

**EVALUACIÓN DEL IMPACTO FINANCIERO, ECONÓMICO Y DE MERCADEO
DE LA PAPELERÍA LA ESENCIA**

SINERLLY PAOLA VALLEJO RONCANCIO

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

2019

**EVALUACIÓN DEL IMPACTO FINANCIERO, ECONÓMICO Y DE MERCADEO
DE LA PAPELERÍA LA ESENCIA**

Sinerlly Paola Vallejo Roncancio

Asesor: Marlén Deyanira Melo Zamora

Trabajo de grado para optar al título de Administradora de empresas

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

2019

Nota de aceptación

Firma del Presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Girardot, 30 de mayo 2019

Dedicatoria

A mi familia que siempre me ha brindado su apoyo, mi abuela por su paciencia y por el apoyo en el cuidado de mis hijos mientras yo realizo mis estudios, a mi madre quien ha hecho posible mi estudio con su apoyo no solo económico sino moral, su gran amor, a mis hijos quienes han esperado este triunfo de una etapa más de mi vida, a mis profesores, Luis Alberto farfán, Ángel Muñoz, Diego Munar, Juan Carlos Bermeo, por ser parte fundamental en el proceso de aprendizaje al profesor Omar Quijano, la profesora Marlen Deyanira Melo, por su acompañamiento y por la guía en el desarrollo de esta sistematización, no sin antes agradecer a la profesora Martha García López, María Nela Portillo por su apoyo y acompañamiento durante mi emprendimiento, a el director Diego Cifuentes Bedoya por su constancia, dedicación para con el programa, a la universidad minuto de Dios por su entrega y confianza que deposita en cada uno de sus alumnos para ser grandes profesionales.

Agradecimiento

A Dios, primeramente, a mi familia, quienes han sido un apoyo incondicional todo este tiempo, han contribuido en la realización de este proyecto. A nuestros profesores en la Universidad minuto de Dios y directivos, a mis compañeros por compartir una etapa más en el proceso de la vida, gracias.

Resumen

La presente sistematización de experiencia está basada en la evaluación del impacto financiero, económico y de mercadeo de la papelería LA ESENCIA; el objetivo de esta evaluación es creado para determinar cómo ha venido evolucionando desde su creación, y el impacto que ha tenido en la comunidad de Anapoima más concretamente la urbanización Compartir respecto a la papelería. También buscamos determinar si el plan de negocios puesto en marcha se ha desarrollado de manera efectiva, si está surtiendo el efecto esperado frente a la realidad del mercado propuesto en el proyecto de emprendimiento previamente realizado.

Fue creada un poco antes de comenzar el trabajo de emprendimiento con la Universidad Minuto de Dios, trabajo que ayudó a desarrollar unas bases sólidas para rediseñar en su totalidad esta papelería; pero no siempre las cosas han salido conforme al plan, ya que dicha papelería ha venido enfrentando problemas, pues no ha tenido un incremento en ventas esperado; Esto no permiten una disponibilidad financiera suficiente, a su vez no pueda brindar un buen servicio a la comunidad todo esto porque no se planeó con anterioridad tener competencia potencial en el sector.

De igual modo encontraremos el diseño de las soluciones a las problemáticas de la empresa, dichas soluciones pretenden encaminar la empresa hacia un crecimiento continuo implementando herramientas permanentes para contrarrestar la problemática existente a nivel Financiero.

Palabras clave: Papelería, Evaluación, Impacto financiero, Mercadeo, Emprendimiento, administración de empresas.

Abstract

The present systematization of experience is based on the evaluation of the financial, economic and marketing of the LA ESENCIA stationery; the objective of this evaluation is created to determine how it has been evolving since its creation, the impact it has had on the community of Anapoima more specifically the urbanization Share about the stationery.

We also seek to determine if the business plan put in place has been effectively developed, if it is having the expected effect in face of the reality of the market proposed in the project of entrepreneurship previously carried out. It was created a little before beginning the work of entrepreneurship with the Minute University of God, work that helped to develop solid foundations to redesign this stationery in its entirety; but not always things have gone according to the plan, since this stationery has been facing problems, because there has been no increase in sales as expected.

This does not allow sufficient financial availability, in turn can't provide good service to the entire community this is because it was not planned before to have potential competition in the sector.

In the same way we will find the design of the solutions to the problems of the company, these solutions intend to direct the company towards a continuous growth implementing permanent tools to counteract the existent problematic at Financial level.

Key Words: Stationery, evaluation, financial impact, marketing, entrepreneurship, business administration.

1.2.7.	Circulo de oro	25
1.3.	Marco Legal	26
1.3.1.	Ley 1014 de 2006.....	26
1.3.2.	Innpulsa en Colombia	27
2.	Planeación y Metodología.....	28
2.1.	Formulación del Problema de Aprendizaje.....	28
	2.1.1. ¿Por qué?.....	28
	2.1.2. ¿Cómo?.....	29
	2.1.3. ¿Para qué?.....	30
2.2.	Identificación de Actores Involucrados y Participantes.....	31
	2.2.1. Participantes en la creación de la papelería.....	31
2.3.	Estructura del Modelo de Reconstrucción de la Experiencia.....	31
	2.3.1. Diagnóstico estrategias marketing	31
	Estrategias de ventas y distribución	43
	Estrategias publicitarias, de promoción de ventas y merchandising	43
	2.3.2. Matriz de planeación.....	52
2.4.	Modelo de Divulgación de la Experiencia.....	53
	2.4.1. Perfil del cliente	54
	2.4.2. Características del segmento.....	55
	2.4.3. Necesidades que se esperan satisfacer	55

Lista de Tablas

Tabla 01. Tabla de Análisis PESTEL.....	31
Tabla 02. Tabla de propuesta de valor	57

Lista de Figuras

Figura 01. Imagen nombre de la organización (Fuente: Diseño propio).....	16
Figura 02. Logo de la organización (Fuente: Diseño propio)	16
Figura 03. Análisis de Marketing Mix – Las 4 P’s (Fuente: Elaboración propia)	33
Figura 04. Análisis DOFA (Fuente: Elaboración propia)	34
Figura 05. Análisis FODA (Fuente: Elaboración propia)	34
Figura 06. Imagen manual de funciones (Fuente: Tomada de trabajo de emprendimiento)	35
Figura 07. Costos algunos productos papelería La Esencia (Fuente: Elaboración propia)	37
Figura 08. Pendón publicitario de la papelería (Fuente: Diseño Cris Art diseño gráfico)	37
Figura 09. Distribución productos colombina (Fuente: Elaboración propia LA ESENCIA)...	40
Figura 10. Productos varios (Fuente: Archivo papelería La Esencia).....	40
Figura 11. Fotografía artículos del hogar (Fuente: Archivo papelería La Esencia)	41
Figura 12. Almacenamiento estantería (Fuente: Archivo papelería La Esencia)	41
Figura 13. Imagen cuadro Estados financieros (Fuente: Elaboración propia)	45
Figura 14. Imagen cuadro costo de operación (Fuente: Archivo personal)	46
Figura 15. Imagen cuadro costos de administración 2016 (Fuente: Elaboración propia)	47
Figura 16. Imagen cuadro Estado de pérdidas y ganancias (Fuente: Elaboración propia).....	47
Figura 17. Análisis pyg en comparación 2018 – 2019 (Fuente: Elaboración propia)	48

Figura 18. ROA Estados financieros 2018 (Fuente: Elaboración propia).....	49
Figura 19. Imagen cuadro sobre nivel de endeudamiento (Fuente: Elaboración propia).....	49
Figura 20. Imagen cuadro indicador de liquidez papelería (Fuente: Elaboración propia)	50
Figura 21. Matriz de planificación papelería La Esencia (Fuente: Elaboración propia).....	52
Figura 22. Características del segmento de mercado (Fuente: Elaboración propia)	55
Figura 23. Imagen de cuadro de componente de valor (Fuente: Elaboración propia).....	56
Figura 24. Imagen de ubicación geográfica papelería (Fuente: https://www.waze.com/)	58
Figura 25. Imagen plano de la papelería (Fuente: Trabajo de emprendimiento)	59
Figura 26. Tabla de presupuesto de la papelería (Fuente: Elaboración propia)	59
Figura 27. Imagen de cuadro de equipo papelería (Fuente: Elaboración propia)	60
Figura 28 Imagen de cuadro equipo y maquinaria (Fuente: Elaboración propia).....	60
Figura 29. Imagen de cuadro de costos y gastos papelería	61
Figura 30. Tabla de amortización del crédito para compra de papelería (Fuente: Estudio financiero).....	63
Figura 31. Inventario valores generales (Fuente: Estados financieros 2016 La Esencia)	64
Figura 32. Collage realizado con fotos de creaciones de la papelería (Fuente.....	65
Figura 33. Continuación collage anterior (Fuente: Elaboración propia)	66
Figura 34. Eventos patrocinando la papelería (Fuente: Archivo personal)	68
Figura 35. Colash de creaciones en reciclaje papelería la Esencia (Fuente: Archivo personal)	
.....	69
Figura 36. Muestra de trabajos de personas con habilidades (Fuente: Archivo personal)	70
Figura 37. Colash de fotos proyecto.....	71

Figura 38. Imagen de encuesta para mercadeo I (Fuente: Trabajo de investigación viabilidad papelería).....	78
Figura 39. Imagen de encuesta para mercadeo II (Fuente: Trabajo de investigación viabilidad papelería).....	79
Figura 40. Análisis de la encuesta pregunta 1 (Fuente: Elaboración propia).....	79
Figura 41. Grafica edad de los principales consumidores (Fuente: Elaboración propia).....	80
Figura 42. Gráfica internet (Fuente: Elaboración propia)	80
Figura 43. Lugar de consulta de internet (Fuente: Elaboración propia).....	81
Figura 44. Gráfica con que objeto utiliza internet (Fuente: Elaboración propia).....	81
Figura 45. Gráfica con que objeto utiliza internet (Fuente: Elaboración propia).....	82
Figura 46. Gráfica establecimiento donde estudian sus hijos (Fuentes: Elaboración propia) .	82
Figura 47. Grafica productos que frecuenta de una papelería (Fuente: Elaboración propia)...	83
Figura 48. Imagen de marco lógico papelería LA ESENCIA (Fuente: trabajo de investigación para la viabilidad de la papelería LA ESENCIA)	84
Figura 49. Método Canvas (Fuente: trabajo de investigación para la viabilidad de la papelería LA ESENCIA)	85
Figura 50. Imagen cuadro plan operativo (Fuente: trabajo de investigación para la viabilidad de la papelería LA ESENCIA	86

Introducción

Los negocios de las papelerías han venido evolucionando a pasos agigantados, junto con la tecnología, ya que no solamente se busca la innovación con un artículo, sino que este brinde varias opciones de tipo tecnológico, para así cumplir a satisfacción del cliente que en estos tiempos de cambios constantes y acelerados tiene altas expectativas.

Este trabajo es resultado de una conjugación de experiencias que se han obtenido en el transcurso de la creación de esta empresa en el municipio de Anapoima - Cundinamarca se pretende realizar un estudio para evaluar el estado financiero y marketing de la papelería LA ESENCIA, esto porque ha venido sufriendo un impacto negativo debido a la competencia a nivel de papelerías; los servicios que brinda la papelería en el municipio son diversos porque cada año existe demanda por los estudiantes residentes en la urbanización compartir del municipio de Anapoima, quienes por cercanía y además por el ambiente natural de la locación, brinda un agradable y relajado lugar que propicia e inspira trabajar plácidamente.

Otro de los valores agregados son que se pueden aprovechar para facilitar la unidad familiar, al momento de la compra de los útiles necesarios y de la realización de trabajos y tareas impuestas por los docentes a los estudiantes.

El servicio de valor que ofrece “la papelería” es orientación pedagógica a los chicos en sus tareas diarias, facilitándole una asesoría en trabajos sabiendo que por lo general los padres no cuentan con el tiempo suficiente para orientar a sus hijos en el desarrollo de los trabajos, sea por su trabajo o por falta de conocimiento, por eso se implementa la asesoría de trabajos, tareas, talleres, maquetas etcétera, este es el producto que da un valor agregado, pues varias papelerías del municipio no cuentan con el personal adecuado y con el tiempo para realizar esta labor.

Las características que influyeron para realizar este estudio son la base a la proyección de la empresa en sí, puesto que muchos de los objetivos no se cumplen es por ello que desarrollar esta investigación se pretenderá fortalecer el negocio teniendo en cuenta las limitaciones que se han ido encontrando y que se puedan presentar más adelante.

Nombre de la organización



Figura 1. Imagen nombre de la organización (Fuente: Diseño propio)

Logo de la organización



Figura 2. Logo de la organización (Fuente: Diseño propio)

Misión

Proporcionar a todos los clientes un excelente servicio, productos de buena calidad, con precios competitivos, la incorporación de nuevos productos artículos y servicios requeridas por los clientes. Así mismo encontrar la manera de brindar descuentos y reducir costos de productos para un beneficio directo al cliente.

Visión

Ser una empresa con un mejor prestigio reconocido a nivel municipal, capaz de satisfacer las necesidades del cliente, y así mismo de sus proveedores. Lograr que nuestros clientes nos consideren líderes en cuanto a servicio y alternativas de consumo en la comercialización y distribución de productos terminados de papelería.

1. Antecedentes y Marco Referencial

1.1. Marco Contextual

1.1.1. Objetivo general

- Evaluar el impacto financiero, económico y de mercadeo de la papelería **LA ESENCIA** enfocado a un plan de mejoramiento comercial y de servicios en el mercado papelerero de Anapoima Cundinamarca.

1.1.2. Objetivos específicos

- Elaborar el Diagnostico Estratégico para papelería la Esencia, Partiendo de mejoramiento de los productos en cuanto a diversidad y calidad. Reorganizar el espacio físico haciéndolo más atractivo a la vista y por último cambiaremos la estrategia comercial.
- Identificar los factores que influyen en la consolidación en el mercado, como competencia, población, (marketing).
- Implementar los Ratios financieros necesarios para determinar en qué estado se encuentra la empresa, entre ellos el ROA, nivel de endeudamiento, liquidez; esto para poder realizar efectivamente los análisis financieros y garantizar su solvencia.
- Elaborar el estudio financiero, económico y de mercadeo que le permita a la empresa posicionarse mejor en el mercado actual.

1.2. Marco Teórico

1.2.1. Antecedentes

Eventualmente se relaciona el concepto de emprendimiento con lo relacionado a los procesos de creación de empresas, prevaleciendo en este sentido una visión economicista en su concepción.

Pero para hablar de emprendimiento primero tenemos que ver que significa y por qué es tan relevante el término “emprendedor” esto refiere a una persona con capacidad de generar bienes y servicios de una manera innovadora, creativa, responsable y efectiva que también es sinónimo de cambio y de toma de decisiones a riesgo, aquel individuo que es capaz de alcanzar lo que se propone; así daremos paso al emprendimiento que es una manera de pensar y actuar orientada a la creación de la riqueza que no fue sino hasta 1997 que empieza a surgir y tener importancia.

