



**INVESTIGACIÓN DE MERCADOS PARA LA VIABILIDAD DE LA APERTURA DE
UNA PAPELERIA EN LA UNIVERSIDAD ICESI**

AUTORES

PAOLA CATHERINE CRUZ VELASQUEZ

PAOLA HERNANDEZ GOMEZ

DIRECTOR DEL PROYECTO

TOMAS LOMBANA

UNIVERSIDAD ICESI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2015

AGRADECIMIENTOS

Expresamos nuestros agradecimientos a:

Nuestro Tutor, el profesor Tomas Lombana, catedrático de la Facultad de Administración de empresas de la Universidad Icesi (Cali - Colombia), por sus valiosos aportes y colaboración durante todo el proceso en el análisis, investigación de mercado y estudio de viabilidad de este proyecto.

La Facultad de Administración empresas de la Universidad Icesi, por el acompañamiento constante y su apoyo en pro al fomento de conocimientos acordes a nuestra carrera y desarrollo como profesionales; gracias a los conocimientos adquiridos la Investigación de Mercados para la Viabilidad de este proyecto fue elaborado exitosamente.

A la Universidad Icesi por ofrecernos herramientas adecuadas, su formación como profesionales sobresalientes, seres humanos íntegros y personas capaces de enfrentar los desafíos y aprovechar oportunidades como profesionales.

A todos los docentes, compañeros, familia y demás personas que nos brindaron su colaboración para la realización de este proyecto, gracias por sus ideas y valiosos aportes.

Contenido

Resumen	4
1. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN	5
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	5
3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	7
3.1 OBJETIVO GENERAL.....	7
3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	7
4. JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACIÓN.....	8
5. MARCO TEORICO.....	9
<i>Misión de la universidad Icesi.</i>	10
<i>Valores Centrales:Universidad Icesi</i>	10
<i>Visión de Futuro al 2022:</i>	10
6. METODOLOGÍA.	19
7. FICHA TÉCNICA.....	26
8. ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN	27
8.1 GRAFICAS.....	28
9. ASPECTOS LEGALES	35
9.1 Requisitos legales, necesarios para la creación de una papelería en las instalaciones de la universidad Icesi	35
10. CONCLUSIONES.....	37
11. ANEXOS	38
Bibliografía	40

Resumen

El siguiente trabajo sirve como guía para estudios, proyectos e investigaciones relacionadas para analizar y desarrollar las tendencias, sobre las necesidades de la comunidad de Icesi, al mismo tiempo este primer plano nos presenta solo la viabilidad de nuestro proyecto pero nos induce a nuevas investigaciones para mejorar u obtener mejores resultados de dicha investigación. Por lo anterior también servirá como fuente de información a futuras investigaciones.

Palabras claves: Investigación de mercados, entrevistas a profundidad, métodos de recolección de datos, Investigación descriptiva y cuantitativa. Fases de la investigación.

1. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

“Investigación de Mercados para la Viabilidad de apertura de una papelería en la Universidad Icesi”

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

La población actual de la universidad Icesi ha venido aumentando pasando de 5.185 estudiantes en 2010 a 5.716 EN 2013. Debido a sus resultados académicos soportados con las pruebas ECAES, sus diferentes estrategias de comunicación, la acreditación a la alta calidad, su entorno, el aporte a la sociedad con becas estudiantiles, convenio con ICETEX, acuerdos internacionales, alianzas con mejores empresas del país. Hacen que Icesi sea una de las universidades más prestigiosa y apetecida, no solo en la ciudad de Cali, sino en Colombia.

La universidad Icesi cuenta con diferentes servicios para el desarrollo de sus actividades, sin embargo encuentro que en el espacio universitario nunca ha existido un punto de papelería similar, lo que se le ha acercado a esta idea es una librería que vendía algunos suministros de papelería, y que en el momento existe. De acuerdo a esta situación los estudiantes, profesores y en general la comunidad Icesi, incurren desplazamientos a las afueras de la universidad para adquirir suministros de papelería, que logra pérdida de tiempo y pago de precios elevado. *A partir de esta información veo como oportunidad la creación de una papelería dentro de las instalaciones de la universidad que brinde un buen servicio acorde a la cultura de Icesi, permitiendo a los*

estudiantes y a la comunidad tener acceso fácil y rápido de los suministros de papelería que generalmente requieren, además diversificación del servicio y aporte al buen nombre de la universidad.

