

Tema.

**“Implementación de estrategias organizacionales y de
publicidad a la empresa PAPELERÍA “FAMA”**

Alumna.

Leslie Yazmín Moreno Alvarado

Carrera.

Lic. Administración y Estrategias de Negocios

PASIÓN POR EDUCAR

Grado.

8vo. Cuatrimestre Grupo: “A” Escolarizado

Asesora.

María del Carmen Cordero Gordillo

Comitán de Domínguez; Chiapas al 28 de febrero del 2021.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Como bien se sabe en toda empresa siempre tienen que estar de base las estrategias organizacionales, ya que sin ellas, la empresa se enfrentaría con situaciones de problemática que se pudieron haber evitado desde el principio. Lamentablemente, muchas empresas no consideran a las estrategias organizacionales como indispensables para la empresa y las ignoran completamente, las pueden llegar a tomar hasta tediosa e inútiles y las dejan en un segundo plano.

Por esa misma razón de no contar con las estrategias organizacionales, es que la empresa no puede llegar a cumplir sus objetivos, ya que al momento de que se presenta alguna complicación o alguna toma de decisión importante, la empresa comienza a perjudicarse así misma tomando decisiones improvisadamente.

De la misma manera, la publicidad era muy poco usada, porque se decía que la publicidad no era lo que te daba el trabajo, sino la dedicación, el conocimiento, los esfuerzos que tu desarrollaras en él, eso era lo que realmente importaba. Ya hoy en día es que la publicidad se ha tomado más en serio en una empresa, por la misma evolución de la tecnología y de la sociedad en general, es que las empresas se han dado cuenta que la publicidad es más que necesaria para el buen funcionamiento y desarrollo de la misma.

Precisamente, por esta razón llevare a cabo la investigación de la empresa PAPELERÍA "FAMA", para así darme cuenta de cuáles son las fallas que esta está teniendo, cuáles son las problemáticas que esta tiene y así poder tomar cartas en el asunto y encontrar la solución correcta y esta vuelva a tomar el rumbo para ser exitosa.

La empresa PAPELERÍA "FAMA" se encuentra localizada en la ciudad de Comitán de Domínguez Chiapas, fue creada el 12 de agosto del 2015 con la

finalidad de satisfacer las necesidades de la comunidad, vendiendo artículos escolares. Con el transcurso de los años se ha mostrado escases en las ventas en ciertas temporadas, afectando esto en pérdidas para la empresa, ya que, con la falta de venta, los productos que se vende se echan a perder y se desperdician. Así como también se detecta la falta de productos en la empresa, cabe recalcar que en una papelería se encuentra una infinidad de productos, desde útiles escolares hasta útiles de oficina de trabajo, entonces es un gran problema que acá se detecta , ya que esto influye tanto como en la perdida de clientes como en la perdida de venta en general, y es por lo mismo que en el área de papelería se cuenta con una infinita cantidad de productos y es así que a la PAPELERÍA “FAMA” se le es muy complicado contar con todo y con la cantidad suficiente de cada uno de los productos. Dicha problemática puede verse afectada de igual forma por la falta de organización que hay en la misma, a la vez también por la falta de publicidad que hay, eso provoca a que la papelería no se dé a conocer, es decir, solo conocen las personas que lo rodean.

Así mismo, por la situación en la que nos encontramos hoy en día (contingencia) ha incrementado aún más la problemática, ahora ya no se escasea únicamente en temporadas, si no que por esta misma situación la empresa se ha visto demasiada afectada en sus ventas provocando esto el doble de pérdidas. Ya que, para que una empresa pueda ser exitosa debe ser fundamental contar con una buena organización y que esta tenga una buena publicidad. Entonces se puede detectar la falta de organización y publicidad que enfrenta la empresa.

Ahora bien, por eso esos mismos detalles que se localizan en la empresa, se implementaran estrategias organizacionales y de publicidad, con la finalidad de encontrar una solución a estos inconvenientes y así poder aumentar las ventas sin perder absolutamente nada con respectos de los productos y adquirir nuevos clientes.

2. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1. ¿Para qué son importantes las estrategias organizacionales en la papelería?
2. ¿Por qué es necesaria la publicidad en la papelería?
3. ¿Qué estrategias se deben de implementar para no disminuir las ventas en temporadas específicas?
4. ¿Qué se tiene que hacer para contar con la mayoría de los productos sin salir perdiendo?
5. ¿Cuál es la mejor forma de llamar la atención de las personas y aumentar las ventas?