Autores reconocidos en este campo son: Peter Drucker expone características dependiendo las condiciones de un emprendedor en su deseo de crear y mantener su propia empresa; afirmó que la función del empresario es lograr que el negocio de hoy, y especialmente el exitoso, permanezca exitoso hoy y en el futuro transformándolo en un negocio diferente. Dice: "El Empresario tiene que reorientar recursos de área de resultados bajos o decrecientes a áreas con potencialidad de resultados altos o crecientes. Tiene que abandonar el pasado y declarar obsoleto lo que ya existe y se conoce. Tiene que crear el mañana" (Shaw, 1974) y para Joseph Schumpeter, el emprendimiento como “el hacer cosas que no son generalmente realizadas en el curso ordinario de las empresas es esencialmente un fenómeno que está guiado por aspectos de liderazgo. (Shaw, 1974) Estos conceptos definen al emprendedor no solo como un individuo

líder si no con la capacidad de crear algo partiendo de cero, y que a su vez se complementa con habilidades y destrezas para administrar recursos administrativos y poder asumir riesgos.

También Burrows y Curran (1989) definen el emprendimiento como un “proceso innovador que excluye las imitaciones de empresas o las adquisiciones hechas por los gerentes”. Gartner (cesar vasquez, 2015) por su parte, enfatiza en la idea de que “el emprendimiento surge del comportamiento, conduciendo este a la creación de una nueva organización”. (cesar vasquez, 2015).

1.2.2. Startup

El método LEAN STARTUP, es un libro creado por Eric Ríes que explica cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua construyendo una metodología aplicable a todo tipo de proyecto nuevo. Una startup es un término utilizado para definir empresas que parten de ideas simples o complejas con ideas de negocios innovadora que requieren celeridad para la puesta en marcha de los productos o servicios que desean introducir en el mercado a esto le llamamos emprendimiento; a diferencia de una Pyme la startup crece de una forma mucho más rápida el ingreso de capital es más resumido la pyme necesita esperar para obtener las ganancias después de la inversión.

Las startup trabajan sobre incertidumbre extrema necesita del éxito y el fracaso para un aprendizaje continuo y la mayor parte del tiempo busca la forma de crecer más, algunas veces se basan en intuiciones lo que llevan a crear estrategias para acercarse a los clientes y así poder entenderlos, saber qué es lo que realmente quieren o necesitan poniendo el foco en las necesidades del cliente, ir modificando el producto hasta desarrollar la versión final.

«El método Lean Startup es una lectura obligatoria para los fundadores de cualquier empresa, ya que permite reducir el fracaso de productos proporcionando una estructura y un enfoque científico a lo que normalmente es un arte informal. Nos brinda maneras de evitar errores de aprendizaje y evaluar rigurosamente las señales del mercado a través de las cuales se puede validar el aprendizaje y decidir si perseverar o pivotar, algo que reduce la posibilidad del fracaso empresarial.» (noam wasserman, profesor en Harvard Business School, s.f.).

1.2.3. Modelo canvas

Los nuevos modelos de negocios están apropiándose de las empresas donde están deben evaluar constantemente y renovarlos para sobrevivir.

Definimos modelo de negocio, como la lógica por la cual una empresa se sostiene financieramente lo que define a un modelo de cómo funciona la organización y es lo que utiliza un emprendedor como guía de la creación de su empresa.

De esta manera se crea el modelo conformado por sus siglas en ingles CANVAS, para poder plasmar la idea de negocio, Alexander Osterwalder, un experto en estrategia empresarial, se le ocurrió que la mejor forma de plasmar una idea de negocio y se le atribuye como objetivo hacer más fácil plasmar en papel una idea; este método contiene nueve bloques que cubren las cuatro áreas principales de una empresa que sirven de base para implementar una estrategia a través de su estructura, los nueve bloques son: segmentos de clientes- donde se determinan nuestros clientes, propuesta de valor – aquello innovador que se va a ofrecer al cliente lo que diferencia la empresa de otras, canales relación con clientes – tiene que ver con la forma en la que se va a comunicar a los clientes, fuente de ingresos- precios y ganancias que va a generar la empresa, recursos clave – lo que necesita la empresa para su funcionamiento, actividades clave – proceso

de producción y de venta, socios clave- quienes van a ayudar en el desarrollo del negocio, Estructura de costos – todo lo relacionado a los costos de funcionamiento de la empresas, así como los precios de producción.

Si bien podemos ver que este modelo es muy eficiente para quienes deciden realizar proyectos nuevos y necesitan de una u otra forma estructurar, organizar y ver si su negocio tiene viabilidad.

1.2.4. Propuesta de valor

Dado a que el mercado ha desarrollado un nivel de competencia superior, la propuesta de valor se convierte en uno de los factores más importantes para el progreso de la empresa, esta propuesta se compone de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la empresa ofrece a sus clientes esta suple la necesidad de un problema o un segmento específico, pero para esto se debe tener muy en claro el valor diferencial. “Los clientes sólo les interesa resolver un problema o satisfacer una necesidad, que se ofrece a través de la Propuesta de Valor” (Blank, s.f.). Incrementando el mercado de la empresa, en este sentido la propuesta de valor constituye una serie de ventajas o diferenciadores que una empresa ofrece a los clientes, escribe Alex Osterwalder en su libro Business Model Canvas, sin descartar el libro escrito por el autor ya mencionado Alexander Osterwalder e Yves Pigneur, “Diseñando la propuesta de valor” un libro que permite articular el diseño del producto específico para el segmento seleccionado evitando el tiempo que se pierde con ideas que no funcionan, contestando el ¿Qué? y ¿para quién? se va a ofrecer el producto o servicio y que el cliente esté dispuesto a pagar por este.

Este lienzo nos permite analizar el perfil del cliente para adoptar objetivamente su perspectiva al momento de satisfacer su necesidad, con el fin de superar de manera significativa la competencia y conquistar el cliente y garantizar que este regrese.

1.2.5. Segmentación

Según Mestre (1991) “la segmentación de mercados es el proceso de clasificar grupos de acuerdo con características que son relevantes para el comportamiento de compra o de consumo”. (Mestre, 1991). Sin embargo, cuando abordan decididamente el capítulo correspondiente sobre segmentación vuelven a insistir en el enfoque clásico. (Mestre, 1991). La segmentación de mercado es primordial para las empresas y/o emprendedores ya que permite la división de la población por grupos para identificar las necesidades que cada una de estos tenga y no individual ya que es complicado satisfacer la necesidad de cada individuo; de esta estrategia depende el éxito comercial de la empresa, debe realizarse de una manera responsable, valiéndose de resultados sustanciales unos de estos ejemplos puede ser los estratos socioeconómicos, inclinaciones intelectuales o religión.

La mayoría de negocios son incapaces de suplir todo el mercado, así que deben identificar donde se pueden vender los productos y de qué manera pero no todo siempre fue así, para los inicios de este siglo el desarrollo de varios sectores industriales dio origen a las estrategias de producción el marketing en masa, sin embargo estas fueron a competir en costos en vez de la satisfacción del consumidor; a medida que el cliente comienza a diversificar la demanda se ven las necesidades específicas de ciertos grupos y se desarrolla la oferta “adecuada” para uno o más sub grupos de mercado y de esta manera lograron obtener ventajas competitivas con respecto a sus rivales de mercado; Michel Wedel es el catedrático Pepsico de ciencia del consumidor en la Escuela de Negocios Robert H. Smith y un distinguido profesor universitario en la Universidad de Maryland, College Park. Trabaja en el desarrollo de métodos estadísticos y econométricos para analizar y predecir el comportamiento del consumidor, se muestra en su libro “Market

Segmentation Conceptual and Methodological Foundations” junto con Kamakura, Wagner A., que nos muestra que los productos ya no se producen y venden sin ninguna consideración del cliente.

1.2.6. Diferenciación

La diferenciación en márketing se refiere a una característica propia de un producto que lo hace diferente a los demás aquello que lo distingue de la competencia, el objetivo de buscar una diferenciación es proporcionarle al producto que sea único, novedoso y original que se desmarque de la competencia y de alguna manera el consumidor quiera comprarlo por encima de otro producto; por lo tanto es una estrategia fundamental en la creación que diferencia una empresa de sus competidores, en 1980 Theodore Levitt en su artículo de Harvard Business Review, “Éxito en el marketing diferenciando cualquier cosa”, menciona que “No existen los commodities. Todos los bienes y servicios son diferenciables”. Existe una gran infinidad de productos que satisfacen la misma necesidad y a simple vista son iguales, pero al final no lo son, la diferenciación vendría de una buena estrategia de marketing la cual nos ayude a resaltar las cualidades de nuestro producto sustanciales o simplemente accesorias las cuales a la vista o percepción de tu cliente sea único.

Como lo hace ver Con su original trabajo “The Theory of Monopolistic Competition” (La teoría de la competencia monopolística) de 1933, busca darle un cambio de foco no solo a las variables de precio. También vemos que es necesario capacitar a nuestro trabajador, tener un entorno feliz y cómodo en el cual ellos se desarrollen mejor mente apliquen cada una de las estrategias de la empresa la cual pueda diferenciarse de las demás.

1.2.7. Circulo de oro

Cuando las organizaciones no tienen claridad sobre aquello que los hace totalmente únicos, recurren a manipulaciones de mercado; precio, promociones, novedad, influenciadores famosos, o hasta miedo. Sin embargo, en palabras de Sinek, (orador- escritor) “la manipulación genera transacciones, pero no lealtad”.

Obtener la lealtad del consumidor es más profunda porque consiste en una relación casi personal con él, no solo del cliente sino con el empleado y con la organización; sabemos que en la naturaleza las emociones son necesarias y que parte de la vida de los seres humanos se rige por estas, la lealtad consiste en manipular superficialmente el mercado a favor de una marca específica; así lo explica Simon Sinek con su metodología “Golden Circle” donde demuestra la manera como marcas y personas inspiradoras se comunican y actúan frente a los demás. Por lo tanto, Sinek la presenta como una herramienta para cambiar la manera como lideramos y como nos comunicamos para inspirar y crear lealtad.

El qué - los productos y servicios que tiene, el cómo - tener claro lo que se hace y como se hace y para qué – el propósito de su existencia; muchas empresas saben qué hacen o a qué se dedican y logran perseguir sus objetivos, pero no tienen claro para qué lo hacen utilizando el método del círculo de oro se puede identificar los puntos débiles de un plan de acción y de este modo corregirlos para llevar la empresa al éxito. “sólo las empresas que actúan como commodities son aquellas que se levantan todos los días pensando cómo diferenciarse. Las empresas y organizaciones con un sentido claro de para qué nunca se tienen que preocupar por esto” (Sinek).

1.3. Marco Legal

1.3.1. Ley 1014 de 2006

En el año 2006 se fomentó con la ley 1014 la cultura del emprendimiento entre los estudiantes colombianos con el fin que estas sean personas con características innovadoras, creativas capaces de suplir las necesidades y así dirigir una gran competencia en el entorno administrativo del país; esta ley se rige por varios principios y objetivos tales como promover el espíritu emprendedor.

Esta ley tiene una acogida para toda la población ya que no discrimina ninguno por clase social, pero si brinda más beneficios a personas con menos recursos, esto promueve más competencia y aumento en empleos así como la exigencia y capacidad para innovar con calidad sus ideas.

Como indica, se conforman las mesas de trabajo de acuerdo al artículo 10 de esta ley; ser articuladoras de organizaciones que apoyen acciones de emprendimientos innovadores y generadores de empleo en el país; para esto se objeta desarrollar estrategias entre organizaciones que permitan aprovechar las sinergias y así impulsar emprendimientos empresariales.

Pero son tan pocas las empresas que se crean bajo la ley 1014 del 2006 por falta de sensibilización e información donde podrían participar en concursos de emprendimiento o ideas innovaras y así obtener más fácil la financiación del capital de trabajo:

Crear un vínculo del sistema educativo y sistema productivo nacional mediante la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales a través de una cátedra transversal de emprendimiento; entendiéndose como tal, la acción formativa desarrollada en la totalidad de los programas de una institución educativa en los

niveles de educación preescolar, educación básica, educación básica primaria, Educación básica secundaria, y la educación media, a fin de desarrollar la cultura de emprendimiento;” (ley 1014 de 2006)

1.3.2. Innpulsa en Colombia

La innovación en Colombia presenta datos interesantes en cuanto a la presentación de proyectos para el desarrollo económico del país, Innpulsa es una institución del gobierno nacional que promueve y crear iniciativas de negocio que puedan crecer de manera rápida y además de esto llegue a sostenerse en el mercado.

“Tenemos un ecosistema de innovación maduro con grandes capacidades en las regiones, en cuanto a investigación y capital humano. Dichas empresas están adquiriendo capacidades en gestión de la innovación y muchos jóvenes universitarios, técnicos y tecnólogos están emprendiendo sus propios negocios”, afirmó la funcionaria anuncia la funcionaria Claudia Ximena Cuervo, directora de innovación y desarrollo tecnológico de Colciencias; y además aseguran que en cuanto a presupuesto hay fuentes importantes de financiación.

2. Planeación y Metodología

2.1. Formulación del Problema de Aprendizaje

La Evaluación Financiera y económica es importante ya que contiene elementos, procedimientos y conceptos que posibilitan observar el cumplimiento de los principios, metas y objetivos de una organización, así cuida de los recursos financieros, la misma se centra en aspectos importantes como la rentabilidad, liquidez, actividad y endeudamiento. Esto significa que busca hacer que los recursos financieros sean lucrativos y líquidos al mismo tiempo esto de la mano del mercadeo que es el que impulsa y da a conocer primeramente con el cliente; en la realización del proyecto se crea un marco totalmente necesario en cuanto a las necesidades de aquellas personas que en el día a día permanecen en una constante de trabajo, en la realización de documentación general y las necesidades de aquellos que están en proceso de formación.

Y aun que se siguen prestando todos estos servicios en los últimos meses papelería LA ESENCIA ha venido decayendo, esto se ve reflejado en las ventas y en la escases de clientes incluso posibles compradores, este estudio nos brindara el diagnostico que lo que sucede, fallas y así tomar decisiones para poder enfrentar posibles riesgos de cierre; de igual manera potencializar la imagen y marca a nivel municipal con el mercadeo.

Teniendo en cuenta lo antes mencionado ¿podrá papelería la esencia lograr retomar el control financiero y posicionarse de nuevo en el mercado

2.1.1. ¿Por qué?

El diagnóstico se hace porque es la mejor forma de ver el interior de la empresa debido a que refleja su estado en general en la actualidad más empresas han adoptado llevar una información contable más organizada, actualizada y que esta pueda ser comprensible con el fin de optimizar

la rentabilidad y recursos de la misma, así como también un análisis de mercadeo como acción para maximizar las ventas ya que estas se encuentran actualmente en declive.

También se juega el papel de llevar un orden económico, es importante mantener las cuantas al día así como su cartera de lo contrario no encontrara liquidez y el aumento de costos es lo que está afectando la papelería en este momento, no solo lo financiero también es importante llevar un inventario, poder saber con qué se cuenta, lo que podemos ofrecer al cliente es muy importante porque afecta directamente el servicio; sabemos que el voz a voz es un mecanismo de márketing importante, un cliente satisfecho atrae más clientes y cómo podemos lograr esto si no contamos con el producto para suplir la necesidad.