3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 OBJETIVO GENERAL

Evaluar la viabilidad de la apertura de una papelería en las instalaciones de la Universidad Icesi.

3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Evaluar el impacto de la apertura de una papelería en la Universidad Icesi.
- Reconocer las necesidades de la demanda del servicio.
- Conocer las expectativas de consumo.
- Identificar los productos y servicios que demanda la población objetivo.
- Establecer la estrategia a implementar en el modelo de negocio.
- Analizar y definir las ventajas competitivas del modelo en el mercado.
- Determinar el diseño de una plataforma tecnológica y redes sociales.

4. JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACIÓN

- **Justificación Gremial:** El objetivo de este Proyecto de grado consiste en suministrar un planteamiento innovador que permita la dinamización de las operaciones entre la comunidad Universitaria y la Papelería, que de acuerdo a las conclusiones que se derivarán de la Investigación de Mercado podremos determinar la viabilidad del negocio y proponer un modelo apto.
- **Justificación Empresarial:** Se pretende desarrollar un modelo que permita la interacción con la comunidad de la Universidad Icesi y que sirva de referente para otras Universidades, sin descartar posibles alianzas que entre Universidades pudieran surgir.
- **Justificación Personal:** Nuestro propósito con este proyecto, es poner en práctica todos los conocimientos adquiridos y ofrecer a la Universidad un modelo de negocio en beneficio de la comunidad universitaria en general y así abrirnos paso en el campo empresarial y de desarrollo de proyectos.

5. MARCO TEORICO

Santiago de Cali, De acuerdo con las cifras del Dane, su área metropolitana se ubica como la tercera zona del país en población, después de Bogotá que tiene 7.864.490 habitantes y Medellín con 3.312.165. Cali presenta una población de 2.530.756 (EL País., 2014). Incluyendo los habitantes de municipios cercanos como Palmira, Jamundí y Jumbo.

La ciudad de Santiago de Cali ha tenido un gran proceso de crecimiento poblacional y económico, así mismo puedo mencionar que Cali, cuenta con 12 instituciones universitarias entre las cuales se encuentran: corporación universitaria de ciencia y desarrollo, fundación universitaria san Martin, pontificia universidad Javeriana, uncatolica, universidad Antonio Nariño, universidad autónoma de Nariño, universidad autónoma de occidente, universidad cooperativa de Colombia, universidad del valle, Universidad libre, universidad san buenaventura, universidad Santiago de Cali, y la universidad Icesi, que actualmente se encuentra ubicada en el sur de la ciudad, con una población de 5000 estudiantes, y 1200 empleados, posicionada como una de las cinco mejores universidades en el país y número uno en Cali.

La universidad Icesi fue fundada en 1979, cuando se estableció en una reunión de un grupo de 45 estudiantes, en la sede de INCOLDA, en el Centro de la ciudad, para iniciar su educación profesional en Administración de Empresas en el Instituto Colombiano de Estudios Superiores de INCOLDA, Icesi.

Icesi fue tomando fuerza cuando realizo alianzas estratégicas con un grupo de empresarios liderados por Germán Holguín Zamorano, habían comenzado a gestar el

proyecto de una Escuela de Gerencia, preocupados por la formación de los futuros dirigentes de la región.

Icesi creció aceleradamente en sus primeros años. A principios de 1980 se inauguró el programa nocturno de Administración de Empresas. Hoy la universidad Icesi, cuenta con diecinueve programas de pregrado, once maestrías en convenios con instituciones internacionales, siete programas de especialización y nueve especializaciones médico-quirúrgicas. Además, gracias al estrecho vínculo entre la Universidad y las empresas, se diseñan diplomados y programas a la medida de cada organización que satisfacen sus necesidades de actualización, ofreciéndoles también asesoría y consultoría.