3. OBJETIVOS

Objetivo general.

1. Conocer la importancia de las estrategias organizacionales en la papelería.

Objetivos específicos.

2. Saber la necesidad de la publicidad en la papelería.
3. Deducir las estrategias que se deben de implementar par ano disminuir las ventas en temporadas específicas.
4. Descubrir la forma de contar con la mayoría de los productos sin salir perdiendo.
5. Encontrar la forma de llamar la atención a las personas y aumentar las ventas.

4. JUSTIFICACIÓN

Es muy cierto cuando se dice que tomar decisiones improvisadamente te puede causar muchos conflictos en un futuro, ya que la toma de decisión improvisada solo te “trae solución” en el momento o un plazo corto, incluso ese tipo de decisiones con el paso del tiempo te puede llevar a la ruina.

Por lo tanto es que las estrategias organizacionales son fundamentales en una empresa, ya que estas ayudan a detectar las oportunidades e identificar áreas que ofrecen un valor único al mercado, es decir, te brinda una ventaja competitiva estable con el transcurso del tiempo, que esto en pocas palabras te garantiza el éxito de la empresa. Así mismo, estas estrategias organizacionales nos permiten detectar con mayor facilidad las causas de las problemáticas que se presentan en las situaciones menos esperadas, y de cierta forma esto nos beneficia en el aspecto que nos permite estar plenamente preparados ante las problemáticas o crisis futuras que se nos puedan presentar, por otra parte, nos beneficiaría mucho en controlar mejor los riesgos y en facilitar la toma de decisiones para la implementación de nuevos y mejorados planes.

Por tanto, la estrategia organizacional es el vínculo entre la planificación y la implementación, ya que es importante porque no solo basta con plantearla y desarrollarla para tenerla guardada, si no que estas debe ser entregadas a todas las áreas de la empresa para llevarlas a cabo. Además, su progreso debe ser un proceso continuo, especialmente en por la situación en la que nos encontramos, debido a que el mercado se ha vuelto más complicado, cambiante e impredecible, es por ello que es fundamental contar con las estrategias, para que sepamos adaptarnos a cualquier situación y no salir perdiendo.

En pocas palabras, las estrategias organizacionales nos contribuyen en el aprovechamiento de las oportunidades que se nos cruzan en el camino, en poder estar lo suficientemente preparados para poder enfrentarnos a las amenazas que

se nos presenten. De igual forma, nos encamina para poder intensificar nuestras fortalezas y poder reducir nuestras debilidades.

Pero cabe recalcar que la formulación y el desarrollo de estas estrategias no son tan fácil como parece, se necesita tener un amplio conocimiento sobre la empresa tanto como interna y externamente. Se debe contar con un conocimiento profundo de toda la empresa para la evaluación de los recursos con los que se cuenta, además de la determinación de las fortalezas y debilidades.

Es por todo esto que decidí realizar esta investigación sobre la implementación de estrategias organizacionales y de publicidad enfocada a la PAPELERÍA "FAMA", primero que nada porque la empresa es familiar y de cierta forma no me agrada ver que la empresa de mi familia se vaya acabando, porque con el transcurso del tiempo la empresa ha perdido el enfoque, ha perdido el significado de lo que realmente es tener una papelería, de satisfacer las necesidades de la comunidad, es decir con todo esto, que ha perdido la visualización futura del éxito y de cumplir todos sus objetivos.

Esto suele pasar cuando están bajas en las ventas, pero el error que se comete es que, en lugar de ver la forma de cambiar eso, ver la forma de recuperarse de esas ventas y no dejarse caer. Hoy en día por la situación en la que nos encontramos es más la desconcentración y el desvío que esta tiene, se puede decir ha desaparecido completamente la organización, el interés por buscar un cambio y una solución ante las problemáticas.

Entonces es por esa misma razón que la implementación de estas estrategias organizacionales son de suma importancia para que así la PAPELERÍA "FAMA" vuelva a tomar el camino de la innovación, de la mejora continua y esto será posible si la empresa se adapta a la actualidad, si en lugar de quedarse con los brazos cruzados viendo como pierde las ventas, ve la forma de buscar una solución ante ello.

5. HIPÓTESIS

Las estrategias organizacionales en la papelería para tener una mejor organización dentro de la misma y así poder tener una ventaja competitiva en el mercado.

