



PLAN DE NEGOCIOS PAPELERÍA GUFÍ

EMERSON GUARIN FIGUEROA

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER
FACULTAD DE ESTUDIOS EMPRESARIALES Y DE MERCADEO
ADMINISTRACIÓN COMERCIAL Y MERCADEO
MEDELLÍN - ANTIOQUIA

30 – 06 – 20017



PLAN DE NEGOCIOS PAPELERÍA GUFÍ

EMERSON GUARIN FIGUEROA

Trabajo de grado para optar al título de Administrador Comercial y de Mercadeo

Asesor:

JOHN GONZALO RAMIREZ

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER

FACULTAD DE ESTUDIOS EMPRESARIALES Y DE MERCADEO

ADMINISTRACIÓN COMERCIAL Y DE MERCADEO

MEDELLÍN - ANTIOQUIA

30 – 06 – 20017

DEDICATORIA

Quiero dedicar los logros alcanzados en este trabajo a la gloria de Dios porque gracias a las oportunidades que me ha brindado he logrado adquirir el conocimiento y la dirección necesaria para brindarle mis aportes a la investigación del negocio de mis padres, me dio la oportunidad de crecer y aprender junto a ellos sobre este tipo de negocio y porque gracias a la vocación de servicio que me han inculcado me encamine hacia esta carrera y pude terminar con buenos logros académicos y personales el transcurso de esta.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mis padres porque siempre me han brindado apoyo y consejos en todos los proyectos que he emprendido en mi vida, también le agradezco a mi familia y amigos por haberme brindado siempre compañía, asesoramiento y esperanza en todo el proceso de formación y por último le agradezco a la Universidad y a su observatorio de tendencias por haberme brindado las herramientas necesarias a lo largo de la carrera para poder ejercer los conocimientos que adquirido.

Contenido

Objetivos	13
Objetivo General.....	13
Objetivos Específicos.....	13
1. Resumen del Proyecto.....	14
1.1 Nombre del Proyecto	15
1.2 Información de los participantes	15
1.3 Resumen Ejecutivo del Proyecto	15
1.4 Justificación del Proyecto	16
2. Información General del Sector	16
2.1 Composición del sector.....	17
2.2 Situación histórica del sector	18
2.3 Situación actual del sector.....	18
2.4 Perspectivas del sector	19
2.5 Conclusión General del análisis sectorial.	20
3. Información General del Negocio.....	20
3.1 Propósito del Plan de Negocios	20
3.2 Información General de la Empresa en Funcionamiento.....	21
3.3 Historia y antecedentes del Proyecto y/o la Empresa.	23
3.4 Misión de la Empresa.....	24
3.5 Describa los objetivos a corto, mediano y largo plazo.....	25
3.6 Relación de los Bienes o Servicios	27
3.7 Ventaja Competitiva del Negocio	29
3.8 Justificación del Negocio	31
3.9 Sector y actividad al que pertenece y se dedicara la Empresa	31
3.10 Localización Geográfica de la Empresa.....	32
4. Análisis del Mercado	34
4.1 Descripción del producto o servicio.....	34
4.1.1 Usos.....	35
4.1.2 Usuarios:	35
4.1.3 Características físicas	36
4.1.4 Sustitutos.....	36
4.1.5 Complementarios:	37
4.2 Demanda	37
4.2.1 Comportamiento histórico.....	37
4.3 Oferta	43
4.3.1 Comportamiento histórico.....	43

4.3.2 Situación actual: Mercado del competidor, Plantas nacionales, existentes, Análisis de capacidad ociosa, Calidades, Producción interna, Tasas de crecimiento.....	44
4.3.3 Situación futura: Mercado del competidor, Perspectivas sobre plantas, nuevas nacionales, Proyección de la oferta (programa de producción)	46
4.4 Precio	47
4.4.1 Análisis histórico y actual de precios.....	47
4.4.2 Elasticidad- precio demanda y elasticidad-precio oferta	51
4.4.3 Determinación de las principales variables para la definición del precio.....	52
4.4.4 Proyección de precios	52
4.5 Estrategia Comercial.....	53
4.5.1 Canales de comercialización y distribución del producto.....	55
4.5.3 Ventajas y desventajas de los canales empleados.....	55
4.5.4 Almacenamiento	55
4.5.6 Publicidad y Promoción.....	56
4.5.7 Conclusión General del análisis de mercados.....	58
4.6 Plan de Mercadeo.....	58
5. Análisis de la Producción (Aspectos Técnicos).....	74
5.1 Producción	74
5.1.1 Descripción técnica del producto o servicio	75
5.1.2 Identificación y selección del proceso de producción.....	81
5.1.3 Inversiones en maquinaria y equipo.....	87
5.1.5 Requerimientos de Mano de Obra (Perfiles y Funciones)	88
5.1.6 Distribución espacial y requerimientos de Áreas de Trabajo.....	88
5.2 Localización.....	89
Grafico # 13: Localización áreas de la papelería.....	89
5.2.1 Factores de Localización.....	90
5.2.2 Macro localización.....	90
5.3 Capacidad de Producción.....	91
5.3.1 Factores para la definición del tamaño óptimo	91
6. Análisis Organizacional y Legal	92
6.1 Procesos Administrativos.....	92
6.1.1 Procesos de selección, reclutamiento y manejo de personal.....	93
Ilustración # 5: Procesos de selección de personal	93
6.1.2 Procesos Financieros (contabilidad, pedidos y facturación, otros)	93
Ilustración # 6: Procesos financieros	93
6.1.3 Procesos de Logística (almacenamiento, transporte, manejo inventarios y otros).....	94
Ilustración # 7: Procesos logísticos.....	94
6.1.5 Estructura Organizacional.....	94

Ilustración # 7: Organigrama	94
6.1.6 Requerimientos de Personal (perfiles y funciones).....	95
6.1.7 Requerimientos de materiales	98
6.1.8 Requerimientos de tecnología.....	100
6.2 Aspectos Legales	101
6.2.1 Tipo de organización empresarial	101
6.2.2 Documentación necesaria para la operación de la empresa	101
6.2.3 Costos asociados con asuntos Legales	101
7. Análisis Financiero	101
7.1 Estructura Financiera del Proyecto	101
7.2 Recursos Propios.....	102
7.3 Créditos y Préstamos Bancarios.....	102
7.5 Inversiones del Proyecto	103
7.5.1 Inversiones en Activos Fijos	103
Tabla # 17: Inversiones	103
7.5.3 Inversión en Capital de Trabajo	103
7.6 Costos y Gastos.....	104
7.6.1 Costos Variables	104
7.6.2 Costos Fijos.....	105
7.6.3 Gastos Administrativos y Legales.....	106
7.6.4 Gastos financieros	106
7.7 Flujo de Caja	107
7.8 Estados Financieros Proyectados	107
7.8.1 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado.....	107
7.8.2 Balance General Proyectado	108
8. Evaluación del Proyecto.....	109
8.1 Costo del Capital (Tasa de Descuento).....	109
Tabla # 29: Costo del capital papelería Gufi.....	109
8.2 Evaluación Financiera.....	109
8.2.1 Valor Presente Neto	109
8.2.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)	109
8.2.3 Índices financieros	110
8.3 Punto de Equilibrio	111
Conclusiones	112
Recomendaciones	113

LISTA DE TABLAS

TABLA # 1 Ventas junio de 2016 a mayo de 2017.....	42
TABLA # 2 Proyección de ventas x áreas de servicio.....	43
TABLA # 3 Ventas en pesos y unidades Junio de 2016 – Mayo de 2017.....	45
TABLA # 4 Proyección de ventas en el área de sistemas Junio de 2017 y mayo de 2018.....	47
TABLA #5 Listado productos con mayor rotación.....	50
TABLA # 6 Proyección de precios área de sistemas 2017-2020.....	52
TABLA #7 Análisis Pestel.....	66
TABLA # 8 Atractivo del mercado y posición competitiva Mercancía.....	72
TABLA # 9 Atractivo del mercado y posición competitiva Fotocopias.....	73
TABLA # 10 Atractivo del mercado y posición competitiva Sistemas.....	73
TABLA # 11 Plan de mercadeo parte 1.....	73
TABLA # 12 Plan de mercadeo parte 2.....	73
TABLA # 13 Áreas de trabajo papelería.....	75
TABLA # 14 Programa de producción	91

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico # 1 Profesión de clientes.....	61
Gráfico # 2 Edad clientes x rangos.....	61
Gráfico # 3 Frecuencia de compra	62
Gráfico # 4 Principal razón de compra	63
Gráfico # 5 Disponibilidad de inventarios.....	63
Gráfico # 6 Aspectos por mejorar.....	64
Gráfico # 7 Percepción de trabajo colaboradores	64
Gráfico # 8 Qué le cambiaría a la Gufi.....	65
Gráfico # 9 Matriz Dofa Sistemas.....	68
Gráfico # 10 Matriz Dofa Fotocopiado.....	69
Gráfico # 11 Matriz Dofa Productos de papelería.....	70
Gráfico # 12 Matriz Mckinsey escenarios.....	73
Gráfico # 13 Localización áreas de papelería.....	75

LISTA DE ILUSTRACIONES Y FIGURAS

Ilustración # 1 Logo y eslogan papelería.....	27
Ilustración # 2 Fotografía de los productos y servicios	29
Ilustración # 3 Formula para determinar el precio de los productos	52

LISTA DE MAPAS

MAPA # 1: Mapa del departamento de Caldas, La Dorada y ubicación papelería Gufi.....33

MAPA # 2: Mapa de la zona sur y centro de La Dorada, Caldas.....39

Introducción

En este trabajo se presenta una caracterización del plan de negocio para el fortalecimiento comercial de la Papelería Gufi, donde se expone la situación actual de las actividades que se realizan diariamente en la Papelería y se dan una serie de propuestas para que darle un mayor impulso y que funcione eficazmente.

Esta investigación es importante porque permitió el establecimiento de nuevos métodos de trabajo para la Papelería, los cuales facilitarán los diferentes procesos internos y externos sin que se presenten tantas demoras y congestionamientos en el local y sin afectar o interrumpir las actividades que se realizan diariamente en el negocio, haciendo énfasis en el área de atención al cliente.

El estudio fue realizado aplicando procedimientos sistemáticos aplicados en las diferentes etapas del estudio y las técnicas, es decir la selección y definición del problema estudiado, así como el registro de toda la información relacionada con dicho problema; de tal forma se pudieron emplear los conocimientos adquiridos, además; la información generada fue registrada a través del uso de diagramas, en donde se describieron detalladamente las operaciones realizadas, con el objeto de hacer correcciones y proponer soluciones para lograr una mayor eficiencia.

Este proyecto proporcionó nuevas ideas para realizar el trabajo, a través de las encuestas realizadas, de la técnica utilizada en el cuestionario y de los enfoques primarios, con la finalidad de proponer soluciones a la situación actual de los procesos de la empresa.

Objetivos

Objetivo General

Elaboración de un plan de negocios para el fortalecimiento comercial de la Papelería Gufi en La Dorada, Caldas.

Objetivos Específicos

✓ Realizar el estudio de mercado para determinar la aceptación de nuestros productos e identificar plenamente la competencia, la oferta actual, la demanda potencial y el mercado objetivo, estableciendo así mecanismos para la fidelización de nuestros clientes.

✓ Evaluar la capacidad actual y la requerida para la reestructuración y potencialización del negocio y depurar procesos operativos en pro de fortalecer nuestro excelente servicio con el fin de generar una prestación del servicio mucho más eficiente y diferenciado.

✓ Realizar un estudio administrativo en el cual se definan los perfiles, roles y responsabilidades del recurso humano del negocio, teniendo claridad de la estructura organizacional en la cual se redefinirá el negocio.

✓ Elaborar y proyectar los estados financieros (balance general, estado de resultados y flujo de caja) del negocio, para la evaluación financiera del mismo, consolidando así una estructura financiera sólida que garantice generar rentabilidad a mediano plazo y permita cubrir con las obligaciones incurridas.

✓ Determinar los aspectos económicos del proyecto, las inversiones necesarias y presupuestos pactados en cuanto a ingresos, costos, gastos, etc.

1. Resumen del Proyecto

El plan de negocio inicia con un estudio donde se especifican las características generales del negocio, los antecedentes de la empresa, una reseña histórica y la plataforma estratégica de la empresa. Luego de este análisis se establecieron los servicios que se prestan y se determinaron las fortalezas y oportunidades del negocio mediante una encuesta de satisfacción del cliente, que sirvió de gran ayuda para tomar decisiones a mediano y largo plazo y establecer cuál es el foco del negocio.

Derivado de todo esto y tomando la información de los estudios de: mercado, técnicos y administrativos, se estableció el estudio financiero, conociendo ya la información del mercado, los ajustes del punto de venta, los procesos y servicios que involucrará el establecimiento, los procedimientos legales y sus costos y por último el recurso humano que se requiere para poder cumplir con los objetivos organizacionales y brindar un muy buen servicio. Al conocer con claridad todos estos factores, se pudo definir y realizar el análisis financiero, para conocer y evaluar la posición financiera y los resultados de las operaciones de la empresa

Palabras claves: Papelería, servicios de impresión, fotocopias, mercancía, La Dorada.

1.1 Nombre del Proyecto

Plan de Negocios Papelería GUFU

1.2 Información de los participantes

EMERSON GUARIN FIGUEROA: Tecnólogo en Dirección de Ventas, egresado del SENA y estudiante de Administración Comercial y de Mercadeo, con experiencia en temas de papelería, sistemas de impresión, dirección de ventas e investigaciones de mercados.

1.3 Resumen Ejecutivo del Proyecto

Este trabajo de grado tuvo como fin proponer un Plan de Negocios para la Papelería Gufu, la cual lleva funcionando 17 años y es un centro de fotocopiado, impresión y venta de materiales de papelería y útiles escolares en la ciudad de La Dorada, Caldas; Al inicio se plantea un análisis del sector papelerero en Colombia y en La Dorada, luego un conocimiento de las características de los productos y servicios del negocio, junto con un análisis técnico de la maquinaria, un análisis de precios, los principales aspectos de la producción y la demanda y la oferta del mismo en la ciudad, además se realizó una encuesta para conocer las preferencias y opinión acerca de los productos y servicios actuales y como está siendo cada vez más demandado por los estudiantes, profesores y profesionales de esta ciudad

Después se investigan todas las características principales de la empresa para formular la estrategia de comercialización, mercadeo y servicio al cliente y por último se hace un análisis de la oferta y demanda de la empresa en los últimos años y se da una proyección de compras, costos y gastos para el año 2017.

1.4 Justificación del Proyecto

La importancia del presente plan de negocios radica en la oportunidad de mercado que existe en la actualidad, por el gran número de estudiantes que transitan por esta avenida y por las calles aledañas al sitio donde está ubicada la Papelería Gufi, y de la constante demanda de los insumos que necesitan para desarrollar sus diferentes proyectos y actividades de aula y extracurriculares.

Específicamente se ha evidenciado que los estudiantes de La Dorada vinculados a estos colegios que funcionan cerca a la Papelería, consideran que las opciones que tienen disponibles a la hora de adquirir los servicios relacionados con los implementos, herramientas, insumos y útiles son pocos, o no están bien desarrollados y sobre todo no existe en un solo lugar en que puedan adquirir todo lo que necesitan.

Por estas carencias manifestadas y la falta de orientación especializada al consumidor, es que la presente investigación tiene gran incidencia e importancia, ya que se busca investigar íntegramente la idea de negocio con el fin de hacer de la Papelería Gufi un Centro especializado de impresión y asesoramiento en sistemas, centro de fotocopiado, venta de materiales y útiles escolares y papelería, el cual supla las necesidades de los clientes generando nuevas alternativas en el desarrollo de valores agregados ante la competencia existente en el sector

2. Información General del Sector

En la actualidad el sector de papelería en la ciudad de La Dorada, Caldas; presenta un comportamiento dinámico y en general, en los últimos años este importante dinamismo, en lo relacionado al comercio minorista o de ventas al detal, se ha visto reflejado igualmente a nivel nacional. De ahí que este es un mercado, el cual se puede potencializar, llegándole a la gente con ideas nuevas e innovadoras, que son las que se sustentan en el presente trabajo de Grado.

2.1 Composición del sector

En el primer trimestre de 2011 las ventas de libros, periódicos, materiales y artículos de papelería en Colombia sumaron una cifra de \$135 mil millones, esto significa un aumento de 6% frente a los mismos tres meses del año anterior. El estudio también estipula que para montar una papelería en Colombia se requiere entre \$15 y \$30 millones en mercancía y accesorios. Este informe fue dicho en la cuarta convención de papelerías.

En 2015, Dispapeles le acortó distancias a la líder Panamericana Librería y Papelería y su filial Panamericana Outsourcing, mientras que la Holding Coimpresores de Colombia con sus empresas Coimpresores de Antioquia, Coimpresores de Bogotá, Coimpresores de Occidente y Coimpresores de Oriente conservó el tercer lugar seguida muy de cerca por Ashe & Cía.

Más atrás se posicionaron Propandina, Centro Papelero Tauro, Inversiones Vadisa, Suministros e Impresos, Librería Nacional, Papeles y Negocios, Distribuidora El Faro, y Supapel.

El sector de papelerías de La Dorada, Caldas se va a delimitar realizando un análisis de la zona sur y centro del municipio, en esta zona existen más de 30 establecimientos dedicados a vender artículos de papelería e impresiones, sin embargo solo vamos a analizar a 4 papelerías, las 2 primeras se encuentran ubicadas a menos de dos manzanas, llamadas papelería la doble A y papelería la Ideal, las otras dos están ubicadas en el centro y norte del municipio, especializadas en mercancía, comenzaron vendiendo sus productos muy económicos y los fueron subiendo con el pasar de los años, adquiriendo buena clientela, la que está ubicada en el centro se llama

Supertienda Euros y la que está en el norte se encuentra ubicada en un barrio denso en población y es distribuidora mayorista en la región, de líneas como Primavera, Paper mate y Pelikan

2.2 Situación histórica del sector

En La Dorada, Caldas, hasta hace unos 13 años no existían grandes papelerías, donde se exhibieran los productos en góndolas como un negocio de Retail, esto solo se veía en los grandes supermercados de la zona, la mayoría de este tipo de negocios eran pequeños y de familia, en el 2004 en el centro del municipio, se abre la primera papelería de este tipo llamada supertienda Euros, la cual ofrecía sus productos a un precio muy económico y con una alta variedad de mercancía exhibida en góndolas. Casi paralelamente en el norte, en un barrio muy denso y humilde llamado las ferias, la papelería Macro Y, también utilizaba una estrategia de precios bajos y productos en Góndolas.

2.3 Situación actual del sector

A nivel nacional según Fenalco en el negocio de las papelerías Bogotá manda tiene el mayor número, el 50% de estos negocios están en la capital, en el Norte de Santander y Santander se constituye la cuarta región con mayor número de papelerías en el país con una participación de 12%. Pese a que las nuevas tecnologías han logrado desplazar algunos segmentos del sector editorial, entre enero y abril del presente año las papelerías han registrado un crecimiento de 4,6%.

Actualmente Fenalco les brinda a las papelerías capacitaciones sobre cómo atraer y retener clientes por internet, cómo lograr un buen clima organizacional y alta productividad empresarial, conversatorio sobre la Ley de protección de datos, Ley 1581 de 2012, estrategias de marketing digital y redes sociales y sobre la presentación de alianzas y convenios que tiene el Gremio.

En La Dorada, Caldas actualmente se tienen los mismos competidores que se mencionan anteriormente, la papelería macro Y aún brinda precios muy económicos y hoy en día funciona más como una distribuidora con labores de mercadeo. Las papelerías ubicadas en el centro, La americana y Euros, dejaron de utilizar la estrategia de precios bajos y ahora se caracterizan por tener una amplia gama de productos en diferentes marcas y por dar la posibilidad a sus clientes de poder escoger la mercancía al exhibirlos en góndolas.

En la actualidad la comercialización de productos de mercancía es muy competitiva en La Dorada, por la cantidad de negocios grandes que existen, sin embargo aún no existe un negocio de gran escala que se dedique a las fotocopias e impresiones al por mayor.

2.4 Perspectivas del sector

La industria papelera en Colombia y el mundo siempre han tenido un estigma de que para su producción requieren la tala de grandes zonas de bosques y a pesar de que uno de los insumos viene de la hoja del árbol, con el tiempo han sido varios los esfuerzos que ha hecho esta industria para alejarse de esta premisa. Se empezó a hablar de reciclaje, se exploraron otras fibras distintas a la madera y a nivel internacional empezaron a proliferar varios certificados que buscan garantizar que toda la cadena de producción sea sostenible, amigable con la naturaleza.

Buscando quebrantar este mito, precisamente, es que la Cámara de la Industria de Pulpa, Papel y Cartón de la Andi (CPPYC), publicó el primer “Informe de sostenibilidad de la industria papelería en Colombia”, en la que se arrojan varios datos sobre el cambio de rumbo por el que ha atravesado en los últimos años. El informe, que reúne los resultados de nueve empresas afiliadas a esta Cámara, que representan el 89 % de la producción de papeles y cartones de Colombia, rinde cuentas en tres aspectos basados en la guía del Global Reporting Initiative: lo económico, lo ambiental y lo social.

2.5 Conclusión General del análisis sectorial.

Del análisis anterior se puede apreciar que la papelería tiene un alto potencial de aumentar la participación en el mercado de servicios de impresión, ya que no tiene una alta competencia en esta área de negocio y la competencia que tiene cerca no ofrece un servicio oportuno y de calidad. En el sector papelería siempre ha sido un tema de vital importancia el medio ambiente, por lo que las empresas de este medio tienen que invertir en marketing social para menguar esta imagen.

3. Información General del Negocio

3.1 Propósito del Plan de Negocios

Hasta hace algunos años atrás y aún en la actualidad, muchos comerciantes suelen pensar que elaborar un plan de negocios se trata de una tarea demasiado compleja para la cual es necesario recopilar una gran cantidad de información y hacer una exhaustiva investigación; pero

en nuestro caso, que ya se tienen aprobados nueve (9) semestres de administración, y se ha trabajado este aspecto en varias ocasiones, nos hemos dado cuenta que se trata de una tarea que cualquiera que tenga bien en claro los objetivos que quiere alcanzar con el plan y conozca su estructura, puede realizarlo. Obviamente que el grado de complejidad varía de acuerdo a los objetivos que se quieran alcanzar con el plan, pero siempre asegurándose de que éste plan sea fácilmente entendible para cualquiera que lo lea y a su vez le dé orden a la empresa. Se acostumbra pensar que un plan de negocios sólo se debe hacer en el momento de iniciar un nuevo negocio; pero lo cierto es que éste también se puede elaborar cuando ya se cuenta con un negocio en marcha y, por ejemplo, cuando se va a lanzar un nuevo producto al mercado, o se va a incursionar en un nuevo mercado.

Otro aspecto importante que vale la pena aclarar en este punto es que hoy en día, también mucha gente cree que un plan de negocios es algo que única y exclusivamente le corresponde hacer a las grandes empresas; pero lo cierto es que no importa que se trate de un negocio grande o pequeño, el desarrollo de un plan de negocios es una etapa por la que todo el que quiera crear empresa debe pasar, bien sea al momento de iniciarla, o más adelante. Sobre todo en la actualidad, en donde debido a la gran competencia que hay, las posibilidades de sacar adelante un nuevo negocio son cada vez más difíciles de alcanzar.

Un plan de negocios, debe ser tomado como una herramienta de trabajo, ya que por medio de su elaboración se hace una evaluación y las proyecciones de la empresa.

3.2 Información General de la Empresa en Funcionamiento

La papelería GUFÍ es una empresa dedicada a la distribución y venta de productos de papelería y servicios de anillado, plastificación, argollados, venta de minutos y trabajos en computador, además se cuenta con los servicios de sala de internet, impresiones en láser en blanco y negro y a color, escaneados, diseño gráfico, recargas para celular, recarga de cartuchos de impresora, entre otros.