Es muy importante identificar nuestro segmento de mercado y así poder realizar un estudio que nos permita crear estrategias para ofrecer un mejor producto y servicio demás, es importante identificar posibles elementos que pueden transformar radicalmente el sector como nuevas legislaciones o tendencias en el comportamiento de los consumidores.

2.1.2. ¿Cómo?

Se realizará conociendo y analizando el proceso evolutivo de la empresa PAPELERIA LA ESENCIA estableciendo un prediagnóstico, también formulando un plan de acuerdo al resultado del diagnóstico para direccionar la empresa.

Se da comienzo por describir el proceso de recopilación, interpretación, comparación y estudio de los estados financieros y la incidencia de estos en la organización, con los siguientes:

- **El balance general:** Es considerado el estado financiero principal histórico, esta muestra los bienes, derechos, obligaciones y el capital social de la empresa, es decir el activo, pasivo y patrimonio.

- **Estado de resultados:** Como su nombre lo indica este da a conocer ganancias o pérdidas de la empresa en un periodo determinado, o sea muestra la rentabilidad de la empresa, está compuesto por los ingresos, los gastos y los costos de la compañía.

También se realiza un estudio de mercado por medio de encuestas que permita saber un poco más sobre lo que el cliente quiere, implementando un DOFA las Debilidades y Fortalezas, así como las Amenazas y Oportunidades del mercado, una vez analizado todo lo anterior.

2.1.3. ¿Para qué?

Para que la empresa pueda cumplir sus objetivos y metas logando un mejoramiento continuo de la calidad del servicio teniendo en cuenta que el objetivo principal del diagnóstico es cuantificar el estado de madures de la empresa.

Son pues los estados financieros los que muestran el desempeño en cuanto la rentabilidad y situación de la empresa siempre y cuando esta se encuentre a al día el gerente va a contribuir con una buena toma de decisiones para el éxito de la empresa; además este puede comparar relativamente con diferentes negocios facilita el control de operaciones, mecanismos de inversión y de financiación para apalancar la empresa haciendo una planeación y/o pronóstico para el futuro.

Con la realización de la encuesta y trabajo de campo se encontrará el tipo de mercado al que nos dirigimos y se realizaran estrategias para satisfacer eficazmente la necesidad del consumidor también se podrá analizar la competencia, que están haciendo y como se puede mejorar la papelería en oportunidades de mercado, así como los precios y los canales de distribución existentes.

2.2. Identificación de Actores Involucrados y Participantes

2.2.1. Participantes en la creación de la papelería

Para el desarrollo de la papelería LA ESENCIA esta conto con el apoyo de mi familia como parte fundamental en general mis padres, mi abuela y mis hijos, todos tuvieron un aporte significativo tanto físico como moralmente, económico y financiero; son el motor de este negocio, mis amigos quienes ayudaron a generar estrategias para dar a conocer la papelería y la comunidad de la urbanización compartir, quienes apoyaron el emprendimiento haciendo compras y beneficiándose del servicio de asesoría a los estudiantes del sector, los niños de la urbanización compartir quienes han depositado su confianza para la realización de sus

2.3. Estructura del Modelo de Reconstrucción de la Experiencia

Se realiza para la papelería la esencia un análisis de marketing y financiero desde el momento en que se adquiere hasta diciembre de 2018.

Variables, indicadores, herramientas e instrumentos

2.3.1. Diagnóstico estrategias marketing

Análisis PESTEL

Tabla 1

Tabla de Análisis PESTEL

Política:	Económica:	Social:
Las elecciones para la alcaldía se realizan el último domingo de octubre cada cuatro años. Los últimos alcaldes de Anapoima	La economía de Anapoima gira en torno del turismo y, en segundo grado, de la producción agropecuaria	El plan de desarrollo la Equidad Social es un eje fundamental Que busca mejorar las capacidades y las oportunidades de las personas,

<p>electos popularmente han sido: Carlos Barbosa Malaver (2008-2011)</p> <p>Hugo Alexander Bermúdez Riveros (2012-2015)</p> <p>Yair Rodríguez Espinosa (2016-2019)</p> <p>No hay en este momento restricciones que afecten o favorezcan políticamente mi actividad económica.</p>	<p>donde predomina un sistema de explotación tradicional. Los cultivos sobresalientes son mango, naranja, mandarina y limón Tahiti. Anapoima cuenta con varios clubes de lujo, como Mesa de Yeguas, Chicalá y Campestre. Sin lugar a dudas, gracias a todos estos ingredientes, esta población es ya la capital élite del ‘veraneo’ en Colombia. Los estudiantes se benefician de la actividad económica de sus padres.</p>	<p>Garantizándole sus derechos y su desarrollo personal. Implementará programas en los siguientes sectores que lo componen: Educación, Salud, Cultura, Atención a Población Vulnerable, Deportes y Recreación. Se cuenta con un colegio cerca a la papelería pero está retirado del centro del pueblo así q los chicos básicamente toman ruta para llegar esto impide el desplazamiento a la papelería. A nivel socio cultural los jóvenes y niños en cuanto a estudio son ahora muy independientes de hacer trabajos por eso se ofrece un servicio de tareas personalizadas.</p>
<p>Tecnológica:</p>	<p>Ecológica:</p>	<p>Legal:</p>
<p>Puesto a que es un municipio muy visitado aun tecnológicamente está atrasado por decir que su líneas de internet y banda ancha aún son deficientes, la línea de gas natural aún no se ha instaurado en todo el municipio, el agua aun llega por camiones a distintos lugares y por si fuera poco contamos con deficiencia educacional con equipos</p>	<p>A Falta de recurso hídrico potable se hacen Campañas de educación ambiental en lo referente al uso eficiente y ahorro de agua, limpieza de fuentes hídricas, entrega de unidades de almacenamiento para agua potable y entrega de unidades sanitarias para el</p>	<p>Permisos de cámara de comercio e impuesto predial, uso de suelos, bomberos.</p> <p>LA COSTITUCION POLITIA – LEY 60 DEL 1981- ARTICULO 66. En cada Distrito Municipal habrá una corporación administrativa de elección popular que se denominará Concejo Municipal y estará integrado</p>

tecnológicos básicos para los educandos Riesgo Tecnológico No se ha presentado hasta el momento ningún tipo de riesgo en cuanto a fuga de gases, derrames de productos peligrosos, disposición inadecuada de residuos, incendios, explosiones.

tratamiento de aguas residuales domésticas en el sector rural.

por no menos de 6, ni más de 20 miembros, según lo determine la ley, atendida la población respectiva.
HASTA EL ARTÍCULO 103.

Datos obtenidos de análisis del entorno (Fuente: Elaboración propia)

Marketing Mix – Las 4 P's

	supermercado Anapoima	mi florecita	ice web	la esencia
PRODUCTO	Productos de calidad moderada, que son traídos de Bogotá al por mayor, es variedad de papelería exclusiva.	Productos de papelería de calidad moderada traídos por medio de intermediarios con variedad y además librería escolar e internet y detalles.	Productos de papelería de buena calidad traídos directo de Bogotá en pequeñas cantidades y además tiene piñatería por medio de intermediarios e internet y servicio técnico.	Cuenta con variedad de productos de papelería, detalles, artículos del hogar, además de misceláneos como lociones, cremas etc. internet y asesoría de tareas personalizada y productos de catálogo.
PRECIO	Precios económicos y accesibles puesto que cuenta con productos al por mayor.	Precios accesibles al público que varían según el distribuidor y la marca.	Productos accesibles en papelería y en los artículos de piñatería según la demanda y el distribuidor.	Precios accesibles, cuenta con precios fijos de catálogo y distribuidores además de ser bastante económico en asesoría de tareas.
PROMOCION	Precios bajos al por mayor y gestionan promociones de los proveedores, página de Facebook y cuña publicitaria.	Página de Facebook.	Página de Facebook, además de gestionar precios bajos con los distribuidores.	Promoción de catálogo, pág. Facebook, se maneja el crédito.
plaza				

Figura 3. Análisis de Marketing Mix – Las 4 P's (Fuente: Elaboración propia)

Matriz de análisis DOFA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Atendido por su propietaria. • Diversificación de productos. • Disponibilidad del cambio de acuerdo a la temporada. • Control y dirección sobre las ventas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Poca experiencia en el mercado. • No contamos con tecnología avanzada. • Falta de publicidad. • Carencia de fuerza de ventas.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento de la empresa. • Mejorar los productos con nuevos proveedores. • Actividad escolar en el sector. • Mejor desempeño de los empleados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de tecnología en el establecimiento. • Perdidas de clientes. • Competidores con precios bajos. • Inestabilidad económica.

Figura 4. Análisis DOFA (Fuente: Elaboración propia)

Matriz de análisis FODA

	Lista de Fortalezas	Lista de Debilidades
Lista de Oportunidades	Aprovechar que la papelería La Esencia es la única cerca de las escuelas para ganar, conservar y ser los favoritos de nuestros clientes, ofreciéndoles buen servicio, variedad de artículos, copiado e impresiones.	La propietaria es de poca experiencia sobre el negocio, deberá buscar información y estar al día para así ir adquiriendo conocimiento del cómo se maneja el negocio para que brinde un buen servicio y pueda ganar clientes.
Lista de Amenazas	Aprovechar la ubicación de la papelería La Esencia y abastecer de artículos de papelería y oficina, ofreciendo paquetes escolares que necesiten los estudiantes o maestros a muy buen precio.	Abastecer de productos y dar publicidad a la papelería para que los estudiantes y maestros la conozcan y así hagan sus compras.

Figura 5. Análisis FODA (Fuente: Elaboración propia)

Manuales de funciones


 MANUAL DE FUNCIONES	
IDENTIFICACION DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	ADMINISTRADORA
NOMBRE Y APELLIDO	PAOLA VALLEJO
REPORTAR A (NOMBRE DEL CARGO)	
NUMERO DE CARGOS	UNO (1)
OBJETIVO PRINCIPAL	
<p>Es la encargada de planear, organizar, direccionara y controlar las promociones y servicios que se ofrecen en la papeleria la esencia, también es la encargada de evaluar periódicamente los planes y estrategias de la empresa para así mismo llevar una buena contabilidad y administración para que esta tenga buenos ingresos.</p>	
FUNCIONES ESPECIFICAS	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaborar y gestionar los objetivos que se proponga la empresa. 2. Supervisar las normas y reglamento de la empresa en el personal en el: control y cumplimiento del horario de trabajo, elaboracion y delegacion. 3. Ser el responsable de la atención a los clientes en: Dar información, resolver dudas, quejas, solución de problemas, etc. 4. Hacerse cargo del área logística de la empresa (Ingresos y Egresos). 5. Coordinación con proveedores, elaboración de inventarios. 6. Realización de procesos de la administración como pagos, contacto con proveedores, facilitar documentación a contabilidad, planillas, etc. 7. Gestionar la promoción y publicidad de la imagen de la papeleria la esencia. 8. Manejar estrategias de ventas. 	

Figura 6. Imagen manual de funciones (Fuente: Tomada de trabajo de emprendimiento)

Análisis situacional – marketing mix

Producto / servicio

- Cartulina: también conocida como cartón delgado este producto es generalmente más grueso y más resistente que el papel normal de escritorio llega a tener un grosor de 180 y 280 gramos.

- **Marcadores:** es un instrumento de escritura, parecido al bolígrafo, que contiene su propia tinta y cuyo uso principal es escribir en superficies distintas al papel. En varios países de Latinoamérica se conoce como "plumón".
- **Foami:** conocido también como goma EVA, es un polímero termoplástico conformado por unidades repetitivas de etileno y acetato de vinilo. Se le llama EVA por las siglas de su nombre técnico, etileno-vinil-acetato.
- **Temperas:** es una técnica de pintura al agua, cuyos colores son espesos; no es necesario primero aplicar los colores claros en el diseño y después los colores oscuros; se pueden aplicar indistintamente.
- **Pinceles:** es un instrumento que dispone de un mango largo y delgado que, en uno de sus extremos, presenta un manojo de cerdas, pelos u otros filamentos.
- **Cuaderno:** es un libro de pequeño o gran tamaño que se utiliza para tomar notas, dibujar, escribir, hacer tareas o añadir apuntes.
- **Esfero:** es básicamente un tubo de plástico o metal que contiene la tinta y que tiene, en un extremo, la punta de escritura, que engarza una pequeña esfera o bola, de la que toma el nombre, y que sirve para regular la salida de tinta al papel de forma fluida y constante.
- **Colores:** Un lápiz de color es un material de arte formado por una mina pigmentada, encerrada dentro de una funda cilíndrica de madera. Al contrario de los lápices de grafito y carbón vegetal, la mina de los lápices de color está hecha a base de cera o aceite, que contiene proporciones variables de pigmentos, aditivos y aglutinantes.
- **Crema de manos:** es una crema corporal específica destinada justamente a la piel de las manos agrietadas, secas, ásperas entre otras posibilidades. Si bien se la puede considerar como un artículo de belleza, también es un tratamiento necesario para la salud de las manos.

- Perfume: es un producto líquido especialmente concebido para el aseo y la limpieza del cuerpo, aunque también se puede emplear el nombre con aquellas sustancias que se aplican sobre la piel con fines estéticos o para tratamientos cutáneos.

Precio

Los precios de los productos son calculados teniendo en cuenta variables tales como los costos de compra, margen de utilidad esperado y los precios comparados con la competencia para no generar competencia desleal; por la cantidad de productos es difícil proporcionar los precios de todo a continuación se dan los productos que más rotan.

PRODUCTO	PRECIO AL PUBLICO	VALOR DE GANANCIA EN PESOS	PORCENTAJE DE GANANCIA
CARTULINA PLIEGO	\$ 900	\$ 270,00	30%
Esferos	\$ 800	\$ 240,00	30%
Fotocopias	\$ 100	\$ 30,00	30%
Impresiones	\$ 400	\$ 120,00	30%
Marcadores	\$ 1.800	\$ 540,00	30%
Laciones	\$ 25.000	\$ 7.500,00	30%
Crema	\$ 18.000	\$ 5.400,00	30%

Figura 7. Costos algunos productos papelería La Esencia (Fuente: Elaboración propia)

Publicidad

- El local cuenta con varias vallas publicitarias.



Figura 8. Pendón publicitario de la papelería (Fuente: Diseño Cris Art diseño gráfico)

Este se encuentra en la entrada de la zonas comunes mide 1.40 de largo por 70 de ancho.

Publicidad en las redes sociales

En la actualidad muchas personas, cuentan mínimo con una red social, papelería la esencia tiene influencia en algunas redes más vistas como lo es Facebook y la promoción por whatsapp donde los clientes son más seleccionados.

Perifoneo

El perifoneo se hace cada ocho días, la cuña publicitaria dura aproximadamente 1 minuto, es presentado durante una hora y tiene un costo de \$120.000 mensual, lo realiza el señor Henry López quien presta un servicio general a la comunidad de publicidad por perifoneo en todo el municipio de Anapoima.

