inventario y otros indicadores clave de rendimiento para evaluar el rendimiento de la tienda y tomar decisiones informadas.

Perfil:

Edad: mayores de 18

Sexo: indistinto

Escolaridad: carrera administrativa o afines.

Experiencia en las actividades del puesto. (Manatal, 2024)

EMPLEADO GENERAL Y ESTUDIANTE MEDIO TIEMPO

Se encargará de las funciones y aprendizaje de:

- Recepción de mercancía
- Reposición de productos
- Tareas típicas como (impresión, fotocopias, engargolados, enmicados, etc.)
- Obtención de tramites documentales como RFC, CURP, NSS, acta de matrimonio, defunción.

- Uso de programa de gestión, venta, apertura y cierre de caja. (infoempleo)

Perfil

Edad: 18- 65 años

Sexo: indistinto

Experiencia: no necesaria.

Escolaridad: preparatoria

4.3.3 Gestión estratégica

Misión:

Brindar a la comunidad un servicio integral que ofrezca una amplia variedad de productos de papelería, artículos escolares, soluciones para trabajos en computadora y trámites documentales, todo con un enfoque en la comodidad y accesibilidad, garantizando la más alta calidad para satisfacer las necesidades de nuestra población sin necesidad de salir de la comunidad.

Visión:

Ser una empresa líder, innovadora y reconocida en el sector de la papelería, ofreciendo productos y servicios de excelencia que superen las expectativas de nuestros clientes. Nos comprometemos a contribuir al desarrollo de las comunidades rurales y al bienestar de nuestros clientes, promoviendo prácticas sostenibles y responsables con el medio ambiente para asegurar una coexistencia armoniosa entre la empresa, las personas y el planeta.

Valores:

- Responsabilidad
- Honestidad
- Transparencia
- Liderazgo
- Respeto
- Igualdad

- Integridad
- Ayuda mutua
- Compromiso

Análisis FODA

El análisis FODA se puede utilizar para administrar proyectos de manera más eficaz, pues te permitirá evaluar tus recursos y capacidades con respecto a las exigencias del proyecto y, a partir de eso, minimizar los riesgos implicados (Hoe, 2024)

De acuerdo a Daniel Hoe Con este análisis, se pueden definir estrategias para maximizar los puntos fuertes, minimizar las debilidades, aprovechar las oportunidades y enfrentar las amenazas (Hoe, 2024).

A continuación, se muestra detalladamente el análisis de la papelería:

Análisis FODA

Debilidades

- Falta de experiencia de cómo manejarse en el mercado papelerero.
- Dificultad de acceso por parte de proveedores.
- Deficiencia en la infraestructura necesaria para garantizar el acceso a internet de alta calidad en las zonas rurales.

Fortalezas

- Diferenciación de la competencia llegando a comunidades rurales brindando un amplio portafolio de servicios.
- Precios justos y productos de calidad
- Trabajos bien capacitados con excelente atención a clientes.

Amenazas

- Aparición de nuevos competidores
- Desconocimiento por parte de las comunidades sobre la disponibilidad del nuevo servicio de papelerías.
- Influencia de la política internacional en el costo de los insumos.
- Posibilidad de ausencia de servicios públicos como la energía eléctrica.

Oportunidades

- Extensa variedad de servicios al alcance de los clientes.
- Generación de empleos.

- Posibilidad de expansión a otras localidades rurales.
- Posibilidad de crecimiento de catálogo de productos ofrecidos.



Figura 27. Análisis FODA

Fuente: Elaboración propia

4.4 Estudio económico

Un estudio económico financiero es un análisis que se realiza para determinar la rentabilidad financiera de una inversión.

El análisis se realiza midiendo los flujos de efectivo futuros generados por la inversión y comparándolos con el costo inicial de la inversión, generalmente se realiza este análisis para ayudar a tomar decisiones de inversión; también, puede incluir una evaluación de los riesgos asociados con la inversión (Universidad de los Andes, s.f.).

4.4.1 Determinación de inversión inicial

Después de realizar un análisis detallado, se determinó que la inversión inicial necesaria para poner en marcha el negocio asciende a un total de \$167,942.26

A continuación, se desglosan los principales componentes de esta inversión:

- **Activos fijos:** Incluyen el equipo indispensable para la operación de la papelería, como mobiliario, equipo de cómputo y otros elementos necesarios para el funcionamiento diario.

- Activos diferidos: Representan la inversión en suministros que se utilizarán en el mediano plazo, cuya recuperación se espera conforme avance la operación del negocio.
- Activo circulante: Incluye fondos disponibles en cuentas bancarias y efectivo para cubrir los gastos operativos inmediatos.

Esta estructura financiera permitirá iniciar operaciones con los recursos necesarios para garantizar un arranque sólido y sostenible del negocio.

Activos fijos

Mobiliario y equipo			
Equipo	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Mostrador	1	\$1,299	\$1,299
Estantes	1	1,699.00	1,699.00
4 sillas Plegables	1	1,989.00	1,989.00
Silla Oficina	1	600.00	600.00
Gaveta	1	34.00	1,700.00
Organizador con respisas para gaveta	1	7,502.00	7,502.00
Anaqueles	1	619.00	619.00
Candados de acero pesado	1	374.00	374.00
Mesa plegable plástico	1	799.00	799.00
Escalera de aluminio	1	997.00	997.00
Multicontacto con supresor	1	440.00	440.00
Extintor portátil	1	325.00	325.00
Tablero de madera	1	1,320.00	1,320.87
			\$19,663.87

Tabla 4. Mobiliario y equipo

Fuente: Elaboración propia.

Equipo de computo			
Equipo	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Laptop	3	\$6,977	\$20,931
Impresora Industrial	1	25,541.00	25,541.00
Impresora Color	1	6,579.00	6,579.00
Teléfono Celular	1	2,625.00	2,625.00
Caja registradora	1	400.00	400.00
			56,076.00

Tabla 5. Equipo de computo

Fuente: elaboración propia.

Activos diferidos	
Renta (Deposito)	\$4,000.00
Acondicionamiento/ Mantenimiento	5,000.00
Licencias de software de computo	2,265.82
Publicidad pagada	1,500.00
Gastos de instalacion	1,500.00
Total	14,265.82

Tabla 6. Activos diferidos

Fuente: elaboración propia.

Activos circulante	
Inventario	\$ 42,936.57
Banco	35,000.00
Total	77,936.57

Tabla 7. Activo circulante

Fuente: elaboración propia.