Esta empresa viene participando en el mercado desde hace diecisiete (17) años en la Avenida de los estudiantes y desde hace 6 años funciona en la dirección: Carrera 6 N° 6-48 del municipio de La Dorada en el departamento de Caldas, cuenta con un local amplio de papelería y también tiene 5 computadores funcionando en una sala de internet, un local amplio, en una casa bonita y tiene un frente amplio, en donde los clientes parquean sus carros, las motos y las bicicletas sin ningún problema.

Como se anotaba anteriormente, esta empresa cuenta con una trayectoria de 17 años en La Dorada, tiempo durante el cual se ha posicionado como una de las mejores papelerías de la ciudad, debido a que cuenta con la atención al público directamente de sus propietarios que son los esposos Germán Guarín y la señora María Aurelia Figueroa, los cuales son Tecnólogos en Sistemas Informáticos egresados de la Universidad de Caldas, quienes se han caracterizado por brindar a su clientela una excelente atención. Y es precisamente esa buena atención la que ha hecho crecer el negocio, pues se ha estado conversando con algunos clientes y han manifestado que la atención y la amabilidad de quienes atienden el negocio es uno de los principales aspectos que distinguen a esta papelería de las demás.

El horario de atención de la papelería Gufi es de las 7:00 AM hasta las 10:00 PM en jornada continua, de lunes a sábado y los domingos y festivos atiende de las 3:00 p.m. hasta las 10 de la noche. La papelería es atendida por sus 2 propietarios y tiene a 2 personas más como empleados. Paola Maldonado que trabaja en el turno de la mañana (de 7:00 a.m. a 1:00 p.m.) y el joven Harold Contreras que trabaja el turno de la tarde (1:00 p.m. a 10:00 p.m.).

En la papelería Gufi se han preocupado desde siempre porque exista un ambiente de trabajo agradable y a simple vista parece que está todo en orden, pero al realizar un análisis detallado se pudo observar que existen ciertas inconsistencias que son de las que nos vamos a ocupar y que se van a solucionar con la puesta en marcha de este plan de negocios.

3.3 Historia y antecedentes del Proyecto y/o la Empresa.

Don Germán Guarín y doña Aurelia Figueroa son una pareja de esposos que llevan 29 años casados y siempre se han dedicado al comercio, en el año 2000 vieron la oportunidad de colocar una papelería en la avenida de los estudiantes, luego de ver un local desocupado en arriendo en una esquina, a una cuadra del colegio principal de La Dorada, el Instituto Nacional Dorada, decidieron que sería bueno colocar un negocio de papelería y fotocopias para aprovechar la afluencia constante de estudiantes, ya que este colegio por ese entonces funcionaba en tres jornadas, Mañana, Tarde y Nocturna. Otro aspecto favorable que los hizo decidirse a colocar el negocio en este sitio es que a 1 cuadra queda también la Escuela Jhon F. Kennedy, en donde estudian un alto número de niños y niñas.

Los esposos Guarín y Figueroa supieron que su vocación de servir y ayudar a los demás los llevaría a un gran emprendimiento; servirle a la gente con el trabajo y proveer a las personas de La Dorada y la región central del país de los elementos para el estudio y el hogar. Es así que nace la Papelería Gufi, en el año 2000, con la puesta en marcha del negocio el día 1° de Febrero; iniciando con la distribución de algunos elementos y artículos escolares, láminas educativas, material didáctico básico, para el desarrollo de las tareas del estudiante, al mismo tiempo se brindaba a los niños y jóvenes el servicio de la búsqueda de tareas, la misma que se complementaba con servicio de fotocopidora, y posteriormente fue necesario incrementar la infraestructura y constituirse como una empresa legalmente establecida y afiliada a la Cámara de Comercio de la Dorada.

3.4 Misión de la Empresa.

Nuestra Misión

PAPELERIA GUFÍ es una empresa dedicada a la comercialización de artículos de papelería, útiles de oficina, servicios de fotocopias, laminación, anillados, toda clase de trabajos de computación, entre otros, enfocándose en prestar una atención personalizada a nuestros clientes a través de un servicio eficiente y eficaz, actitudes basadas en principios de responsabilidad, respeto, transparencia, honestidad, lealtad y cuidado del medio ambiente.

Nuestra Visión:

La PAPELERIA GUFÍ tiene como visión ser la empresa líder en el Magdalena Medio y en el oriente de Caldas para el año 2020, aplicando la innovación tecnológica en los procesos, el servicio al cliente y la calidad que siempre nos caracteriza.

El Logotipo y el eslogan que adoptó la empresa desde hace 17 años es el siguiente:

Ilustración # 1: Logo y slogan de la papelería.



Fuente: Creación Propia

3.5 Describa los objetivos a corto, mediano y largo plazo

Los objetivos que la papelería Gufi tiene trazados a corto plazo son:

- ✓ Creación de un brochure con los diferentes servicios que se ofrecen, además de promocionar los diferentes formatos de impresión con que se cuenta.
- ✓ Registrar semanalmente la contabilidad del negocio para tener un conocimiento en tiempo real de las ventas, costos y gastos mes tras mes.
- ✓ Invertir en estrategias de publicidad ATL: Marketing directo.
 - ✓ Regalar lapiceros con el logo de la papelería a los 50 principales clientes del negocio.
 - ✓ Ofertas: Instalación de zona de ofertas con los productos que tienen baja rotación a precio de costo e instalación de letrero de ofertas para el mes de Julio.

- ✓ Marketing digital: Publicación semanal de contenidos en el Facebook y 2 fotos en el Instagram a partir del lunes 3 de Junio de 2017.
- ✓ Entrega de Brochure de la papelería y concertación de citas con las 10 empresas más grandes del municipio y los 10 colegios más importantes para la última semana de Agosto.
- ✓ Instalación y monitorio semanal del buzón de sugerencias para la última semana de Septiembre.
- ✓ Instalación de cámaras de seguridad para la vigilancia del negocio y control de la caja para la primera semana de Mayo.
- ✓ Ofrecer 1 capacitación quincenal de 2 horas a los empleados y administradores del negocio sobre servicio al cliente y vitrinismo entre Julio y septiembre de 2017.

Los objetivos que la papelería Gufi tiene trazados a mediano plazo son:

- ✓ Reestructurar la forma de exhibir los productos en las vitrinas, para hacerlos más llamativos a partir del mes de septiembre.
- ✓ Elaborar un manual para la venta de mercancía, guion para el relacionamiento con los clientes y procedimientos para la solución de quejas y conflictos para la última semana del mes de Agosto.
- ✓ Invertir en estrategias de publicidad BTL: Medios masivos entre agosto y octubre.
 - ✓ Radio La Voz de La Dorada y Tropicana Stéreo.
 - ✓ Periódico Extra.
- ✓ Programación de visitas a los principales colegios de La Dorada para licitar en los contratos de fotocopiado a partir del mes de Agosto.

✓ Elaborar el proyecto, implementar y controlar el sistema de gestión y seguridad en el trabajo para el manejo de las fotocopiadoras, máquinas de anillado y laminación. Para la última semana de Agosto.

Los objetivos que la papelería Gufi tiene trazados a largo plazo son:

✓ Comprar un vehículo para finales de Diciembre de 2018 con el objetivo de viajar a Bogotá y Medellín a surtirnos directamente de los mayoristas de mercancía.

✓ Creación de un modelo comercial de E-commerce para Junio de 2018 con el objetivo de que los clientes puedan comprar productos en línea mediante tarjetas de crédito o transferencias bancarias.

3.6 Relación de los Bienes o Servicios

El principal bien de este negocio es el buen servicio y la pasión con la que se levantan todos los días los propietarios y empleados del negocio para brindarlo, esta se ve reflejada en la cantidad de clientes y en la duración de la relación que se ha establecido con estos en los últimos 17 años.

Ilustración #2: Fotografía de los productos y servicios que ofrece la papelería GUFÍ



Fuente: Registro fotográfico Gufi (2017)

La papelería Gufi cuenta con una serie de servicios para sus clientes tales como:

✓ El local está ubicado en una avenida principal del municipio, los espacios del local son amplios y la ubicación del mobiliario del negocio está ubicada estratégicamente para brindar un servicio ágil y eficiente, además se cuenta con 2 sillas tipo parque como zona de espera donde los clientes se pueden sentar cómodamente mientras hacen fila por los servicios de fotocopiado, laminación, anillado o por la impresión de sus documentos.

✓ Sala de Internet. Donde cuentan con 4 computadores para el servicio de sus clientes y a los cuales ellos asesoran a diario en la búsqueda de sus tareas y todas las actividades propias del internet.

✓ Servicio de digitación y elaboración de todo tipo de documentos, para lo cual se cuentan con 3 computadores y 3 impresoras modernas. Como estas impresoras son de “recarga continua” y la tinta es más económica, entonces el servicio de impresión se da más barato acá en la Gufi que en cualquier otro lado. Es por este motivo que este servicio es uno de los que más productividad le deja al negocio.

✓ Servicio de Fotocopiado en blanco y negro y a color. Para este servicio cuentan con 2 fotocopadoras modernas, las cuales reemplazaron hace apenas 20 días y se complementa con los servicios de ampliaciones, reducciones de documentos, servicio de escáner y también en estas modernas máquinas se puede imprimir todo tipo de documentos en láser en negro y a color.

✓ En la sección de mercancías varias, se cuenta con un surtido muy diverso, que abarcan más de 700 artículos, los cuales se encuentran exhibidos en las 7 vitrinas y cuatro estantes que se tienen para este fin.

✓ También se tiene el servicio de venta de bebidas, para lo cual se dispone de un enfriador panorámico gigante, donde se manejan más de treinta clase de bebidas gaseosas, jugos agua en bolsa y en botella, entre otros.

✓ Además de lo enumerado hasta ahora, se tienen 2 estantes de comestibles tales como papas fritas, cheetos, de todito y también se tienen de varias clases de chocolatinas y dulces, los cuales debido al calor se tienen en una vitrina refrigerador bien exhibidos y se cuenta con una excelente rotación de estos productos.

✓ Se le tiene también a los clientes de este negocio el servicio de anillado y de laminación de documentos, para lo cual se cuentan con dos máquinas de excelente calidad, las cuales nos permiten brindar un excelente servicio en estos dos productos.

3.7 Ventaja Competitiva del Negocio

A medida que la competencia es cada vez mayor y los productos ofertados en el mercado son cada vez más variados, los consumidores se vuelven cada vez más exigentes. Pues ellos ya no solo buscan calidad y buenos precios, sino también un buen servicio al cliente.

La anterior, es una apreciación que se ha tenido en cuenta en la Papelería Gufi desde sus inicios y es esta, nuestra mejor ventaja competitiva de este negocio. Ya que siempre se ha hecho énfasis en la importancia que tiene atender bien a un cliente, o comprador o consumidor de nuestros productos y servicios.

Porque estamos seguros que cuando un cliente encuentra el producto que buscaba y además recibe un buen servicio al cliente, queda satisfecho y esa satisfacción hace que regrese y vuelva a comprarnos y muy probablemente nos recomiende con otros consumidores.

Pero por otro lado, si un cliente recibe una mala atención, no solo dejará de visitarnos, sino que muy probablemente también hablará mal de nosotros y contará la experiencia negativa que tuvo a un promedio de entre 9 a 20 personas dependiendo de su grado de indignación. Desde este punto de vista se puede afirmar que hoy en día si queremos mantenernos competitivos en el mercado, es fundamental brindar un buen servicio al cliente.

Es por ello que la principal política de esta empresa es evitar que el cliente sea mal atendido, y así que deje de visitarnos o pueda llegar a hablar mal de nosotros, y más bien se ha procurado siempre que reciba un buen servicio al cliente, y así lograr que sea fiel a nosotros, tener buenas posibilidades de que nos recomiende con otros posibles clientes, y poder diferenciarnos y destacarnos ante las demás empresas del sector.

Nuestra vocación de servicio y la confianza de nuestros clientes, han hecho que la empresa siga creciendo y reinventándose continuamente, en un intento por adaptarnos a las nuevas necesidades de estos tiempos.

La calidad en el servicio es nuestra prioridad, lo cual nos ha permitido situarnos como una empresa líder en el sector del suministro y comercialización de artículos de papelería, útiles escolares y de oficina, trabajos de computación, entre otros

3.8 Justificación del Negocio

La elaboración de este plan de negocios para la papelería Gufi, de seguro nos servirá para el fortalecimiento empresarial del negocio y de esta manera lograr un mayor crecimiento y participación en el mercado. Por medio de este plan de negocios se pretende encontrar una solución a las problemáticas de la empresa, las cuales deberían ser observadas como una oportunidad de mejora y es: ¿cómo lograr un crecimiento significativo y un aumento de las ventas de la empresa?

De acuerdo con el análisis inicial que realizamos se encontrarán las principales debilidades de la empresa que se evidencian en el contenido de este trabajo. Para el desarrollo de éste se empleará una metodología de fortalecimiento empresarial para descubrir las causas de los problemas principales y plantear ordenadamente alternativas de solución para cada uno de ellos.

3.9 Sector y actividad al que pertenece y se dedicara la Empresa

La actividad que desempeña la papelería pertenece al sector papelero del país y se encuentra clasificada según el código de comercio internacional CIU con el número 4761: Comercio al por menor de libros, periódicos, materiales y artículos de papelería y escritorio, en establecimientos especializados.

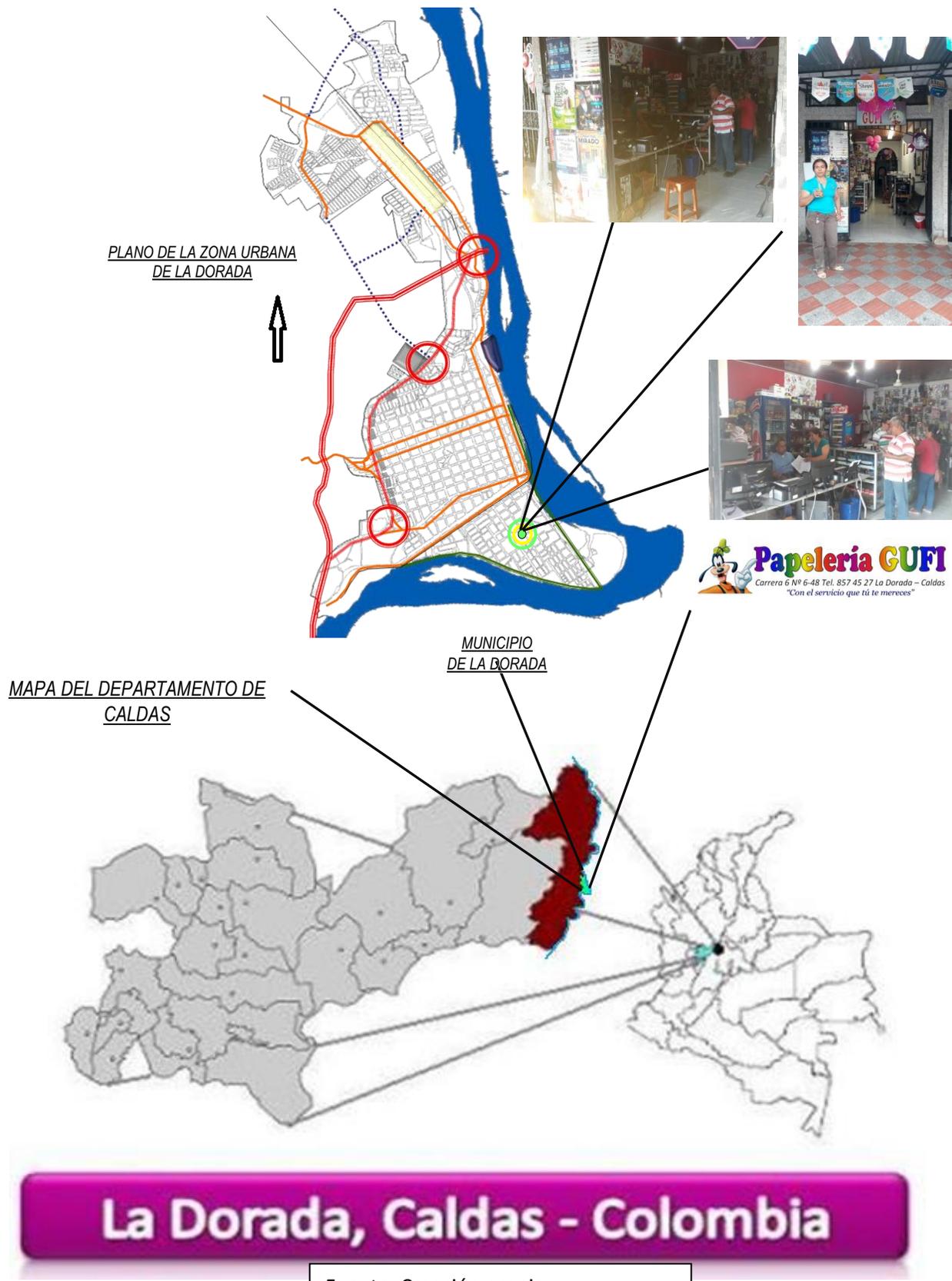
3.10 Localización Geográfica de la Empresa

La Papelería Gufi se encuentra ubicada en el Barrio Los Alpes de La Dorada, el cual es un barrio residencial, pero con mucho comercio y varias instituciones educativas, 2 de las cuales se encuentran a 2 cuadras de la papelería.

El Barrio Los Alpes, y en general la zona sur de La Dorada, es una zona de clase media, en donde la gran mayoría de sus habitantes se encuentran en estrato socioeconómico 3 y tienen buena capacidad de compra.

En la siguiente hoja se detalla la localización geográfica de la Papelería GUFÍ:

Mapa 1: Mapa del departamento de Caldas, La Dorada y ubicación papelería GUFÍ.



Fuente: Creación propia

4. Análisis del Mercado

4.1 Descripción del producto o servicio

Artículos de papelería y útiles escolares

En la papelería tenemos clasificada la mercancía por grupos de productos, los cuales son: Lápiz, lapiceros, marcadores, colores, borradores, carpetas, pliegos, cartulina, contabilidad, cuadernos, blocks, papeles finos, blocks y libretas, sobres, cintas, pegantes, reglas, grapadoras y demás.

Fotocopias

- ✓ Fotocopias a color: Tamaños carta, oficio y doble carta.
- ✓ Fotocopias en blanco y negro, x unidad, x volumen.

Impresión y servicios de sistemas

- ✓ Impresiones a blanco y negro en fotocopidora.
- ✓ Impresiones láser a color en fotocopidora a color.
- ✓ Impresiones a color en impresoras Epson.
- ✓ Escaneados.
- ✓ Investigaciones de internet.
- ✓ Descarga de documentos.
- ✓ Envío de documentos al correo o redes sociales.

4.1.1 Usos

✓ Artículos de papelería y útiles escolares: Los estudiantes y las personas que trabajan en las áreas administrativas y de oficina son los que utilizan principalmente este tipo de productos, los primeros para realizar los trabajos del colegio y los otros para organizar los registros de archivo que se llevan a diario en las empresas.

✓ Fotocopias: Se utiliza como medio de duplicación de hojas para estudiantes, libros y documentos.

✓ Impresión y servicios de sistemas: Investigación e impresión de tareas para estudiantes, fotocopias e impresiones de los exámenes y trabajos de profesores, impresión de documentos para reportes de empresas, digitada e impresión de hojas de vida y también para el diseño de tarjetas e impresión de estas.

4.1.2 Usuarios:

La papelería por los años que lleva en el mercado puede llegar a tener más de 2000 clientes, de todo tipo de profesiones, sin embargo los usuarios principales que más frecuentan el negocio son:

- ✓ Estudiantes
- ✓ Profesores
- ✓ Padres de familia
- ✓ Empleados administrativos
- ✓ Empresas del sector público
- ✓ Contratistas
- ✓ Amas de casa
- ✓ Pensionados
- ✓ Comerciantes

4.1.3 Características físicas

✓ Artículos de papelería: Este grupo contempla una gran variedad de productos con características físicas muy distintas. Algunos vienen en presentación unitaria o individual, otros vienen en cajas como los colores, las temperas, etc.

✓ Fotocopias: Las hojas que se utilizan son media carta, carta, oficio y doble carta y en cuanto al grosor las maquinas aceptan hojas desde los 70 gramos hasta los 240 gramos.

✓ Impresiones: Se realizan en las impresoras de inyección de tinta y en calidad láser, en color y en blanco y negro y en papeles de diferentes calibres y texturas. Se utilizan para su impresión hojas de papeles finos, papel fotográfico, opalina, papel grafinado y otros papeles.

4.1.4 Sustitutos

✓ Artículos de mercancía: Por la alta variedad de productos que maneja esta línea, existen bienes sustitutos dentro del portafolio general de la mercancía, por ejemplo los marcadores son bien sustituto imperfecto de los resaltadores y los colbones instantáneos son bien sustituto perfecto con los colbones líquidos.

✓ Fotocopias blanco/negro y color - Impresiones y trabajos en computador: Estos dos servicios funcionan como bienes sustitutos porque en la fotocopidora también se pueden realizar impresiones desde el computador, por ende cuando se tienen que realizar impresiones en cantidad se imprimen en la fotocopidora, funcionando en ese momento como bien sustituto de las impresiones.

4.1.5 Complementarios:

Como los tres servicios que se están analizando, están estrechamente ligados por el tipo de clientes que los utiliza, en ocasiones pueden llegar a ser bienes complementarios imperfectos, por ejemplo cuando un profesor visita el negocio para que le digiten e impriman un examen, primero se digita y se imprime, luego se fotocopia para todos los alumnos de la clase y finalmente el profesor se lleva el trabajo en un sobre o carpeta.

✓ Artículos de mercancía: Por la alta variedad de productos que maneja esta línea, existen bienes complementarios dentro del portafolio general de la mercancía, por ejemplo los lápices y los borradores o las temperas y los pinceles.

✓ Fotocopias blanco/negro y color - Impresiones y trabajos en computador: Estos dos servicios funcionan como bienes complementarios en algunas ocasiones, cuando el cliente necesita imprimir un documento para luego sacarle fotocopias y cuando se escanean documentos para ser modificados y luego impresos o enviados por correo electrónico.

4.2 Demanda

4.2.1 Comportamiento histórico

Fotocopias

En el año 2000 cuando iniciamos con la papelería en la avenida de los estudiantes se presentó la oportunidad de abrir el negocio porque no habían otros similares en la zona, en esta se encuentran ubicados dos colegios muy grandes por medio de los cuales se logró tener rápidamente una buena acogida en el sector, al no haber más negocios de fotocopiado la demanda era muy alta y la fotocopiadora que teníamos no dio abasto, por lo que se tuvo que

comprar otra de mayor tamaño al poco tiempo ya que el incremento de fotocopias crecía al mismo ritmo que crecía la cantidad de clientes.

Luego de unos años abrieron otras 2 papelerías en la zona y en uno de los colegios pusieron un centro de fotocopiado, esto hizo que las ventas en este servicio disminuyeran considerablemente y hoy en día se presta el servicio más para complementar el área de sistemas que como un negocio por el alto costo de una fotocopiadora y los precios tan competitivas que se manejan por la alta competencia en la zona.

Área de sistemas

El área de sistemas cuando abrimos el negocio era solamente un computador y una impresora pequeña puesto que la demanda era muy poca ya que en ese tiempo la información se pasaba de un computador a otro en disquetes de 9 cm y el uso del internet apenas se estaba dando a conocer. Luego de varios años cuando el flujo de información por internet era mayor y que el internet se empezó a utilizar para muchas de las tareas diarias y de oficina, llamado el internet de las cosas, está área en el negocio comenzó a tomar relevancia y la papelería se fue caracterizando por prestar un servicio con buena asesoría y calidad en los trabajos, debido a que los dos propietarios son tecnólogos en sistemas informáticos.