Voz a voz

Se ha generado la voz a voz en el municipio, puesto que la clientela habla bien del trabajo que se realiza, respecto a trabajos manuales, cartas, realización de documentos, maquetas, y por con excelente calidad que obtienen.

Promoción de venta

- Los precios varían según el servicio que se preste.
- Se mantienen precios fijos y se raleza la promoción directa al precio cuando el proveedor brinda un descuento directo al precio, a un no se ha implementado promoción en cuanto a mercancía u obsequios.

Servicio

Para los seres humanos es importante que se nos tenga en cuenta como personas y el primer contacto entre nosotros mismos es vital, así como para establecer un lazo estrecho con un cliente potencial por eso la mejor manera de llegar a alguien es, mirándole a los ojos se

recomienda que nunca se baje la mirada, extender la mano y estrechando con un ligero apretón para brindarle seguridad y confianza, deseándole un buen día ; luego de hacerle saber el nombre y el cargo que se ocupa en la organización se sigue de preguntar que se le ofrece siempre dirigiéndose como “usted” y no llegando a las estancias de confianza tuteando pero si realizando una conversación amena no solo enfocándonos en suplir la necesidad que el cliente ha solicitado también podemos escucharle y ofrecer más productos durante la charla así el cliente se irá con lo necesario y con productos que no esperaba comprar

Marketing relacional

Contamos con variedades de servicios, ofreciendo al cliente su comodidad y bienestar haciendo que desde el momento en que ingrese su estadía sea la más agradable y cómoda

Niveles de distribución física

Proveedores: Es una empresa que nos venden los productos como papeles variedad artículos de esferos, marcadores, (papelería en general) cremas, esmaltes, bisutería etc. En excelente condiciones y calidad. Las compras se hacen por catálogo, algunos proveedores llegan al establecimiento también con catalogo en mano y llega el pedido días después.

Marcas y marcas y Distribuidora la unión: Son proveedores de variedades, útiles y artículos de papelería, también artículos de aseo, cada proveedor tiene sus horarios y días específicos para venir: el vendedor de distribuidora la unión toma pedido los días jueves cada quince días y el vendedor de marcas y marcas toma pedido cada ocho días y la entrega del distribuidor se realiza dos días después, el pago se realiza contra entrega.

Colombina: Distribuidora oficial de dulcería el asesor toma pedido cada ocho días, llega dos días hábiles y se paga contra entrega.



Figura 9. Distribución productos colombina (Fuente: Elaboración propia LA ESENCIA)

Productos de catálogo: Esika, Deppre, Avon, estos productos se encargan de catálogos enviados por los proveedores donde los clientes pueden encontrar variedad de productos como hogar, perfumería, joyería, ropa y variedades; el pedido se realiza cada 15 días y el pago de este con los clientes es contra entrega, sin embargo, el pago para los vendedores es de 8 días: a continuación, se muestra una foto de algunos de estos productos.



Figura 10. Productos varios (Fuente: Archivo papelería La Esencia)



Figura 11. Fotografía artículos del hogar (Fuente: Archivo papelería La Esencia)

Almacenamiento: Contamos con vitrinas, estantería apropiada para la exhibición y almacenamientos del producto.



Figura 12. Almacenamiento estantería (Fuente: Archivo papelería La Esencia)

Objetivo específico de marketing

Ventas: incrementar las ventas teniendo en cuenta el compromiso de atención y servicio de calidad.

Rentabilidad: generar la rentabilidad de la empresa a través del valor agrado del servicio ya que la empresa tiene como objetivo principal es prestar un servicio de calidad.

Participación de mercado: participar en el mercado de forma continua con nuevo producto y precio ofertas atractiva a través del valor agregado del servicio, atención de primera.

Distribución: realizar la distribución a través del domicilio página online personalizada desde el punto de venta buscando siempre mejorar el servicio y la rotación de del producto a menor costo.

Publicidad: invertir en publicidad impactante que resalte nuestro producto y nuestro servicio basándonos en nuestro principio corporativo.

Promoción: promocionar los productos a través de ofertas con un servicio cálido y con publicidad atractiva para los clientes.

Merchandising: incursionar en el mercado con nuevo producto, incursionar en el mercado a través de venta online prestando el servicio a domicilio, impulsar a través de publicidad llamativa atractiva, exhibiciones, mejorar el servicio.

Ampliación o desarrollo de producto: expandir el almacén a través de ventas y atención con un nuevo punto cerca de otro colegio.

Precios: incrementar los precios según el IVA teniendo en cuenta el incremento del IPC, las ofertas se analizarán teniendo en cuenta los precios que el proveedor maneje.

Estrategias específicas de marketing

Retención de clientes: incrementar los precios según el IVA teniendo en cuenta el incremento del IPC, las ofertas de los precios se analizarán basados teniendo en cuenta los precios que el proveedor maneje.

Estrategias de ventas y distribución

Realizar ofertas en la temporada alta del comercio impulsar las ventas a través de exhibiciones llamativas realizar publicidad, una manera de distribuir los productos para generar mayor rentabilidad en el domicilio y ventas online teniendo en cuenta las necesidades del cliente.

Estrategias publicitarias, de promoción de ventas y merchandising

Realizar publicidad en las temporadas, manejar publicidad atractiva a través de sticker, frases llamativas y precios atractivos.

Estrategias de distribución: Se realizar una distribución exclusiva de los productos para viabilizar a los clientes y una distribución selectiva.

Estrategias de precios: Competir con los precios a través de los proveedores manejando un margen de ganancia de 40% de cada producto.

Estrategias de productos: Para que los productos tengan rotación manejaremos publicidad ofertas e innovar con productos tecnológicos y productivos para los clientes.

Determinar el producto con mayor demanda y realizar impulso del producto con menor rotación con amarres de productos, (promoción dos por uno) innovar con nuevos productos.

Análisis financiero

Uno de los estudios que se debe realizar para apoyar la toma de decisiones es la inversión del proyecto ya que esta determina los aspectos financieros de la papelería.

Inventario

En el periodo 2016 fecha en la cual inicio labores la papeleria encontramos un valor de inventarios de \$ 3.432.253, el cual de acuerdo a los estudios de mercadeo se surtio con gran variedad para suplir todas las necesidades de los clientes, pero al pasar de los años encontramos que la inversion inicial en inventario fue algo inoficiosa ya que habian productos que tuvieron poca rotacion, Pero se lograron ir rotando a la fecha y se tiene un stock minimo para poder tener mayor salida.

En este nuevo periodo alcanzamos las metas presupuestales, se ha podido incrementar los inventarios que siguen siendo los necesarios, con el fin de mantener la buena rotacion y en especial supliendo a cabalidad de las necesidades de los clientes, por tal razon papeleria LA ESENCIA ha tenido gran acogida en el sector por nuestra ubicación.

Si bien los clientes nos refieren como el lugar donde mas se encuentran los materiales escolares y demas elementos de papeleria. Esperamos que para el año 2020 podamos posicionarnos como los mejores del sector con mayor surtido y todo gracias a la organización en todo el sentido de la palabra.

Nomina

PRESUPUESTO GASTO DE PERSONAL DE PRODUCCION 2016

CARGO	N°. TRABAJADORES	REMUNERACION MENSUAL	COSTO NOMINA MENSUAL	COSTO NOMINA ANUAL
Administrador /Vendedor mostrador	1	\$ 689.454	\$ 689.454	\$ 8.273.448
				\$ -
<i>Sub-total</i>	1	\$ 689.454	\$ 689.454	\$ 8.273.448
	CONCEPTO	%		
CARGA PRESTACIONAL	Prima	8,33%	\$ 57.432	\$ 689.178
	Cesantias	8,33%	\$ 57.432	\$ 689.178
	Intereses	0,08%	\$ 574	\$ 6.892
	Vacaciones	4,17%	\$ 28.750	\$ 345.003
TOTAL CARGA PRESTACIONAL		20,91%		\$ 1.730.251
COSTO SEGURIDAD SOCIAL	EPS, AFP, ARP.	21,02%	\$ 144.937	\$ 1.739.244
	Parafiscales		\$ -	\$ -
SUBTOTAL APORTES				\$ 1.739.244
<i>SUBTO COSTO PREST. S SOCIAL Y PARAFIS</i>		<i>41,94%</i>	\$ 289.125	\$ 3.469.495
TOTAL GASTO PERSONAL DE PRODUCCION			\$ 978.579	\$ 11.742.943

Figura 13. Imagen cuadro Estados financieros (Fuente: Elaboración propia)

En estos rubros se representan, la remuneración mensual por un valor de \$689.454, se evidencia la proyección anual por un valor de \$8.273.448; las prestaciones sociales o carga prestacional estipulada por la ley, por concepto de PRIMA, CESANTÍAS, INTERESES DE CESANTÍAS Y VACACIONES, cada una con su porcentaje estipulado, para un valor total carga prestacional de \$ 1.730.251; también evidenciamos costos de seguridad social, como lo son la EPS, AFP, ARP Y PARAFISCALES por un valor de \$1.739.244, para un costo de parafiscales de totales \$3.469.495; llegando a un total de gastos de personal por un valor de \$11.742.943.

Costos de operación

<i>COSTOS DE OPERACIÓN</i>					
AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020
CONCEPTOS					
Costo mercancía	\$ 27.997.392	\$ 28.697.327	\$ 30.706.140	\$ 32.855.569	\$ 35.155.459
Mano de Obra Directa	\$ 8.273.448	\$ 8.480.284	\$ 8.692.291	\$ 8.909.599	\$ 9.132.339
Prestaciones	\$ 1.730.251	\$ 1.773.507	\$ 1.817.845	\$ 1.863.291	\$ 1.909.873
CIF (M.O.I.)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
CIF (Aportes)	\$ 1.739.244	\$ 1.782.725	\$ 1.827.293	\$ 1.872.976	\$ 1.919.800
CIF (Amortizacion)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
CIF (Gastos Financieros)	\$ 1.580.559	\$ 1.307.322	\$ 996.234	\$ 642.051	\$ 238.804
CIF (Saldo costos gastos funcionamiento)	\$ 4.080.000	\$ 4.182.000	\$ 4.328.370	\$ 4.479.863	\$ 4.636.658
CIF (Depreciación)	\$ 442.200	\$ 442.200	\$ 442.200	\$ 442.200	\$ 442.200
SUBTOTAL	\$ 45.843.095	\$ 46.665.366	\$ 48.810.373	\$ 51.065.549	\$ 53.435.134

Figura 14. Imagen cuadro costo de operación (Fuente: Archivo personal)

Como su nombre lo indica son aquellos costos que se necesitan para que la empresa siga operando día de la empresa, llegando al año 2020 donde la mayor parte se presupuestó con un 1.25% escatimando la subida en el mercado; son costos fijos que estamos obligados a cancelar, así como los gastos de funcionamiento.

Costos de administración

COSTOS DE ADMINISTRACION					
AÑOS	1	2	3	4	5
CONCEPTOS					
Salarios	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Prestaciones Sociales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Aportes Parafiscales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Prestación de servicios	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciación Admon	\$ 11.550	\$ 11.550	\$ 11.550	\$ 11.550	\$ 11.550
Amortización					
Preoperativa	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos de					
Funcionamiento	\$ 1.680.000	\$ 1.722.000	\$ 1.782.270	\$ 1.844.649	\$ 1.909.212
		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
SUBTOTAL	\$ 1.691.550	\$ 1.733.550	\$ 1.793.820	\$ 1.856.199	\$ 1.920.762

Figura 15. Imagen cuadro costos de administración 2016 (Fuente: Elaboración propia)

Los costos de administración son los valores necesarios para las operaciones y manejos dentro de la empresa, en la ilustración muestra la depreciación del equipo de oficina y los gastos de funcionamiento donde se presupuestan para el año 2020.

Análisis pyg en comparacion 2016-2017

AÑOS PyG	2016		2017			
0	0	0	0	0	ANALISIS	%
CONCEPTOS	PARCIAL	TOTAL	PARCIAL	TOTAL		
VENTAS	\$ -	\$ 42.532.000	\$ -	\$ 45.083.920	\$ 2.551.920	5,7%
Costos operativos	\$ -	\$ 45.843.095	\$ -	\$ 46.665.366	\$ 822.271	1,8%
- Fijos	\$ 16.333.703	\$ -	\$ 16.418.239	\$ -	\$ 84.536	0,5%
- Variables	\$ 29.509.392	\$ -	\$ 30.247.127	\$ -	\$ 737.735	2,4%
Utilidad Bruta en	\$ -	\$ (3.311.095)	\$ -	\$ (1.581.446)	\$ 1.729.649	-109,4%
Costos de Admon.	\$ -	\$ 1.691.550	\$ -	\$ 1.733.550	\$ 42.000	2,4%
- Fijos	\$ 1.691.550	\$ -	\$ 1.733.550	\$ -	\$ 42.000	2,4%
- Variables	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Utilidad Operacional	\$ -	\$ (5.002.645)	\$ -	\$ (3.314.996)	\$ 1.687.649	-50,9%
Imporenta 35%	\$ -	\$ (1.750.926)	\$ -	\$ (1.160.249)	\$ 590.677	-50,9%
Reserva Legal 10%	\$ -	\$ (500.264)	\$ -	\$ (331.500)	\$ 168.765	-50,9%
0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Utilidad del Ejercicio.	\$ -	\$ (2.751.455)	\$ -	\$ (1.823.248)	\$ 928.207	-50,9%

Figura 16. Imagen cuadro Estado de pérdidas y ganancias (Fuente: Elaboración propia)

En la comparación de los periodos 2016-217 observamos que se generaron incremento en las ventas del 0,5%, que los costos operativos y la utilidad operacional subieron según los incrementos presupuestados, así como también podemos ver que la utilidad bruta no alcanzo a generar valores positivos al periodo quedando así una utilidad del ejercicio en pérdidas.

Análisis pyg en comparación 2018-2019

AÑOS PyG	2018		2019		ANALISIS	%
CONCEPTOS	PARCIAL	TOTAL	PARCIAL	TOTAL		
VENTAS	\$ -	\$ 64.019.166	\$ -	\$ 73.622.041	\$ 9.602.875	13%
Costos operativos	\$ -	\$ 48.810.373	\$ -	\$ 51.065.549	\$ 2.255.176	4%
- Fijos	\$ 16.500.191	\$ -	\$ 16.549.795	\$ -	\$ 49.604	0%
- Variables	\$ 32.310.183	\$ -	\$ 34.515.754	\$ -	\$ 2.205.571	6%
Utilidad Bruta en Vent	\$ -	\$ 15.208.793	\$ -	\$ 22.556.492	\$ 7.347.699	33%
Costos de Admon.	\$ -	\$ 2.336.250	\$ -	\$ 2.417.615	\$ 81.364	3%
- Fijos	\$ 2.336.250	\$ -	\$ 2.417.615	\$ -	\$ 81.364	3%
- Variables	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Utilidad Operacional	\$ -	\$ 12.872.543	\$ -	\$ 20.138.878	\$ 7.266.335	36%
Imporenta 35%	\$ -	\$ 4.505.390	\$ -	\$ 7.048.607	\$ 2.543.217	36%
Reserva Legal 10%	\$ -	\$ 1.287.254	\$ -	\$ 2.013.888	\$ 726.633	36%
0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Utilidad del Ejercicio.	\$ -	\$ 7.079.899	\$ -	\$ 11.076.383	\$ 3.996.484	36%

Figura 17. Análisis pyg en comparación 2018 – 2019 (Fuente: Elaboración propia)

En la comparación de los periodos 2018-2019 observamos que se generaron incrementos positivos en todos los aspectos, en las ventas hasta de un 13%, en los costos operativos y la utilidad operacional subieron según los incrementos ya previstos generados por los cambios del mercado, así como también podemos ver que la utilidad bruta incremento significativamente en comparación a periodos anteriores en un 36% dejando una utilidad del ejercicio en \$ 11.076.83.