Inversión total	
Activo fijo	\$75,739.87
Activo circulante	77,936.57
Activo Diferido	4,266
Total	167,942.26

Tabla 8. Inversión total

Fuente: elaboración propia.

Sumando todos los activos nos da una inversión inicial de \$ 167,942.26

4.4.2 Presupuesto de ingresos y costos

Determinación de ingresos

Para la determinación de los ingresos se considerará la atención de 178 clientes al mes que equivale a un 50% de la capacidad instalada, esto justificado en que el movimiento en el negocio tiene horas pico y horas en que baja la afluencia de clientes, por lo que una buena estimación sería en el punto medio de la misma.

En base a los resultados obtenidos en la encuesta obtuvimos un promedio de compra mensual de \$402.5 pesos y considerando el número de clientes calculamos el ingreso mensual y el anual promedio tal como se observa en la siguiente tabla:

Promedio de compra mensual y anual

Productos	Gasto promedio mensual por cliente	N° Clientes	ingresos mensuales	ingresos anuales
Articulos de oficina y escolares	100.63	178	17,911.25	214,935.00
Derivados de papel	14.38	178	2,558.75	30,705.00
Merceria y regalos	28.75	178	5,117.50	61,410.00
Renta de internet	43.13	178	7,676.25	92,115.00
Servicios de tramites	71.88	178	12,793.75	153,525.00
Impresiones y fotocopias	86.25	178	15,352.50	184,230.00
Engargolados y enmicados	57.50	178	10,235.00	122,820.00
TOTALES	402.50		71,645.00	859,740.00

Tabla 9. Determinación de ingresos mensual y anual

Fuente: Elaboración propia

Ingresos proyectados a 5 años

De acuerdo a la tabla anterior se proyectaron los ingresos a 5 años considerando un aumento conservador de 3% anual con respecto al año previo

Incremento anual de 3% = Ingreso anual * 1.03

Venta año 1	venta año 2	Venta año 3	Venta año 4	Venta año 5
\$859,740	885,532	912,098	939,461	967,645

Tabla 10. Ingreso proyectado a 5 años

Fuente: Elaboración propia

4.4.3 Costos fijos y variables

servicios básicos

Costos fijos		
Concepto	Mensuales	Anuales
Sueldos y salarios	\$25,200.00	\$302,400.00
Servicio de electricidad	550.00	6600.00
Servicio de agua	400.00	4800.00
Renta de internet	857.50	10290.00
Arrendamiento de local	1000.00	12000.00
Servicios contables	1500.00	18000.00
Permisos municipales	341.67	4100.00
Total	\$29,849.17	\$358,190.00

Tabla 11. Servicios básicos

Fuente: elaboración propia

4.4.4 Costos variables

Los costos variables se determinan disminuyendo del 100% de las ventas anuales el porcentaje de ganancias que se le asignó a cada producto en el apartado 4.1.6 (ver tabla 2 “Porcentajes de ganancia por tipo de producto”).

Para ejemplificarlo, se tomó en cuenta el producto de artículos de oficina y escolares, el cual tiene un porcentaje de ganancia de 45% y un ingreso anual de \$214,935.00 el porcentaje del costo variable de los ingresos de dicho artículo se obtiene de la siguiente forma, siguiendo la formula antes mencionada:

$$\% \text{ de Costo variable} = 100\% - \% \text{ de ganancia del producto} = 100\% - 45\% = 55\%.$$

El costo variable del producto es igual al producto del ingreso anual por el % de costo variable:

$$\text{Costo variable} = \$214,935.00 * 55\% = \$118,214.25$$

Estos porcentajes y costos variables determinados se pueden observar desglosados por producto o servicio en la tabla 12 “Costos variables”, y el costo variable total que se obtuvo es de \$319,332.00

Artículo	% de Costos variables de los ingresos	Costos variables
Articulos de oficina y escolar	55	118,214.25
Derivados de papel	30	9,211.50
Merceria y regalos	50	30,705.00
Renta de internet	60	55,269.00
Servicios de tramites	25	38,381.25
Impresiones y fotocopias	20	36,846.00
Engargolados y enmicados	25	30,705.00
	TOTAL	319,332.00

Tabla 12. Costos variables

Fuente: elaboración propia

4.5 Evaluación económica

4.5.1 Flujo Neto de efectivo proyectado

FLUJO NETO DE EFECTIVO PROYECTADO

Flujo de efectivo	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Ingresos	\$859,740.00	\$885,532.20	\$912,098.17	\$939,461.11	\$967,644.94
(-) Costos variables	319,332.00	335,298.60	352,063.53	369,666.71	388,150.04
margen de contribución	540,408.00	550,233.60	560,034.64	569,794.40	579,494.90
(-) Total de costos fijos	358,190.00	358,190.00	358,190.00	358,190.00	358,190.00
(-) Depreciaciones	13,181.59	13,181.59	13,181.59	13,181.59	13,181.59
Utilidad antes de impuestos	169,036.41	178,862.01	188,663.05	198,422.82	208,123.32
Impuestos 30%	50,710.92	53,658.60	56,598.91	59,526.85	62,436.99
Utilidad después de impuestos	118,325.49	125,203.41	132,064.13	138,895.97	145,686.32
(+) Depreciaciones	13,181.59	13,181.59	13,181.59	13,181.59	13,181.59
Flujo de efectivo neto	\$131,507.08	\$138,385.00	\$145,245.72	\$152,077.56	\$158,867.91

Tabla 13. Flujo de efectivo proyectado

Fuente: elaboración propia

4.5.2 Depreciación

DEPRECIACIÓN	INVER INICIAL	VIDA UTIL	% DEPRECIACION	1ER AÑO	2 AÑO	3ER AÑO	4TO AÑO	5TO AÑO
MOBILIARIO Y EQUIPO	\$ 19,663.87	7 AÑOS	\$ 0.10	\$ 1,966.39	\$ 1,966.39	\$ 1,966.39	\$ 1,966.39	\$ 1,966.39
EQUIPO DE FOTOCOPIADORA	32120.00	5 AÑOS	0.20	6424.00	6424.00	6424.00	6424.00	6424.00
EQUIPO DE COMPUTO	23956.00	5 AÑOS	0.20	4791.20	4791.20	4791.20	4791.20	4791.20
TOTAL				13181.59	13181.59	13181.59	13181.59	13181.59