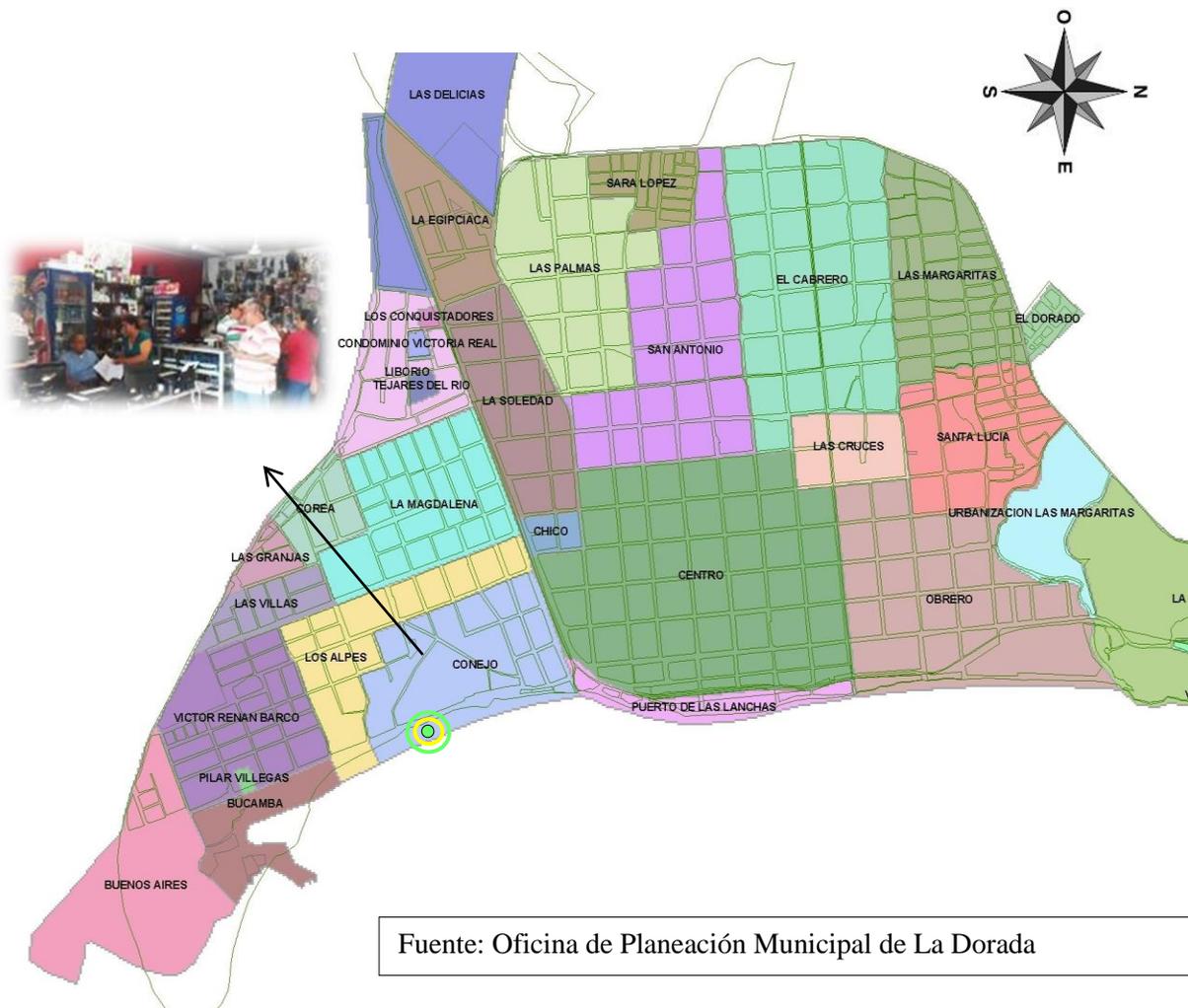
Por estas razones esta unidad estratégica de negocio (UEN) se convirtió en un foco clave para la empresa, ya que hoy en día las impresiones y los trabajos en computador representan el mayor peso en las ventas mensuales y en los últimos años se ha ampliado la capacidad instalada para aumentar la demanda.

4.2.2 Situación actual: Distribución geográfica del mercado de consumo actual, Temporalidad (Estacionalidad), Políticas gubernamentales

Distribución geográfica del mercado de consumo actual

Los principales clientes de la papelería se encuentran ubicados en el sur y centro del municipio en los barrios Renán barco, Las villas, Las granjas, Corea, Los Alpes, Conejo, Liborio, Las delicias, Los conquistadores, La egipciaca, La soledad, Las palmas, San Antonio y el barrio centro.

Mapa# 2: Mapa de la zona sur y centro del municipio de La Dorada, Caldas.



Temporalidad

Como gran parte de los clientes son estudiantes y profesores, las ventas de febrero a abril y de octubre a noviembre son las mejores en todo el año y en diciembre, enero y junio en que estos entran a vacaciones las ventas disminuyen drásticamente.

Políticas gubernamentales

Las acciones gubernamentales que más benefician a la papelería son las que desarrollan entidades como la fundación Fesco y el bienestar familiar, ya que se tiene un contrato con ellos para el servicio de fotocopiado.

4.2.3 Situación futura: Características de los usuarios potenciales, Distribución geográfica del mercado de consumo potencial y objetivo, Proyección de la demanda, Tabulación de datos de fuentes primarias.

La papelería Gufi dentro de su plan estratégico de negocio tiene como objetivo principal crecer al 25% para el año 2018, para lograr cumplir con esta meta se tiene planeado contratar un vendedor externo para visitar las empresas y poder realizar contratos mensuales para el servicio de fotocopiado e impresiones, además como en marzo de este año se compró una fotocopidora a color con el fin de brindar este nuevo servicio, los clientes potenciales del negocio van a ser el nuevo mercado de negocios al que se va a ingresar y los usuarios potenciales del servicio de fotocopias a color.

Segmentación del mercado de negocios

Para el mercado de negocios se va a realizar una macro segmentación de las empresas de La Dorada que cumplan con ciertas características:

✓ Ubicación geográfica: Las empresas que estén ubicadas en el sur o centro del municipio en los barrios Renán barco, Las villas, Las granjas, Corea, Los Alpes, Conejo, Liborio, Las delicias, Los conquistadores, La egipciaca, La soledad, Las palmas, San Antonio y el barrio centro.

✓ Tipo de cliente: Las empresas que se van a visitar son empresas del sector administrativo que tienen que llevar un registro de archivo para su operación diaria, por toda operación que se realice en este tipo de empresas debe quedar un registro físico, por lo tanto van a requerir de los servicios que ofrecemos.

✓ Tamaño del cliente: Se van a visitar empresas pequeñas, medianas y grandes, según la clasificación reglamentada en la Ley 590 de 2000 conocida como la Ley Mipymes.

Segmentación de los usuarios potenciales para las fotocopias a color

Los usuarios potenciales que se esperan son clientes del área de sistemas que buscan una impresión con un formato de mayor calidad y más profesional, este tipo de personas poseen ciertas características similares que se clasifican en cuatro grupos.

✓ Segmentación demográfica:

- a. Rango de edad: Personas entre los 18 y los 55 años
- b. Estrato socioeconómico: 3, 4, 5 y 6.
- c. Nivel de estudio: Estudiantes técnicos, tecnólogos, universitarios y profesionales.

- ✓ Segmentación psicográfica:
 - a. Estilo de vida: jóvenes estudiantes, profesores, diseñadores y ejecutivos.
 - b. Personalidad: Creativos, muy visuales, gusto por el dibujo y artísticos.
- ✓ Por características de comportamiento:
 - a. Índice de uso: Son clientes que visitan el negocio mensualmente y están fidelizados desde hace muchos años.
 - b. Estatus del usuario: Clientes que lleguen al negocio bien vestidos o en carro.

Distribución geográfica del mercado de consumo potencial y objetivo

De los barrios mencionados anteriormente en el punto 4.2.2 se escogerán los barrios con mayor estrato socioeconómico, que son los siguientes: Renán barco, las villas, los alpes, los conquistadores, la egipciaca, la soledad, las palmas, san Antonio y el barrio centro.

Ventas actuales de la Papelería Gufi por áreas de servicio

Las ventas actuales de la papelería en fotocopias, sistemas, mercancía y otras ventas, son las siguientes:

Tabla # 1: Ventas junio de 2016 a mayo de 2017.

MES	FOTOCOPIAS	ÁREA DE SISTEMAS	MERCANCIA	OTRAS VENTAS	TOTAL
JUNIO DE 2016	\$995.032	\$2.653.420	\$1.260.374	\$1.724.723	\$6.633.549
JULIO DE 2016	\$1.146.024	\$3.079.939	\$1.575.783	\$1.360.903	\$7.162.649
AGOSTO DE 2016	\$1.159.452	\$3.561.174	\$1.821.996	\$1.739.178	\$8.281.800
SEPTIEMBRE DE 2016	\$1.272.432	\$3.499.188	\$1.431.486	\$1.749.594	\$7.952.700
OCTUBRE DE 2016	\$1.079.392	\$3.103.252	\$1.416.702	\$1.146.854	\$6.746.200
NOVIEMBRE DE 2016	\$741.588	\$3.213.548	\$1.174.181	\$1.050.583	\$6.179.900
DICIEMBRE DE 2016	\$487.855	\$1.774.020	\$931.360	\$1.241.814	\$4.435.049
ENERO DE 2017	603400	2834600	1352750	937246	\$5.727.996
FEBRERO DE 2017	1072000	3982250	1861100	1605300	\$8.520.650
MARZO DE 2017	\$1.447.322	\$4.911.479	\$1.956.299	\$1.964.800	\$10.279.900
ABRIL DE 2017	1028150	3147000	1586200	1531800	\$7.293.150
MAYO DE 2017	1241130	3343220	1477950	1446250	\$7.508.550
JUNIO 2016 - Mayo 2017	\$12.273.777	\$39.103.090	\$17.846.181	\$17.499.045	\$86.722.093

Fuente: Creación propia

Proyección de ventas para el año 2018-2019-2020-2021 de la Papelería Gufi

Los siguiente son los datos de crecimiento entre el periodo 2017-2021 de las diferentes áreas que tiene la papelería, teniendo en cuenta como crecimiento del 20% para el primer año por la ampliación de la capacidad instalado y luego del 10% anual.

Tabla # 2: Proyección de ventas x áreas de servicio.

GUFÍ - PAPELERÍA					
INGRESOS					
	2017	2018	2019	2020	2021
Fotocopias	12.273.777	15.193.954	17.544.763	20.247.498	23.357.514
Impresiones ByN	24.276.835	30.052.780	34.702.546	40.048.403	46.199.838
Impresiones color	13.458.042	16.659.979	19.237.611	22.201.127	25.611.220
Fotocopias láser	1.368.203	1.693.726	1.955.779	2.257.063	2.603.748
Mercancia y otras ventas	35.345.226	43.754.562	50.524.268	58.307.430	67.263.452
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS	86.722.083	107.355.001	123.964.967	143.061.522	165.035.772

Fuente: Creación propia

4.3 Oferta

4.3.1 Comportamiento histórico

La Papelería Gufi, desde el primer día que se inició, se ha destacado por brindar un servicio muy especial a sus clientes. Esto se puede comprobar, porque desde ese primer día, que era un viernes como a las 9 de la mañana, estábamos descargando la fotocopiadora, cuando pasaban unos señores buscando dónde sacar unas fotocopias y al ver que estábamos en la tarea de entrar este aparato al local, se ofrecieron a ayudarnos y nos preguntaron que si íbamos a colocar local para sacar fotocopias, a lo cual contestamos que sí, entonces nos dijeron: Ah, pues entonces arranquen de una vez. Enchufen ese aparato y sáquenos estas fotocopias.

La papelería siempre ha tenido de buena acreditación porque está ubicada en la “Avenida de los estudiantes”, porque así se le llama a la Carrera sexta desde el sector de la carrilera hasta la orilla del río, como 12 manzanas. Se le denominó así porque en 1972 se construyeron las instalaciones del Instituto Nacional Dorada y constantemente por esta calle hay flujo de estudiantes, ya que este colegio es el más grande de La Dorada y funciona en sus tres jornadas: Mañana, Tarde y Noche.

Cuando el negocio comenzó se tenía una fotocopiadora pequeña y constantemente no se daba abasto con la demanda por lo que luego tuvimos que comprar una más grande, hasta hoy que contamos con 2 fotocopiadoras de última tecnología para trabajo pesado. Algo similar ocurrió con el área de sistemas, cuando comenzó el negocio solo se contaba con un computador para la realización de trabajos y hoy en día se cuenta con 7 computadores, de los cuáles 3 son para trabajos en computador y 4 para café internet.

4.3.2 Situación actual: Mercado del competidor, Plantas nacionales, existentes, Análisis de capacidad ociosa, Calidades, Producción interna, Tasas de crecimiento.

Mercado estratégico papelería Gufi

En La Dorada caldas la papelería Gufi se ha destacado por la atención que le brinda a los clientes, por la asesoría, atención y calidad que ofrece en los servicios de impresiones y trabajos en computador; la gran mayoría de clientes de este tipo de servicios son profesores, estudiantes y oficinistas, visitan el negocio mínimo una vez a la semana y tienen alto grado de lealtad con la papelería. Somos líderes en el municipio en el servicio de impresiones para este tipo de negocios, tenemos clientes que visitan el negocio por primera vez recomendados por clientes que

proviene de municipios lejanos como Puerto Salgar, Caparrapi, Norcasia y Doradal. Las ventas en el área de sistemas son aproximadamente de 3 millones quinientos mil (3.500.000) pesos mensuales y en el área de fotocopiado son de 1 millón quinientos mil (\$1.500.000) pesos al mes.

La papelería en el momento está atravesando por una reestructuración a nivel general, puesto que en el mes de marzo del año 2017 se invirtieron once millones de pesos para comprar una UPS para cuando se vaya la energía, una impresora que imprime utilizando 6 tipos de tintas, cuando las anteriores lo hacían utilizando solo 4, además se compró una fotocopidora a color y una a blanco y negro con el fin de poder brindar un servicio más ágil y con mejor calidad para los clientes, ya que antes no se contaba con una fotocopidora a color.

Ventas en unidades de los 4 servicios que tiene el área de fotocopiado y sistemas.

Tabla # 3: Ventas en pesos y unidades junio 2016 – Mayo 2017

MES	FOTOCOPIAS		IMPRESIONES BYN		IMPRESIONES COLOR		FOTOCOPIAS LÁSER	
	VENTAS EN \$	UNIDADES	VENTAS EN \$	UNIDADES	VENTAS EN \$	UNIDADES	VENTAS EN \$	UNIDADES
JUNIO DE 2016	\$995.032	12438	\$1.724.723	8624	928697	1857		
JULIO DE 2016	\$1.146.024	14325	\$2.001.960	10010	1077978	2156		
AGOSTO DE 2016	\$1.159.452	14493	\$2.314.763	11574	1246410	2493		
SEPTIEMBRE DE 2016	\$1.272.432	15905	\$2.274.472	11372	1224715	2449		
OCTUBRE DE 2016	\$1.079.392	13492	\$2.017.113	10086	1086138	2172		
NOVIEMBRE DE 2016	\$741.588	9270	\$2.088.806	10444	1124741	2249		
DICIEMBRE DE 2016	\$487.855	6098	\$1.153.113	5766	620907	1242		
ENERO DE 2017	\$603.400	7543	\$1.842.490	9212	992110	1984		
FEBRERO DE 2017	\$1.072.000	13400	\$2.588.462	12942	1393787	2788		
MARZO DE 2017	\$1.447.322	18092	\$2.701.312	13507	1620787	3242	\$589.377	491
ABRIL DE 2017	\$1.028.150	12852	\$1.730.850	8654	1038510	2077	\$377.640	315
MAYO DE 2017	\$1.241.130	15514	\$1.838.771	9194	1103262	2207	\$401.186	334
	12273777	153422,213	24276835	121384,175	13458042	26916,084	1368203	1140,16917

Fuente: Creación propia

Mercado del competidor

En la avenida de los estudiantes existen dos negocios de fotocopias, impresiones y venta de mercancía, los cuales están ubicados a menos de 3 manzanas de nuestra papelería, estos son negocios pequeños y no representan ninguna amenaza en el largo plazo, puesto que los precios que ofrecen en fotocopias e impresiones son más altos a los nuestros y la variedad que tienen en productos de papelería es muy poca.

En el centro de La Dorada existe un negocio llamado supertienda Euros que tiene aproximadamente el 30% del mercado de venta de productos de papelería, junto con la comercializadora macro Y que está ubicada al norte del municipio y es la líder en la venta de estos productos con alrededor de un 40% del mercado.

4.3.3 Situación futura: Mercado del competidor, Perspectivas sobre plantas, nuevas nacionales, Proyección de la oferta (programa de producción)

Situación futura de la oferta de la papelería

La inversión que se realizó hace poco en la papelería tiene como objetivo ampliar la capacidad instalada en la producción de fotocopias e impresiones, con el fin de poder participar en el mercado de negocios de La Dorada, además con el nuevo servicio de fotocopias a color también se amplía la capacidad instalada del área de sistemas porque con esta fotocopiadora se pueden escanear hasta 25 hojas por minuto, mientras en las impresoras multifuncionales la capacidad era de 2 escaneadas por minuto. Así aprovechando estas inversiones la papelería se planea unas perspectivas a largo plazo de crecer entre junio de 2017 y junio de 2018 un 30% las ventas del área de sistemas y en un 40% el servicio de fotocopiado, para lograr alcanzar estas expectativas la papelería piensa por medio de marketing digital y publicidad BTL seguir ampliando su cartera de clientes en el segmento de estudiantes, profesores y oficinistas y además

en el mediano plazo se tiene planeado contratar a un vendedor para ofrecer los servicios en el segmento empresarial de los municipios de La Dorada y Puerto Salgar.

Programa de producción

La proyección de la oferta de la papelería se realizó solamente para los servicios del área de sistemas, ya que dentro de la estrategia este va a ser el área donde se espera tener un mayor crecimiento.

Tabla # 4: Proyección de ventas en el área de sistemas, junio de 2017 y Mayo de 2018.

MES	FOTOCOPIAS		IMPRESIONES BYN		IMPRESIONES COLOR		FOTOCOPIAS LÁSER	
	VENTAS EN \$	UNIDADES	VENTAS EN \$	UNIDADES	VENTAS EN \$	UNIDADES	VENTAS EN \$	UNIDADES
JUNIO DE 2017	\$1.231.770	15397	\$2.135.069	10675	\$1.149.653	2299	427200	356
JULIO DE 2017	\$1.418.686	17734	\$2.478.266	12391	\$1.334.451	2669	410400	342
AGOSTO DE 2017	\$1.435.309	17941	\$2.865.491	14327	\$1.542.956	3086	466800	389
SEPTIEMBRE DE 2017	\$1.575.169	19690	\$2.815.614	14078	\$1.516.099	3032	512400	427
OCTUBRE DE 2017	\$1.336.201	16703	\$2.497.025	12485	\$1.344.552	2689	517200	431
NOVIEMBRE DE 2017	\$918.027	11475	\$2.585.775	12929	\$1.392.339	2785	554400	462
DICIEMBRE DE 2017	\$603.925	7549	\$1.427.462	7137	\$768.633	1537	368400	307
ENERO DE 2018	\$746.961	9337	\$2.280.855	11404	\$1.228.153	2456	415200	346
FEBRERO DE 2018	\$1.327.050	16588	\$3.204.309	16022	\$1.725.397	3451	486000	405
MARZO DE 2018	\$1.791.669	22396	\$3.344.008	16720	\$2.006.405	4013	501600	418
ABRIL DE 2018	\$1.272.767	15910	\$2.142.654	10713	\$1.285.592	2571	442800	369
MAYO DE 2018	\$1.536.420	19205	\$2.276.251	11381	\$1.365.750	2732	458400	382
	\$15.193.954	189924	\$30.052.780	150264	\$16.659.979	33320	\$5.560.800	4634

Fuente: Creación propia

4.4 Precio

4.4.1 Análisis histórico y actual de precios

Los precios de la papelería en las 3 unidades estratégicas de negocio (Mercancía, fotocopias e impresiones) son muy estables y solo se modifican por el alza general que periódicamente se debe hacer por efectos de inflación o porque los proveedores suben los precios de los productos de mercancía.

Las fotocopias hace 17 años cuando abrimos la papelería se cobraban a 70 pesos la unidad y hoy se cobran a 100 pesos, por lo tanto se puede apreciar que la variación que ha tenido ha sido muy pequeña.

En los artículos de papelería los precios de estos productos si han tenido una variación mayor ya que estos depende del proveedor que nos surte la mercancía.

En el área de sistemas los precios han disminuido con el pasar de los años, puesto que cuando comenzamos la papelería las impresiones se cobraban a 400-500 pesos y hoy en día su precio disminuyo a la mitad, este comportamiento decreciente de los precios se explica porque la demanda de impresiones aumento considerablemente por la masificación de los computadores, el internet, el uso de medios extraíbles para transferir información de un computador a otro y el abaratamiento en los costes de los insumos siendo la última razón la que mayor peso tiene en la disminución del costo, puesto que la tinta de las impresoras antes se compraba en cartuchos que valían alrededor de \$ 50.000 y alcanzaban para aproximadamente 250 impresiones y hoy en día la tinta se vende con un sistema de recarga continua que alcanza para 4000 impresiones y el gasto en tintas es de \$40.000.

Los precios actuales de la papelería en las 3 UEN son los siguientes:

Área de servicios de impresión y sistemas:

- Impresiones B y N: \$ 200
- Impresión color pequeña \$ 300
- Impresión color mediana \$500-600
- Impresión color grande \$ 800-1000
- Impresión láser B y N \$ 500

- Impresión láser color \$ 1.000-1.500
- Impresión en papel fotográfico \$ 3.000
- Impresión de fotografías 3x4 (4x\$2000) \$ 2.000
- Elaboración y digitación de cartas \$ 1.500
- Elaboración de diplomas y menciones de honor Und. \$ 2.000
- Fotocopias a color pequeña \$ 500
- Fotocopias a color mediana \$ 1.000
- Fotocopias a color grande \$ 1.500
- Escaneadas \$ 400
- Quemada de cd \$ 1.000
- Quemada de dvd \$ 1.500
- Impresión de etiqueta (caja) del cd \$ 2.000
- Impresión de carátulas de cd \$ 3.000
- Tarjeticas de presentación x 100 Und. \$ 15.000

Área de servicios de fotocopiado

- Fotocopia ByN tamaño carta y oficio \$ 100
- Fotocopia cédula y documento x ambas caras \$ 200
- Fotocopia ByN tamaño doble carta \$ 200
- Ampliación y reducción de documentos en ByN \$ 200
- Fotocopias x cantidad (Más de 50 copias) \$ 80

Productos de papelería

El portafolio que tenemos de productos de papelería tiene alrededor de 700 productos, de los cuales nos vamos a enfocar en los 25 que mayor rotación tienen, los cuales son:

Tabla # 5: Listado de los 25 productos con mayor rotación.

ARTÍCULO	Precio Compra	Precio Venta
Cuadernos de 50 hojas	\$577	\$1.000
Cuadernos de 100 hojas	\$930	\$1.200
Cuadernos Cosidos Rayados y	\$1.200	\$2.000
Lapicero Kilométrico 100	\$369	\$700
Lapicero Kilométrico Rt 100 retráctil	\$450	\$1.000
Lápiz Mirado	\$535	\$800
Colbón líquido Sipega 40 Gramos	\$418	\$700
Colbón líquido Sipega 125 Gramos	\$951	\$1.500
Corrector Zeppelin	\$1.300	\$1.800
Marcador Sharpie delgado	\$1.908	\$2.700
Resaltador Sharpie Grueso Tan	\$992	\$1.500
Borrador nata ref. 612	\$195	\$500
Sacapuntas metálico	\$180	\$500
Caja de colores Berol x 12 Und. Largo	\$2.650	\$4.500
Caja de colores Berol x 12 Und. Cortos	\$1.180	\$1.800
Cinta transparente 12x20	\$280	\$700
Cinta texa 48 x 40 empaque	\$1.850	2700
Cinta transparente mediana 2x5	\$180	\$300
Sobres de manila carta	\$90	\$200
Sobres de manila oficio	\$95	200
Cartulina pliego	\$430	\$700
Cartulina Calipso	\$435	\$700
Cartulina por 1/8	\$59	\$150
Cartulina negra pliego	\$1.200	1500
Papel seda pliego	\$78	\$150
Papel bond pliego	\$179	\$400
Papel Craft	\$180	\$400
Hojas iris (unidad)	\$120	\$200
Carpeta azul colgante oficio	\$480	\$800
Carpeta de cartón carta	\$198	\$400
Carpeta de presentación carta	\$135	\$300
Carpeta de bisel carta (plástica)	\$300	\$600
Carpeta de bisel oficio (plástica)	\$320	700
Carpeta plástica con gancho carta	\$1.702	\$2.000
Tijeras punta roma	\$575	\$1.000
Bloc carta blanco y cuadriculado	\$1.735	\$2.400
Bisturí grande	\$510	\$900
Hoja de Vida Minerva 1003	\$495	\$500
Hoja de Vida Minerva 1000	\$285	\$450
Contrato de Compraventa de vehículo	\$980	\$1.500
Contrato de arrendamiento de vivienda	\$1.650	\$2.000
Facturero 1/32 (de papel periódico)	\$435	\$800
Letra de cambio (unidad)	\$48	\$200
Sobre de lluvia para fiestas	\$750	\$1.500

Fuente: Creación propia

4.4.2 Elasticidad- precio demanda y elasticidad-precio oferta

Elasticidad-precio demanda

En la venta de mercancía la demanda es elástica puesto que los clientes son sensibles al precio, debido a que en el centro existen varias papelerías que venden a precios muy económicos sus productos y como la mayoría de clientes se movilizan en moto prefieren ir a estos negocios por ahorrarse unos pesos de más.