Misión de la universidad Icesi.

Aprendemos a conocer y actuar para construir un mundo mejor.

Valores Centrales: Universidad Icesi

- Reconocimiento de la dignidad de toda persona.
- Honestidad en las acciones personales y en las actuaciones institucionales.
- Pasión por el aprendizaje.
- Compromiso con el bienestar de la sociedad.

Visión de Futuro al 2022:

En el año 2022, la Universidad Icesi será reconocida por la sociedad colombiana, las organizaciones nacionales y pares académicos de prestigio internacional, por la

excelente formación de sus egresados, por la creciente visibilidad de sus resultados de investigación y por el impacto positivo de su interacción con la región y con el país.

El sector educativo ha tenido un crecimiento significativo en los últimos años según revela el Ministerio de Educación, este crecimiento se debe en gran parte a las facilidades que brindan las diferentes instituciones Universitarias, además a los programas que está patrocinando el gobierno en convenio con el Icetex, el año pasado lanzo el programa “Ser pilo si paga” en el cual se otorgaron 10.000 becas a los estudiantes de estratos 1, 2 y 3 que tengan puntajes superiores a 310 puntos, permitiéndoles acceder a 33 Universidades acreditadas en todo el país, Icesi tuvo 410 beneficiarios de este programa. Para el año 2015 el aumento del presupuesto de líneas de crédito educativo del Icetex fue de \$ 259 mil millones para educación superior.

Este tipo de iniciativas por parte del gobierno son grandes oportunidades para la Universidad Icesi, el tema de financiamiento y facilidades de pago toma gran importancia para la institución, es por esta razón que hemos decidido enfocar nuestro trabajo de análisis estratégico, en un área que tiene gran importancia en la Universidad Icesi, la Oficina de Apoyo Financiero.

Puesto Cali	Institución universitaria	Puntaje	Puesto
		Promedio	Nacional
#1	<u>Universidad Icesi</u>	11,09	4
#2	<u>Universidad Javeriana de Cali</u>	10,56	16
#3	<u>Universidad del Valle</u>	10,54	18
#4	<u>Universidad Autónoma de Occidente</u>	10,31	33
#5	<u>Universidad de San Buenaventura</u>	10,11	52
#6	<u>Universidad Libre de Cali</u>	9,88	84
#7	<u>Universidad Santiago de Cali</u>	9,88	86

(Universia, 2014)

Igualmente queremos tomar como referencia a la **universidad Javeriana**, para mostrar su que cuenta con una tienda universitaria, para esto consultamos sobre esta institución.

El 6 de octubre de 1970, en el Colegio Berchmans en Cali, cincuenta y tres estudiantes de Contaduría empezaron su formación. Cuarenta y dos años después, la transformación resulta impresionante: 5.200 estudiantes de pregrado, 800 estudiantes de posgrado, 19 carreras, 16 especializaciones, 5 maestrías, 240 profesores de planta, 441 profesores de hora cátedra, 6 programas con acreditación de alta calidad, más de 16.000 egresados, 36 grupos de investigación, un espléndido campus de 155.000 metros cuadrados equipado con laboratorios de excelencia, aulas con las mejores ayudas didácticas y tecnología de punta.

La frágil criatura, que dio sus primeros pasos como un programa temporal de extensión, se ha convertido en una institución adulta que ejerce un vigoroso liderazgo en la región. Este desarrollo sobresaliente ha sido posible, en primer lugar, gracias a la ayuda de Dios, que ha bendecido generosamente este proyecto apostólico; en segundo lugar, al apoyo entusiasta e irrestricto de la Sede Central; en tercer lugar, al trabajo incansable de jesuitas y laicos que le han apostado a este proyecto educativo; finalmente, a la sociedad vallecaucana, que ha creído en la obra educativa de los jesuitas y le ha confiado sus hijos.

Al igual que Icesi cuenta con 19 programas de pregrado hasta el momento. Dada la investigación que se ejerce conocimos un poco sobre la **Tienda Javeriana**.