Tabla 14. Depreciación

Fuente: elaboración propia

4.5.3 Estado de Resultados proyectado

ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADO					
Flujo de efectivo	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Ingresos	\$859,740.00	\$885,532.20	\$912,098.17	\$939,461.11	\$967,644.94
(-) costos variables	319,332.00	335,298.60	352,063.53	369,666.71	388,150.04
(-) Total de costos fijos	358,190.00	358,190.00	358,190.00	358,190.00	358,190.00
(-) depreciaciones	13,181.59	13,181.59	13,181.59	13,181.59	13,181.59
Utilidad antes de impuestos	169,036.41	178,862.01	188,663.05	198,422.82	208,123.32
Impuestos 30%	50,710.92	53,658.60	56,598.91	59,526.85	62,436.99
Utilidad neta	\$118,325.49	\$125,203.41	\$132,064.13	\$138,895.97	\$145,686.32

Tabla 15. Estado de resultados proyectado

Fuente: elaboración propia

Activos		
Activo circulante		
Inventario	\$ 42,936.57	
Banco	35000.00	
Total	\$ 77,936.57	
Activo fijo		
Mobiliario y equipo de computo	75,739.87	
Total	\$ 75,739.87	
Activo diferido		
Renta (Deposito)	4,000	
Acondicionamiento/ Mantenimiento	5,000	
Licencias de software de computo	2,265.82	
Publicidad pagada	1,500	
Gastos de instalacion	1,500	
Total	\$14,266	
Total de activos		\$167,942.26
Pasivos		0
Total pasivo		0
capital		167,943.26
Total pasivo + capital		\$167,942.26

4.5.4 Balance general proyectado

Tabla 16. Balance general proyectado

Fuente: elaboración propia

4.5.5 Punto de equilibrio

Debido a la variedad de artículos y a que cada uno presenta un porcentaje de ganancia distinto, se calcula un promedio general de ganancia basado en las ventas realizadas

En el año 1 se proyectaron ventas de \$859,740.00 con costos variables de 319,332.00 dando la utilidad bruta de \$540,408.00; si dividimos la utilidad bruta entre las ventas proyectadas se obtienen 63% de utilidad bruta.

Para el cálculo del punto de equilibrio se utiliza la siguiente fórmula:

Margen de contribución = Utilidad bruta/ ingresos proyectados

$$\text{Margen de contribución} = \$540,408.00 \div \$859,740 = 0.63 = 63\%$$

Punto de equilibrio= Costos fijos/margen de contribución

$$\text{Punto de equilibrio} = \$ 358,190.00 \div 0.63 = \$569,848$$

Se debe tener una venta de \$ 569,848 para cubrir los costos fijos de \$ 358,190.00 en este punto manteniendo ese equilibrio en el nivel de ventas no se gana ni se pierde.

4.5.6 Determinación de la tasa mínima aceptable de rendimiento

Es también llamada costo de capital o tasa de descuento. Para formarse, toda empresa debe realizar una inversión inicial. El capital que forma esta inversión puede provenir de varias fuentes: de inversionistas, bancos o, empresas. Como sea que hayan sido las aportaciones del capital, cada uno de ellos tendrá un costo asociado al capital que aporte y la nueva empresa formada tendrá un costo de capital propio (Cálculo de la tasa mínima aceptable de rendimiento (t_{mar})).

La TMAR que se usará para el negocio de papelería y ciber será de 22.59% el cual el Cetes Mercado de valores 8.4%, 8.5% corresponde al riesgo y el 5.69% debido a la inflación actual.

4.5.7 Evaluación económica

El estudio de la evaluación económica es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Si no han existido contratiempos, hasta este punto se sabrá que existe un mercado potencial atractivo; se habrá determinado un lugar óptimo y el tamaño más adecuado para el proyecto, de acuerdo con las restricciones del medio; se conocerá y dominará el proceso de producción, así como todos los costos en que se incurrirá en la etapa productiva; además, se habrá calculado la inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto. Sin embargo, a pesar de conocer incluso las utilidades probables del proyecto durante los primeros cinco años de operación, aun no se habrá demostrado que la inversión propuesta será económicamente rentable (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2013).

4.5.8 Periodo de recuperación

El periodo de recuperación del negocio es el tiempo necesario para que ese logre cubrir su inversión inicial de \$167,942.26 en base al flujo neto de efectivo proyectado el primer año tenemos \$131,507.08 segundo año, \$138,385.00 tercer año, 145,245.72, cuarto año \$152,077.56 y quinto año \$158,867.91

En nuestro ejemplo se logra cubrir la inversión inicial al 1er año 4 meses.

4.5.9 Cálculo de VPN

Valor presente neto (VPN) es el método del valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

Sumar los flujos descontados en el presente y restar la inversión inicial equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento o tiempo cero (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2013).

Se estableció una tasa mínima aceptable de rendimiento de 22.59%.

Al calcular el valor presente neto nos da como resultado positivo \$465,660.50 lo cual es factible el proyecto de inversión.

Para calcular el VPN utilizamos la siguiente formula tomando en cuenta los valores de la trema mencionada en el párrafo anterior, los flujos de efectivo mostrados en la tabla 17 y considerando nuestra inversión inicial de \$167,942.26

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+K)} + \frac{F_2}{(1+K)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

La VPN obtenida fue \$465,660.50

Periodo	Flujo de efectivo
2027	\$131,507.08
2028	138,385.00
2029	145,245.72
2030	152,077.56
2031	158,867.91

Tabla 17. Valor presente neto

Fuente: elaboración propia

4.5.10 Cálculo de TIR

Tasa interna de rendimiento es el método de descuento por la cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

Se le llama tasa interna de rendimiento porque supone que el dinero que se gana año con año se reinvierte en su totalidad. Es decir, se trata de la tasa de rendimiento generada en su totalidad en el interior de la empresa por medio de la reinversión (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2013).

La TIR se calculó en el programa de Excel considerando los flujos de efectivo proyectados a 5 años contando con una inversión de inicio de \$167,942.26 obtuvimos un valor de la TIR de 77.69% y en comparación con la TREMA 22.59% al analizar a detalle se considera que el proyecto es factible ya que la TIR es mayor que la TMAR.

4.5.11 Análisis de sensibilidad

Se utiliza en la planificación financiera para evaluar de qué manera las alteraciones en las variables clave pueden impactar los ingresos, gastos y flujo de efectivo de las empresas.