En los servicios de fotocopiado la demanda es elástica los usuarios son muy sensibles al precio puesto que las dos papelerías que están en la avenida de los estudiantes a menos de 2 manzanas del negocio venden las fotocopias también a 100 pesos, por lo tanto ante una subida de precios nuestra, los clientes fácilmente preferirán ir a la competencia.

En los servicios de sistemas en la papelería como las impresiones, escaneados, hechura de cartas y demás tienen una demanda plena, es decir los clientes se encuentran satisfechos con lo que se les ofrece y muchos de estos son leales a la papelería para este tipo de servicios, por lo tanto la demanda tiende a ser unitaria e inelástica, ya que ante una variación pequeña en los precios esta cambia muy poco o nada.

Elasticidad-precio oferta

La elasticidad de la oferta en productos de papelería no tiene mucho valor realizarla porque comercializamos este tipo de productos, sin embargo en los servicios de fotocopias y sistemas toma gran importancia su análisis numérico porque para sacar fotocopias a color y ByN se requiere de mucho personal, por lo tanto si se aumenta el precio se puede contratar a una persona para que se dedique solo a eso y así la capacidad instalada para sacar fotocopias e impresiones aumenta.

4.4.3 Determinación de las principales variables para la definición del precio.

Para definir el precio de los productos de papelería se hace tomando el precio de costo de la mercancía, en él se tienen en cuenta los costos de compra del producto y los costos fijos asociados a los gastos del negocio, además también se le da un margen a los productos del 35%. Con estos valores se determina el precio de los productos utilizando la siguiente formula:

Ilustración # 3: Formula para determinar el precio de los productos:

$$\text{PRECIO} = \frac{\text{COSTO}}{1 - \text{Margen}}$$

Fuente: Creación propia

4.4.4 Proyección de precios

La proyección solo se hizo para el área de sistemas y fotocopiado ya que dentro de la estrategia a mediano y largo plazo se tiene contemplado enfocarnos en estos servicios, con el fin de aumentar las ventas y la participación en la cuota relativa del mercado. Se realizó una proyección para los precios de los siguientes 3 años según la estrategia que se plantea para cada uno de los servicios y los costes asociados a los mismos.

Tabla # 6: Proyección de precios para el área de sistemas periodo 2017 - 2020.

SERVICIOS	Fotocopias ByN x Und.	Fotocopias ByN x cantidad (Más de 50 copias)	Impresión láser color tamaño carta	Impresiones a color tamaño carta	Impresiones a color media carta	Impresiones a color imágenes pequeñas	Impresiones ByN	Escaneada de hojas x Und.
Precios 2017	100	80	1500	800	500	300	200	400
Precios 2018	100	80	2000	800	500	300	200	400
Precios 2019	150	100	2000	800	600	400	250	400
Precios 2020	150	100	2300	800	600	400	250	400

Fuente: Creación propia

4.5 Estrategia Comercial

La estrategia comercial que va a desarrollar la papelería en los productos de mercancía se va a enfocar en disminuir en un 10% los productos que tienen baja rotación, el inventario de la papelería está clasificado en 20 categorías, de cada una se van a escoger los 2 productos con menor rotación para aplicarles el descuento.

La estrategia que se va a desarrollar en los servicios de sistemas y fotocopiado va estar enfocada en mejorar la propuesta de valor que se le tiene a los clientes de este segmento por medio de un sistema de gestión de calidad, también se planea a mediano plazo contratar a un vendedor externo para que ofrezca los servicios de la papelería en el mercado de empresas.

Atención al cliente

- ✓ Disminuir los tiempos de espera de los clientes en las horas pico (6:30 pm – 8:30 pm).
- ✓ Determinar la cantidad adecuada de insumos que se deben de tener accesibles en el área de sistemas, tales como papeles finos, tintas y productos complementarios a los servicios de impresión y fotocopiado.
- ✓ Ofrecer la posibilidad de enviar los trabajos en computador al correo, con un mensaje informado la hora de recogida del trabajo, con el fin de tenerlo listo previamente para agilizar el servicio.

Capacitación colaboradores de la empresa, implementación sistema de gestión de calidad

- ✓ Capacitar a los colaboradores del negocio para que brinden una adecuada asesoría a los clientes, realicen el trabajo ágilmente y ofrezcan otros servicios y productos adicionales al momento de la compra.

✓ Realizar un examen a los colaboradores nuevos que ingresan a la papelería con el fin de determinar cuáles son las competencias que tiene menos desarrolladas y crear un programa periódico de inducción para mejorarlas.

✓ Enseñarles a los colaboradores cuales son los trabajos más frecuentes y la ubicación de los archivos de ejemplo en el PC para que se guíen al momento de asesorar al cliente.

✓ Capacitar a los colaboradores en la clasificación de los productos de papelería según su uso, para que sepan identificar la necesidad del cliente.

Mercado servicios de fotocopiado a color láser

Para dar a conocer este nuevo servicio se va aprovechar que se tiene una alta cantidad de clientes de impresiones en tinta (Impresoras EPSON), para que durante al momento de la prestación del servicio se le brinde la posibilidad de sacar las hojas mejor en la fotocopiadora láser, además la papelería planea conseguir clientes nuevos mediante promociones por impresiones en cantidad y en las redes sociales.

Mercado empresarial

La estrategia que se va a desarrollar para llegar a este segmento se va a realizar contratando a un vendedor externo, para que visite 25 empresas con las características de la segmentación del mercado de negocios durante 15 días a partir del 1 de Agosto.

4.5.1 Canales de comercialización y distribución del producto

En los servicios del área de sistemas y servicios de fotocopias el canal de comercialización del producto es directo y en los productos de papelería somos vendedores al detal, por lo tanto hacemos parte de un canal largo donde intervienen varios intermediarios, los productos se los compramos a las papelerías mayoristas de Pereira, Medellín y Bogotá y a su vez estas le comprar a los fabricantes.

4.5.3 Ventajas y desventajas de los canales empleados

La ventaja de tener un canal de comercialización directo en los servicios del área de sistemas es que se le puede brindar una asesoría oportuna al cliente y de buena calidad en el momento de la prestación del servicio y la desventaja es que como es un servicio se requiere de mucho tiempo del personal y capacitación constante a los colaboradores del negocio.

La ventaja de tener un canal largo es que los productos que se comercializan son reconocidos por los clientes debido a la publicidad que invierten los fabricantes en crear la recordación de marca en ellos y las desventaja de este tipo de canal se da a la hora de conseguir proveedores, ya que existen muchos mayoristas para estos productos y cada uno ofrece diferentes precios dependiente del volumen de compra.

4.5.4 Almacenamiento

La papelería cuenta con un local amplio, donde una de las habitaciones la utilizamos para almacenar mercancía en cajas, en está habitación también tenemos un mueble grande para

almacenar todos los pliegos de papeles, como la cartulina, papel bond, silueta, ceda, celofán, papel craft, etc.

4.5.5 Transporte: Descripción operativa de la trayectoria de comercialización propia y de la competencia.

La papelería en el momento no cuenta con fuerza de ventas externa ni tampoco tenemos servicio a domicilio, puesto que nuestro canal de venta es directo con el consumidor.

A diferencia de nuestro negocio la papelería Macro Y si cuenta con mercaderistas externos, que visitan las diferentes papelerías de la región, haciéndole seguimiento e impulsando las marcas de los productos en los que este negocio es distribuidor autorizado.

4.5.6 Publicidad y Promoción

Publicidad:

En la papelería la publicidad que se realiza es de diferentes tipos:

✓ Se paga a la empresa www.comerciodecolombia.com para que publique fotos e información acerca de los servicios prestados en la papelería y para que los clientes que busquen en Google puedan observar la página en los primeros listados.

✓ Para las diferentes marcas de los productos de mercancía la publicidad es BTL puesto que en el negocio existen diferentes avisos publicitarios de las marcas Kilométrico, Mirado, Sharpie, Paper mate, Berol, Tritón, Magicolor y Norma.

✓ La papelería dentro de su plan estratégico, para este año planea pagar publicidad en medios masivos (Radio la voz de La Dorada y Tropicana) para el mes de Agosto de 2017.

✓ Se planea regalar lapiceros con el logo de la papelería a los 50 principales clientes para el mes de Octubre del presente año.

✓ Aprovechar el espacio que se tiene en la parte superior de las estanterías y vitrinas de la mercancía para colocar carpetas colgadas en cuerdas desde el techo, para el mes de Agosto del presente año.

✓ Decorar la puerta que va hacia la bodega por encima con un GUFÍ en icopor con el aviso de BIENVENIDOS, para el mes de Junio del presente año.

Marketing digital

La estrategia de publicidad que se tiene en marketing digital va dirigida hacia las redes sociales Facebook e Instagram, Facebook para realizar marketing de contenidos y tener una relación más directa con el cliente e Instagram para publicar fotos periódicas del negocio y videos cortos.

Estrategia de Facebook

- ✓ Publicación de fotos de las diferentes áreas del negocio.
- ✓ Publicación de marketing de contenidos sobre aspectos a tener en cuenta al realizar hojas de vida.
- ✓ Publicación de noticias relacionadas a los temas de interés por los clientes.

Estrategia de Instagram

- ✓ Publicación de fotos de las diferentes áreas del negocio.
- ✓ Publicación de ofertas de la papelería.
- ✓ Publicación de fotos sobre los productos de baja rotación que se van a dar en descuento.

Promoción

- ✓ Productos con baja rotación con un descuento del 30%, se ubicaran en una caja de madera encima de una vitrina con un aviso llamativo.
- ✓ Café internet con un 20% de descuento en las horas de la mañana durante el mes de junio y julio.
- ✓ Adecuar una zona en la papelería para colocar en promoción los productos que han tenido baja rotación en el negocio para el mes de Julio del presente año.
- ✓ Se planea la creación de un brochure con los diferentes formatos de impresión que se ofrecen en la papelería (Impresiones de todos los tamaños y fotocopias láser en diferentes papeles) para Junio del presente año.

4.5.7 Conclusión General del análisis de mercados.

Analizando todas las variables internas y externas que tiene la papelería para competir se puede apreciar una ventaja competitiva en los servicios de impresión y trabajos en computador, ya que por un lado debido a la inversión que se realizó se amplió la capacidad instalada y por otro lado el margen de utilidad que dejan las impresiones en computador es muy grande.

4.6 Plan de Mercadeo

Para poder desarrollar estrategias que busquen solucionar las necesidades de nuestros clientes se realizaron 125 encuestas, con el fin de conocer el grado de satisfacción y los aspectos en que ellos consideran se podría mejorar; con esta encuesta se busca conocer la frecuencia de compra que tienen, la percepción hacia cada uno de los servicios, los aspectos a mejorar y como perciben el nivel de capacitación de los colaboradores del negocio, la encuesta que se realizo es la siguiente:



ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

La Papelería GUFÍ, con el ánimo de mejorar sus servicios, desea investigar acerca del nivel de satisfacción de nuestros clientes, en este momento la información que usted nos proporcione es muy valiosa para nuestro estudio. Le pedimos el favor, nos dé sus respuestas con toda sinceridad.

Rango de edad (12-18) ____ (19-28) ____ (28-46) ____ (> 46 años) ____.

Profesión u ocupación: _____

1. ¿Con que frecuencia compra con nosotros?, Marque con una X la opción que más le parezca:

Mensual ____ Quincenal ____ Semanal ____ 2 veces o más x semana ____

2. Enumere en orden de importancia las tres principales razones por las que compra acá en la papelería, siendo 1 la más importante, 2 la que sigue y 3 la siguiente:

Por precios competitivos ____ Porque está cerca a la casa ____ Por el buen surtido ____

Por el Horario extendido ____ Porque lo asesoran a uno ____ Variedad de productos ____

Por la agilidad en el servicio ____

3. De los siguientes servicios que presta la papelería califique en una escala de 1 a 4 según corresponda, siendo 4 de excelente calidad, 3 de buena calidad, 2 de regular calidad y 1 de Mala calidad:

El servicio de impresión, escáner y trabajos a computador

1 ____ 2 ____ 3 ____ 4 ____

El servicio de fotocopias

1 ____ 2 ____ 3 ____ 4 ____

La variedad de productos de mercancía que tenemos a su disposición

1 ____ 2 ____ 3 ____ 4 ____

4. Cuando visita nuestro negocio para comprar artículos de papelería (lapiceros, cuadernos, carpetas, etc.) ¿Logra obtener lo que busca?

SI ____ NO ____ ALGUNAS VECES ____

5. Marque con una X el factor que usted considere que la GUFU debe mejorar para optimizar la prestación de nuestros servicios.

Agilidad y rapidez ____ Cumplimiento ____

Calidad en fotocopiado ____ Precio ____ Organización ____

Ninguno ____ Otro. ¿Cuál? _____

6. ¿Considera que el nivel de capacitación de los empleados que atienden, es el adecuado?

SI ____ NO ____

7. Si usted tuviera la posibilidad de cambiar o agregarle algo a la GUFU, ¿Qué sería?

SUGERENCIAS Y COMENTARIOS:

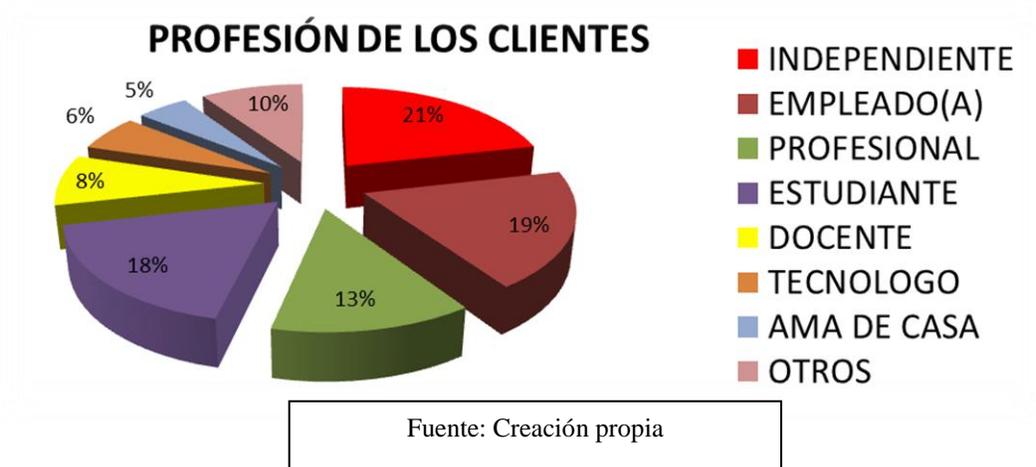
Gracias por su amable colaboración.

TABULACIÓN DE LA ENCUESTA:

La encuesta se tabuló en Excel y se filtró cada pregunta para conocer las características de nuestros clientes, las cuales se van a analizar a continuación:

¿Qué tipo de Profesión tienen nuestros clientes?

Grafico # 1: Profesión clientes



De los clientes de la papelería los tres grupos más grandes son: Independientes con un 21%, seguido de los empleados que representan un 19% y los estudiantes con un 18%.

¿Cuál es el rango de edad de los clientes?

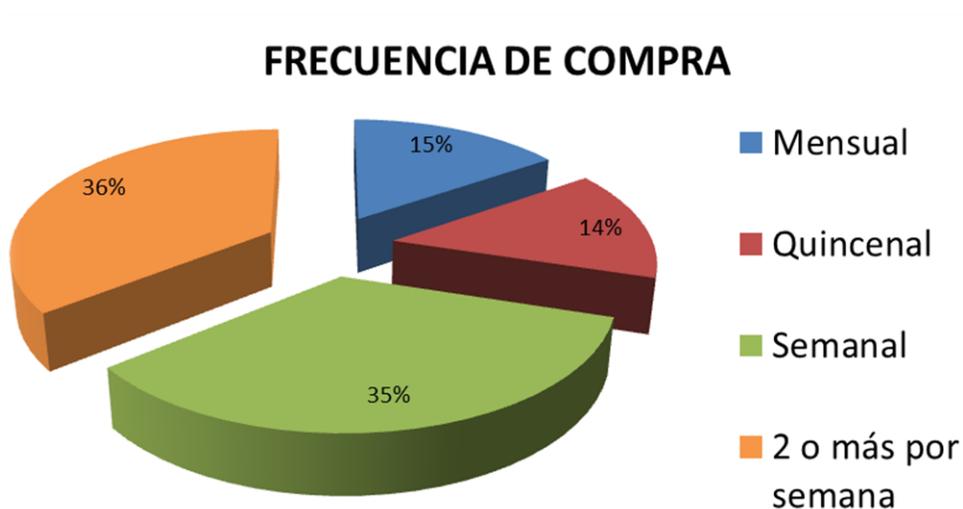
Grafico # 2: Edad clientes



Analizando las estadísticas de los clientes por edad se puede concluir que más del 76% de nuestros clientes tienen más de 28 años y que solo el 8% tienen entre 12 y 18 años, por lo tanto la papelería necesita a mediano plazo crear productos y servicios dirigidos a personas jóvenes para tener recordación de marca en este segmento.

Frecuencia de visita

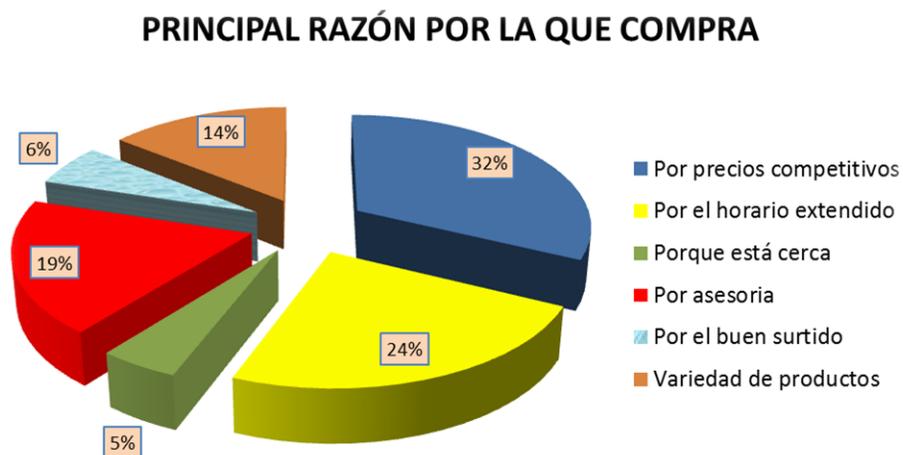
Grafico # 3: Frecuencia de compra



Del gráfico de frecuencia de compra se puede extraer un dato de vital importancia para la estrategia del negocio y es que el 36% de los clientes visitan el negocio 2 o más veces por semana y si analizamos la frecuencia por semana, se puede concluir que el 71% de los clientes visitan el negocio mínimo una vez a la semana.

¿Cuáles es la principal razón por la que los clientes compran en la papelería?

Grafico # 4: Principal razón de compra de los clientes



En la gráfica se puede apreciar que los clientes le dan un alto valor a los productos y servicios que se ofrecen, puesto que el 32% de estos consideran que los precios son competitivos, otra razón fundamental de compra para los clientes es el horario extendido que se tiene con un 24% y la asesoría con un 19%.

¿Cuándo visita nuestro negocio para comprar artículos de papelería, logra obtener lo que busca?

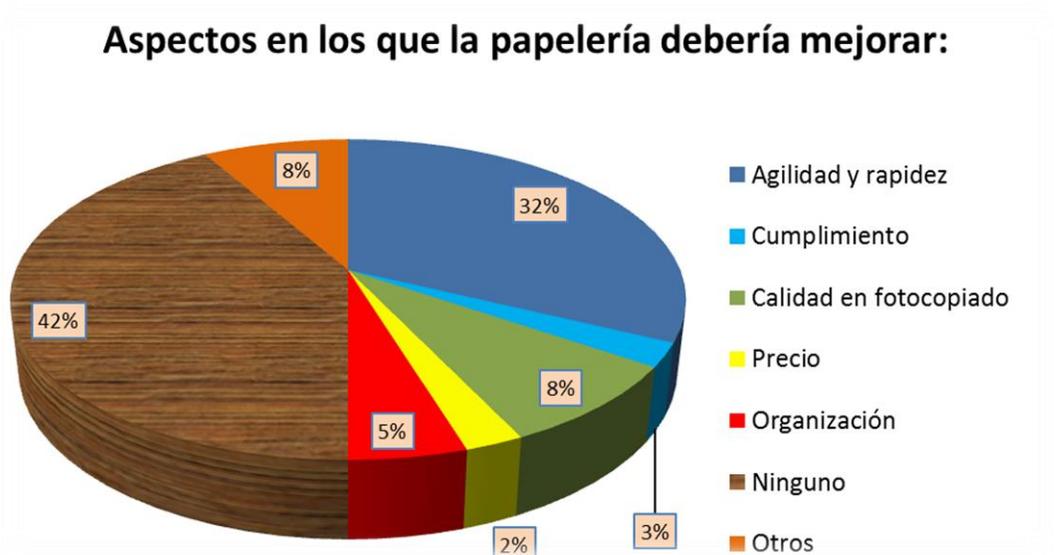
Grafico # 5: Percepción del cliente por disponibilidad de inventarios



Con esta pregunta se pretende conocer la percepción del cliente ante la variedad de productos de mercancía.

¿Qué aspectos considera que la papelería GUFÍ debería mejorar?

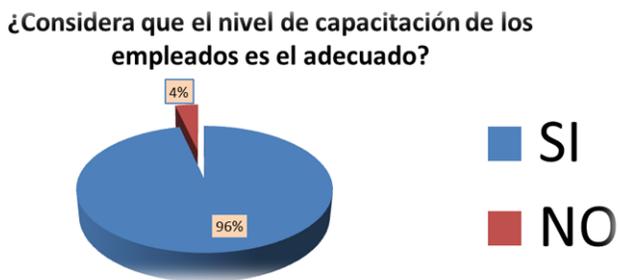
Grafico # 6: Aspectos a mejorar del negocio según el cliente.



Este grafico arroja un dato positivo y es que para el 42 % de los clientes de la papelería no se debería mejorar en ningún aspecto, otro valor importante es que para el 32% de los clientes se debería mejorar en la agilidad y rapidez en el servicio, esta respuesta es una clara evidencia de la poca capacidad instalada que se tenía en el área de sistemas.