Indicadores financieros

ROA

	<i>UTILIDAD NETA</i>	\$ 11.076.383	
<i>ROA</i>			0,636
	<i>ACTIVO TOTAL BR</i>	\$ 17.414.411	

Figura 18. ROA Estados financieros 2018 (Fuente: Elaboración propia)

Durante los primeros periodos la empresa no tuvo muchas ventas, la rotación de inventarios fue mínima, por esta razón no fue favorable el retorno de activos, lo que no sucede para el año 2018 este ya este presentando un retorno al activo en un 63,6 %. Incrementando ventas sin subir los precios, logrando salir al mercado con las estrategias antes vistas que incrementan el flujo en nuestro inventario y la rotación de activos.

Nivel de endeudamiento

La empresa a este corte tenía un nivel de endeudamiento del 61,6 % con respecto al valor total de sus activos, es un porcentaje muy alto que nos indica que el volumen de las deudas está por encima de lo que puede cubrir la papelería y que se requiere tomar medidas con la autonomía financiera.

	<i>Pasivo Total</i>	\$ 10.730.523	
<i>Endeudamiento</i>			0,616
	<i>Activo Total</i>	\$ 17.414.411	

Figura 19. Imagen cuadro sobre nivel de endeudamiento (Fuente: Elaboración propia)

Liquidez

Este indicador sirve para medir la capacidad que tiene la Institución para cancelar sus obligaciones de corto plazo, establecer la facilidad o dificultad que presenta para pagar sus pasivos corrientes con el producto de convertir a efectivo sus activos corrientes.

<i>Prueba Acido</i>	<i>Activo Liquido</i>	\$ 10.805.908	
<i>Liquidez Inmediata</i>			1,457
	<i>Pasivo Corriente</i>	\$ 7.416.333	

Figura 20. Imagen cuadro indicador de liquidez papelería (Fuente: Elaboración propia)

Lo que nos indica que papelería LA ESENCIA cuenta para el año 2018 presenta una razón corriente se 1.45%, indicando que por cada peso que la papelería debe a corto plazo, cuenta con \$ 1.45 para responder por esas obligaciones; lo que nos muestra que la papelería aún no se encuentra en condiciones para cubrir su deuda a cabalidad.

Analisis

Observando nuestros estados financieros al inicio de nuestro ejercicio y trabajo economico podemos decir que en el año 2016, iniciamos con mucha deuda ya que se esta pagando el capital social, el cual la organización fue dando recursos para pagar la misma a medida la papeleria generaba para la cancelacion, tambien se inicio con creditos a proveedores, lo cual al principio afecto de manera considerable ya que no habia mucha rotacion de mercancia y de acuerdo al estudio de mercadeo tuvimos falencias en la clasificacion de productos de primera necesidad y demas, por ende al cerrar el periodo contable se tuvo perdida ya que la rotacion de inventario que se queria no fue la que necesitabamos.

Tambien se pudo percatar que la empresa durante este mismo periodo invirtio la gran mayoria de los recursos en el equipamiento y surtido de inventario lo cual fue dificil el manejo del mismo ya que la empresa perdio mucha liquidez.

Para el año 2018 fecha de nuestros ultimos estados financieros se ralaizaron podemos observar que incluso se puede observar que las deudas con entidades financieras disminuyeron considerablemente y se espera en este 2019 se lleven totalmente a 0, la liquidez en la compañía

aumento lo cual nos sirvió mucho en el periodo 2018, dándonos la opción de poder comprar inventario nuevo y a un menor costo con el fin de obtener mayor productividad en este año 2019.

Podemos decir que con la reevaluación de nuestra empresa, la reorganización, y la nueva forma de establecer la mejora continua nos ha permitido en tres años crecer, de una manera significativa, ya que como se observa en la parte patrimonial pasamos de pérdidas por valor de 1.823.248 año 2017 a generar 7.079.899 año 2018 en utilidad. Para nuestro periodo 2018 arrojaron resultados significativos, aun que no suple a cabalidad nuestras expectativas ya que aun no alcanzamos a generar ganancias se estima que para el año 2019 papelería la esencia genere utilidades con ganancias estables, y permitiría una mayor maniobrabilidad de la empresa y mejor toma de decisiones, la meta es conseguir en este periodo 2019 aumentar el retorno de nuestro activo.

Si bien el retorno del activo ROA es nuestro indicador principal para la toma de decisiones, y para la obtención de un negocio fructífero, pero podemos decir que en el año 2018 comenzar a generar utilidades es de gran satisfacción ya que desde el inicio se esperaba este progreso.

En conclusión podemos decir que la empresa está en un proceso de solidez, de madurez comercial, que aun hay falencias en su liquidez y en la decisión de inversión, pero se espera alcanzar las metas presupuestadas en el periodo actual con de las estrategias que desarrollamos durante este trabajo como por ejemplo el impulso de productos en base a la temporada, el perifoneo y las estrategias de precios, de la misma manera poder seguir aumentando su productividad y abrir nuevos nichos de mercado, como también poder aumentar su centro de producción.

2.3.2. Matriz de planeación

MATRIZ DE PLANIFICACION PAPELERIA LA ESENCIA								
ALCANCE		TIEMPO		COSTO	COMPRAS	RIESGOS	COMUNICACIÓN	RESPONSABLES
componente del proyecto	productos del proyecto	duracion	fecha de entrega del resultado	producto	adquisiciones	indice de probabilidad	asociadas con el impacto	responsable del producto
asesoria de tareas	internet, Se hace una charla sobre la manera como el cliente debe realizar una determinada tarea, dependiendo de la asignatura	Desde 30 minutos	inmediato	\$ 5,000	Computador, esferos, lápices y hojas de bloc con un valor estimado de \$ 3,000	Que no halla disponibilidad. Que no se tenga pleno conocimiento sobre el tema		Propietaria
Tutoría	Se dictan clases sobre temas específicos en los cuales los estudiantes se encuentren mal académicamente	A acordar con el usuario, mínimo 1 hora	inmediato	\$ 10,000	Computador, esferos, lápices y hojas de bloc con un valor estimado de \$ 3,000	Que no halla disponibilidad. Que no se tenga pleno conocimiento sobre el tema	voz a voz, Perifoneo, paginas de internet, redes sociales.	Propietaria
Elaboración de maquetas	Existen varios tipos de maquetas: las de urbanismo, las académicas, maquetas de presentación	Depende del material utilizado y el tiempo de elaboración	de 2 a 5 dias maximo	valor varia según la maqueta entre 10,000 a 50,000	Depende de la maqueta, el costo varia según materiales y tiempo invertido	no contar con los mate	voz a voz, Perifoneo, paginas de internet, redes sociales.	Propietaria, ayudante
Servicio de internet	Computador, impresora	Desde 15 minutos hasta 2 horas	estipulado por el cliente	desde \$ 500	mes internet \$ 70,000 mensual	caidas de red, se va la luz, se daña el equipo.etc.	vallas publicitarias voz a voz, Perifoneo, paginas de internet, redes sociales.	propietaria, empleado
Trabajos en computador	Este tipo de trabajo incluye la investigación, si es necesaria, la impresión y el encarpetao	Depende si se hace la investigación o es sólo mecanografía	estipulado por el cliente	Sin investigación desde \$400 por hoja	mes internet \$ 70,000 mensual	caidas de red, se va la luz, se daña el equipo.etc. Tambien si se comete algun error dentro del trabajo.	voz a voz, Perifoneo, paginas de internet, redes sociales.	Propietaria
ventas papeleria	Venta de elementos de papelería: hojas, cuadernos, agendas, tipos de papeles para trabajos, esferos, lápices, borradores, tajalápiz, etc.	pedido mensual	rote de mercancia	Unidad	pedido mes \$200,000	inprevistos en ventas	necesidad del cliente	Propietaria

Figura 21. Matriz de planificación papelería La Esencia (Fuente: Elaboración propia)

2.4. Modelo de Divulgación de la Experiencia

Es un proceso mediante el cual se recopila información de un proyecto tomando como base la experiencia y permite conocer los aspectos teóricos de la misma, definiendo así el conjunto de operaciones que tiene como objetivo valorar los logros alcanzados en el proceso de aprendizaje ya planteado.

Así se crean la mayoría de las empresas que comienzan de una manera empírica por una mejora de un establecimiento o simplemente comenzando su propia empresa luego se consolida de una manera organizada y estratégica como es el caso de la papelería LA ESENCIA que surge con base a la mejora de un negocio pequeño de ventas limitadas.

De esta forma, se busca la mejora de ventas con una viabilidad de mercado amplia, y buscando oportunidad de apertura y expansión al mercado municipal, no con el cambio de establecimiento si no haciendo que los clientes busquen el servicio de la papelería; teniendo experiencia en el servicio de trabajos para niños ya se tenía una propuesta de valor, no es fácil entrar al mercado sin conocer los clientes y la competencia.

Esta sistematización nos ayuda a visualizar una manera más competente el mercado en el proceso de conocer los clientes y propone validar las deficiencias y dar soluciones a las mismas con el fin de la mejora continua para lograr satisfacer la necesidad del cliente.

Con base a esto utilizamos el mercadeo como herramienta estratégica para darnos a conocer en el municipio y también para lograr conocer las necesidades de los clientes con la intención de organizar de manera creativa la papelería y que el cliente se sienta gusto.

2.4.1. Perfil del cliente

¿Quiénes son los clientes?

Mis clientes son estudiantes, personas que necesitan artículos de papelería no se distingue edad y sexo.; y se encuentran localizados cerca de la zona donde se encuentra mi papelería.

¿Dónde se encuentran los clientes?

Los clientes radican en estudiantes residentes en la misma urbanización compartir en la que resido y también los que se encuentran en el sector ubicado en Anapoima Cundinamarca puesto que cerca hay un colegio; es una papelería – miscelánea que ofrece el servicio de asesorías de tareas y de más artículos para el colegio.

¿Cuáles son las características de sus clientes y cuáles son sus segmentos de mercado?

Mis mayores clientes tienen se encuentran en una edad entre los 8 a 18 años que son los estudiantes del colegio cercano y los profesores de la zona de Liberia y sus alrededores en el municipio de Anapoima

Cundinamarca, se ofrece todo en artículos de papelería, así como también asesoría de tareas y acompañamiento de las mismas, además de internet.

¿Cómo prioriza el segmentos de mercado?

Desde la experiencia he evidenciado que es necesario un acompañamiento en tareas y que además se tengan artículos de papelería a la mano para los y precisamente a personas con esta necesidad es que se dirige la empresa.

2.4.2. Características del segmento

Características Demográficas			
Rango de edad	7-16	18-25	30-40
Nivel de Ingreso	10000	781242	1000000
Nivel Socio-Económico	1-3	1-3	1-3
Sexo	Femenino- masculino	Femenino- masculino	Femenino- masculino
Estado Civil	Soltero	Casado	casado
Ocupación	Estudiantes	Aman de casa	comerciante
Profesión	estudiantes	Ama de casa	Vendedor
Tamaño de la Familia	No aplica	Mediana	Mediana

Características pictográficas	
Estilos de vida	Medio
Motivos de Compra	Útiles escolares
Uso de producto	estudio
Conocimiento del producto	Si

Figura 22. Características del segmento de mercado (Fuente: Elaboración propia)

2.4.3. Necesidades que se esperan satisfacer

Se espera que la clientela supla sus necesidades en todo el tema de artículos escolares y además se lleven una buena impresión respecto al servicio en asesoría y acompañamiento de tareas, también pretendo cubrir necesidades básicas de belleza como tema secundario ya que también manejo productos de catálogo y artículos personales.

Tendencia de crecimiento del mercado en el que se encuentra el negocio la papelería se ha enfrentado a un cambio de dueño a factores inesperados de cambio de mercado, por cuanto llevo muy poco administrándolo correctamente espero se vea pronto los resultados de una buena administración.

Las papelerías que se encuentran en Anapoima cuentan con cubrimiento de gran variedad de artículos cubriendo as las necesidades primarias del cliente, algunas cuentan también con internet y como quedan centrales son muy visitadas.

La papelería, miscelánea y variedades tiene una amplia gama de artículos de papelería, así como también miscelánea y variedades; dando como servicio innovador el asesoramiento de tareas.

Componente innovador	
Variable	Descripción de la innovación
Concepto del negocio	Para la papelería Esencia es importante poder compartir con los niños y jóvenes la travesía de hacer una tarea, un trabajo o una maqueta; a pesar que ahora es mucho más fácil realizar este tipo de actividades siempre se necesita ayuda o asesoría con las TIC y hay esta mi trabajo.
Producto o <u>servicio</u>	Ofrece el asesoramiento de tareas y servicio personalizado a estudiantes que lo solicitan, desde una impresión hasta un trabajo manual tratando de que este servicio sea el justo y dando satisfacción a la necesidad primordial del cliente además de ofrecer variedad en nuestros artículos de papelería.
Proceso	La papelería ofrece productos de primera necesidad para los estudiantes así como el servicio de asesoramiento en tareas y trabajos, siendo objetivos en lo que el cliente necesita y además brindando un precio justo El cliente llega a la papelería con un fin específico así q no es difícil de identificar el motivo de su llegada; desde el momento en el que llega el cliente es atendido muy amablemente por mi persona permitiendo que el cliente se sienta cómodo al momento de especificar lo que quiere.

Figura 23. Imagen de cuadro de componente de valor (Fuente: Elaboración propia)

Tabla 2
Tabla de propuesta de valor

Propuesta de Valor:
Relación con el cliente, que encuentre lo que necesite y se vaya con más.
Ventaja Competitiva:
La diferencia no está en el qué sino en el cómo , nuestro negocio es la mercancía, no es lo que vendemos, no es la forma como atendemos, ni los precios que ofrecemos, lo que hace nuestro empresa diferente a las demás de su misma línea es que PAPELERIA LA ESENCIA es un producto diferenciado, donde lo más importante es que la gente, nuestros clientes saben que somos únicos, diferentes; a los clientes les gusta venir a PAPELERIA LA ESENCIA porque aquí están expuestas a solucionar sus necesidades, aunque tenemos cosas parecidas, nosotros ofrecemos todo de una mejor manera, nos hemos posicionado como la mejor del sector por la comunicación, la ubicación, las zonas verdes, el relax al llegar. Son todos elementos deseables de un inmueble, esta es su casa.