Este proceso respalda a los gerentes y ejecutivos en la toma de decisiones bien informadas en lo que respecta al presupuesto y la asignación de recursos (Arch, 2023).

Los escenarios que se utilizan para esta herramienta son:

Optimista: escenario de crecimiento donde las distintas hipótesis mejoran.

Para este ejercicio se aumentó el número de posibles clientes un 25% al utilizado previamente es decir 266 clientes.

Venta año 1	venta año 2	Venta año 3	Venta año 4	Venta año 5
\$1,284,780.00	1,323,323.40	1,363,023.10	1,403,913.80	1,446,031.21

Tabla 18. Ingresos proyectados optimista

Fuente: Elaboración propia

	FLUJO NETO DE EFECTIVO PROYECTADO				
Flujo de efectivo	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Ingresos	\$1,284,780.00	\$ 1,323,323.40	\$ 1,363,023.10	\$ 1,403,913.80	\$ 1,446,031.21
(-)costos variables	319,332.00	335,298.60	352,063.53	369,666.71	388,150.04
Margen de contribución	965,448.00	988,024.80	1,010,959.57	1,034,247.09	1,057,881.17
(-)Total de costos fijos	358,190.00	358,190.00	358,190.00	358,190.00	358,190.00
(-)depreciaciones	13,181.59	13,181.59	13,181.59	13,181.59	13,181.59
Utilidad antes de impuestos	594,076.41	616,653.21	639,587.99	662,875.50	686,509.58
Impuestos 30%	178,222.92	184,995.96	191,876.40	198,862.65	205,952.87
Utilidad despues de impuestos	415,853.49	431,657.25	447,711.59	464,012.85	480,556.71
(+) depreciaciones	13,181.59	13,181.59	13,181.59	13,181.59	13,181.59
Flujo de efectivo neto	\$ 429,035.08	\$ 444,838.84	\$ 460,893.18	\$ 477,194.44	\$ 493,738.29

Tabla 19. Flujo de efectivo proyectado optimista

Fuente: Elaboración propia

Valor presente neto optimista

Periodo	Flujo de efectivo
2027	\$429,035.08
2028	444,838.84
2029	460,893.18
2030	477,194.44
2031	493,738.29

Tabla 20. Valor presente neto optimista

Fuente: Elaboración propia

Utilizando Excel se obtiene el VPN= \$1,185,827.09 optimista

Utilizando Excel se obtiene la TIR= 258.61% optimista

Al analizar la tasa interna de retorno se obtiene 258.61% que representa un valor favorable en el análisis del proyecto el porcentaje de ganancia, el cual es mayor que el TIR de 77.69 % obtenido originalmente lo cual nos indica que el proyecto es factible y rentable.

Pesimista

Escenario pesimista: escenario donde las distintas hipótesis empeoran tanto a nivel de venta como de costes.

Para este ejercicio se disminuirá el número de posibles clientes un 20% al utilizado previamente es decir 142 clientes.

Venta año 1	venta año 2	Venta año 3	Venta año 4	Venta año 5
\$685,860.00	706,435.80	727,628.87	749,457.74	771,941.47

Tabla 21. Ingresos proyectados pesimista

Fuente: elaboración propia

FLUJO NETO DE EFECTIVO PROYECTADO PESIMISTA					
Flujo de efectivo	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Ingresos	\$ 685,860.00	\$706,435.80	\$ 727,628.87	\$749,457.74	\$771,941.47
(-)costos variables	319,332.00	335,298.60	352,063.53	369,666.71	388,150.04
Margen de contribucion	366,528.00	371,137.20	375,565.34	379,791.03	383,791.43
(-)Total de costos fijos	358,190.00	358,190.00	358,190.00	358,190.00	358,190.00
(-)depreciaciones	13,181.59	13,181.59	13,181.59	13,181.59	13,181.59
Utilidad antes de impuestos	- 4,843.59	- 234.39	4,193.76	8,419.45	12,419.84
Impuestos 30%	- 1,453.08	- 70.32	1,258.13	2,525.83	3,725.95
Utilidad despues de impuestos	- 3,390.51	- 164.07	2,935.63	5,893.61	8,693.89
(+) depreciaciones	13,181.59	13,181.59	13,181.59	13,181.59	13,181.59
Flujo de efectivo neto	\$ 9,791.08	\$ 13,017.52	\$ 16,117.22	\$ 19,075.20	\$ 21,875.48

Tabla 22. Flujo de efectivo proyectado pesimista

Fuente: Elaboración propia

Valor presente neto pesimista

Periodo	Flujo de efectivo
2027	\$9,791.08
2028	13,017.52
2029	16,117.22
2030	19,075.20
2031	21,875.48

Tabla 23. Valor presente neto pesimista

Fuente: Elaboración propia

Utilizando Excel se obtiene el VPN= \$171,046.90 pesimista

Utilizando Excel se obtiene la TIR= -18.82% pesimista

Al analizar la tasa interna de retorno se obtiene -18.82% que representa un valor desfavorable en el análisis del proyecto el porcentaje de ganancia, indica que una inversión generará una rentabilidad inferior a la tasa de descuento utilizada para calcularla, lo que implica que la inversión no será rentable y se traducirá en pérdidas para el inversor (BMF Business School, 2020).

Capítulo V Conclusiones y recomendaciones

En este capítulo se presenta de una forma generalizada lo llevado a cabo en la presente investigación como son las conclusiones del objetivo general y específicos obtenidos a lo largo del desarrollo del proyecto.

5.1 Conclusiones de los objetivos

A lo largo de la realización del proyecto “Plan de negocios para la creación de una papelería y ciber en una zona rural de Ozuluama, Veracruz.” se mencionan los objetivos específicos que fueron alcanzados

1. Realizar un estudio de mercado para identificar las necesidades específicas de la comunidad, la competencia, la oferta y la demanda, entre otros.
2. Elaborar un estudio técnico para determinar la localización de la empresa, disponibilidad de recursos financieros y humanos.
3. Desarrollar un estudio financiero que incluya proyecciones de costos, ingresos y rentabilidad, para garantizar la viabilidad económica del negocio.
4. Elaborar la evaluación económica de la empresa que determine su factibilidad.

A través del análisis de mercado, se determinó que existe una demanda favorable en la zona rural, ya que hay numerosas comunidades cercanas cuyos habitantes representan clientes potenciales reales para el negocio.

