

Tema.

**“IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS ORGANIZACIONALES Y
DE PUBLICIDAD A LA EMPRESA PAPELERÍA “FAMA”**

Alumna.

Moreno Alvarado Leslie Yazmín

Materia.

Taller de Elaboración de Tesis

Asesora.

María del Carmen Cordero Gordillo

Cuatrimestre.

9o. Grupo: “A” Escolarizado

Carrera.

Lic. Administración y Estrategias de Negocios

Comitán de Domínguez; Chiapas al 9 de mayo del 2021.

Agradecimientos

Índice

Agradecimientos

Introducción

Capítulo 1. Protocolo de investigación

1.1. Planteamiento del problema

1.2. Preguntas de investigación

1.3. Objetivos

1.4. Justificación

1.5. Hipótesis

1.6. Metodología

Introducción

Capítulo 1. Protocolo de investigación

1.1 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 usa, 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 acabo 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 pérdida 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.

1.2 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?

1.3 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 para no 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.

1.4 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 deben 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.

1.5 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

1.6 METODOLOGÍA

Método

Para captar y entender mejor el tema de la investigación es necesario comprender bien el método que se está manejando para la misma. En el caso de esta investigación es el método científico y como bien menciona Sampieri “La investigación científica se concibe como un conjunto de procesos sistemáticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno; es dinámica, cambiante y evolutiva. Se puede manifestar de tres formas: cuantitativa, cualitativa y mixta. Esta última implica combinar las dos primeras. Cada una es importante, valiosa y respetable por igual.” (Sampieri, 2014).

Es por ello que en la investigación se maneja este método, ya que con la realización de todas sus fases o etapas por así decirlo es que se podrá sacar unas alternativas a la problemática que se plantea en la investigación. El cual es encontrar la forma para que la PAPELERÍA “FAMA” no pierda sus ventas y sepa tener una mejor organización y control de sí misma.

Metodología

Ahora bien, el tipo de método que se está llevando a cabo en la investigación es analítico deductivo ya que esta investigación se está llevando a cabo con recopilaciones de investigaciones ya hechas. Y como Robert K. menciona “La metodología se refiere a los métodos de investigación que se siguen para los objetivos en una ciencia o estudio” (Robert K., 2002).

Se desarrolla con este método analítico para así poder desglosar toda la problemática y así tener una observación y un análisis más complejo y específico de los problemas de la empresa y poder encontrar la solución a esos problemas. Así mismo es deductivo ya que esta investigación parte de investigaciones ya realizadas con la finalidad de poder representar esas mismas teorías de otros autores en lo que es esta investigación, para así poder dar un panorama más amplio y claro del tema que se está abordando en la investigación.

Tipo de investigación

Continuando, es importante mencionar que el tipo de investigación que se ejerce en esta investigación es mixta. Y como bien lo menciona Sampieri “Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio.” (Sampieri y Mendoza, 2008).

Es por ello que la investigación es mixta, porque se basa en la recopilación de información para ser más concreta y específica, y así mismo para la aplicación de esas nuevas teorías o procesos que se encontraron en la misma recopilación. En el caso de esta investigación, es para poner a prueba las teorías que los autores como Porter, etc., son eficientes en la aplicación en las empresas.

Enfoque metodológico

El enfoque que esta investigación tiene es cualitativo, ya que esta investigación si involucra la recolección de datos utilizando ciertas técnicas que no pretenden medir ni asociar las mediciones con números, ni nada por el estilo (encuestas abiertas, interacción con grupos, etc.), si no que este se centra más que nada en las cualidades o características que se encuentra en la investigación.

Como bien lo menciona Sampieri “Con el enfoque cualitativo se tiene una gran amplitud de ideas e interacciones que enriquecen el fin de la investigación. El alcance final del estudio cualitativo consiste en comprender un fenómeno social complejo, más allá de medir las variables involucradas, se busca entenderlo.” (Sampieri, 2006).

Técnicas de investigación

Finalmente, cabe recalcar que las técnicas que se emplearon en la recopilación y retroalimentación de toda la investigación fueron:

- Archivos PDF confiables
- Páginas de internet confiables
- Libros sobre el tema, entre otros.