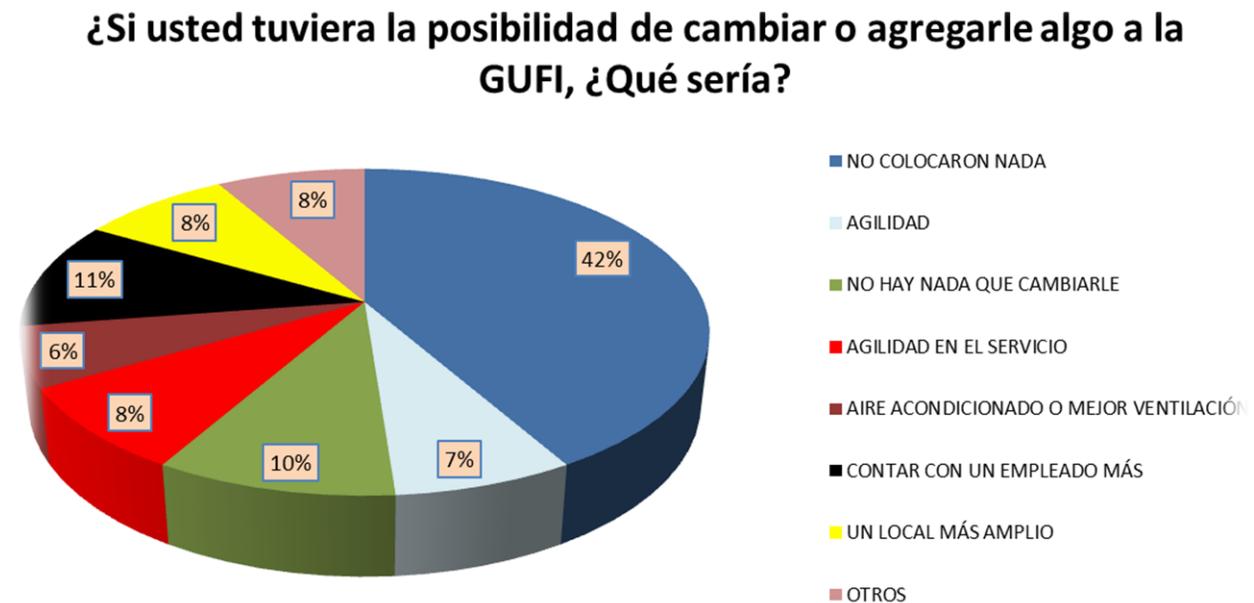
¿Considera que el nivel de capacitación de los empleados que atienden es el adecuado?

Grafico # 7: Como percibe el cliente el trabajo de los colaboradores.



Si usted tuviera la posibilidad de cambiar o agregarle algo a la Gufi, ¿Qué sería?

Grafico # 8: Qué le cambiaría a la Gufi



Esta pregunta se realizó de forma abierta, con el fin de poder profundizar sobre los intereses de los clientes por los servicios de la papelería.

Entre todas las respuestas las que mayor relevancia tuvieron fueron Contar con un empleado más, agilidad en el servicio, contar con un local más amplio y tener aire acondicionado o mejor sistema de ventilación.

Análisis de la encuesta

De las respuestas que arrojo la encuesta cabe destacar los siguientes aspectos

- 1 de cada 5 clientes de la papelería son independientes.
- El 19% de los clientes son estudiantes.
- El 56% de los clientes tiene una edad que oscila entre los 28 y 46 años y solo el 8% tienen menos de 18 años.

- El 71% de los clientes visitan la papelería mínimo 1 vez por semana.
- El 32% de los clientes considera que se debería mejorar la rapidez y la agilidad en el servicio.

Análisis PESTEL

Este análisis se realiza con el fin de conocer cuáles son los factores externos que mayor incidencia tienen en la papelería, para poder saber que actores son clave para establecer alianzas o que cambios en el entorno generan oportunidades en el mercado. Con el análisis se determinan las siguientes oportunidades.

- En el entorno político los periodos electorales son una buena oportunidad para aprovechar los contratos de fotocopias.
- La disminución continua de las tasas de interés genera oportunidades para disminuir las cuentas por cobrar o solicitar créditos para compra de maquinaria.
- El paro en los colegios públicos afecta directamente las ventas porque según datos de la encuesta realizada en la papelería el 26% de los clientes son estudiantes y profesores.

Tabla # 7: Análisis Pestel

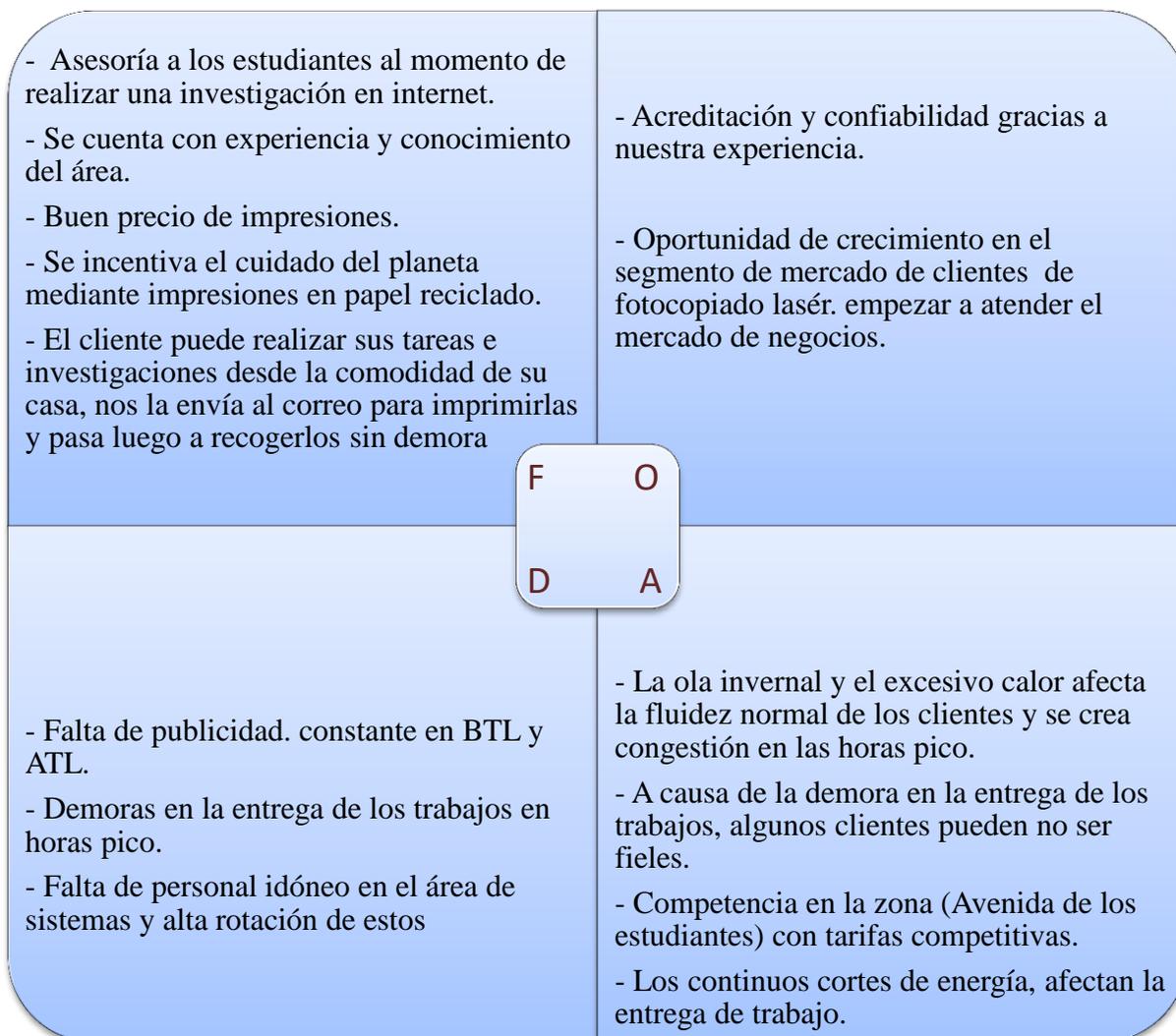
FACTORES POLÍTICOS	IMPACTO
Terminación de periodos políticos y campañas electorales	Positivos
Clima político inestable	Negativo
Tratados de libre comercio	Positivo y negativo
FACTORES ECONÓMICOS	IMPACTO
Reforma tributaria	Negativo
Disminución en la tasa de interés	Positivo
Bajo crecimiento de la economía	Negativo
Incentivos para proyectos en zonas agrícolas	Positivo
Desempleo	Negativo
FACTORES SOCIALES	IMPACTO
Problemas causados por la ola invernal	Negativo
Proceso de paz en diferentes regiones	Positivo
Paro en colegios públicos	Negativo
Cambio en los estilos de vida (Internet de las cosas)	Positivo
FACTORES TECNOLÓGICOS	IMPACTO
Facilidad para conseguir maquinaria en las ciudades capitales	Positivo
Costo alto en la tecnología por precio del dólar	Negativo

Matriz Dofa

Para tener un conocimiento más íntegro en cada una de las 3 áreas estratégicas e identificar oportunidades en los servicios de sistemas, fotocopiado y venta de mercancía, se hizo una matriz Dofa por cada uno de estos servicios.

Área de Sistemas

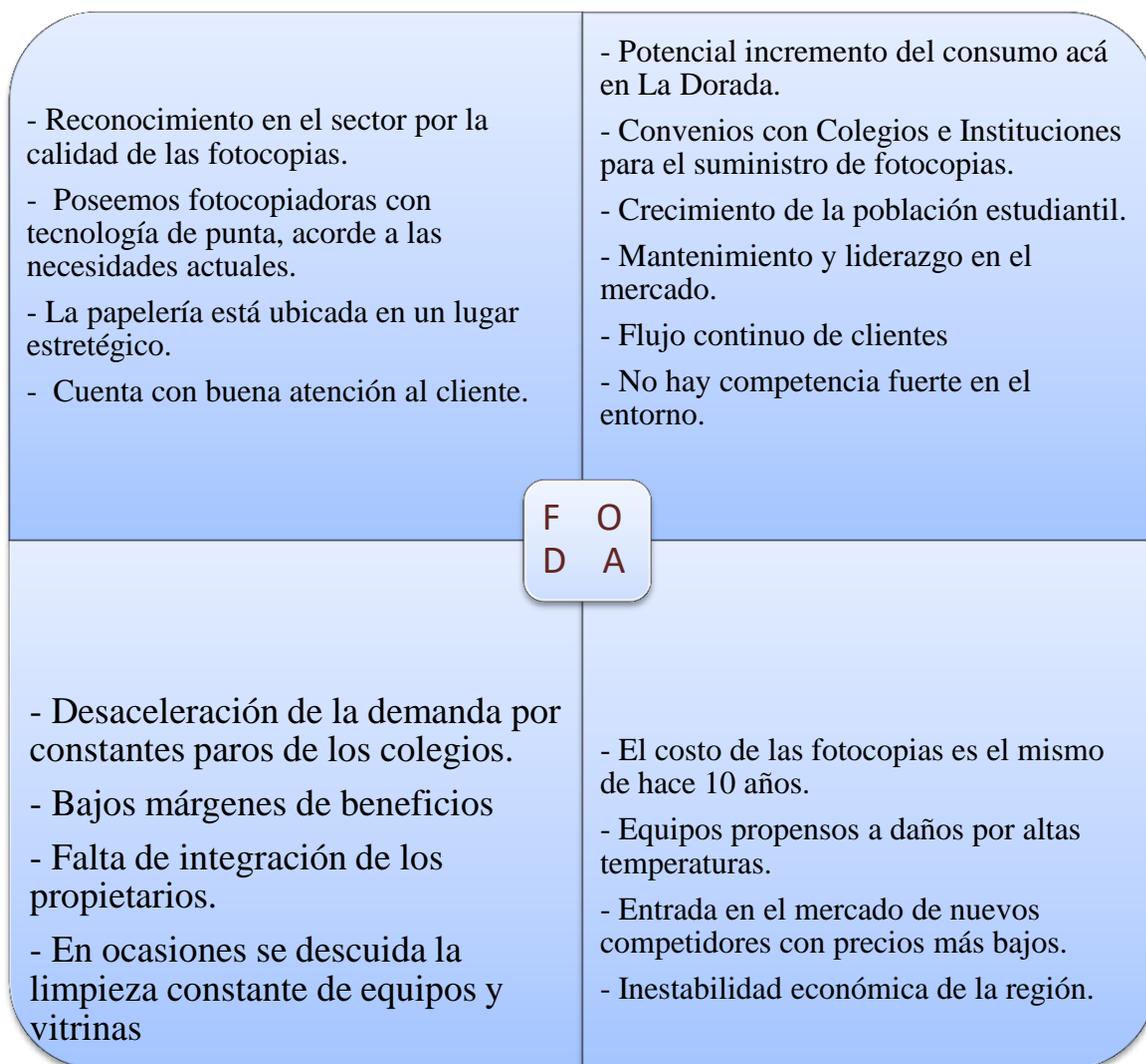
Grafico # 9 : Matriz Dofa área de sistemas.



Fuente: Creación propia

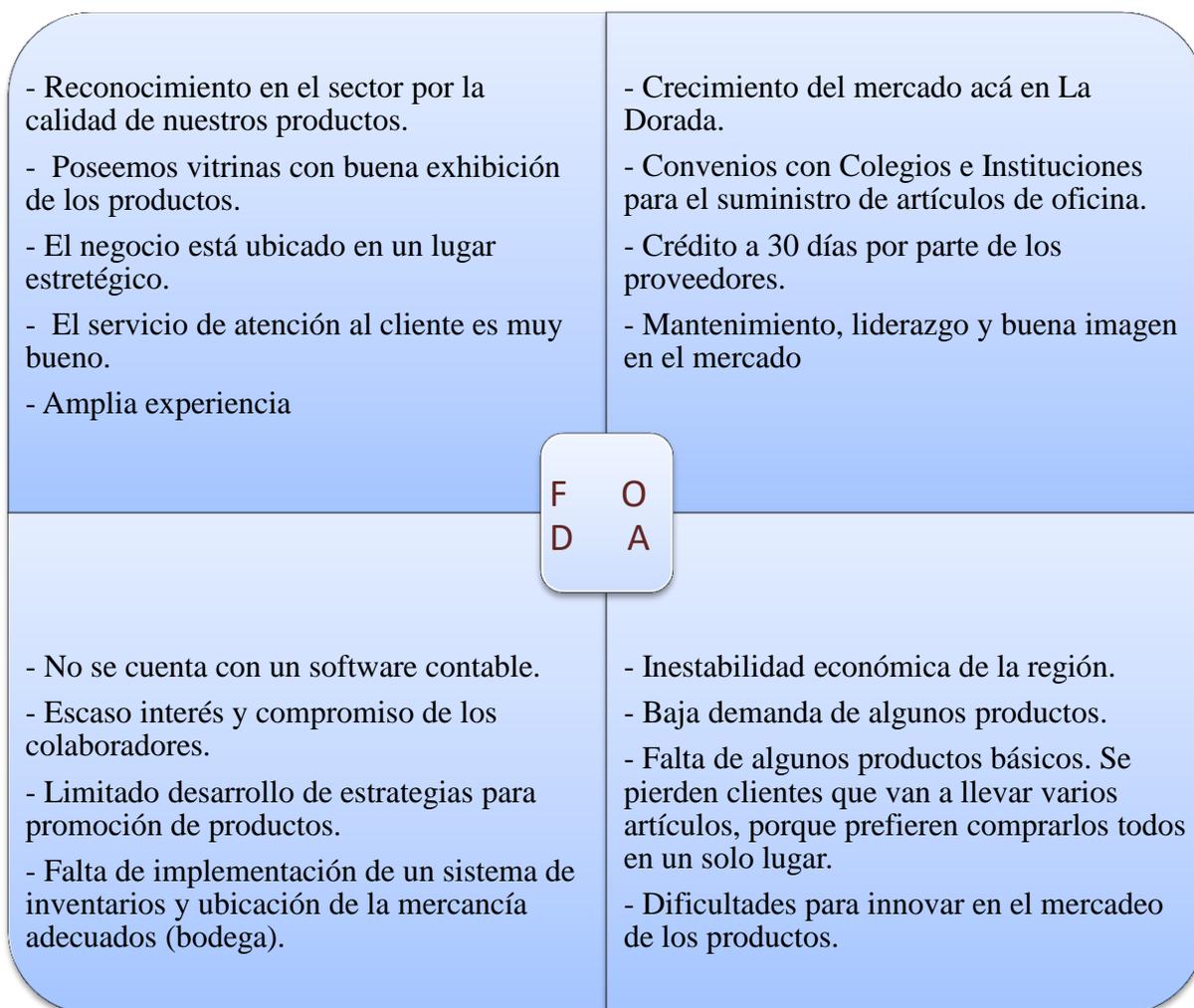
Área de fotocopiado

Grafico # 10: Matriz Dofa servicios de fotocopiado



Mercancia de papelería

Grafico # 11: Matriz Dofa productos de papelería



Matriz 3x3 Mckinsey análisis de datos

Esta matriz es muy útil para tomar decisiones cuando se tienen varias unidades estratégicas de negocios en una empresa, ya que a mediano plazo se debe de ser cauteloso a la hora de invertir el capital del negocio. Para desarrollarla se identificaron los atractivos del mercado y la posición competitiva que se tienen en cada una de las 3 unidades estratégicas de negocio.

Tabla # 8: Atractivo del mercado y posición competitiva UEN Productos de papelería

Atractivo del mercado	PESO	PUNTAJE	TOTAL
Crecimiento del mercado	20%	4	0,8
Precios	40%	3	1,2
Tamaño del mercado	40%	5	2
	1		4

Posición competitiva	PESO	PUNTAJE	TOTAL
Servicio al cliente	30%	4	1,2
Imagen del negocio	20%	3	0,6
Diversificación de productos	20%	3	0,6
Gestión de inventarios	30%	1	0,3
	100%		2,70

Tabla # 9: Atractivo del mercado y posición competitiva UEN Servicios de fotocopias

Atractivo del mercado	PESO	PUNTAJE	TOTAL
Crecimiento del mercado	30%	4	1,2
Rentabilidad de la industria	30%	3	0,9
Tamaño del mercado	40%	3	1,2
	1		3,3

Posición competitiva	PESO	PUNTAJE	TOTAL
Participación del mercado (Cuota relativa)	15%	3,5	0,525
Imagen del negocio	20%	5	1
Servicio al cliente	30%	4	1,2
Tecnología (Capacidad instalada)	20%	0,25	0,05
Servicios complementarios al fotocopiado	15%	5	0,75
	1		3,525

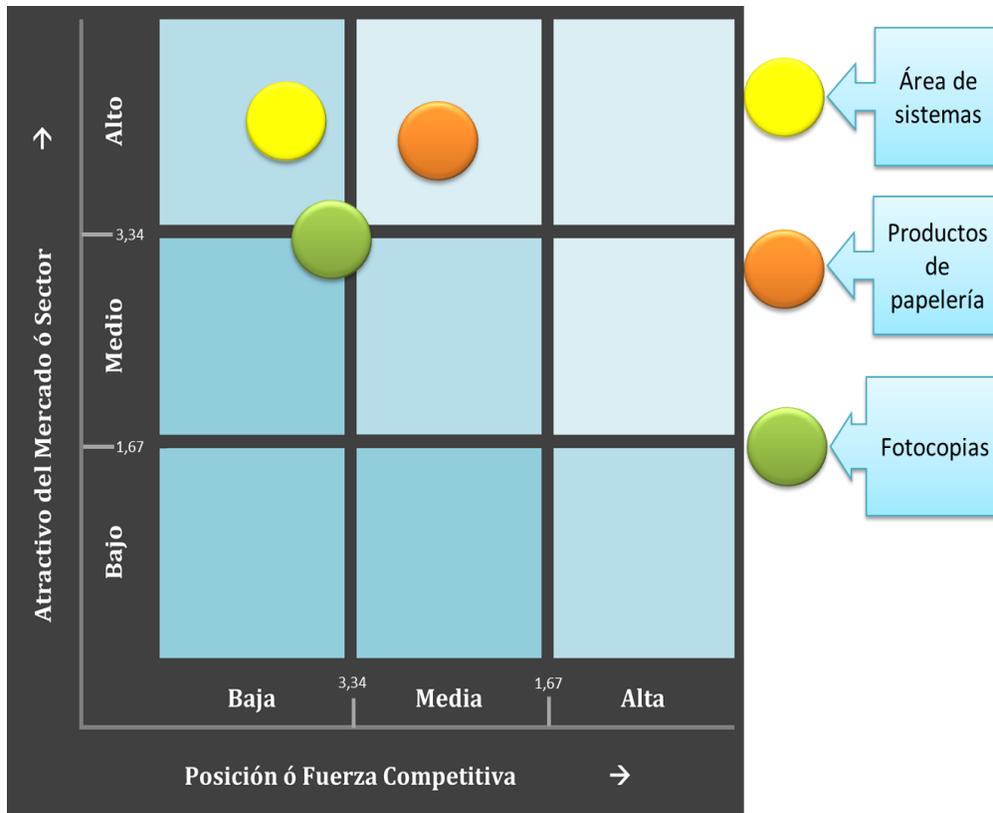
Tabla # 10: UEN Servicios de sistemas (Impresiones a color, ByN y trabajos en PC)

Atractivo del mercado	PESO	PUNTAJE	TOTAL
Crecimiento del mercado	40%	5	2
Precios	27%	3	0,81
Diversidad del mercado	33%	4	1,32
	1		4,13

Posición competitiva	PESO	PUNTAJE	TOTAL
Participación del mercado (Cuota relativa)	20%	4	0,8
Imagen del negocio	20%	5	1
Servicio al cliente	25%	4	1
Tecnología.	20%	4,5	0,9
Servicios complementarios al área de sistemas	15%	4,5	0,675
	1		3,7

Análisis de la gráfica de Matriz McKinsey y estrategia a seguir.

Grafico # 12: Gráfica de Matriz McKinsey



La matriz ubica cada una de las unidades estratégicas de negocio en el cuadrante superior, en esta área se recomienda invertir en cada uno de estos negocios.

Para el área de sistemas se recomienda proteger la posición en este segmento de clientes, intentar crecer lo máximo posible, sosteniendo las fortalezas que caracterizan este servicio en el mediano y largo plazo.

Para los productos de papelería se recomienda crecer selectivamente, invertir en segmentos atractivos, neutralizar la competencia y aumentar rentabilidad vía productividad.

Para los servicios de fotocopias la matriz recomienda invertir para crecer en este negocio, desarrollo selectivo de fortalezas y el refuerzo de áreas vulnerables.