El estudio técnico muestra que la capacidad instalada de la empresa es de 1,420 atenciones al año. Considerando que, en promedio, un cliente realiza una compra una

vez por semana (aproximadamente cuatro veces al mes), se estima que esta capacidad anual equivale a una atención máxima mensual de 355 clientes únicos.

En el estudio administrativo se determinó que, dado que la empresa está en su etapa inicial, es suficiente contar con una plantilla reducida de personal. Esta decisión responde a la naturaleza y tamaño del negocio en sus primeros meses de operación. Además, se constató que todo se encuentra en condiciones adecuadas para dar inicio a las actividades comerciales.

En el estudio económico, al analizar la factibilidad del negocio y realizar las evaluaciones financieras, se obtuvo un resultado positivo. La Tasa Interna de Retorno (TIR) fue del 77.69%, mientras que la Tasa Mínima Aceptable de Retorno (TMAR) o TREMA se ubicó en 22.59%. Dado que la TIR es superior a la TMAR, se concluye que el proyecto es económicamente viable.

Asimismo, el Valor Presente Neto (VPN) resultó ser positivo, con un monto de \$465,660.50, lo que respalda aún más la factibilidad del proyecto de inversión. Por último, el periodo estimado de recuperación del capital invertido es de 1 año 4 meses, lo cual es un indicador favorable para su ejecución.

El objetivo general es determinar la factibilidad de mercado, técnica, económica y financiera para la creación de un negocio rural en Horconitos, Ozuluama, Veracruz, que ofrezca servicios de papelería, renta de internet y trámites documentales, con el fin de satisfacer las necesidades de la comunidad y las localidades cercanas, promoviendo el acceso a servicios esenciales y el desarrollo local, mismo que fue alcanzado a través de los objetivos específicos.

5.2 Aportaciones

- Fomentar la llegada de pequeños negocios que ofrezcan diversos servicios en las comunidades rurales, impulsando así el desarrollo local.
- Generar oportunidades de empleo para estudiantes y habitantes de la comunidad, evitando que tengan que salir de la zona y exponerse a riesgos.
- Proveer los productos y servicios necesarios dentro de la comunidad, reduciendo la necesidad de desplazarse a la ciudad y promoviendo la autosuficiencia local.

5.3 Recomendaciones

- Implementar promociones especiales y ofrecer el surtido completo de listas escolares, con enfoque en comunidades rurales.
- Realizar campañas informativas en rancherías y localidades cercanas para dar a conocer nuestros servicios, apoyadas con la distribución de volantes.
- Mantenerse actualizado en temas relacionados con la renta de internet, garantizando así un servicio eficiente, competitivo y de alta calidad.

Anexos

Anexo A. Primera versión de la encuesta

Plan de negocios para la creación de un Ciber y papelería en una zona rural de Ozuluama Veracruz.

¡Hola! Mi nombre es Guadalupe Anahí Calles Aguilar, soy Ingeniera en Gestión Empresarial y actualmente estoy cursando la Maestría en Gestión Administrativa en el Instituto Tecnológico de Ciudad Madero. Estoy desarrollando mi tesis titulada " Plan de negocios para la creación de un ciber y papelería en una Zona Rural de Ozuluama, Veracruz".

El objetivo de esta encuesta es evaluar la viabilidad de un negocio rural en la localidad de Horconitos, Ozuluama. Que ofrecerá servicios de papelería, renta de internet y trámites documentales. Queremos asegurarnos de que este proyecto satisfaga las necesidades de la comunidad y de las localidades cercanas, promoviendo así el acceso a servicios esenciales y el desarrollo local.

Proporciono mi correo electrónico para cualquier duda o sugerencia:
G19070017@cdmadero.tecnm.mx

Agradezco de antemano que se tomen unos minutos para participar y responder esta encuesta. Su opinión es muy valiosa para mí. ¡Muchas gracias!

1.- Genero

Femenino

Masculino

2.- Rango de edad

10-15 años

16-20 años

21-30 años

31-40 años

41-50 años

51 en adelante

3.- ¿Ocupación?

Ama de casa

Trabajador

Estudiante

Ninguno

4.- ¿Qué tan frecuente vas a una papelería?

Una vez al día

Cada tercer día

Una vez a la quincena

Una vez al mes

Nunca

5.- ¿Conoces a alguien que requiera los servicios de una papelería?

Sí, conozco.

No conozco.

Yo requiero los servicios.

6.- ¿Sería menos costoso para ti una papelería en esta localidad, que trasladarte a la ciudad?

Si

No

7.- ¿Consideras necesario una papelería con renta de internet y equipo de cómputo?

Si, lo considero.

No lo considero.

Me es indiferente.

8.- ¿Te gustaría una papelería en esta localidad con gran variedad de artículos y ofertas?

Sí, me gustaría.

No me gustaría.

Me es indiferente.

9.- ¿Cuánto gastas en productos de papelería por semana?

Menos de 50 pesos

50 a 100 pesos

Más de 100 pesos

10.- De los siguientes servicios cual es el que consideras más útil.

RFC

Útil

CURP

no es útil

Acta de nacimiento

no lo considero útil

Acta de matrimonio

Acta de divorcio

NSS

11.- ¿Consideras necesario contar con el servicio de impresiones, copias y escaneos?

Sí, lo considero

No lo considero

Me es indiferente

12.- Selecciona la comunidad donde habitas actualmente

Horconcitos

El porvenir

San Luciano

Cucharas

Alto del tigre

La esperanza

Colonia moreno

La gloria

La llave

San Gregorio

13.- ¿Con qué transporte cuentas para llegar a la papelería y poder obtener el servicio?

Vehículo propio

A pie

A bicicleta

Caballo

Motocicleta

Transporte publico

14.- Consideras de gran importancia ofrecer el servicio de trabajos en Word, Power Point, Excel entre otros.

Sí, lo considero.

No lo considero

Tal vez

15.- ¿A qué municipio necesitas trasladarte para poder acceder a estos servicios de papelería?

Tampico Alto

Cabecera de Ozuluama

Tampico

Naranjos

16.- ¿Cuánto tiempo te toma trasladarte desde tu localidad hasta Horconcityos?

5 minutos

10 minutos

15 minutos

30 minutos

1 hora

2 horas o más

17.- ¿Algún otro servicio o artículo que consideres necesario en la papelería?

11 RESPUESTAS

Anexo B. Segunda versión de la encuesta

Creación de un ciber y papelería rural

¡Hola! Mi nombre es Guadalupe Anahí Calles Aguilar, soy Ingeniera en Gestión Empresarial y actualmente estoy cursando la Maestría en Gestión Administrativa en el Instituto Tecnológico de Ciudad Madero. Estoy desarrollando mi tesis titulada " Plan de negocios para la creación de un ciber y papelería en una Zona Rural de Ozuluama, Veracruz".