Variable independiente: Estrategias organizacionales

Variable dependiente: Organización, ventaja competitiva

6. MARCO REFERENCIAL

6.1. Marco histórico

La empresa PAPELERÍA "FAMA", como se menciona anteriormente, fue creada el 12 de agosto del 2015, con la finalidad de satisfacer las necesidades de la comunidad, vendiendo artículos escolares.

En los comienzos de la empresa todo marchaba correctamente, alcanzando los estándares planeados, poco a poco la gente fue conociendo el negocio, ellos mismos se encargaban de decirle a sus conocidos de la existencia de la empresa y fue así que la PAPELERÍA "FAMA" con el paso de los días iba incrementando con sus clientes, iba aumentando su ventas y con ellos las ganancias. En el transcurso de unos meses todo seguía igual, todo iba marchando como se esperaba, de cierta forma la empresa ya había tomado una estabilidad (por así decirlo), fue ahí donde todo comenzó. Por lo mismo de que la empresa veía que todo iba marchando como debía, esta después de un tiempo comenzó a confiarse, a despreocuparse de ver cuál era el siguiente paso, en pocas palabras, perdió el interés de ver una mejora.

Como bien se sabe, con el paso del tiempo todo va cambiando, se va innovando, se va evolucionando, y en el mundo del comercio no es la excepción. De cierta forma en el comercio es aún más complejo todo este cambio, ya que como dije, todo va evolucionando y una empresa más que nada tiene que irse adaptando a esas evoluciones, a esos cambios que se van presentando para así no perder el ritmo en el mercado.

Ese es el detalle o el error que cometió la empresa PAPELERÍA "FAMA", no adaptarse a esos los cambios que se iban presentando, fue ahí donde surge la problemática. Pasando un año de la creación, se empezaron a notar escases en las ventas en ciertas temporadas, afectando esto en pérdidas para la empresa, así como también se comenzó a detectar escasez en los productos, es decir, se

notaba la falta de productos en la empresa, aunque cabe recalcar que en una papelería se encuentra una infinidad de productos, desde útiles escolares hasta útiles de oficina de trabajo (como se menciona anteriormente), entonces, es ahí donde se comienza a generar las problemáticas en la empresa, y esto con obvia razón influye tanto como en la pérdida de clientes como en la pérdida de venta en general.

Pero todo esto se generó por la falta de intereses hacia la empresa, es por ello que las estrategias organizacionales son muy necesarias para evitar estos problemas. Porque por eso es que las empresa así como la PAPELERÍA “FAMA” pasan por estos detalles, por la falta de conocimiento hacia las nuevas generaciones, a la evolución e innovación que estas traen.

Es precisamente por eso que las estrategias organizacionales han tomado un papel sumamente importante en la industria del negocio, ya que estas ayudan en la vida de una empresa (por así mencionarlo) en el aspecto de que estas ayudan básicamente en todo su trayecto, en su éxito.

Por otra parte, un buen ejemplo de esto podría ser el modelo de Porter, donde demuestra el potencial que una empresa tiene tomando en cuenta lo que es el poder que los clientes y los proveedores tienen de cierta forma en la empresa, así como también, los nuevos competidores que entran en el mercado, así mismo todas las amenaza que generan los productos sustitutivos, en otras palabras, en la evolución que van teniendo esos productos y de la misma forma la naturaleza de la rivalidad con la competencia. Y esto es generado con base a estrategias que ayudan al buen manejo de estos mismos puntos.

Como bien lo mencionaba “Las organizaciones que buscan tener mejores rendimientos financieros y mejor desempeño entre su competencia podrían conseguirlo con la puesta en marcha de la propuesta de una buena estrategia” (Porter, 1986, 1987). Es así como aquella propende por la exploración persistente

de una ventaja competitiva sostenible dentro del sector en el cual la empresa se desempeña, ventaja que va acompañada de las estrategias y se relaciona con la generación de valor. Así, la empresa, con sus capacidades, puede generar acciones para que sus clientes así mismo la perciban, con un valor único y difícilmente imitable (Porter, 1991, 2003). Es por esto que gracias al modelo de Porter, se puede tener una perspectiva más amplia y clara de cómo es que las estrategias organizacionales, si son planeadas con base a lo que realmente necesita la empresa, estas pueden llevar al éxito a la empresa sin mucha complicación ya que teniendo un buen análisis sobre ello facilitará la aplicación de las mismas.