Objetivos del marketing mix de mercadeo, presupuesto, responsable y cronograma para el plan de acción

Tabla # 11: Plan de mercado 1

P	OBJETIVOS	PRESUPUESTO	RESPONSABLE	SEGUNDO SEMESTRE 2017								
				MAYO	JUNIO	JULIO	AGOS.	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	
Precio	Incrementar las ventas del área de sistemas en un 10% con relación al mismo periodo de Junio y Diciembre de 2016.	\$0	Administrador									
	Contabilidad ventas, costos y gastos 2016	\$100.000	Contador									
	Pronostico de ventas, costos y gastos 2017	\$50.000	Contador									
	Informes contables del año 2012-2015	\$350.000	Contador									
	Informe de ventas, costos y gastos 2017	\$100.000	Contador									
	Análisis de costos de las impresiones	\$50.000	Contador									
	Análisis de costos de la fotocopiadora láser	\$50.000	Contador									
	Análisis de costos de las fotocopias	\$50.000	Contador									
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	Publicidad en medios masivos (Radio la voz de La Dorada y Tropicana)	\$600.000	Administrador									
	Creación de un brochure con los diferentes formatos de impresión que se ofrecen para Junio	\$20.000	Administrador									
	Regalar lapiceros con el logo de la papelería a los 50 principales clientes del negocio	\$100.000	Administrador									
	Crear un portafolio de servicios para ofrecerlo a las grandes empresas	\$40.000	Administrador									
	Exhibición de productos en cuerdas desde el techo	\$60.000	Administrador									
	Instalación de zona de promociones para productos con baja rotación	\$80.000	Administrador									
	Aviso de promoción de juguetes	\$10.000	Vendedor									
	Decoración del negocio con el Gufi (Aviso GUFi en icopor por encima de la entrada hacia la bodega)	\$30.000	Administrador									
TALENTO HUMANO	Estrategias de publicidad y marketing digital por redes sociales	\$240.000	Comunity Manager									
	Creación de un plan de inducción y capacitación	\$20.000	Administrador									
	Características de la venta, prestación del servicio y manual para resolver quejas y reclamos de los clientes	\$20.000	Administrador									
	Uniforme para empleados	\$40.000	Administrador									
	Manual para el manejo de la caja registradora	\$20.000	Administrador									
	Capacitación en merchandising y vitrinismo	\$20.000	Administrador									
	Elaborar e implementar el sistema de gestión y seguridad en el trabajo para las fotocopiadoras, impresoras, máquinas de anillado y laminación.	\$200.000	Administrador									

Tabla # 12: Plan de mercadeo 2

P	OBJETIVOS	PRESUPUESTO	RESPONSABLE	SEGUNDO SEMESTRE 2017								
				MAYO	JUNIO	JULIO	AGOS.	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	
PRODUCTO	Cotización de productos tecnológicos (Memorias y demás)	\$20.000	Encargado de compras									
	Análisis de productos que se les puede dar mejor exhibición	\$20.000	Administradora									
	Compra de libros, diccionario, laminas tipo pliego y material didáctico	\$400.000	Encargado de compras									
PLAZA	Instalación y administración del buzón de sugerencias	\$40.000	Administrador									
	Compra de focos e iluminación ecológica	\$130.000	Administrador									
	Cotización e instalación de sistema de cortapicos luz	\$100.000	Administrador									
	Letreros para distinguir departamentos	\$30.000	Administrador									
	Cambio del bote de basura	\$30.000	Administrador									
	Arreglar y pintar vitrina roja	\$80.000	Administrador									
	Arreglo del techo de la calle	\$150.000	Administrador									
	Cambio de lámpara grande	\$120.000	Administrador									
	Módulo de computador sin CPU para impresiones directas	\$250.000	Administrador									
	Letrero Gufi ladrillo de la materia	\$30.000	Administrador									
	Análisis de ubicación y cotización de una malla para exhibir los productos encima del ciber	\$5.000	Administrador									
	Programación y agendamiento para decoración de fechas especiales (Mes de amor y amistad, mujer y demás)	\$10.000	Vendedor									
	Compra de canaleta para cables de los modem y router cyber	\$70.000	Administrador									
	Comprar un florero, establecer el sitio de ubicación y adornarlo periódicamente.	\$20.000	Administrador									
Visita de vendedor externo a empresas del municipio y alrededores.	\$800.000	Vendedor										

5. Análisis de la Producción (Aspectos Técnicos)

5.1 Producción

En el presente plan de negocio se analizan 3 unidades estratégicas de negocio, entre las cuales los servicios de sistemas y fotocopiado tienen procesos productivos, puesto que la mercancía que se ofrece no la producimos, sino que se compra a proveedores nacionales.

5.1.1 Descripción técnica del producto o servicio

Para poder ofrecer el servicio de fotocopiado e impresiones a color, la papelería cuenta con una impresora Multifuncional Epson L210, una impresora Epson L805, una fotocopiadora Ricoh Aficio 4002 y otra de la misma marca MP 2550. las características técnicas de cada una de estas máquinas las vamos a ver a continuación:

MULTIFUNCIONAL EPSON L210, IMPRESORA, COPIADORA Y ESCÁNER, CON SISTEMA DE TANQUE DE TINTA.

Especificaciones Generales

Tecnología de Impresión

EPSON Micropiezo punto variable Impresión a 4 colores (CMYK)



Resolución

Hasta 5760 x 1440 dpi de resolución

Velocidad de Impresión

Máxima: 27 ppm en texto negro y 15

ppm en texto a color Normal: 6.0 ISO

ppm en negro y 3.0 ISO ppm a color

Características:

Multifuncional con sistema original de Tanque de Tinta con Impresora, Copiadora y Escáner

- Costo de impresión ultra bajo
- Fácil uso y recarga de tinta
- Calidad de impresión garantizada con la tinta original Epson. Diseñadas con la más alta calidad para impresiones duraderas.

- Imprime rápidamente – hasta 27 ppm en texto negro y 15 ppm en texto a color (borrador)
- Escáner de 48 bits y 600 x 1200 dpi para ampliaciones de fotos

IMPRESORA EPSON L805, RESOLUCIÓN HASTA 5760 X 1440 DPI. SISTEMA DE TANQUES DE TINTA, WI-FI, USB.



Especificaciones Generales

Tipo

Tanque de Tinta

Tecnología de Impresión

Epson Micropieza punto variable Impresión a 6 colores (CcMmYK)

Resolución

Hasta 5760 x 1440 dpi de resolución

CARACTERÍSTICAS		
•	Economía	y tranquilidad
Sistema de tanque de tinta de alta capacidad, fácil de rellenar, con suficiente tinta para imprimir económicamente por un largo tiempo		
•	Epson	Connect

Imprime desde tu smartphone o tableta con Epson iPrint o remotamente con Epson Email Print.

- | | |
|---------|-------|
| Calidad | Epson |
|---------|-------|

Tintas fotográficas Epson de 6 colores, diseñadas con la más alta calidad para impresiones brillantes y duraderas.

FOTOCOPIADORA AFICIO MP 4002

Características

Panel de control intuitivo: El panel de control se puede personalizar para que muestre su pantalla de inicio personalizada con sus ajustes y preferencias. El botón de inicio le lleva directamente a la pantalla inicial, lo que le permite un rápido acceso a las funciones que necesite. Gracias a las ranuras SD/ USB integradas, puede trabajar directamente desde un dispositivo externo. Dispositivo ergonómico gracias al panel inclinable.



Máxima seguridad: Gestión segura de la información gracias a la función de control de copia, que evita que los documentos se copien sin autorización. El cifrado mejorado (AES256bit, SHA2) para la seguridad del escaneo y del disco duro, añaden más seguridad a sus documentos. El escaneo seguro a Web Mail a través de SMTP con SSL cifrado añade una capa más de seguridad a su dispositivo.

Diseño moderno: El concepto de diseño de dos colores proporciona un uso más intuitivo, con las piezas utilizadas con mayor frecuencia en color gris oscuro para una identificación más rápida.

Escaneo y fax: Comparta y archive documentos de alta calidad mediante escaneo de color correo electrónico, carpeta y USB. El fax remoto permite que varios usuarios envíen y reciban faxes en una única red. Así se elimina el costo del mantenimiento de múltiples líneas de fax.

Acabado en línea profesional: Cree documentos atractivos gracias a las completas opciones de acabado disponibles. Los finishers de grapadora de 1.000 y 3.000 hojas también están a su disposición así como el finisher de folletos con capacidad para 2.000 hojas.

Innovación real: Los empleados móviles podrán beneficiarse de una Unidad de Navegador opcional que facilita la impresión de calendarios, entradas, billetes y manuales directamente de Internet.

Soporte de teclado USB externo: Puede instalar un teclado USB externo compatible con Windows OS para utilizarlo en lugar del teclado en pantalla. El teclado USB externo se conecta al puerto USB del panel de control o al puerto USB de la parte posterior de la placa controladora.

Flujos de trabajo seguros e inteligentes: impresión segura está garantizada mediante la función de Enhanced Locked Print NX. Para simplificar el inicio de sesión en el MFP nuestro paquete Card Authentication Package (CAP) permite utilizar las tarjetas de acceso y acreditación de la compañía. GlobalScan NX ofrece opciones de escaneo inteligentes para escanear directamente a la ubicación deseada. @Remote recoge datos sobre el funcionamiento para que sus dispositivos de impresión estén gestionados de la forma más eficiente.

Responsable con el medio ambiente: Los productos Ricoh son ecológicos y ofrecen funciones de ahorro como las rápidas funciones de copia e impresión dúplex, el modo en reposo y una mayor duración del tóner. De este modo ahorrará papel, tiempo y energía, al mismo tiempo que reducirá residuos y costos. Los productos Ricoh también cumplen la normativa Energy Star.

FOTOCOPIADORA AFICIO MP 2550

Características Copiadora

Hasta 3,100 hojas de papel reduciendo la necesidad de relleno manual de la bandeja

Escanee una vez, imprima varias veces para maximizar los resultados de su productividad

Resolución de 600 dpi de hasta 256 niveles de gris

Clasificación electrónica produciendo una colección de documentos listos, eliminando la necesidad de cotejo manual

Guarda y recupera documentos con un sistema de archivos integrado (opcional)

50 hojas ARDF para alimentación automática de documentos (uno y dos lados) a velocidad motorizada

Características Impresora (Opcional)

Ethernet estándar y puertos USB 2.0 de alta velocidad serial y opción de red inalámbrica

Emulación PCL 5e/6 estándar y driver de impresión RPCS Ricoh con opción genuina de Adobe

PostScript 3, Stored/Hold/ Locked Print, Impresión directa PDF, IPv6

Completo acceso de opciones para duplicados y terminado de documentos adjuntos

Excepcional impresión 600 dpi a 25 hojas por minuto

Seguridad de datos para ambientes de impresoras compartidas con opción de impresos en espera/almacenar

PDF opcional reduce el tráfico en la red enviando documentos a la impresora sin necesidad de abrir el programa Adobe Acrobat

Terminado opcional



Perforadora de papel opcional

Características Escáner (Opcional)

Escaneo monocromático

Escáner – correo electrónico integrado, red de escáner - carpeta, Escáner-URL & HDD hace de la distribución de documentos una fácil y económica

Archivo automático y asignación de nombres

Acceso hasta cinco servidores LDAP, haciendo más eficiente el uso de información existente y economizando tiempo programando

Red de escaneo TWAIN, también disponible como una alternativa para usuarios que trabajan en red

Los documentos son escaneados en los formatos más populares, incluyendo PDF, TIFF o TPEG

Le muestra el documento antes de la transmisión

Eliminación o reducción de color (Dropout color)

Características Fascimile

33.6 kbps Fax por internet

Hasta 3 G3 líneas de fax que pueden ser configuradas para dar soporte simultaneo a la transmisión y recepción en ambientes de alto volumen (opcional)

Envío de fax por internet (T.37)+(T.38) permite la combinación de números de teléfonos y direcciones de correo electrónico para ser enviados desde la misma difusión (opcional)

5.1.2 Identificación y selección del proceso de producción

En la papelería existen 5 procesos principales que son el proceso para sacar una fotocopia, elaborar e imprimir un documento en el computador, imprimir un documento desde una memoria USB, sacar una fotocopia a color en la fotocopidora Láser y el escaneo de documentos. De los cuales vamos a detallar los pasos que debe tener en cuenta un colaborador para prestar estos servicios:

Proceso para sacar una fotocopia:

Cliente: - Hágame un favor, para sacar una fotocopia

Gufi: - Sí señor(a) con mucho gusto, permítame el original

- Se verifica que la máquina esté encendida,
- Se levanta la tapa de la fotocopidora y se coloca el documento original sobre el cristal o escáner de la máquina, con la cara hacia abajo, luego bajo la tapa de la fotocopidora
- Se oprime el botón *Home* que está en la parte superior izquierda del panel, este me abre una pantalla con las opciones: *1-Copiadora 2-Escáner 3-Inpresora 4-Document Server*
- Escojo la opción Copiadora. En esta pantalla, de acuerdo a la calidad del original que se va a reproducir escojo los siguientes ítems:
 - ✓ Un tipo de original de entre las opciones que me muestra la máquina: *1-Texto, 2-Texto-foto 3-Foto 4-Original claro, 5-Copia de copia*
 - ✓ Escojo el nivel de tinta que voy a utilizar (más oscura o menos oscura)

- ✓ Luego selecciono la casetera donde la máquina va a sacar el papel
- Luego en la parte derecha del panel de control, oprimo las teclas numéricas de acuerdo a la cantidad de copias que el cliente necesita (si es 1 copia, no hay necesidad de oprimir la tecla 1, pues la máquina está predeterminada para 1)
- Por último, debajo del teclado numérico está la tecla *Start*, oprimo esta tecla y la máquina enciende la luz del escáner para sacar la fotocopia.
- La máquina expulsa la fotocopia
- Si se tiene disponibilidad de tiempo se organizan las hojas por paquetes y se grapán, de lo contrario se le indica el lugar donde encuentra la mesa, la grapadora, el saca ganchos y el colchon.
- Entrego al cliente.

Gufi: - Aquí tiene señor(a)

Cliente: - Muchas gracias

Gufi: - Con mucho gusto, gracias por su compra.

Proceso para elaborar e imprimir un documento en el computador

Cliente: - Hágame un favor, para hacer un documento en el computador

Gufi: - Sí señor(a) con mucho gusto.

- Verifico que el computador y la impresora estén listos para su funcionamiento
- En el computador, abro el programa Microsoft Word y creo un documento en blanco
- Le defino las características del documento que se va a elaborar (márgenes, tipo, tamaño y color de letra, espacio de interlineado, justificación, tamaño del papel)

- Pido el favor al cliente que me vaya dictando el contenido del documento
- Empiezo la digitación
- Mientras voy escribiendo, aplico normas de Icontec, buena ortografía y normas de redacción.
- Después de elaborado el documento, verifico con el cliente que haya quedado bien hecho.
- Le doy la opción de imprimir (Ctrl + P) y escojo la máquina donde lo voy a enviar
- En este caso, selecciono: la impresora EPSON L805
- Reviso que la impresora tenga el tamaño del papel (carta u oficio)
- En la pantalla de propiedades de la impresora, escojo las características de la impresión (tipo de papel, la calidad de impresión, si en negro o color)
- Opimo el botón aceptar, la impresora expulsa la hoja impresa en la bandeja de entrada
- Tomo el documento y lo entrego al cliente
- El cliente paga el servicio, da las gracias y se marcha satisfecho con su documento.

Proceso para imprimir un documento desde una memoria USB.

Cliente: - Hágame un favor, para imprimir un documento que tengo aquí en esta memoria

Gufi: - Sí señor(a) con mucho gusto.

- Tomo la memoria, la inserto en un puerto usb del computador
- Vacuno la memoria
- Pregunto al cliente el nombre del documento que necesita imprimir
- Ubico el documento en la memoria y doy doble clic sobre el mismo para abrirlo

- Al estar abierto el documento, reviso rápidamente en qué tamaño de hoja está hecho y si tiene posibles errores.
- En caso de encontrar un error le informo al cliente del mismo
- Corregimos el error
- Si es un documento escrito se envía a la impresora Epson L210 o ala Epson L805
- Si se trata de un recibo para pagar en el banco, como este tiene códigos de barras, se debe enviar a la Fotocopiadora RICOH MP4002, o a la RICOH Aficio MP 2550
- Tomo el documento y lo reviso para verificar que haya salido correctamente impreso
- Cierro el documento, expulso la memoria correctamente y la retiro del PC
- Entrego el documento al cliente con su memoria usb
- El cliente paga el servicio y se marcha satisfecho.

Proceso para sacar una fotocopia a color en la fotocopiadora RICOH AFICIO MP2550

Cliente: - Hágame un favor, para sacar una fotocopia ampliada a color de esta cédula

Gufi: - Sí señor(a) con mucho gusto, permítame la cédula

- Se verifica que la máquina esté encendida,
- Se levanta la tapa de la fotocopiadora y se coloca el documento en la parte superior izquierda sobre el cristal o escáner de la máquina, con la cara de la foto hacia abajo y
- Luego bajo la tapa de la fotocopiadora.
- En la parte izquierda del panel de control oprimo el botón *Copy*
- Luego en las opciones siguientes oprimo sobre la opción: *A todo color*

- Luego en la misma columna escojo la opción. *Foto* y en la pantallita que dice: *Tipo de foto* escojo la opción *Foto con brillo* y luego oprimo la tecla *OK*
- En la parte superior del panel escojo la opción $8 \frac{1}{2} \times 11$ para decirle a la máquina que el documento me lo saque en una hoja tamaño carta.
- Para sacar las dos caras de la cedula en la misma hoja selecciono en la parte media del panel la tecla *Comb 1 cara* →
- Luego en la parte inferior del panel oprimo la tecla *Reduc./Ampl.*
- En la pantalla que me despliega esta opción oprimo la tecla *150%*
- Luego en la parte derecha del panel oprimo la tecla *OK*
- Seguidamente oprimo la tecla *Start*. Para que la máquina saque la primera cara de la cédula.
- Levanto la tapa de la fotocopidora
- Volteo la cédula en la misma posición donde esta antes con la cara hacia arriba
- Cierro la tapa de la fotocopidora
- Oprimo nuevamente la tecla *Start*.
- La fotocopidora me expulsa la hoja con las dos caras de la cedula ampliada a color en el mismo lado de la hoja.
- Retiro la hoja y se la entrego al cliente con el documento.
- El cliente paga el servicio, da las gracias y se retira satisfecho.

Proceso de escaneado

Cliente: hágame el favor necesito escanear este documento y enviarlas a un correo en PDF

Gufi: si señor(a) con mucho gusto

- Le recibo la hoja al cliente

- Verifico que la fotocopidora este encendida
- Levanto la tapa y coloco el documento sobre el cristal del escáner
- En los botones que están ubicados en la parte izquierda del panel, oprimo el que dice Scanner
- En la pantalla selecciono la ficha Carpeta luego oprimo sobre el botón que dice SERVIDOR.
- Luego en la parte izquierda la pantalla escojo la opción: Ajustes de Escaneo...
- En la pantalla que me sale oprimo sobre la ficha: Tipo de escaneo, de las diferentes opciones que me salen en esta pantalla, escojo la opción de acuerdo al tipo de documento que voy a escanear (Blanco/Negro: Texto), (B/N: Texto/Líneas), (B/N: Texto/Foto), (Blanco/Negro: Foto), (Escala de grises), (A todo color: Texto/Foto), (A todo color: Foto brillo), (Selección color auto), para este caso oprimo sobre la opción (Escala de grises), voy a la ficha resolución, escojo la opción: 200 dpi
- Ahora voy a la ficha: Tamaño escaneo aquí escojo la opción tamaño carta es decir, 8 ½ x 11 en la parte superior derecha de esta pantalla oprimo la opción OK
- En la parte izquierda de la pantalla oprimo la opción Nombre / Tipo arch. envío
- En la pantalla que me sale escojo la opción PDF luego escojo la opción OK
- En la parte inferior derecha del panel oprimo el botón grande Start
- En este momento la fotocopidora me escanea el documento
- Luego oprimo la tecla Enter (#).
- Seguidamente me dirijo al computador donde previamente he creado una carpeta donde me guarda todo lo que escaneo en esta fotocopidora.
- Doy doble click sobre la carpeta donde están los documentos escaneados; en esta ocasión la tengo como acceso directo en el escritorio del PC.

- Doy doble click sobre el documento y le coloco un nombre acorde al contenido de este archivo.
- Voy al correo de gmail de la papelería y adjunto el documento que voy a enviar, digito el correo hacia dónde va dirigido y le doy enviar.
- Entrego el documento al cliente y le muestro el correo donde dice que fue enviado
- El cliente paga el servicio, da las gracias y se retira satisfecho.

5.1.3 Inversiones en maquinaria y equipo

La papelería GUFÍ cuenta actualmente aparte de las fotocopiadoras e impresoras, con 7 computadores, entre ellos 3 se utilizan especialmente para los trabajos en computador y los otros 4 para café internet, las características de estos computadores son:

COMPUTADOR PARA USO DE CAFÉ INTERNET:

4

- Procesador: Intel Celeron E3400 2.60 HZ
- Memoria Ram 2,00 GB
- Sistema operativo Windows 7 Ultimate 32 bits
- Disco duro: 1000 GB.



COMPUTADOR PARA IMPRIMIR Y REALIZAR TRABAJOS:

3

- Procesador: Intel Core Quad ref: Q8200
- Memoria 4 GB
- Sistema operativo Windows 10 Pro 32 bits

- Disco duro : 500 GB.

5.1.5 Requerimientos de Mano de Obra (Perfiles y Funciones)

Los requerimientos que tiene establecidos la papelería para contratar a un colaborador para desempeñar trabajos de sistemas son los siguientes:

- Que sea una persona con vocación de servicio, que tenga respeto por la integridad humana en valores como la honestidad, respeto, cordialidad y la lealtad.
- Que tenga mínimo 1 año de experiencia en el sector comercial.
- Que tenga conocimientos generales sobre ofimática, manejo principalmente de Microsoft Word y Excel.
- Que tenga buen dominio de los métodos para investigar por internet, buscar información por Google y diferentes páginas de investigación.
- Que sepa trabajar bajo presión
- Que sea una persona proactiva

5.1.6 Distribución espacial y requerimientos de Áreas de Trabajo

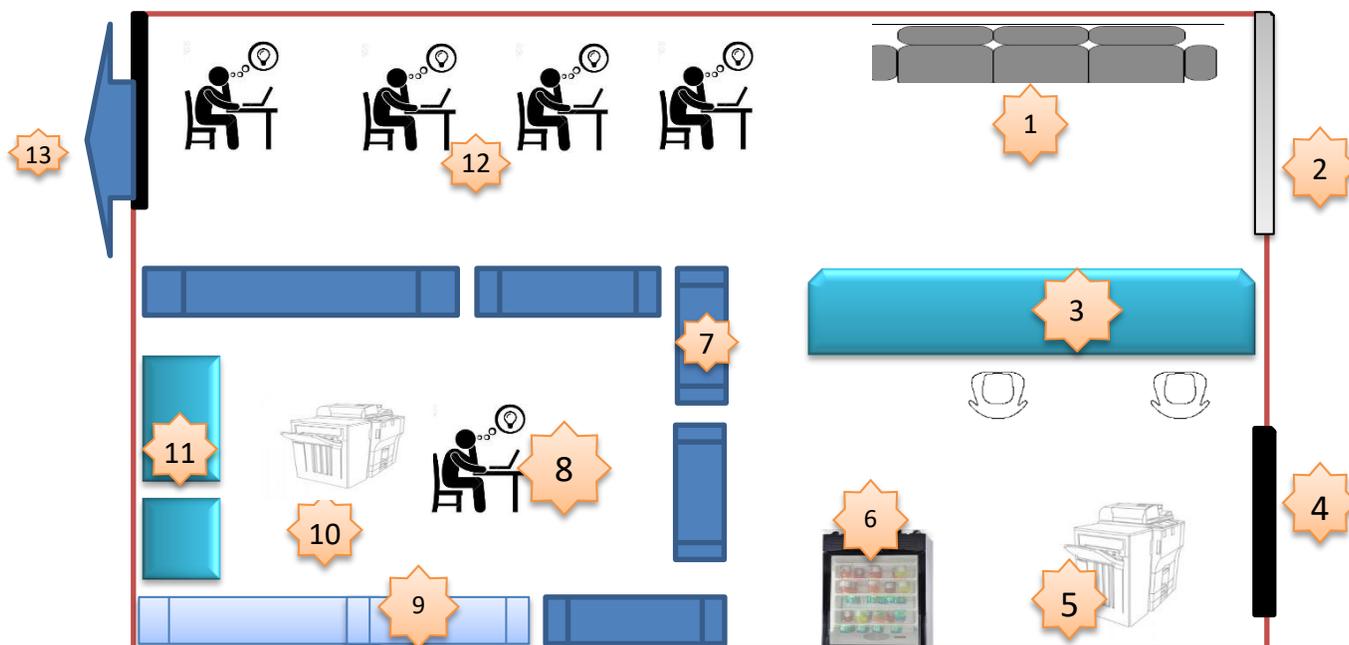
Para poder brindar una excelente atención al cliente y poder ser más ágiles en la prestación del servicio, la papelería tiene ubicadas sus zonas según el servicio que los clientes están utilizando, el área de sistemas es el que mayor espacio ocupa, porque es donde mayor afluencia de personas se encuentran en las horas pico, seguida por el áreas de fotocopiado y mercancía. Para representar mejor estos espacios se realizó un mapa que se analizara a continuación:

Tabla # 13: Áreas de trabajo papelería Gufi

Número	Áreas de trabajo Papelería GUFi
1	Zona de espera
2	Portón entrada negocio
3	Mesa del área de sistemas
4	Ventana hacia la calle
5	Fotocopiadora Láser
6	Nevera de Postobon
7	Vitrina con caja registradora
8	Computador zona de fotocopiado y administrativo
9	Estantes para exhibición de los productos
10	Fotocopiadora Blanco y negro
11	Mesas de laminadora, anilladora y guillotina
12	Zona de café internet
13	Hacia la Bodega

5.2 Localización

Grafico # 13: Localización áreas de la papelería.