El objetivo de esta encuesta es evaluar la viabilidad de un negocio rural que satisfaga las necesidades de la comunidad y de las localidades cercanas, promoviendo así el acceso a servicios esenciales y el desarrollo local.

Proporciono mi correo electrónico para cualquier duda o sugerencia:
G19070017@cdmadero.tecnm.mx

Agradezco de antemano que se tomen unos minutos para participar y responder esta encuesta. Su opinión es muy valiosa para mí. ¡Muchas gracias!



Figura 28. Artículos escolares

Fuente: (Panafargo, 2024)

1.- Género

Femenino

Masculino

Otro

2.- Rango de edad

10-15 años

16-20 años

21-30 años

31-40 años

41-50 años

51 en adelante

3.- ¿Ocupación?

Ama de casa

Trabajador

Estudiante

Ninguno

4.- ¿Qué tan frecuente vas a una papelería?

Una vez al día

Cada tercer día

Una vez a la quincena

Una vez al mes

Nunca

5.- ¿Conoces a alguien que requiera los servicios de una papelería?

Sí, conozco.

No conozco.

Yo requiero los servicios.

6.- ¿Sería menos costoso para ti una papelería en esta localidad, que trasladarte a la ciudad?

Si

No

7.- ¿Consideras necesario una papelería con renta de internet y equipo de cómputo?

Si, lo considero.

No lo considero.

Me es indiferente.

8.- ¿Te gustaría una papelería en esta localidad con gran variedad de artículos y ofertas?

Sí, me gustaría.

No me gustaría.

Me es indiferente.

SECCION II: INTERÉS DEL CONSUMIDOR

9.- ¿Cuánto gastas en productos de papelería por semana?

Menos de 50 pesos

50 a 100 pesos

Más de 100 pesos

10.- De los siguientes servicios cual es el que consideras más útil.

RFC

Útil

CURP

no es útil

Acta de nacimiento

no lo considero útil

Acta de matrimonio

Acta de divorcio

NSS

11.- ¿Consideras necesario contar con el servicio de impresiones, copias y escaneos?

Sí, lo considero

No lo considero

Me es indiferente

12.- Selecciona la comunidad donde habitas actualmente

Horconcitos

El porvenir

San Luciano

Cucharas

Alto del tigre

Campanario

La esperanza

Colonia moreno

La gloria

La llave

San Gregorio

13.- ¿Con qué transporte cuentas para llegar a la papelería y poder obtener el servicio?

Vehículo propio

A pie

A bicicleta

Caballo

Motocicleta

Transporte público

14.- Consideras de gran importancia ofrecer el servicio de trabajos en Word, Power Point, Excel entre otros.

Sí, lo considero.

No lo considero

Tal vez

15.- ¿A qué municipio necesitas trasladarte para poder acceder a estos servicios de papelería?

Tampico Alto

Cabecera de Ozuluama

Tampico

Naranjos

Pueblo viejo

16.- ¿Cuánto tiempo te toma trasladarte desde tu localidad hasta Horconcitos?

5 minutos

10 minutos

15 minutos

30 minutos

1 hora

2 horas o más

17.- ¿Algún otro servicio o artículo que consideres necesario en la papelería?

112 respuestas



Figura 29. Artículos escolares

Fuente: (Buscatan, 2025)

Bibliografía

- Google Street View. (2025). *Tampico Alto*. Obtenido de https://www.google.com.mx/maps/place/Tampico+Alto,+Ver./@22.1113799,-97.8027504,3a,75y,195.64h,82.3t/data=!3m7!1e1!3m5!1sWHNfumdbzjiqISWfZLLJZQ!2e0!6shhttps:%2F%2Fstreetviewpixels-pa.googleapis.com%2Fv1%2Fthumbnail%3Fcb_client%3Dmaps_sv.tactile%26w%3D900%2
- Arch. (11 de 10 de 2023). Obtenido de Análisis de Sensibilidad: Qué Es y Cómo Hacerlo: <https://www.arch.finance/blogs/analisis-de-sensibilidad-que-es>
- Ayuware. (2021). *Tabulación de la información: qué es y en qué consiste*. Recuperado el 16 de 02 de 2025, de ¿Qué es tabular información?: <https://www.ayuware.es/blog/tabulacion-de-la-informacion/>
- Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de proyectos* (Séptima ed.). McGraw-Hill. Recuperado el 07 de 11 de 2024
- Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de proyectos*. México: McGraw-Hill.
- Berumen. (2025). Obtenido de Investigación de campo: ¿Qué es y por qué hacerla?: <https://berumen.com.mx/investigacion-de-campo-que-es-y-por-que-hacerla/>
- BMF Business School. (2020). Obtenido de ¿Qué es la Tasa Interna de Retorno (TIR)?: <https://bmfschool.com/2024/04/24/tasa-interna-retorno-guia-completa/#:~:text=Interpretaci%C3%B3n%20de%20la%20TIR&text=Una%20TIR%20positiva%20indica%20que,a%20la%20tasa%20de%20descuento>.
- Buscatan. (2025). *Papelería Recom*. Obtenido de Buscatan: <https://www.buscatan.com/directorio/minisitio/papeleria-recom-merida-yucatan-10026>
- Calculo de la tasa minima aceptable de rendimiento (tmar)*. (s.f.). Obtenido de Capitulo 5 EvaluaciónEconómica.: <https://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/Fulltext/ADGE0000948/C5.pdf>
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (s.f.). *ley del instituto del fondo nacional de la vivienda para los trabajadores*. Recuperado el 06 de 12 de 2024, de cámara de diputados del h. congreso de la unión: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf_mov/Ley_del_Instituto_del_Fondo_Nacional_de_la_Vivienda.pdf

Camara de diputados LXIV legislatura. (2016). *Portal de Transparencia Cámara de Diputados H. Congreso de la Unión*. Obtenido de Marco Normativo: <http://pot.diputados.gob.mx/Obligaciones-de-Ley/Articulo-70/I.-Marco-Normativo>

Castro Sánchez, A. (09 de febrero de 2020). *En las papelerías se vendía desde vinos hasta muebles*. Obtenido de El Universal: <https://www.eluniversal.com.mx/opinion/mochilazo-en-el-tiempo/en-las-papelerias-se-vendia-desde-vinos-hasta-muebles/>