Datos sobre propuesta de valor (Fuente: Elaboración propia)

3. Reconstrucción de la Experiencia

Joseph Schumpeter ubica al emprendedor como centro del sistema económico, mencionado que “la ganancia viene del cambio, y este es producido por el empresario innovador”. (Lara, 2011) . Papelería LA ESENCIA nace por oportunidad en el año 2015- 2016 para este año la papelería se encontraba registrada bajo el nombre papelería la bendición con artículos del sector papelerero muy variados algunos artículos de revista y línea de hogar sus ventas eran muy bajas, por este motivo decide vender.

Se consideró para la compra:

3.1. Ubicación

Papelería en la esencia está ubicada en urbanización compartir de Anapoima Cundinamarca en el local comercial número 3 cerca de los jardines en la zona comunes de la urbanización alrededor del mismo queda una tienda y un salón de belleza con papelería. En la urbanización hay 201 viviendas las cuales se encuentran todas ocupadas fuera de la urbanización hay un colegio.

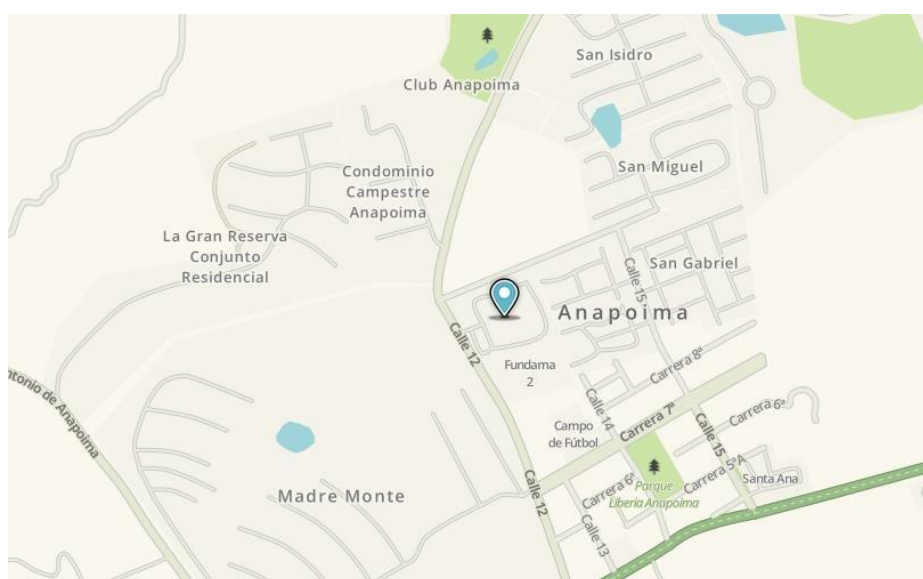


Figura 24. Imagen de ubicación geográfica papelería (Fuente: <https://www.waze.com/>)

3.2. Tamaño de la Papelería

Cuenta con área de 8 metros de largo por 5 de ancho cuenta con un baño

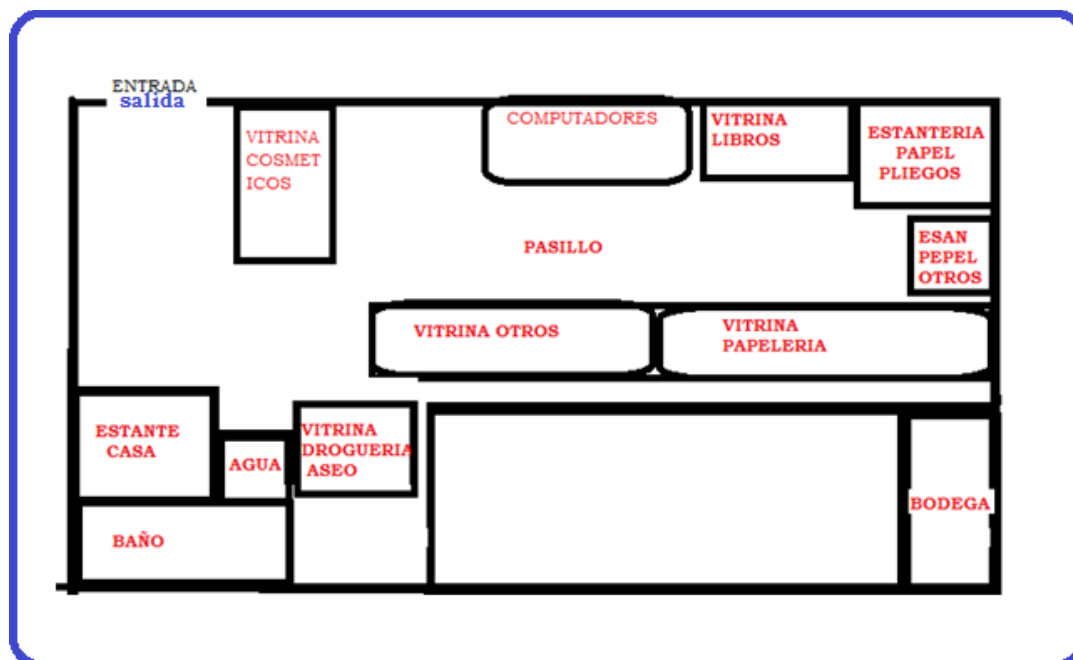


Figura 25. Imagen plano de la papelería (Fuente: Trabajo de emprendimiento)

3.3. Financiación

CANON DE PRESTAMO 10.000.000	
EAV	13,85%
EMV	1,087%
SEGURO	\$ 3.000.000
PERIODOS	60
PAGO	\$ 296.082,84
TOTAL	\$ 13.000.000

Figura 26. Tabla de presupuesto de la papelería (Fuente: Elaboración propia)

3.4. Equipos

De los cuales se encuentran los siguientes:

TIPO DE MUEBLE Y ENSERES	Nº. MUEBLES Y ENSERES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
<i>Vitrinas</i>	4	\$ 87.500	\$ 350.000
<i>Escritorio</i>	1	\$ 35.000	\$ 35.000
<i>Computadoras</i>	2	\$ 1.000.000	\$ 2.000.000
<i>Teléfono</i>	1	\$ 35.000	\$ 35.000
<i>Mesa</i>	1	\$ 70.000	\$ 70.000
<i>Sillas</i>	5	\$ 30.000	\$ 150.000
<i>Estantes</i>	4	\$ 57.500	\$ 230.000
<i>Impresora Epson</i>	1	\$ 300.000	\$ 300.000
<i>Congelador blanco</i>	1	\$ 350.000	\$ 350.000
<i>Fotocopiadora</i>	1	\$ 500.000	\$ 500.000
<i>SUBTOTAL</i>		\$ 2.465.000	\$ 4.020.000
<i>IMPREVISTOS 10%</i>			\$ 402.000
<i>TOTAL</i>			\$ 4.422.000

Figura 27. Imagen de cuadro de equipo papelería (Fuente: Elaboración propia)

TIPO DE MAQUINARIA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
<i>Ventilador</i>	1	\$ 70.000	\$ 70.000
<i>Escritorio</i>	1	\$ 35.000	\$ 35.000
	<i>SUBTOTAL</i>	\$ 105.000	\$ 105.000
<i>IMPREVISTOS 10%</i>			\$ 10.500
<i>TOTAL</i>			\$ 115.500

Figura 28 Imagen de cuadro equipo y maquinaria (Fuente: Elaboración propia)

3.5. Costos del Local

<i>CONCEPTO</i>	<i>VALOR MENSUAL</i>
<i>Arriendo</i>	\$ 200.000
<i>Servicio de agua</i>	\$ 120.000
<i>Servicio de luz</i>	\$ 80.000
<i>Servicio internet y telefonía</i>	\$ 80.000
<i>TOTAL</i>	\$ 480.000

Figura 29. Imagen de cuadro de costos y gastos papelería

3.6. Mercancía

En la compra de los artículos se realizó un valor general lo que se llama popularmente como compra “a puerta cerrada”.

3.7. Momentos Históricos y Experiencias

La venta de artículos de papelería, informática, artículos escolares, de oficina y material didáctico conforman el sector de la papelería que ofrece al mercado mayores alternativas y oportunidades, con este modelo de emprendimiento, la necesidad de los habitantes de la urbanización Compartir en el municipio de Anapoima dio paso al desarrollo de la idea de reacomodar la papelería que ya se encontraba en funcionamiento y esta se consolidara para suplir las necesidades del mercado de los habitantes del sector, por otra parte los artículos escolares aportan un gran dinamismo ya que durante las temporadas previas al ingreso de los estudiantes a clases la demanda de estos artículos se incrementa notablemente en este segmento de mercado el que impulsa y dinamiza el sector a través de la estacionalidad de su demanda; también comercializamos productos de revista y hogar lo que nos lleva a tener ventas en las estaciones De vacaciones donde el rango de venta papelerera disminuye.

En el mercado de Anapoima Cundinamarca son pocos los proveedores que se encuentran en el sector así que es necesario contar con estos pocos para poder surtir y si no realizar la compra con mercados mayoristas en Bogotá aunque este mercado abarque desde bolígrafos hasta impresoras multifuncionales pero estos establecimientos cobran por el envío incluso sale un poco más costoso o tendría que ser una inversión muy alta para viajar a Bogotá a traer los productos; debido a esta razón es necesario realizar pedido directo con las personas que vienen a proveer en el sector ; de esta manera se implementa el cambio de razón social a papelería LA ESENCIA.

3.7.1. Principales hitos y hechos relevantes

En el año 2015 la señora Cristina Cano dueña de la miscelánea la bendición toma la decisión de ceder su establecimiento de comercio una miscelánea con internet y un poco de papelería donde yo laboraba esporádicamente, encontrándome en mi labor para la señora Cristina me realiza la propuesta de venta directamente por ser su empleada, durante el 2015 se planeó junto con mis familiares la compra de la misma, dejando en claro que al adquirirla se pretendía que esta aumentara en tamaño y valor; una papelería mucho más grande con más contenido y surtido y además con un valor agregado como el de la asesoría de tareas a los estudiantes que llegaban como clientes potenciales a la miscelánea.

Todo esto pretendiendo sobrellevar dificultades de estabilidad económica y el mejoramiento de calidad de vida para obtener mejores oportunidades, surgir personal y profesionalmente creando así modelo de negocio para la papelería LA ESENCIA que finalmente pudiera brindar un empleo y más adelante poder generar muchos más de esta manera poder consolidarse como un proyecto familiar y rentable considerando las oportunidades de la región.

Para realizar la idea de negocio se llegó a financiar toda la empresa lo que se requería para invertir en la compra de lo que ya estaba y la inversión inicial para el mejoramiento de la misma.

Compra de la papelería

Para principios de 2016 se gestiona un préstamo con una entidad financiera a nombre de mi madre ya que yo no contaba con la vida crediticia para pedir la cantidad que necesitábamos para la compra de la miscelánea y que en ese momento necesitábamos el cual tenía como valor de \$10.000.000 de pesos dejando surtido el establecimiento y haciendo un negocio a puerta cerrada con lo que en esta encontraba; el financiamiento con la entidad Bancolombia se realizó por la totalidad de la compra más el seguro bancario establecido por \$ 3.000.000 de pesos, por la vida crediticia de mi madre el desembolso del dinero se realizó a los 3 días siguientes; para lo que se hizo una tabla de amortización del crédito presupuestando el valor de las cuotas a pagar.

CANON DE PRESTAMO 10.000.000					
EAV	13,85%				
EMV	1,087%				
SEGURO	\$ 3.000.000,00				
PERIODOS	60				
PAGO	\$ 296.082,84				
PRESTAMO CON EL BANCO AMORTIZACION DEL CREDITO					
No DE CUOTA	INTERESES	CUOTA	SEGURO	ABONO A CAPITAL	SALDO PENDIENTE
0			3.000.000		\$ 13.000.000,00
1	\$ 141.310,00	\$ 296.082,84	\$ 50.000,00	\$ 154.772,84	\$ 12.845.227,16
2	\$ 139.627,62	\$ 296.082,84	\$ 50.000,00	\$ 156.455,23	\$ 12.688.771,93
3	\$ 137.926,95	\$ 296.082,84	\$ 50.000,00	\$ 158.155,89	\$ 12.530.616,04
4	\$ 136.207,80	\$ 296.082,84	\$ 50.000,00	\$ 159.875,05	\$ 12.370.740,99
5	\$ 134.469,95	\$ 296.082,84	\$ 50.000,00	\$ 161.612,89	\$ 12.209.128,10
6	\$ 132.713,22	\$ 296.082,84	\$ 50.000,00	\$ 163.369,62	\$ 12.045.758,48
7	\$ 130.937,39	\$ 296.082,84	\$ 50.000,00	\$ 165.145,45	\$ 11.880.613,03
8	\$ 129.142,26	\$ 296.082,84	\$ 50.000,00	\$ 166.940,58	\$ 11.713.672,45
9	\$ 127.327,62	\$ 296.082,84	\$ 50.000,00	\$ 168.755,22	\$ 11.544.917,22
10	\$ 125.493,25	\$ 296.082,84	\$ 50.000,00	\$ 170.589,59	\$ 11.374.327,63
11	\$ 123.638,94	\$ 296.082,84	\$ 50.000,00	\$ 172.443,90	\$ 11.201.883,72
12	\$ 121.764,48	\$ 296.082,84	\$ 50.000,00	\$ 174.318,37	\$ 11.027.565,36
53	\$ 24.532,24	\$ 296.082,84	\$ 50.000,00	\$ 271.550,61	\$ 1.985.324,82
54	\$ 21.580,48	\$ 296.082,84	\$ 50.000,00	\$ 274.502,36	\$ 1.710.822,46
55	\$ 18.596,64	\$ 296.082,84	\$ 50.000,00	\$ 277.486,20	\$ 1.433.336,25
56	\$ 15.580,37	\$ 296.082,84	\$ 50.000,00	\$ 280.502,48	\$ 1.152.833,78
57	\$ 12.531,30	\$ 296.082,84	\$ 50.000,00	\$ 283.551,54	\$ 869.282,23
58	\$ 9.449,10	\$ 296.082,84	\$ 50.000,00	\$ 286.633,75	\$ 582.648,49
59	\$ 6.333,39	\$ 296.082,84	\$ 50.000,00	\$ 289.749,46	\$ 292.899,03
60	\$ 3.183,81	\$ 296.082,84	\$ 50.000,00	\$ 292.899,03	\$ 0,00

Figura 30. Tabla de amortización del crédito para compra de papelería (Fuente: Estudio financiero)

Inventario inicial

Para agosto del 2016 se realiza el primer inventario general que arrojó las siguientes cifras generales para un conglomerado de todo lo que se encontraba en la papelería LA ESENCIA en ese momento que se muestra de la siguiente manera.

ARTÍCULOS	VALOR UNITARIO
<i>Artículos de papelería</i>	\$ 2.150.000
<i>Droguería y Aseo</i>	\$ 250.253
<i>Artículos para el hogar</i>	\$ 300.000
<i>Artículos de Miscelanea</i>	\$ 362.000
<i>Artículos de belleza</i>	\$ 370.000
TOTAL	\$ 3.432.253

Figura 31. Inventario valores generales (Fuente: Estados financieros 2016 La Esencia)

Compra de equipo de cómputo

Para febrero de 2017 se adquiere otro equipo de cómputo para la investigación de tareas en caso de que el funcional se encontrará ocupado con el fin de brindar servicio de internet por un valor de 350.000 ya que era de segunda mano; con una actualización de Windows 2010 totalmente equipado; también se adecua el computador con el que iniciamos la papelería para que este se actualizado.