La papelería se encuentra ubicada en un sitio estratégico de La Dorada, puesto que el colegio más gran del municipio está ubicado solo a unas cuadras del negocio, igual que una escuela también queda a solo 4 manzanas, además de estos esta sobre la avenida de los estudiantes, zona tradicionalmente conocida como lugar de discotecas y negocios de comida de todo tipo, debido a esto la afluencia de público todos los días es hasta altas horas de la noche, siendo reconocido el negocio por cerrar hasta tarde en toda La Dorada.

5.2.1 Factores de Localización

Hace 17 años cuando se inició el negocio se tuvo en cuenta para la búsqueda del local que se encontrara sobre la avenida de los estudiantes por la alta afluencia de personas por esta zona y que estuviera ubicada cerca del colegio Insnaldo.

Otra razón importante en la selección del local para la papelería es que cuente con un área grande en la parte inicial para poder colocar la estantería de la mercancía, las vitrinas y los 7 computadores.

5.2.2 Macro localización

El negocio está ubicado en el sur del municipio porque en esta zona se encuentran la mayoría de barrios donde viven las personas de estratos 3,4 y 5 del municipio, además porque el colegio más grande se encuentra en esta zona y porque la Universidad de Caldas también se encuentra a menos de 8 manzanas.

5.3 Capacidad de Producción

5.3.1 Factores para la definición del tamaño óptimo (mercado, tecnología, localización, inversiones, otros)

Mercado: Debido a la alta demanda que tenemos de servicios del área de sistemas, principalmente en las impresiones, hace poco tiempo se realizó la inversión de las nuevas fotocopiadoras con el fin de aumentar la capacidad instalada para estar acorde con la demanda creciente que se ha tenido.

Tecnología: Como se ha mencionado anteriormente hace 3 meses se compraron dos fotocopiadoras, una a blanco y negro y una a color para mejorar la agilidad en el servicio y además una impresora de última tecnología (con 6 cartuchos de tinta) para mejorar la calidad y agilidad en las impresiones.

Inversiones: Fotocopiadora Aficio MP 2550 (Color), Fotocopiadora Aficio 4002 (B y N) y Impresora Epson L805

Programa de producción

Tabla # 14: Producción para junio de 2017 y Mayo de 2018.

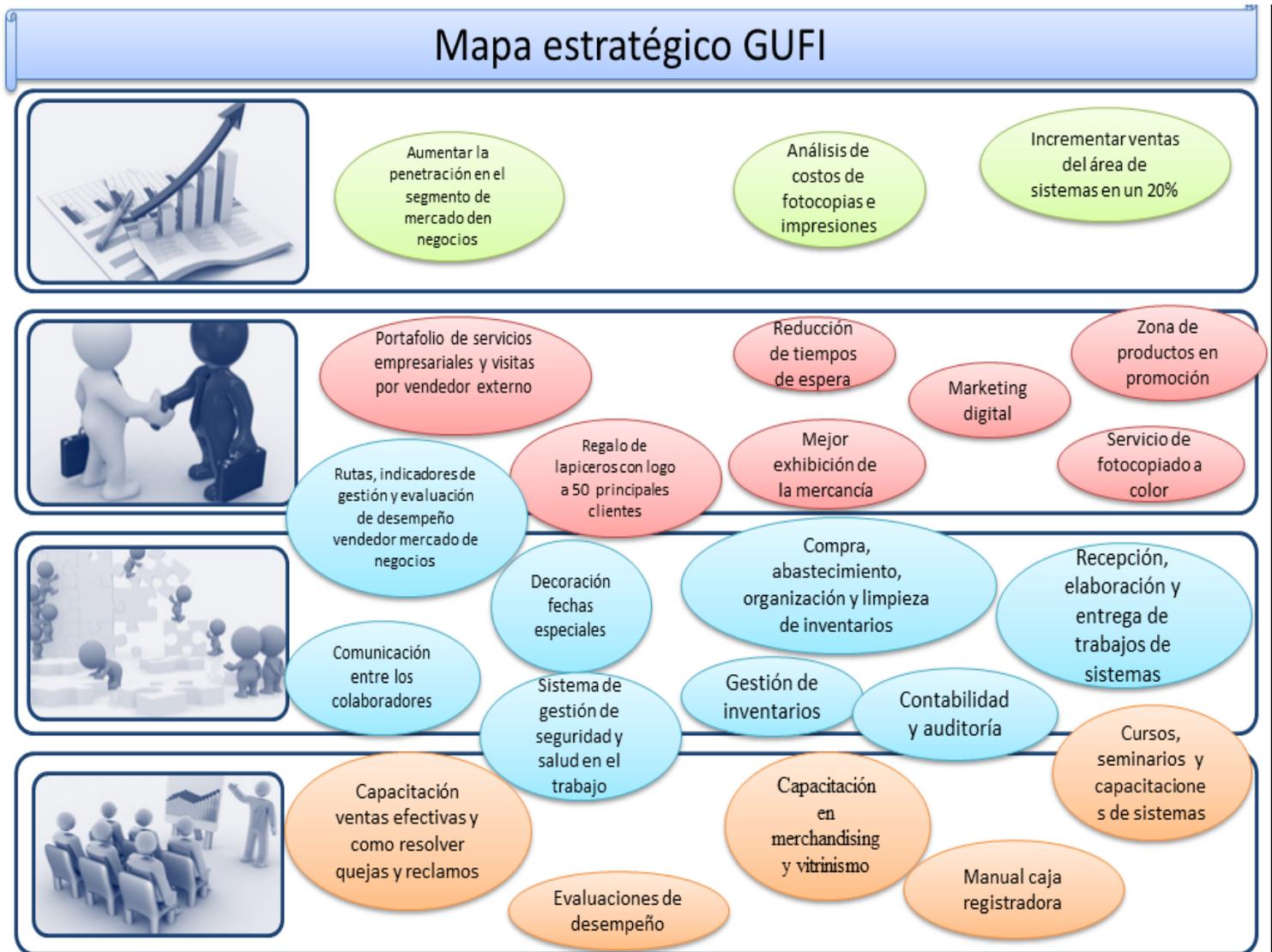
MES	FOTOCOPIAS		IMPRESIONES BYN		IMPRESIONES COLOR		FOTOCOPIAS LÁSER	
	VENTAS EN \$	UNIDADES	VENTAS EN \$	UNIDADES	VENTAS EN \$	UNIDADES	VENTAS EN \$	UNIDADES
JUNIO DE 2017	\$1.231.770	15397	\$2.135.069	10675	\$1.149.653	2299	427200	356
JULIO DE 2017	\$1.418.686	17734	\$2.478.266	12391	\$1.334.451	2669	410400	342
AGOSTO DE 2017	\$1.435.309	17941	\$2.865.491	14327	\$1.542.956	3086	466800	389
SEPTIEMBRE DE 2017	\$1.575.169	19690	\$2.815.614	14078	\$1.516.099	3032	512400	427
OCTUBRE DE 2017	\$1.336.201	16703	\$2.497.025	12485	\$1.344.552	2689	517200	431
NOVIEMBRE DE 2017	\$918.027	11475	\$2.585.775	12929	\$1.392.339	2785	554400	462
DICIEMBRE DE 2017	\$603.925	7549	\$1.427.462	7137	\$768.633	1537	368400	307
ENERO DE 2018	\$746.961	9337	\$2.280.855	11404	\$1.228.153	2456	415200	346
FEBRERO DE 2018	\$1.327.050	16588	\$3.204.309	16022	\$1.725.397	3451	486000	405
MARZO DE 2018	\$1.791.669	22396	\$3.344.008	16720	\$2.006.405	4013	501600	418
ABRIL DE 2018	\$1.272.767	15910	\$2.142.654	10713	\$1.285.592	2571	442800	369
MAYO DE 2018	\$1.536.420	19205	\$2.276.251	11381	\$1.365.750	2732	458400	382
	\$15.193.954	189924	\$30.052.780	150264	\$16.659.979	33320	\$5.560.800	4634

Fuente: Creación propia

6. Análisis Organizacional y Legal

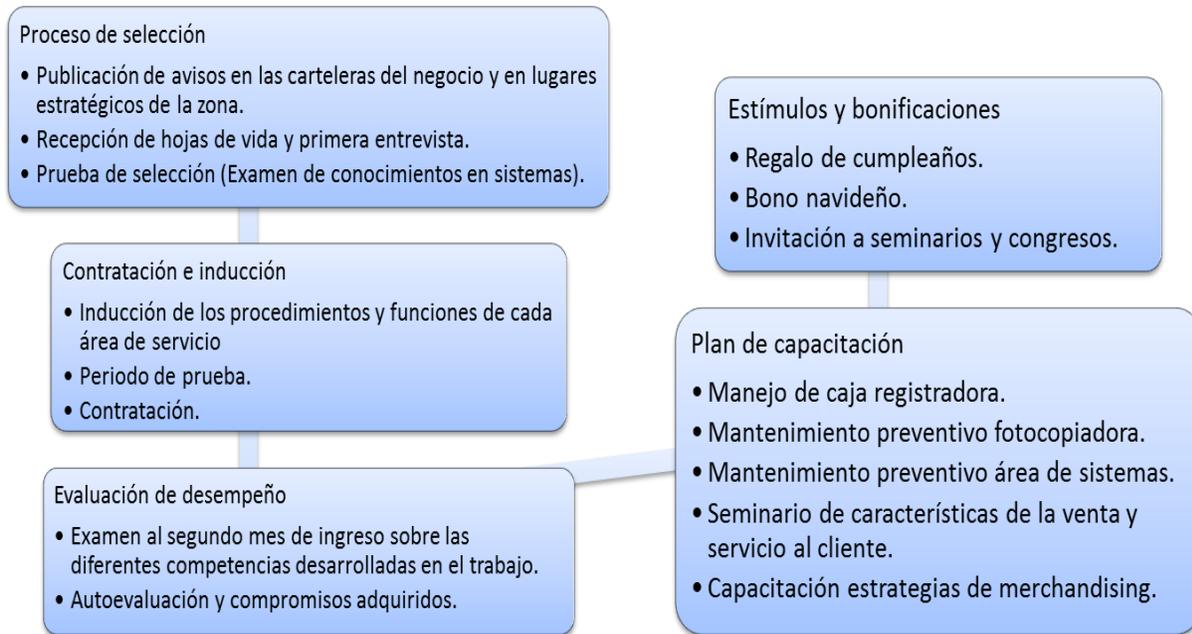
6.1 Procesos Administrativos

Ilustración # 4: Mapa estratégico



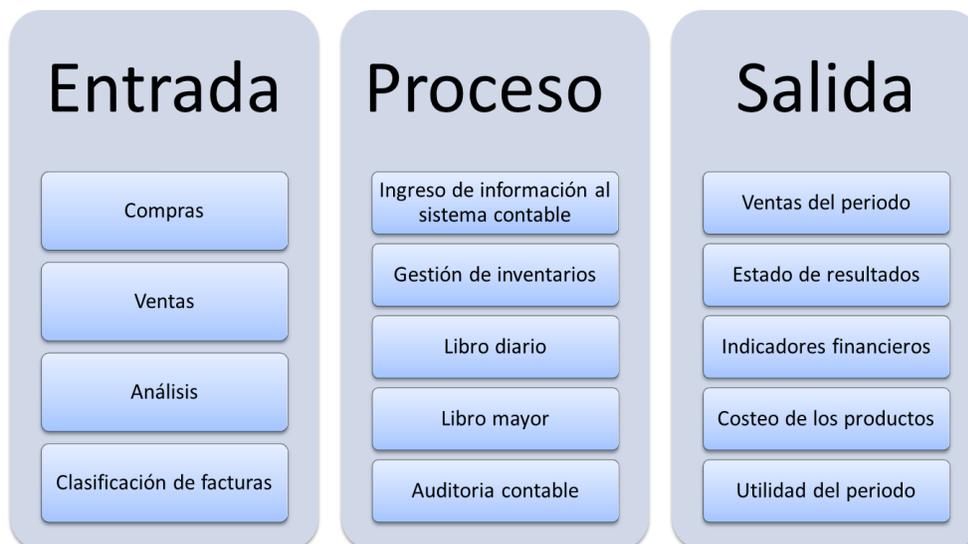
6.1.1 Procesos de selección, reclutamiento y manejo de personal.

Ilustración # 5: Procesos de selección de personal



6.1.2 Procesos Financieros (contabilidad, pedidos y facturación, otros)

Ilustración # 6: Procesos financieros



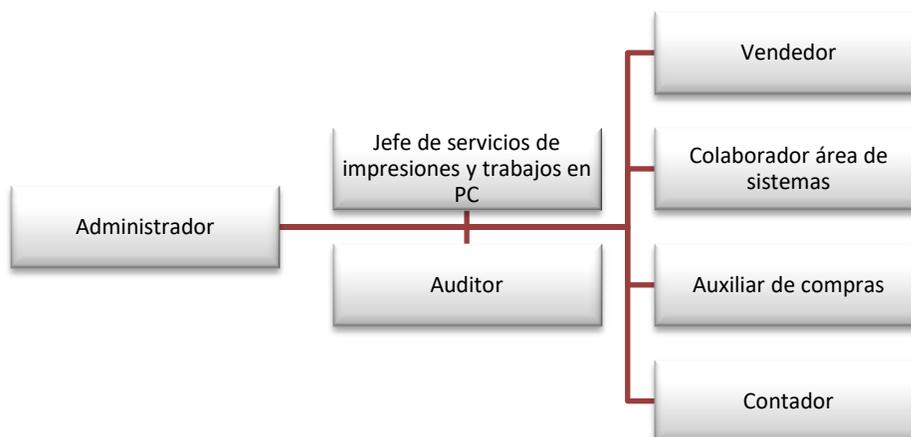
6.1.3 Procesos de Logística (almacenamiento, transporte, manejo inventarios y otros)

Ilustración # 7: Procesos logísticos.



6.1.5 Estructura Organizacional

Ilustración # 7: Organigrama



En la estructura organizacional adicional a los colaboradores que se han evidenciado en el plan de negocio se puso un auditor y un auxiliar de compras porque en ocasiones es necesario contratar a este tipo de personal.

6.1.6 Requerimientos de Personal (perfiles y funciones)

Administrador

Funciones y Autoridad

✓ El Administrador de la “papelería Gufi”. Actúa como representante legal de la empresa, fija las políticas operativas, administrativas y de calidad en base a las decisiones tomadas por la empresa.

✓ Es el responsable de supervisar que las demás dependencias desempeñen cumplidamente las labores asignadas para el buen funcionamiento de la empresa.

✓ Su objetivo principal es el de crear un valor agregado en base a los productos y servicios que ofrecemos, maximizando el valor de la empresa para clientes.

Funciones principales

✓ Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.

✓ A través de sus subordinados vuelve operativos a los objetivos, metas y estrategias desarrollando planes de acción a corto, mediano y largo plazo.

✓ Implementar una estructura administrativa que contenga los elementos necesarios para el desarrollo de los planes de acción.

- ✓ Supervisa constantemente los principales indicadores de la actividad de la empresa con el fin de tomar decisiones adecuadas, encaminadas a lograr un mejor desempeño de la empresa.

- ✓ Revisar y mantener actualizados los registros contables utilizados para el control de las ventas.

- ✓ Verificar los registros contables y administrativos del departamento de ventas, e informar las novedades y resultados de los mismos.

- ✓ Adelantar programas de inducción y re inducción para todo el personal dando a conocer normas, reglamento de trabajo, etc., y hacerlos cumplir.

- ✓ Dirigir, coordinar y adelantar el proceso de selección y contratación de personal, dando cumplimiento a lo establecido legalmente para servidores públicos, según sea el caso. (trabajadores oficiales, carrera administrativa, libre

Vendedora

Funciones y Autoridad:

- ✓ El vendedor tiene que estar absolutamente convencido de la venta del producto, de la posición y ética de su empresa; fanáticamente convencido de la excelencia y la calidad de su trabajo.

Funciones principales:

- ✓ Debe realizar un conjunto de actividades que le permita lograr determinados objetivos como: retener a los clientes actuales, captar nuevos clientes y mejorar la participación en el mercado.

- ✓ Establecer un nexo entre el cliente y la empresa

- ✓ Asesorar a los clientes
- ✓ Ordenar de una forma rápida los productos para que se vean más visibles, poniéndolos delante del mostrador o vitrina donde los tenga almacenados; proporcionarle propaganda, como afiches cada vez que se pueda y la empresa lo suministre.
- ✓ Saludar amablemente, mostrarle respeto y hacer sentir importante al cliente.
- ✓ Conseguir el orden y aseo constante en el inicio de la jornada de trabajo para un mejor ambiente en la ejecución de labores
- ✓ Crea una adecuada disciplina en el ambiente de trabajo que puede ser fácil mantener con el cumplimiento del Manual de Funciones y Procedimientos.

Contabilidad

Funciones y Autoridad:

- ✓ Es la funcionaria encargada del departamento de contabilidad, responsable de que se lleven correctamente los registros de contabilidad y sus respaldos. De la preparación de los informes financieros y estadísticos que sean necesarios.

Funciones principales:

- ✓ Llevar el Establecimiento de cuentas adecuadas, que servirán para la debida clasificación y análisis de la información que haya de someterse a la gerente. Sin ello es imposible obtener los datos de una manera sistematizada y exacta.
- ✓ Un sistema de registros diarios que sirvan de medio para hacer los pases a las cuentas. Dichos registros son indispensables para proveer y sintetizar eficazmente la información contenida en las mismas.

✓ La preparación de tales informes, cuentas, registros y comprobantes constituye todo el proceso de la contabilidad, desde que se inicia cada operación hasta que se refleja en los informes y su efecto final en la situación financiera de la empresa.

Jefe de servicio de impresiones y trabajos en computador (Área de Sistemas)

Funciones Principales del Jefe de Sistemas

- ✓ Planear, organizar, Dirigir y Controlar, el funcionamiento del Área de Sistemas.
- ✓ Determina normas y procedimientos del uso de HW y SW.
- ✓ Propone, elabora e implanta nuevos sistemas necesarios en la Institución.
- ✓ Supervisa y revisa la elaboración de proyectos de organización, métodos y procedimientos, organigramas estructurales, funcionales y de niveles jerárquicos.
- ✓ Realiza flujogramas de procesos, normas y procedimientos de Sistemas.
- ✓ Coordina y supervisa la elaboración de manuales, instructivos y formularios para HW y SW.
- ✓ Mantener al día las copias de Seguridad y la Seguridad de la Información en la Institución.
- ✓ Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
- ✓ Supervisa el trabajo del personal a su cargo.

6.1.7 Requerimientos de materiales

Insumos para fotocopidora Aficio MP 402

Tinta negra:

- ✓ 1 Hoja papel Bond de 90 gramos
- ✓ Energía eléctrica

Insumos para fotocopiadora Ricoh Aficio MP C2550

- ✓ Tinta negra :
- ✓ Tinta de colores (amarillo, azul, rojo)
- ✓ 1 Hoja papel Bond de 90 gramos
- ✓ Energía eléctrica

Impresora EPSON L210

Referencia tinta EPSON Original

- ✓ Tinta negra (T6641)
- ✓ Tinta rojo (T6643)
- ✓ Tinta azul (T6642)
- ✓ Tinta amarilla (T6644)
- ✓ Hoja de papel bond de 90 gramos
- ✓ Energía eléctrica

Impresora EPSON L805

Referencia tinta EPSON 673 Original

- ✓ Tinta negra
- ✓ Tinta rojo
- ✓ Tinta azul
- ✓ Tinta amarilla
- ✓ Hoja de papel bond de 90 gramos
- ✓ Energía eléctrica

6.1.8 Requerimientos de tecnología

La papelería por estar enfocada en los servicios de sistemas tiene que estar constantemente actualizada de las tendencias en fotocopiado, impresiones, laminación, anillado y páginas más buscadas de internet para trabajos e investigaciones.

6.1.9 Requerimientos locativos e infraestructura

Para los elementos del negocio queden bien ubicados dentro de un local comercial es necesario que haya un salón mínimo de 12 mts de largo por 5 mt de ancho, además requiere una bodega que mida mínimo 5 mts de ancho por 4 de ancho.

En cuanto a la infraestructura para el negocio se requiere tener conectada la luz a un sistema de polo a tierra, mínimo 12 tomas eléctricas distribuidas a lo largo del salón principal y tener disponibles 6 mts de canaletas al momento de cambiar la protección al cableado en el suelo.

El negocio por tener tantos aparatos electrónicos dentro de un mismo salón y estar ubicado en una zona con presencia de altas temperaturas en horas de la tarde, debe tener un sistema de ventilación para cada una de las diferentes áreas, un ventilador para la zona del servidor y área de sistemas, otro ventilador para la zona de fotocopiado, un ventilador para el café internet y otro para la bodega.

6.2 Aspectos Legales

6.2.1 Tipo de organización empresarial

La papelería está registrada como una empresa con personería jurídica y ante la DIAN somos régimen común.

6.2.2 Documentación necesaria para la operación de la empresa

- Cámara de comercio.
- Impuestos de industria y comercio.
- Rut.
- Certificado de ingresos.

6.2.3 Costos asociados con asuntos Legales

Ley de protección de datos, Ley 1581 de 2012

7. Análisis Financiero

7.1 Estructura Financiera del Proyecto

La estructura financiera es la forma en que se financian los activos de una empresa y está compuesta por los activos, pasivos y el patrimonio de la empresa, así entre mayores sean los activos y menores sean las deudas la empresa tendrá mayor flujo de caja, los activos de la papelería son de \$ 79.920.000 M/Cte. Los pasivos de \$ 22.230.000 M/Cte. Y el patrimonio para el año 2016 era de \$ 26.730.000 M/Cte. En el siguiente cuadro se presentara un resumen de cada uno de estos:

Tabla # 15: Estructura financiera.

Activos corrientes	\$ 48.960.000
Activos fijos	\$ 30.960.000
Inventarios	\$ 18.000.000
Efectivo disponible	\$ 600.000
Pasivos	\$ 22.230.000
Patrimonio	\$ 56.230.000

7.2 Recursos Propios

Del punto anterior se puede analizar que la papelería tiene como resultado de la resta de los activos corrientes menos los pasivos, unos recursos por \$56.230.000.

7.3 Créditos y Préstamos Bancarios

La papelería tiene crédito en tres entidades financieras, en Bancolombia la cuota fija mensual es baja porque tiene un crédito a largo plazo, lo mismo que en Banco de Bogotá y en Colpatria la cuota es alta porque son tarjetas de crédito a corto plazo.

Tabla # 16: Créditos y préstamos bancarios

Entidad	Bancolombia	Entidad	Colpatria
Monto	\$7.450.000	Monto	\$4.500.000
Cuota fija mensual	370	Cuota fija mensual	780
Entidad	Banco de Bogotá		
Monto	\$10.280.000		
Cuota fija mensual	540		

Las deudas que tiene la papelería equivalen a \$ 22.230.000 M/Cte.