Clínica Universidad de Navarra. (2024). *Celulosa*. Recuperado el 08 de 11 de 24, de Clínica Universidad de Navarra: <https://www.cun.es/diccionario-medico/terminos/celulosa>

Comoponerunnegocio.org. (s.f.). *Negocio de Papeleria*. Recuperado el 06 de 12 de 2024, de comoponerunnegocio.org: <https://www.comoponerunnegocio.org/Negocio-de-Papeleria--787>

Copiers todo para su copiadora laser. (09 de 06 de 2022). *¿Conoces la primera fotocopidora?* Recuperado el 04 de 12 de 2024, de Copiers todo para su copiadora laser: <https://copiers.com.mx/conoces-la-primera-fotocopidora/>

Editorial Etecé. (05 de 08 de 2021). *Demanda*. Recuperado el 11 de 11 de 2024, de Editorial Etecé: <https://concepto.de/demanda/>

Editorial Etecé. (20 de 11 de 2023). *Paisaje rural*. Recuperado el 12 de 11 de 24, de Editorial Etecé: <https://concepto.de/paisaje-rural/>

Editorial Étece. (03 de 02 de 2023). *Producto*. Obtenido de ¿Qué es un producto?: <https://concepto.de/producto/>

El financiero. (08 de 11 de 2013). *Nostalgia de México en "La Moderna"*. Recuperado el 04 de 11 de 2024, de El financiero: <https://www.elfinanciero.com.mx/politica/nostalgia-de-mexico-en-la/>

El Universal. (16 de 03 de 2016). *Estrategia de valor competitivo*. Recuperado el 13 de 11 de 2024, de El Universal: <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/cartera/finanzas/2016/03/16/estrategia-de-valor-competitivo/>

Enigma Consultor & Gsiller. (2022). *Historia del Papel*. Recuperado el 01 de 10 de 2024, de Camara del Papel: <https://camaradelpapel.com.mx/historia-del-papel.php>

Estructura organizacional. (s.f.). Recuperado el 06 de 12 de 2024, de https://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portallG/home_4/mod_virtuales/modulo5/2.2.pdf

Gob.pe. (2024). *Sistema de Trámite Documentario – SITRADO*. Recuperado el 13 de 11 de 2024, de gob.pe: <https://www.gob.pe/institucion/pcm/informes-publicaciones/2002683-sistema-de-tramite-documentario-sitradoc>

Gobierno de Colombia. (08 de 11 de 2024). *CIBERCAFÉ*. Obtenido de GOV.CO: <https://www.computadoresparaeducar.gov.co/glosario/c/>

Gobierno de México. (22 de 01 de 2025). *Servicio de Administración Tributaria*. Obtenido de SAT brinda facilidades para tributar en el RESICO: <https://www.gob.mx/sat/prensa/sat-brinda-facilidades-para-tributar-en-el-resico-04-2025?idiom=es>

Gobierno de México. (s.f.). *Aplicación de Estudios Socioeconómicos*. Recuperado el 11 de 11 de 2024, de Gobierno de México: <https://www.gob.mx/tramites/ficha/aplicacion-de-estudios-socioeconomicos/Entidades7763#:~:text=Se%20aplica%20con%20la%20finalidad,educativa%2C%20transporte%2C%20gastos%20funerarios>.

Gobierno de México. (s.f.). *Conoce los tipos de régimen fiscal para personas físicas*. Recuperado el 06 de 12 de 2024, de <https://www.gob.mx/sat/es/articulos/conoce-los-tipos-de-regimen-fiscal-para-personas-fisicas?idiom=es>

Gobierno del Estado de México. (2024). *Instituto Mexiquense del Emprendedor*. Recuperado el 13 de 11 de 2024, de Gobierno del Estado de México: http://ime.edomex.gob.mx/plan_de_negocios#:~:text=%C2%BFQU%C3%89%20ES%20UN%20PLAN%20DE, reducir%20al%20m%C3%A1ximo%20los%20riesgos.

Google Street View. (2025). *Horconcitos*. Obtenido de https://www.google.com.mx/maps/place/92093+Horconcitos,+Ver./@21.8509339,97.748619,3a,75y,186.45h,84.52t/data=!3m7!1e1!3m5!1s7hyTnB4T3D59HXhU5gvaXgl2e0!6shttps:%2F%2Fstreetviewpixels-pa.googleapis.com%2Fv1%2Fthumbnail%3Fcb_client%3Dmaps_sv.tactile%26w%3D

Google Street View. (2025). *Papelería Aviles*. Obtenido de https://www.google.com.mx/maps/place/Papeler%C3%ADa+Aviles/@21.6602649,-97.8502931,3a,75y,286.64h,90t/data=!3m7!1e1!3m5!1sjA75NsTHHu3xsuWY_m9eZAI2e0!6shttps:%2F%2Fstreetviewpixels-pa.googleapis.com%2Fv1%2Fthumbnail%3Fcb_client%3Dmaps_sv.tactile%26w%3D900%