Asesoría de tareas

Para marzo de 2017 se implementa el servicio de asesoría de tareas, viendo la necesidad de los chicos en resolver cada una de las tareas que tenían como responsabilidad llevar al colegio, se implementa una asesoría primeramente chicos de primaria y a medida que pasaba el tiempo se amplió el ámbito a los chicos de colegio de 7 a 11 grado, lo cual no solo fue un éxito si no que

muchas personas asisten a la papelería para realizar algún tipo de tarea para colegio desde trabajos escritos, impresiones, hasta maquetas.



Figura 32. Collage realizado con fotos de creaciones de la papelería (Fuente



Figura 33. Continuación collage anterior (Fuente: Elaboración propia)

Mercadeo

Para el año 2018 se realizaron grandes eventos y contrataciones.

Mayo

Flores día de la madre: se realizaron canastillas en fomy con dulces para representar el día de las madres en un salón del colegio General Santander de Anapoima

Agosto

Se realizaron cometas con material reciclado para obsequiarlas a los niños que no tenían cometas iniciativas del profesor Luis c, del colegio la Palmichera.

Septiembre

Mes de amor y amistad, se realiza la primera cuña publicitaria para la papelería La Esencia Trasmitada por el distribuidor de sonido Henry López quien se encargó también de su creación, fue presentada durante una hora por un costo total de \$ 120.000 en todo el municipio.

Noviembre

Se realizan asesorías con recuperaciones de año de los colegios aledaños a la urbanización compartir del municipio e Anapoima.

Diciembre

Se decoran salones de eventos con centros de mesa y globos se realiza una valla publicitaria para la papelería la esencia para la parte exterior de las zonas comunes de la urbanización por un valor de \$70.000.

Constitución de la empresa legalmente

Papelería la esencia se registro en la DIAN el día 21 de enero de 2019 despues de llegar a los objetivos propuestos y con el fin de dar cumplimiento a las normas conforme a la ley; quedando con un codigo N° 12 – Ventas regimen simplificado a nombre de Sinerlly Paola Vallejo mayor de edad como representante legal de la papelería LA ESENCIA.

4. Aprendizajes

4.1. Aportes Significativos en lo Humano

Una de las necesidades principales del ser humano es la educación en esto se pretende alcanzar la formación del trabajo y la construcción de la ciudadanía entre otras cosas la educación hace parte de la preparación para la vida el trabajo como realización personal que nos acerca la ciudadanía en un espacio proactivo y que nos hace asociarnos a todo el ámbito del trabajo que realizó en la papelería el ser humano siempre ha necesitado utensilios y formas que le ayude a facilitar su trabajo y que le contribuyen cada día así a su conocimiento.

Papelería la esencia actuada como un nivel de apalancamiento para aquellos quienes se acercan con una necesidad en el día a día de su supervivencia cada individuo ejerce una disciplina un trabajo incluso algún estudio que lo ayude a superarse y para eso necesita herramientas y materiales las cuales comercializamos al público para así hacer más fácil el diario vivir.

4.1.1. Comunicación

Lograr que la papelería se estableciera en el mercado con los jóvenes y llegar a ellos con la capacidad de comunicación y de relación e iniciativa lleva a que los estudiantes no solo quieran volver, si no que aprenden que la buena comunicación afianza el perfil de una persona así logro incrementar mis ventas y el consumo con clientes satisfechos.

4.1.2. Capacidad analítica

Trabajo en equipo, si bien ahora los trabajos son más por competencia Tolerancia al estrés, Orientación a resultados, flexibilidad, creatividad, comunicación, liderazgo, relación y comunicación interpersonal, iniciativa, compromiso con la organización, autocontrol, organización y planificación, dirección de personas, toma de decisiones y solución de problemas, todo esto constituye.

4.1.3. Conciencia y salud

En el año 2018 papelería la esencia patrocinó y participó en el evento como esparcimiento que se realizó para la integración del comercio con un equipo femenino de micro fútbol donde se incentiva el deporte y la libre expresión, a la salud dejando como objetivo los valores como el respeto, la sana convivencia y el trabajo en equipo.



Figura 34. Eventos patrocinando la papelería (Fuente: Archivo personal)

4.1.4. Valores

Calidad: proporcionando un espacio cómodo, armonioso y limpio un trato amable y cordial.

Honestidad: nos caracterizamos por ser transparentes en nuestro comportamiento y cumplimos fielmente a nuestros clientes.

Ética: procedemos de manera íntegra, somos consecuentes con nuestros clientes y demostramos día a día la rectitud de nuestros actos.

Respeto: practicamos un trato digno, adecuado a nuestros clientes con amabilidad y reconocimiento de su valor.

Creatividad: garantizamos métodos innovadores en nuestro plan de servicios ofreciendo ambiente confortable para brindar una excelente calidad.

Tolerancia: respetar a las demás personas en su entorno.

Compromiso: brindar servicios cumplir con las tareas asignadas.

4.2. Aportes Significativos en lo Social

El aporte social que tiene la papelería en la ciencia cuenta desde ofrecer productos con material reciclable como lo son las maquetas, carteleras, disfraces entre otros haciendo que sea beneficioso el trabajo que tenemos con el medio ambiente. Disfraz con bolsa de basura,



Figura 35. Colash de creaciones en reciclaje papelería la Esencia (Fuente: Archivo personal)

Papelería la esencia también cuenta con asociaciones con profesores que nos ayudan a brindar las de sus asesorías académicas respecto a matemática e inglés de este modo papelería la ciencia genera empleo indirectamente, también ha servido como impulso para personas que tienen habilidades y que generan un producto y este producto es exhibido en la papelería ganando un mínimo porcentaje por cada uno así se puede aportar al emprendimiento y al desarrollo de habilidades de las demás personas como lo son el manejo de piedras para hacer manillas entre otros.



Figura 36. Muestra de trabajos de personas con habilidades (Fuente: Archivo personal)

Actualmente papelería la ciencia desarrolla un proyecto con la junta de acción comunal de la organización compartir dónde se encuentra localizada la papelería, con el fin de mostrar conocimiento en la elaboración de macetas o materas en material reciclable como lo son los tarros o galones dirigido a niños y jóvenes de 6 años en adelante, este proyecto contribuye no solo a la compra de materiales de la misma papelería si no al desarrollo de habilidades manuales, característicos de trabajo en equipo y la parte ambiental, que es un tema importante que se incluya desde temprana edad, cabe resaltar que dichos proyectos ya se han realizado antes que han sido todo un éxito.



Figura 37. Colash de fotos proyecto

4.3. Aportes Significativos en lo Económico

En el caso del emprendimiento con una carrera como administración de empresas ha sido toda una experiencia cuando se instauró la papelería la esencia esta no tenía bases sólidas ni solvencia para establecerse en el mercado llegó a ser un reto grande donde la participación de la inversión tomó un rol desfavorable, puesto que la demanda de los productos de papelería habían bajado por la temporada, lo que llevó a utilizar nuevas estrategias, créditos con proveedores que se invirtieron en artículos de papelería con grandes cantidades para obtener descuentos que se brindaron a los clientes; también promoción en precios y publicidad lo que llevó a que la papelería tomara un nuevo rumbo.

Fortaleció su vida crediticia permitiendo que los proveedores nos brindaran más mercancía con hasta 20 días de espera para pago, se generó cartera para los clientes con mayor frecuencia, haciendo que las ventas crecieran; además de poder tener la facilidad de competir en el mercado con otras dos papelerías más.

Lo que significó un cambio en sector económico, independencia y sostenibilidad para una vida más productiva económicamente y un estatus mejor.

4.4. Principales Aprendizajes para el Perfil Profesional

El trabajo de un administrador de empresas consiste en tener habilidad para proyectar objetivos y hacerlo realidad teniendo en cuenta el perfil profesional, creativo, recursivo e ingenioso; cumpliendo con la capacidad de análisis y un pensamiento completamente competitivo que me lo lleve a enfrentar las dificultades de una empresa tomando decisiones asertivas en el campo profesional.

La universidad minuto de Dios dio aportes significativos en conocimiento y practica a la papelería, sin estos conocimientos el establecimiento no tendría reconocimiento y hace mucho se hubiera clausurado, actuar como profesional desde un rol bajo es como se comienzan los grandes emprendimientos, la ardua búsqueda de ser siempre reconocida a nivel profesional nos lleva a ser empleados pero la educación superior que brinda la universidad minuto de Dios impulsa no a tener sostenibilidad económica por sus propios medios.

4.5. Aprendizajes Abordados desde la Perspectiva de la Socialización de la Experiencia

Dentro de mi disciplina como administradora de empresas me permitió recopilar la información sobre mi negocio y crear una contabilidad rústica el principio para armar un Pilar fundamental que me diera a conocer el estado de la papelería en cuestiones financieras todo esto con base a que la empresa funcione correctamente y así poder controlar factores económicos y financieros de mi empresa.

4.5.1. Contabilidad

cuando hablamos de contabilidad en una empresa nos referimos a las técnicas que podemos emplear en los movimientos contables para llevar a cabo la la toma de decisiones conocer cuál es la situación económica de la empresa en todo momento sus posibilidades sus beneficios sus

pérdidas aumentan ventas las ventajas de llevar una contabilidad nos ayudan a conocer el costo del producto también podemos saber que hay dinero estamos gastando y cuánto estamos ganando nos alerta en los gastos generales e influyen nuestras inversiones todo esto gracias al balance general ya los estados de resultados que nos informan la situación financiera actualizada de nuestra empresa todo esto con un objetivo qué es la toma de decisiones correctas para la empresa.

4.5.2. Inventarios

Desde hace mucho tiempo se ha venido implementando el inventario como un elemento importante para el desarrollo de las empresas sean grandes pequeñas o medianas, además es un factor fundamental para el control de los costes y la rentabilidad se puede decir que los inventarios son el capital en forma de material ya que es el valor que nuestra empresa sobre todo a la papelería LA ESENCIA que se dedica a vender productos por eso es de suma importancia saber que tenemos, con que contamos para cumplir las necesidades de nuestros clientes y que necesitamos para realizar pedido, recibir y almacenar según sea nuestra demanda y así cumplir con los requerimientos del mercado y no tener faltantes a la hora del pedido de nuestro cliente, así podemos mantener constante las ventas y la fidelización mismo.

4.5.3. Registros contables

los registros en una empresa son importantes, esenciales en todo el sentido ya que nos ayudan a la toma de decisiones, estrategias y nos ayuda a valorar el comportamiento de las finanzas; es importante llevar de manera correcta la contabilidad y para esto me ha servido mucho mi carrera como administradora llevando una contabilidad rústica al comienzo de mis ventas, pagos, egresos, pedidos y así poder realizar los informes financieros; pero es muy importante basarnos en cifras correctas mediante el registros numéricos que tengamos de nuestra empresa.

4.5.4. Mercadeo

La realidad que tenemos de economía actual nos hace pensar la importancia del mercadeo, el ambiente económico mundial incrementa la competitividad, hace que el valor comercial se haga cada vez más bajo y que por esto tengamos que realizar estrategias que catapultan nuestro negocio; la publicidad tradicional se ha reducido a causas del marketing tecnológico y sus estrategias para esto nos las muestra la carrera de administración que ha sido fundamental para que cada día mi organización tenga un ambiente de cambio constante interactuando con la tecnología y la interconectividad hacia el mundo. Es importante no sólo hacer visible el negocio si no manejar todo el ámbito de las cuatro pes, producto, plaza y promoción cada uno de estos ítems nos ayudan a que nos nuestros productos sean los mejores en el mercado y así podamos posicionarnos en el mismo.

4.5.5. Toma de decisiones

En la actualidad las empresas se definen por el ambiente global constituyendo un entorno muy competitivo que exige que tengamos una continua toma de decisiones, éstas suelen ser muy importantes y permite que no se cometan errores para que nuestra empresa no corra riesgos de viabilidad.

La toma de decisiones es muy habitual en la vida diaria de cada una de las personas y los momentos en los que se ha de tomar una decisión son significativos es importante tener en cuenta las dimensiones a lo que nos enfrentamos y se debe tener la capacidad para analizar, evaluar, reunir, alternativas y considerar posibles variables con el fin de encontrar soluciones y tomar decisiones basadas en la realidad.

5. Conclusiones

El objetivo de este trabajo consistía en llevar a cabo una evaluación financiera que nos permitiera ver la tapa que estaba atravesando la papelería LA ESENCIA con la proyección de posicionarse de nuevo en el mercado teniendo ventas productivas.

Tomando como base un objetivo propuesto que desarrollamos a lo largo de la sistematización. Para el análisis de mercadeo se obtuvieron datos significativos identificando nuevas necesidades y productos que necesita el cliente llegando a este con estrategias como lo son, precios bajos pero que correspondan al mercado sin hacer competencia desleal, productos de buena calidad y que además se comercializarán no sólo dentro de la urbanización sino en todo el municipio Anapoima también nos dimos a conocer con la cuña publicitaria que se implantó en el municipio haciendo que nuestros clientes llegarán a la papelería no sólo por asesorías sino por productos de calidad.

Se realizan los estados financieros con el fin de saber la posición económica y el estado en que se encuentra la papelería LA ESENCIA, con el cual concluimos que para el año 2016 y 2017 la papelería tuvo un déficit de inversión puesto que no hubo rotación de mercancía la cual mejoramos al finalizar el año 2017, comprando inventarios con más rotación que resulto dando el efecto esperado para el año 2018 mejoró al implementar estrategias de marketing y de financiación para el negocio.

Gracias a los estados financieros logramos llevar una contabilidad más fluida que nos permitiera tomar decisiones en tiempo real con un margen mínimo de error.

Manejar un stock de seguridad para mantener mercancía y evitar decir al cliente que hay agotados, revisar constantemente el inventario y actualizarlo; hacer listado de agotados.

Mantener actualizadas las redes sociales con promociones, eventos y productos nuevos.

6. Recomendaciones

Se recomienda que la papelería realice las estrategias de mercadeo al pie de la letra, ya que nos dará posicionamiento y una voz a voz que nos mantenga en el mercado como una de las mejores papelerías.

Seguir llevando a cabalidad la contabilidad de los estados financieros para la toma de decisiones.

Financiar un crédito justo en el momento que termine de cancelar lo que se pidió para la inversión inicial y así poder comercializar cosas nuevas para los clientes.

En general podemos concluir que en base a los análisis realizados en los estudios financieros, económicos y de mercadeo, papelería LA ESENCIA es rentable y es aconsejable que se mantenga así, ya que el mismo presenta índices aceptables de rentabilidad.