7.5 Inversiones del Proyecto

7.5.1 Inversiones en Activos Fijos

Tabla # 17: Inversiones

INVENTARIO PARA PAPELERÍA	CANTIDAD	VALOR TOTAL
FOTOCOPIADORA A COLOR RICOH MP 2550	1	\$2.500.000
FOTOCOPIADORA BLANCO Y NEGRO AFICIO 4001	1	\$3.500.000
IMPRESORA EPSON L805	1	\$1.200.000
IMPRESORA EPSON L210	2	\$900.000
COMPUTADOR I3 RAM 8 GB PROCESADOR INTEL.	1	\$1.500.000
COMPUTADORES DUAL CORE RAM 4 GB PROC. INTEL	6	\$2.400.000
LAMINADORA	1	\$800.000
ANILLADORA	1	\$700.000
ANILLADORA BELOBIND	1	\$250.000
VITRINA DE 2 MTS	1	\$600.000
VITRITINA DE 1 METRO SENCILLA	1	\$250.000
VITRINA DE 1 METRO CON DISEÑO ELEGANTE	1	\$320.000
ESTANTE DE MADERA CON CUBICULOS DE 25 CM DE LARGO Y ANCHO C/U Y TAMAÑO DE 2 X 2 MT DE LARGO Y ANCHO	2	\$1.200.000
MESA PARA EQUIPOS INTERNET	3	\$210.000
MESA PARA SERVIDOR	1	\$250.000
CAJONERAS PEQUEÑAS PARA COMPUTADOR DE SERVIDOR	2	\$60.000
TABLAS DE MADERA PARA PARED Y COLOCACIÓN DE IMPRESORAS	2	\$40.000
TABLA DE MADERA PARA COLOCAR EL MODEN	1	\$20.000
CAJON DE MADERA GRANDE PARA PLIEGOS DESDOBLADOS	1	\$350.000
CAJON DE MADERA PEQUEÑO PARA PLIEGOS DOBLADOS	1	\$40.000
MESA PARA GUILLOTINA	1	\$60.000
MESA PARA LAMINADORA Y ANILLADORA	1	\$60.000
SILLA DE MADERA DE DOS PUESTOS (SILLA DE ESPERA)	1	\$150.000
SILLA GIRATORIA PARA SERVIDOR Y PC ÁREA DE SISTEMAS	3	\$350.000
BUZÓN DE SUGERENCIAS	1	\$50.000
TAPETE DE BIENVENIDA	1	\$30.000
AVISO GRANDE DE BIENVENIDA CON EL LOGO	1	\$40.000
TABLERO PARA PEGAR HOJAS CON CHINCHES PARA MENSAJES DE OFERTAS O AVISOS DE CLIENTES	1	\$70.000
CANALETAS DE 2 METROS EN ARCO PARA CABLEADO	4	\$40.000
CAMARAS DE VIGILANCIA EN LA PUERTA, CAJA Y SISTEMAS	3	\$360.000
DVR PARA ALMACENAR EL VIDEO DE LAS CAMARAS	1	\$200.000
DISCO DURO PARA EL DVR DE LAS CAMARAS	1	\$150.000
TABLA DE MADERA PARA TELÉFONO DE LLAMADAS	1	\$30.000
TELEFONO MONEDERO CON LECTURA DE SIM CARD	1	\$200.000
SILLA LARGA PARA LLAMADAS DE MINUTOS	1	\$80.000
MAQUINA ULTRASONIDO PARA RECARGA DE CARTUCHOS	1	\$200.000
MOTO LIBERO YAMAHA	1	\$1.800.000
GoodWill del negocio	1	\$10.000.000
		\$30.960.000

7.5.3 Inversión en Capital de Trabajo

El capital de trabajo que tiene la papelería GUFÍ son los insumos que utiliza para las impresiones y fotocopias y los artículos de papelería que tiene en exhibición para la venta, el valor de cada uno de estos se relaciona en la siguiente tabla:

Tabla # 18: Inversiones en capital de trabajo

Inversiones	Valor
Inventarios	\$18.000.000
Resmas de papel	\$160.000
Tinta impresoras	\$240.000
Tinta fotocopiadoras	\$720.000
Efectivo disponible	\$600.000
Capital de trabajo	\$19.720.000

7.6 Costos y Gastos

7.6.1 Costos Variables

Tabla # 19: Costos variables Junio de 2016- Diciembre 2017

PROVEEDORES	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
CARLOS MAURICIO				\$ 18.500				\$ 18.500
CLARO					\$ 39.320	\$ 129.000	\$ 39.500	\$ 207.820
DISTRIBUCIONES PAPELERIA MAYORISTA				\$ 1.004.558				\$ 1.004.558
DISTRIBUIDORA EL FARO			\$ 397.851	\$ 223.400	\$ 418.900			\$ 1.040.151
DISTRIMONTES HNOS S.A.S		\$ 64.971	\$ 121.571	\$ 74.800	\$ 29.900	\$ 13.407		\$ 304.649
DSTRIBUIDORA ADRIANA REYES	\$ 26.800	\$ 10.500	\$ 21.300	\$ 42.550	\$ 13.750			\$ 114.900
DYPSION						\$ 286.800		\$ 286.800
EUROS	\$ 35.100	\$ 258.504	\$ 59.200	\$ 104.000	\$ 38.300	\$ 124.500	\$ 38.750	\$ 658.354
IGNACIO POVEDA								\$ 0
LLUVIA DE SOBRES CARRO BOGOTA				\$ 26.400				\$ 26.400
LOS MAYORISTAS								\$ 0
MACRO Y		\$ 70.000				\$ 103.368		\$ 173.368
MOVISTAR					\$ 110.735	\$ 150.300	\$ 110.800	\$ 371.835
NACIONAL DE DISTRIBUCIONES S.A.S	\$ 348.695	\$ 307.449	\$ 491.976				\$ 290.800	\$ 1.438.920
PAPELERIA LA AMERICANA						\$ 10.300		\$ 10.300
PREMIUN DISTRIBUCIONES	\$ 37.672	\$ 50.534		\$ 71.396		\$ 52.900		\$ 212.502
PROANDINA			\$ 83.100	\$ 86.619	\$ 151.730		\$ 338.400	\$ 659.849
PROFESORA ESNEDA PAPEL	\$ 111.000	\$ 211.600	\$ 22.000	\$ 22.000	\$ 68.600	\$ 182.400	\$ 115.700	\$ 733.300
TOTAL	\$ 559.267	\$ 973.558	\$ 1.196.998	\$ 1.674.223	\$ 871.235	\$ 1.052.975	\$ 933.950	\$ 7.262.206

Tabla # 20: Costos variables enero 2017 – Mayo 2017

PROVEEDOR	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	Total general
CLARO	\$43.600		\$109.600	\$113.600		\$266.800
COMERCIALIZADORA BOGOTA			\$25.000			\$25.000
DICOPY SASA					\$212.502	\$212.502
DISTRIBUIDORA EL FARO			\$812.007	\$55.000	\$179.566	\$1.046.573
DYPSION			\$126.252			\$126.252
EUROS	\$77.700	\$229.400	\$100.350	\$1.500	\$6.600	\$415.550
H L TECNOLOGIA				\$52.000		\$1.419.000
JAIRO MORENO				\$9.000		\$9.000
LIMA SAS					\$10.341	\$10.341
LLUVIA DE SOBRES			\$42.000	\$10.000		\$52.000
LOS MAYORISTAS				\$977.836		\$977.836
MACRO Y			\$38.232		\$139.680	\$177.912
MACRO Y	\$138.478	\$67.400				\$205.878
MOVISTAR	\$111.044		\$116.000	\$115.400	\$120.100	\$462.544
NACIONAL DE DISTRIBUCIONES	\$586.108		\$794.433			\$1.380.541
NIXON LOPEZ	\$60.000					\$60.000
PAPELERIA ALVARES MEDELLIN			\$120.400			\$120.400
PAPELERIA LA AMERICANA		\$11.000	\$16.500			\$27.500
PAPELERIA SUMY			\$109.950			\$109.950
PROANDINA			\$39.764	\$32.892		\$72.656
PROANDINA	\$139.118	\$104.598	\$87.841			\$331.557
PROFESORA ESNEDA PAPEL	\$254.000	\$254.000	\$333.000	\$216.000	\$326.000	\$1.383.000
SURTI LIMAS SAS			\$33.840			\$33.840
Total general	\$1.410.048	\$666.398	\$2.905.169	\$1.583.228	\$994.789	\$8.926.632

7.6.2 Costos Fijos

Tabla # 21: Costos fijos Junio de 2016 – Diciembre de 2016

GASTOS 2016	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	Total general
Almacén y gastos de papelería	\$150.000				\$50.000			\$200.000
Arriendo	\$750.000	\$750.000	\$750.000	\$750.000	\$750.000	\$750.000	\$750.000	\$5.250.000
NOMINA COLABORADORES	\$1.850.000	\$2.050.000	\$1.900.000	\$1.950.000	\$1.900.000	\$1.930.000	\$1.850.000	\$13.430.000
OTROS	\$48.600	\$19.000	\$13.200	\$102.400	\$5.600	\$115.000	\$50.000	\$353.800
SERVICIOS	\$323.600	\$642.770	\$72.900	\$0	\$703.706	\$552.980	\$60.000	\$2.355.956
Total general	\$3.122.200	\$3.461.770	\$2.736.100	\$2.802.400	\$3.409.306	\$3.347.980	\$2.710.000	\$21.589.756

Tabla # 22: Costos fijos enero de 2017 – Mayo de 2017

GASTOS 2017	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	Total general	
Servicios		\$417.000	\$225.300	\$593.000	\$75.000	\$704.107	\$2.014.407
Almacén y gastos papelería		\$112.400	\$0	\$226.050	\$16.200	\$4.200	\$358.850
Accesorios de papelería		\$5.000	\$5.900	\$359.999	\$107.500	\$0	\$478.399
Mantenimiento equipos y herramientas, Arreglos del negocio		\$110.000	\$85.000	\$524.994	\$368.000	\$0	\$1.087.994
Arriendo local		\$500.000	\$905.000	\$750.000	\$710.000	\$850.000	\$3.715.000
Publicidad y promoción		\$150.000	\$150.000	\$150.000	\$150.000	\$150.000	\$750.000
Nomina colaboradores		\$1.855.508	\$2.100.000	\$1.950.000	\$2.111.100	\$3.469.515	\$11.486.123
Total general		\$3.149.908	\$3.471.200	\$4.554.043	\$3.537.800	\$5.177.822	\$19.890.773

7.6.3 Gastos Administrativos y Legales

Tabla # 23: Gastos Junio 2016 – Diciembre 2016

Gastos administrativos y legales	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	Total general
Gastos administrador	\$560.000	\$500.000	\$520.000	\$650.000	\$400.000	\$450.000	\$400.000	\$3.480.000
Impuesto					\$150.000			\$150.000
Total general	\$560.000	\$500.000	\$520.000	\$650.000	\$550.000			\$2.780.000

Tabla # 24: Gastos Enero 2016 – Mayo 2016

Gastos administrativos y legales	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	Total general
Gastos administrador	\$600.000	\$400.000	\$800.000	\$203.950	\$580.000	\$2.583.950
Asesoría contable			\$300.000			\$300.000
Industria y comercio		\$700.000				\$700.000
Cámara de comercio	\$350.000					
Total general	\$950.000	\$1.100.000	\$1.100.000	\$203.950	\$580.000	\$3.933.950

7.6.4 Gastos financieros

Tabla # 25:

Gastos periodo Junio 2016 – Diciembre 2016

Gastos Financieros 2016	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	Total general
Crédito Bancolombia	\$370.000	\$370.000	\$370.000	\$370.000	\$370.000	\$370.000	\$370.000	\$2.590.000
Tarjeta de crédito Colpatría	\$835.000	\$835.000	\$570.000	\$570.000	\$780.000	\$780.000	\$780.000	\$5.150.000
Total general	\$1.205.000	\$1.205.000	\$940.000	\$940.000	\$1.150.000	\$1.150.000	\$1.150.000	\$5.440.000

Periodo: Enero 2016 – Mayo 2016

Gastos Financieros	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	Total general
Crédito Bancolombia	\$370.000	\$370.000	\$370.000	\$370.000	\$370.000	\$1.850.000
Crédito Banco de Bogotá			\$540.000	\$540.000	\$540.000	\$1.620.000
Tarjeta de crédito Colpatría	\$780.000	\$780.000	\$1.350.000	\$1.350.000	\$780.000	\$5.040.000
Total general	\$1.150.000	\$1.150.000	\$2.260.000	\$2.260.000	\$1.690.000	\$8.510.000

7.7 Flujo de Caja

Tabla # 26: Flujo de caja Gufi

GUFÍ - PAPELERÍA					
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO					
Concepto	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas	86.722.083	100.198.001	108.469.346	117.355.155	126.919.600
Costos	48.754.124	52.135.913	54.637.969	57.257.375	60.011.618
Gastos operativos	32.660.356	30.414.058	31.233.729	32.058.174	32.896.888
excedente operativo	5.307.603	17.648.029	22.597.648	28.039.606	34.011.095
Impuesto de renta operativo		0	0	0	0
Beneficio fiscal financiero		0	0	0	0
excedente operativo despues de impuestos	5.307.603	17.648.029	22.597.648	28.039.606	34.011.095
Depreciación y amortización	3.312.600	3.312.600	3.312.600	3.312.600	3.312.600
Flujo de caja bruto operativo	8.620.203	20.960.629	25.910.248	31.352.206	37.323.695

7.8 Estados Financieros Proyectados

7.8.1 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado

Tabla # 27: Estado P Y G proyectado papelería Gufi 2017 – 2021

Concepto	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas	86.722.083	100.198.001	108.469.346	117.355.155	126.919.600
Costos	48.754.124	52.135.913	54.637.969	57.257.375	60.011.618
utilidad Bruta	37.967.959	48.062.088	53.831.376	60.097.780	66.907.982
Gastos operativos	32.660.356	30.414.058	31.233.729	32.058.174	32.896.888
utilidad operativa	5.307.603	17.648.029	22.597.648	28.039.606	34.011.095
Gastos financieros	2.440.683	2.009.513	1.524.015	977.345	361.794
Ingresos financieros	0	0	0	0	0
utilidad antes de impuestos	2.866.919	15.638.516	21.073.632	27.062.261	33.649.301
Impuestos	0	0	0	0	0
utilidad neta	2.866.919	15.638.516	21.073.632	27.062.261	33.649.301

7.8.2 Balance General Proyectado

Tabla # 28: Balance general proyectado papelería Gufi

BALANCE GENERAL						
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Activos corrientes						
Disponible	0	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000
Inversiones temporales		2.511.776	14.810.681	33.140.236	56.784.120	86.258.534
Deudores (cuentas por cobrar)		0	0	0	0	0
Inventarios	18.067.101	18.012.857	20.811.911	22.529.935	24.375.587	26.362.197
Otros activos						
Total activo corriente	18.067.101	20.824.633	35.922.593	55.970.170	81.459.706	112.920.731
Activos de largo plazo						
Muebles y enseres	4.140.000	4.140.000	4.140.000	4.140.000	4.140.000	4.140.000
Maquinaria y equipo	10.050.000	10.050.000	10.050.000	10.050.000	10.050.000	10.050.000
Vehículos	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Edificaciones	0	0	0	0	0	0
Equipo de computación	3.900.000	3.900.000	3.900.000	3.900.000	3.900.000	3.900.000
Depreciación acumulada	0	(3.312.600)	(6.625.200)	(9.937.800)	(13.250.400)	(16.563.000)
Software e intangibles	0	0	0	0	0	0
Amortización acumulada	0	0	0	0	0	0
Total activos no corrientes	19.890.000	16.577.400	13.264.800	9.952.200	6.639.600	3.327.000
Total activos	37.957.101	37.402.033	49.187.393	65.922.370	88.099.306	116.247.731
Pasivos corrientes						
Proveedores	0	0	0	0	0	0
Impuesto por pagar		0	0	0	0	0
Obligaciones financieras corrientes	3.421.987	3.853.157	4.338.655	4.885.325	5.500.876	0
Total pasivos corrientes	3.421.987	3.853.157	4.338.655	4.885.325	5.500.876	0
Pasivos no corrientes						
Obligaciones financieras no corrientes	18.578.013	14.724.856	10.386.201	5.500.876	0	0
Total pasivos no corrientes	18.578.013	14.724.856	10.386.201	5.500.876	0	0
Total pasivos	22.000.000	18.578.013	14.724.856	10.386.201	5.500.876	0
Patrimonio						
Capital	15.957.101	15.957.101	15.957.101	15.957.101	15.957.101	15.957.101
Reserva Legal	0	0	286.692	1.850.544	3.957.907	6.664.133
Excedentes retenidos	0	0	2.580.227	16.654.892	35.621.161	59.977.196
excedentes del periodo	0	2.866.919	15.638.516	21.073.632	27.062.261	33.649.301
Total patrimonio	15.957.101	18.824.020	34.462.537	55.536.169	82.598.430	116.247.731
Total pasivo y patrimonio	37.957.101	37.402.033	49.187.393	65.922.370	88.099.306	116.247.731

8. Evaluación del Proyecto

8.1 Costo del Capital (Tasa de Descuento)

Tabla # 29: Costo del capital papelería Gufi

COSTO PROMEDIO PONDERADO DE LOS RECURSOS (WACC)						
	2017	2018	2019	2020	2021	CP
Proveedores	0	0	0	0	0	Tasa 12%
Impuesto por pagar	0	0	0	0	0	Tasa 0%
Obligaciones financieras corrientes	3.853.157	4.338.655	4.885.325	5.500.876	0	Tasa 12,60%
Obligaciones financieras no corrientes	14.724.856	10.386.201	5.500.876	0	0	Tasa 12,60%
Patrimonio	18.824.020	34.462.537	55.536.169	82.598.430	116.247.731	Tasa 20,00%
Total pasivo y patrimonio	37.402.033	49.187.393	65.922.370	88.099.306	116.247.731	
Participación						
Proveedores	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	
Impuesto por pagar	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	
Obligaciones financieras corrientes	10,30%	8,82%	7,41%	6,24%	0,00%	
Obligaciones financieras no corrientes	39,37%	21,12%	8,34%	0,00%	0,00%	
Patrimonio	50,33%	70,06%	84,24%	93,76%	100,00%	
Costo promedio ponderado	16,32%	17,78%	18,83%	19,54%	20,00%	18,50%

8.2 Evaluación Financiera

8.2.1 Valor Presente Neto

Tabla # 30: VPM GUFU

TIR DEL PROYECTO	44,17%
WACC DEL PROYECTO	18,50%
VPN DEL PROYECTO	31.695.554

8.2.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Tabla # 31: TIR GUFU

TIR DEL INVERSIONISTA	64,70%
TMRR	20,00%
VPN	70.547.189

8.2.3 Índices financieros

Tabla # 32: Indicadores financieros

INDICADORES FINANCIEROS DE LIQUIDEZ Y ACTIVIDAD						
LIQUIDEZ	FORMULA DE CALCULO	2017	2018	2019	2020	2021
RAZON CORRIENTE	$\frac{\text{ACTIVO CORRIENTE}}{\text{PASIVO CORRIENTE}}$	5,40	8,28	11,46	14,81	#¡DIV/0!
SOLIDEZ	$\frac{\text{ACTIVO TOTAL}}{\text{PASIVO TOTAL}}$	2,01	3,34	6,35	16,02	#¡DIV/0!
CAPITAL DE TRABAJO	ACTIVO CORRIENTE - PASIVO CTE	16.971.476	31.583.938	51.084.845	75.958.830	112.920.731

INDICADORES DE RENTABILIDAD						
INDICADORES DE RENTABILIDAD	FORMULA DE CALCULO	2017	2018	2019	2020	2021
MARGEN BRUTO	$\frac{\text{RESULTADO BRUTO}}{\text{VENTAS}}$	44%	48%	50%	51%	53%
MARGEN OPERACIONAL	$\frac{\text{RESULTADO OPERACIONAL}}{\text{VENTAS}}$	6%	18%	21%	24%	27%
MARGEN NETO	$\frac{\text{RESULTADO DEL EJERCICIO}}{\text{VENTAS}}$	3%	16%	19%	23%	27%
RENDIMIENTO DEL PATRIMONIO	$\frac{\text{RESULTADO DEL EJERCICIO}}{\text{PATRIMONIO}}$	15%	45%	38%	33%	29%
RENDIMIENTO DEL ACTIVO	$\frac{\text{RESULTADO DEL EJERCICIO}}{\text{ACTIVO TOTAL}}$	8%	42%	43%	41%	38%

8.3 Punto de Equilibrio

Tabla # 33: Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO - PRIMER AÑO							
COSTOS FIJOS:		2017		PRECIO DE VENTA		2017	
Costos fijos		33.881.123		Precio de venta promedio		86.722.083	
Gastos operativos		32.660.356		PRECIO DE VENTA UNITARIO		286	
Gastos financieros		2.440.683		PUNTO DE EQUILIBRIO		2017	
Impuestos		0		EN UNIDADES (Costos fijos / pvu - cvu) - ANUAL		290.779	
TOTAL COSTOS FIJOS		68.982.162		EN UNIDADES (Costos fijos / pvu - cvu) - MENSUAL		24.232	
COSTOS VARIABLES		2017		EN PESOS (Costos fijos / 1 - MCU) - ANUAL		83.261.702	
Costo variable promedio		14.873.001		EN PESOS (Costos fijos / 1 - MCU) - MENSUAL		6.938.475	
TOTAL COSTOS VARIABLES		14.873.001					
COSTOS VARIABLES UNITARIO		49					

Conclusiones

Al realizar este Plan de Negocios, se logró determinar y establecer entre muchos factores, los requerimientos del cliente, como lo es la calidad de los productos que se ofrecen, su precio, variedad, estos factores ayudaron a encaminar el proyecto por el sendero correcto. Luego de conocer el mercado al que se ha enfrentado en todos los años de funcionamiento que lleva este negocio, de manera global, se trabajó y se estableció la parte técnica e interna de cada dependencia, lo cual será necesario para un correcto funcionamiento y que se mantenga a flote la empresa. De acuerdo a los servicios prestados y a la demanda existente en el sector, se establecieron la cantidad de equipos y también el personal requerido para poder prestar un servicio de calidad y crear fidelización en los clientes.

Se estableció un estudio administrativo que ayudó a definir el organigrama de la empresa y especificar las funciones de los trabajadores, entre otros. Se proporcionaron las herramientas necesarias que se deben tener en cuenta para administrar adecuadamente la empresa y se precisó hacia dónde quiere llegar la empresa a través de la definición de la misión, visión, objetivos y valores corporativos. Al conocer todos los costos en los que se debe incurrir, costos directos e indirectos, se realizaron proyecciones a cuatro años para observar el posible comportamiento que tendrá el negocio, este deja ver que la reestructuración y fortalecimiento del negocio es factible y es evidente el crecimiento anual para un aumento en los activos y las utilidades.

Este es un negocio que puede crecer si se mantienen un trabajo constante, si se aplica un servicio al cliente adecuado y si se cumplen las prioridades aquí descritas. Por el lugar estratégico en donde se encuentra ubicada la Papelería Gufi, el mercado potencial es aún extenso y existe la necesidad, por tanto se deben aprovechar de forma apropiada estas ventajas para alcanzar el éxito del negocio y obtener ventaja competitiva, siempre de la mano de la innovación tecnológica y en el servicio al cliente.

Recomendaciones

A partir del estudio realizado se pueden plantear las siguientes recomendaciones:

- ✓ Es necesario programar un plan de trabajo que traiga consigo beneficios para la Papelería, y además es de suma importancia la evaluación al personal.
- ✓ El área de atención al cliente debe mejorar sus procesos para la recepción y verificación de los productos.
- ✓ La distribución de las áreas tiene gran impacto sobre el material y proceso.
- ✓ Existe pérdida de tiempo en el traslado hasta la bodega para despachar algunos productos, debido al congestionamiento por los clientes. Por lo que se recomienda realizar una nueva distribución y clasificar la mercancía en esta área de depósito.
- ✓ Las condiciones de trabajo y estancia de los clientes no son favorables debido al calor y la escasa ventilación, además se recomienda mejorar la iluminación.
- ✓ Es necesario tener a la mano a un técnico con experiencia para el mantenimiento de las fotocopiadoras y los computadores en óptimas condiciones para que los usuarios no se vean afectados por los problemas que se puedan presentar.

BIBLIOGRAFÍA

Dr Vanella G. Ricardo, (2005) Guía del Emprendedor “Claves para Organizar un negocio Exitoso”.

Stanton, Etzel y Walker (2011). Fundamentos de marketing (14ta edición). McGraw-Hill/Interamerica Editores, S.A

Santon, William. J, (2004). Fundamentos de Marketing 13° Edición. México: Ed. Mc Graw Hill.

Kotler y Armstrong,(2003). Fundamentos de Marketing. 6° Edición. México: Ed. Pearson Prentice Hall.

Porter, Michael. E,(2010). Ventaja Competitiva: Creación y sostenimiento de un desarrollo superior. Ed. Piramide.