- Grupo Altea. (10 de 04 de 2024). *¿En qué régimen fiscal registrar mi papelería?* Recuperado el 16 de 12 de 2024, de Grupo Altea|: <https://www.grupoaltea.org/post/obligaciones-fiscales-de-tu-papeler%C3%ADa>
- Guía de la Industria Química. (s.f.). *Papel y cartón*. Recuperado el 11 de 11 de 2024, de Guía de la Industria Química: <https://guiaquimica.mx/industria/12/papel-y-carton#:~:text=La%20industria%20del%20papel%20y,de%20empaquete%20y%20papel%20especial.>
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill. Recuperado el 09 de Enero de 2025
- Hernández Sampieri, R. (s.f.). *Metodología de la investigación*. The McGraw-Hill. Recuperado el 09 de 01 de 2025
- Hoe, D. (3 de 07 de 2024). *Análisis FODA: ¿Qué es y cómo hacerlo?* Obtenido de Salesforce: <https://www.salesforce.com/mx/blog/analisis-foda/>
- Indeed. (s.f.). *Perfil de puesto de un contador*. Recuperado el 06 de 12 de 2024, de Indeed: <https://mx.indeed.com/orientacion-profesional/como-encontrar-empleo/perfil-puesto-contador>
- INEGI. (09 de 2022). Obtenido de https://www.google.com.mx/maps/@21.8516208,-97.7469302,3a,68.5y,353.78h,86t/data=!3m7!1e1!3m5!1s5JgNb_7fcMKVzUhLH2oT1g!2e0!6shhttps:%2F%2Fstreetviewpixelspa.googleapis.com%2Fv1%2Fthumbnail%3Fcb_client%3Dmaps_sv.tactile%26w%3D900%26h%3D600%26pitch%3D3.9990
- INEGI. (2025). Obtenido de https://www.google.com.mx/maps/place/92093+Horconcitos,+Ver./@21.7380007,98.4487419,9.75z/data=!4m6!3m5!1s0x85d8288634635921:0x4b6e531f1bd0a1ec!8m2!3d21.852743!4d-97.7438911!16s%2Fg%2F1tflscgk?entry=ttu&g_ep=EgoyMDI1MDQwOS4wLWlKXMDSoASAFQAw%3D%3D
- INEGI. (s.f.). *Geografía y Medio Ambiente*. Recuperado el 11 de 02 de 2025, de Topografía: <https://www.inegi.org.mx/temas/topografia/>
- Infoempleo. (s.f.). *Ricardo Martín Sánchez*. Recuperado el 06 de 12 de 2024, de infoempleo: <https://www.infoempleo.com/ofertasdetrabajo/dependienteapapelerialibreriacopisteria-en-formacion/san-pedro-de-alcantara/2246467/#:~:text=Se%20encargar%C3%A1%20de%20las%20funciones,de%20la%20responsable%20de%20tienda.>

- Infonavit. (2017). *¿Por qué es obligatorio aportar al Infonavit el 5% del salario de mis trabajadores?* Recuperado el 16 de 12 de 2024, de Infonavit: https://portalmx.infonavit.org.mx/wps/portal/infonavitmx/mx2/patrones/!ut/p/z1/jZF Nb4MwDEB_Sw9csRMgDb1FpaKFCcGBj-Yy0YmmSEAqYOPvrqnSS3FN1vv2bINEgqQXfITq3KsdVc2j_ws2Sc7eUj4HunRzbbI8EBDP4yt4MOBfAZ8xOPeJhHPuMAkciMaMosGgoFc47uuZ5OQI41JhJhkCfFO3hYdtNf5-CIErvMX
- López, V. (24 de 08 de 2020). *La localización de la empresa*. Obtenido de Econfinados: <https://www.econfinados.com/post/la-localizacion-de-la-empresa>
- Manatal. (2024). *Descripción del puesto de Director de tienda*. Recuperado el 06 de 12 de 2024, de Manatal: <https://www.manatal.com/es/job-description/store-manager-jobdescription#:~:text=como%20director%20de%20tienda%2c%20ser%c3%a1,c ompra%20positiva%20para%20los%20clientes>.
- Marcanet. (2016). *IIstituto Mexicano de la Propiedad Industrial*. Obtenido de <https://acervomarcas.impi.gob.mx:8181/>
- Monje Álvarez, C. A. (2011). *Metodología de la Investigación cuantitativa y cualitativa*. Recuperado el 03 de 01 de 2025, de Universidad Surcolombiana.
- Moreno Galindo, E. (24 de 05 de 2024). *Definicion del marco historico*. Obtenido de Blogger.com: https://tesisinvestigacioncientifica.blogspot.com/2017/08/elaboracion-del-marco-historico.html#google_vignette
- Ñaupas Paitán, H., Valdivia Dueñas, M. R., Palacios Vilela, J. J., & Romero Delgado, H. E. (2018). *Metodología de la investigación Cuantitativa - Cualitativa y Redacción de la Tesis*. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U. Recuperado el 09 de 01 de 2025
- Ñaupas, P., Valdivia Dueñas, M. R., Palacios Vilela, J. J., & Romero Delgado, H. E. (s.f.). *Metodología de la Investigación*. Ediciones de la U. Recuperado el 31 de 12 de 2024
- Ofisillas. (s.f.). *MATERIALES DE OFICINA INDISPENSABLES*. Recuperado el 08 de 11 de 24, de Ofisillas: <https://www.ofisillas.es/blog/materiales-de-oficina-indispensables/#:~:text=El%20material%20de%20oficina%20constituye,ahorrando%20el%20m%C3%A1ximo%20tiempo%20posible>.
- Panafargo. (2024). *Panafargo*. Obtenido de Lista para surtir una papeleria: <https://panafargo.com/lista-para-surtir-una-papeleria/>
- Panafargo Papelería y tienda de artes. (2024). *¿Qué es papeleria?* Recuperado el 06 de 11 de 2024, de Panafargo Papelería y tienda de artes: <https://panafargo.com/que->

es-papeleria/?srsItid=AfmBOopXk-rRQwc1AY8rXgGRLXQguGoBGZklsR2mJNLCRJRhncLKWRMp

- Posgrados Anahuac*. (2022). Obtenido de ¿Qué es un Estudio de Mercado y cómo me sirve?: <https://queretaro.anahuac.mx/blog/qu%C3%A9-es-un-estudio-de-mercado-y-c%C3%B3mo-me-sirve>
- QuickBooks. (s.f.). *¿Qué es un régimen fiscal?* Recuperado el 06 de 12 de 2024, de QuickBooks: <https://quickbooks.intuit.com/global/resources/es/contabilidad-y-registro-contable/que-es-una-persona-fisica-con-actividad-empresarial/>
- Quiroa, M. (25 de 01 de 2024). *¿Qué es la producción?* Recuperado el 13 de 11 de 24, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/produccion.html>
- Real Academia Española. (2023). Recuperado el 11 de 11 de 2024, de Real Academia Española: <https://www.rae.es/>
- Rivera, E. (s.f.). *Licencias y permisos para abrir un negocio en México en 2024*. Recuperado el 16 de 12 de 2024, de Tiendanube: <https://www.tiendanube.com/blog/tramites-y-permisos-para-abrir-un-negocio-en-mexico/>
- SAT. (s.f.). *Artículo 100*. Recuperado el 16 de 12 de 2024, de Secretaria de administración tributaria: <https://www.gob.mx/sat>
- Servicio Nacional del Consumidor. (s.f.). *El mercado y su funcionamiento*. Recuperado el 11 de 11 de 2024, de Servicio Nacional del Consumidor: <https://www.sernac.cl/portal/607/w3-propertyvalue-21057.html#:~:text=El%20mercado%20es%20un%20conjunto,que%20se%20cobra%20por%20%C3%A9ste.>