7. Referencias Bibliográficas

Map (s.f.). Obtenido de

<https://www.waze.com/es/directions/colombia/anapoima/urbanizaci%C3%B3n-compartir/187105326.1870856648.6958570.html>

Blank, s. (s.f.). *Axioma* . Recuperado el 10 de 04 de 2019, de Axioma :

<https://axioma.com.co/propuesta-de-valor/>

cesar vasquez. (2015 de 07 de 2015). *articulo de investigacion* . Obtenido de

<http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/5957/1/07-ES-Vasquez.pdf>

Lara, P. V. (11 de 2011). *EL EMPRESARIO*. Obtenido de Dialnet-

[ElEmpresarioInnovadorYSuRelacionConElDesarrolloEco-5761528.pdf](#)

ley 1014 de 2006. (26 de 01 de 2006). *sistema unico de formacion normativa*. Obtenido de

<http://www.suin-juriscal.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/1672727>

Mestre, M. S. (1991). Marketing. Conceptos y estrategias. En M. S. Mestre. Pirámide.

noam wasserman, profesor en Harvard Business School. (s.f.). *libro el metodo Lean Startup*.

Obtenido de <https://www.pqs.pe/>

Shaw, G. B. (1974). *el empresario*. Recuperado el 05 de 04 de 2019, de

<https://j davidulloa.files.wordpress.com/2013/05/el-empleado.pdf>

Sinek, S. (s.f.). *LA REVOLUCIÓN DEL PROPÓSITO*. Obtenido de

<http://revoluciondelproposito.com/revoluciondelproposito-blog/2018/start-with-why-comienza-por-el-para-qu-simon-sinek>

8. Anexos

Técnica de recolección de información para la viabilidad de la nueva papelería

Encuesta: se realiza mediante la realización de una serie de preguntas abiertas y cerradas a los habitantes de la urbanización compartir.

1. Edad

- Menor de 18 años
- De 18 a 25 años
- De 25 a 30 años
- De 30 a 40 años
- Mayor de 40 años

2. ¿Tiene Internet?

- Si
- No

3. Si tiene internet, lo consulta en:

- Su casa.
- En un café internet.
- En el trabajo.
- Universidad / Colegio
- Teléfono Móvil
- Otro (por favor especifique)

4. ¿Cuál o cuáles son los principales motivos por los que se conecta a internet?

- Por trabajo
- Para recopilar información
- Para jugar
- Para comunicarme con otras personas
- Para comprar
- Por curiosidad
- Otro (Por favor especifique)

Figura 38. Imagen de encuesta para mercadeo I (Fuente: Trabajo de investigación viabilidad papelería)

5. ¿En estos momentos se encuentra estudiando o tiene hijos que estén estudiando?

Sí

No

6. Si la respuesta anterior es si: ¿En donde estudia?

Jardín Infantil

Colegio

Universidad

7. ¿Con qué frecuencia compra en alguna papelería?

Semanal

Quincenal

Mensual

Cada 3 meses

Cada 6 meses

Mayor de un año

Otro (por favor especifique)

Figura 39. Imagen de encuesta para mercadeo II (Fuente: Trabajo de investigación viabilidad papelería)

Analisis de la pregunta 01

EDAD	PORCENTAJE
Menor de 18 años	0%
De 18 a 25 años	23%
De 25 a 30 años	17%
De 30 a 40 Años	43%
Mayor de 40 años	17%
TOTAL	100%

Figura 40. Análisis de la encuesta pregunta 1 (Fuente: Elaboración propia)

Por seguridad la encuesta fue realizada solo a personas mayores de 18 años, además son aquellos que aportan los recursos para la compra; la tabla porcentual de la primera pregunta nos

dice que hay mas padres y/o consumidores de 30 a 40 años en la urbanizacion comaprtir del municipio de Anapoima.

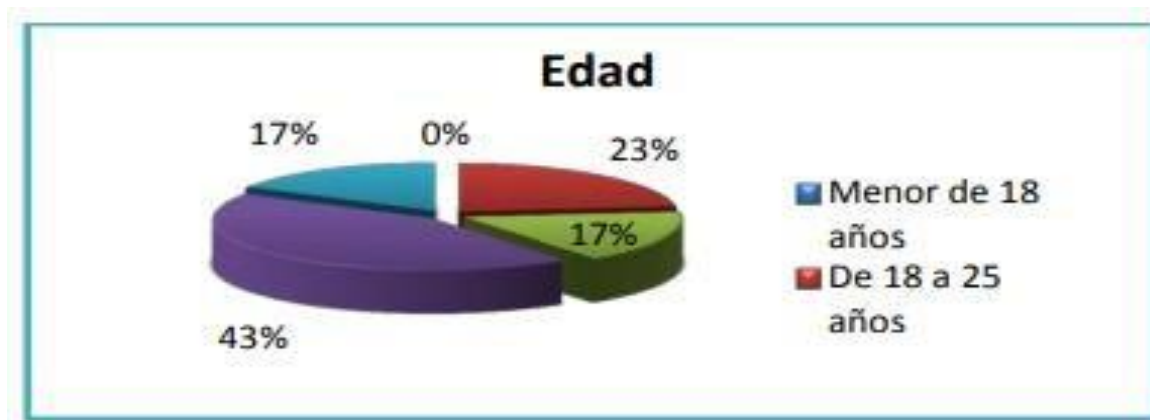


Figura 41. Grafica edad de los principales consumidores (Fuente: Elaboración propia)

Analisis de la pregunta 02



Figura 42. Gráfica internet (Fuente: Elaboración propia)

Muchos de los residentes ahora se encuentran con internet debido a los beneficios que ofrece pagar comunitariamente los codificadores, por eso evidenciamos que son mas los consumidores que tienen internet en casa.

Analisis de la pregunta 03



Figura 43. Lugar de consulta de internet (Fuente: Elaboración propia)

Esta pregunta nos muestra que muy pocos clientes son consumidores de internet en otros establecimientos comerciales y que la mayoría consultan en sus hogares con un 45%.

Analisis de la pregunta 04



Figura 44. Gráfica con que objeto utiliza internet (Fuente: Elaboración propia)

La pregunta 4 muestra que un 30% utilizan el internet para su trabajo y el otro 30% para comunicarse con otras personas.

Analisis de la pregunta 05



Figura 45. Gráfica con que objeto utiliza internet (Fuente: Elaboración propia)

El 80% de los clientes encuestados tienen hijos estudiando actualmente

Analisis de la pregunta 06

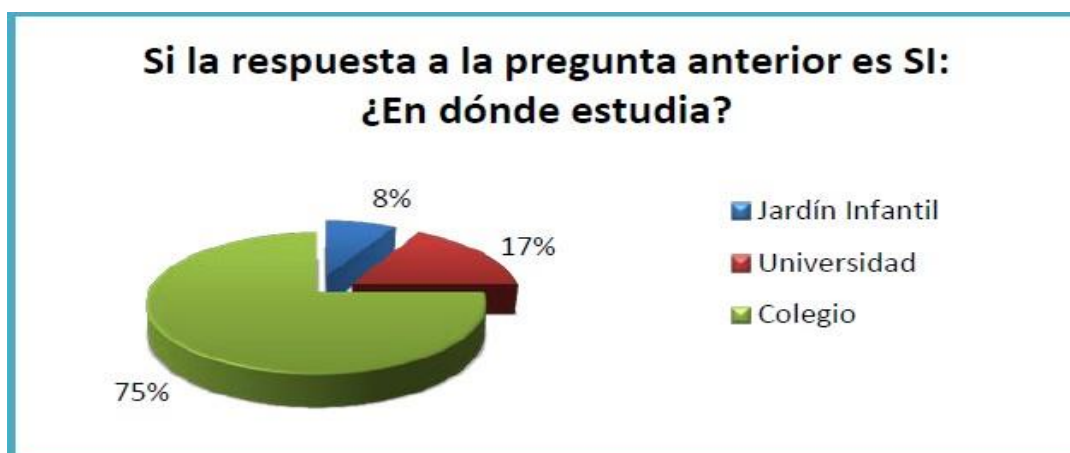


Figura 46. Gráfica establecimiento donde estudian sus hijos (Fuentes: Elaboración propia)

La grafica 6 nos muestra que la mayoría de estudiantes que consumen los productos de la papelería son de colegio para un 75%.

Analisis de la pregunta 07

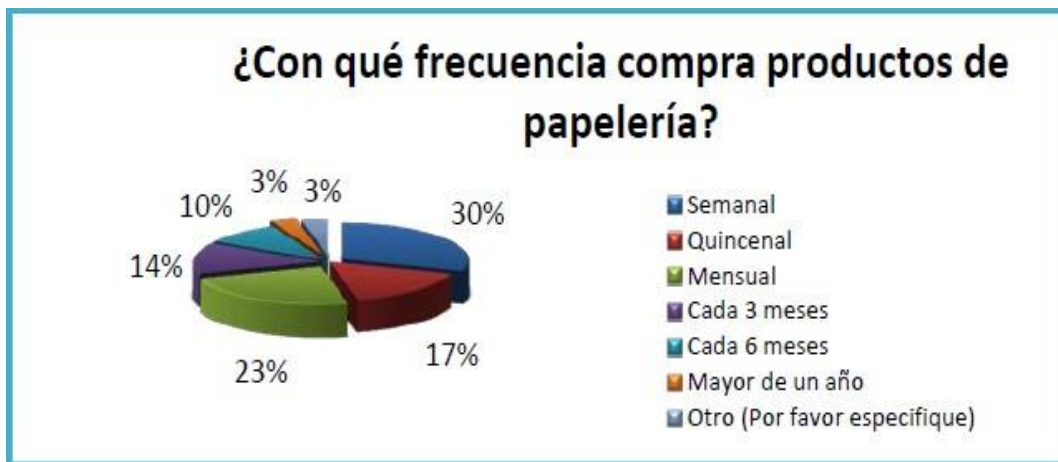


Figura 47. Grafica productos que frecuenta de una papelería (Fuente: Elaboración propia)

El 30% de los encuestados contestaron que la frecuencia de la compra de productos en una papelería es semanalmente.

De esta encuesta se pudo deducir que:

- La mayoría de los clientes no necesitan internet
- Se concluye en surtir mas productos de estudiantes de colegio
- No es necesario adecuar con mas equipos de computo para internet
- Se deduse que al solicitar internet es para imprimir un trabajo ya realizado incluso consultas asi q es necesario tener una impresora disponible.

DESCRIPCION DEL PROYECTO	Meta	INDICADORES DE DESEMPEÑO	MEDIOS DE VERIFICACION DE LOS INDICADORES	SUPUESTOS
Lograr la satisfacción del cliente ofreciendo un eficiente e innovador servicio en el ramo de la papelería en general	Cliente satisfecho	Número de personas que asisten a la papelería en busca de artículos (ventas)	Encuestas de satisfacción	Aumento en ventas
Brindar una atención personalizada a nuestros clientes, con asesoría de tareas, etc.	Trabajo terminado	Cantidad de clientes satisfechos por trabajo	Encuesta	Mejora de trabajos para los estudiantes
Evitar agotados	Tener inventariado en stop	Inventario en bodega según planilla de agotados	planilleo	Evitar pérdida
Asesoría de tareas	Padres satisfechos	Pago por asesoramiento	Encuesta	Niños con más conocimiento para las clases

Figura 48. Imagen de marco lógico papelería LA ESENCIA (Fuente: trabajo de investigación para la viabilidad de la papelería LA ESENCIA)


MODELO LEAN CANVAS				
				
2. PROBLEMA: SE EVIDENCIA LA FALTA DE UNA PAPELERIA CON VARIEDAD DE PRODUCTOS QUE SUPLA LAS NECESIDADES DE LA COMUNIDAD, BRINDANDO PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD PARA EL DIA A DIA EN LA URBANIZACION COMPARTIR UBICADA EN EL BARRIO LIBERIA DE ANAPOIMA.	4. SOLUCIÓN: Entrar en el mercado actual con material de excelente calidad y precios competitivos, además de brindar un servicio óptimo al cliente cubriendo así sus necesidades específicas; también brindando internet y acompañamiento de tareas personalizadas a los niños del sector.	3. PROPUESTA DE VALOR: asesoría personalizada de tareas así como un horario de atención amplio, puntualidad en el servicio; productos visibles y como es un conjunto residencial se hacen entregas a domicilio.	9. VENTAJA COMPETITIVA: el servicio de calidad y dar pronta solución a las necesidades del cliente	1. SEGMENTO DE CLIENTES: a quién nos entorno a los estudiantes de la zona aun que contamos con productos de variedad para toda la familia, niños, adultos, juvenes, estudiantes, empresarios, etc.
	8. METRICAS: en qué números nos tenemos que fijar para saber el estado de nuestro negocio: en los indicadores de ventas, dando una utilidad y un punto de equilibrio = rentabilidad		5. CANALES: redes sociales, cuñas publicitarias, voz a voz y vallas publicitarias	
6. ESTRUCTURA DE COSTO: tenemos arriendo \$ 500,000, servicios 330,000, salario \$ 700,000 que aun no se ha podido sacar, compra de mercancía \$ 400,000 eso da un promedio mensual de \$ 1,400,000		7. FLUJO DE INGRESOS: cómo vamos a monetizar nuestro proyecto. Junto con la estructura de costes forman la rentabilidad del modelo de negocio: comercialización de productos, la prestación del servicio y asesoría.		

Figura 49. Método Canvas (Fuente: trabajo de investigación para la viabilidad de la papelería LA ESENCIA)

Producto					Cronograma año 2019											
Objetivos	Estrategias	Acciones	Invercion	Responsables	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Tener variedad productos novedosos.	Traer nuevos productos tecnologicos respeto a los utiles escolares para suplir las necesidades de los estudiantes.	Estar actualizados en el mercado en lo que respecta a la tecnologia escolar	\$ 1.000.000	Jefe de operaciones	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Competir en el mercado con ofertas.	Hacer acuerdos con los proveedores para dar ofertas atractivas a los clientes y asi conservarlos.	Tener proveedores que vendan productos de calidad y que den buen precio en los productos.	\$ 2.000.000	Jefe de operaciones	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Trabajar en mejoras del servicio y atencion a los clientes.	Capacitacion de servicio al cliente para mis colaboradores con apoyo a las cajas de compensacion familiar y el sena.	Contactar a las cajas de compensacion y al sena para reducir costos.	\$ 300.000	Jefe de operaciones		x										
Resaltar la marca.	Publicidad novedosa llamativa a traves de redes sociales, pendones.	Fortalecer la marca a travez de impulso y confiabilidad.	\$ 900.000	Jefe de operaciones	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Mejorar la exhibicion del producto.	Mantener los productos con menor rotacion en las zonas frias, donde habra buena iluminacion y los precios seran adecuados, los productos con mayor rotacion sera la zona caliente, se tendra buenas gondolas y excelente organizacion de los productos.	Comprar estanteria y organizar la mercancia en puntos extratejicos.	\$ 1.200.000	Jefe de operaciones			x									
Impulsar los productos.	Los productos se impulsaran enseñando el producto describiendo sus funciones sus características.	Ofrecer la mercancia a travez de en la fechas especiales.	\$ 500.000	Jefe de operaciones		x			x	x			x	x		x

Figura 50. Imagen plan de trabajo (Fuente: trabajo de investigación para la viabilidad de la papelería LA ESENCIA)