Este establecimiento, perteneciente a la Oficina de Compras y Servicios Especiales, ofrece no solamente una selección cuidadosa de libros y publicaciones de apoyo a la actividad académica, sino que además cuenta con toda una gama de productos de interés para la comunidad universitaria. En el Edificio Las Palmas de la Universidad, de

acuerdo a la ubicación de esta tienda podemos observar que está bien ubicada, dado que es muy cercana a la entrada de la universidad y para los estudiantes es muy fácil pasar antes de sus clases por este establecimiento.

Para conocer acerca de la tienda se realizó una visita para conocer hace cuanto funciona este establecimiento en la universidad Javeriana y que ofrece: encontramos que la tienda Javeriana funciona hace 20 años y que tiene diferentes servicios de: Librería, papelería, venta de suvenires de Javeriana, Uniformes de medicina, detalles. Manejan un horario de 8 am hasta las 7:00 pm y los sábados de 9:00 am hasta las 12:00 pm. Este establecimiento es atendido por personal directo con la universidad pero tiene su propia organización de planeación, compras, proveedores.

Imágenes de la tienda universitaria Javeriana.



Modelo de negocio que buscamos

A fin de llegar al modelo adecuado para la implantación de una papelería en la Universidad Icesi que permita la comercialización de bienes y servicios a la comunidad Universitaria, nos sustentaremos en un modelo de negocio que ha marcado la pauta por su grado de innovación y servicio instaurado en España bajo el nombre de Carlin. En cual se basa en la estrategia de alianzas con los proveedores principales de los suministros de papelería para impactar con precios y con contenido. Es un servicio abierto a las personas (AUTOSERVICIO), donde cada persona puede experimentar experiencias con el lugar, es decir puedes ver todo lo que hay, sin restricción alguna.

Con estilo diferente a los negocios normales de este tipo.

Queremos además de presentar esta idea poder competir, como se nombra anteriormente nuestro modelo buscara alianzas estratégicas con proveedores de la región y del país como objetivo inicial. Para que todo tenga un precio muy justo.

También otra de nuestras ideas es involucrar a los estudiantes entregando productos que se puedan modificar a su gusto con un sistema en la web o por aplicación, para personalizar productos, como cuadernos, bolígrafos o maletas.

Se presenta un sistema de negocio creado para una comunidad cambiante, creativo, humano, e innovadora.

Consideramos que, crear un modelo de negocio que logre fusionar la venta de los productos inherentes a la papelería así como un buen servicio al cliente, asociado a herramientas tecnológicas sería en nuestro concepto un negocio innovador ya que la

tendencia del consumidor hoy día, se enfoca en poder encontrar todo o la mayoría en un mismo sitio que pueda brindar múltiples soluciones, convirtiendo al consumidor mismo en una estrategia de marketing multinivel.

También, los avances tecnológicos servirían de puente entre el negocio y el cliente, que permiten la interacción dinámica entre la oferta y la demanda de productos y servicios, que apoyados con diversas innovaciones y desarrollo de nuevos métodos cada vez más al alcance de los usuarios, se ha denotado un incremento en el desarrollo de negocios que faciliten la adquisición de los productos de una manera más práctica.

Los cambios en la economía mundial, han permitido generar oportunidades donde ha habido crisis.

La instauración de un servicio de papelería no es algo nuevo para la comunidad Universitaria, pero retomando las razones que llevaron al cierre del negocio, se hace necesario estudiar las necesidades de los consumidores y sus expectativas a fin de diseñar y desarrollar un proyecto viable, que satisfaga a un público cada vez más asociado con el uso de recursos tecnológicos.

El sector de servicios de papelería en las Universidades, desempeña un papel fundamental como locomotora en la dinámica comercial de los estudiantes y es un segmento que demanda productos y servicios no solamente en la época de matrículas sino a lo largo del año de manera constante, lo que puede significar una importante fuente de ingresos y la dinamización del consumo de elementos de papelería en los estudiantes.

Hoy en día los cambios tecnológicos obligan a las empresas a estar a la vanguardia del momento, llevándoles a una búsqueda de actualización constante de herramientas y redes para estar cada vez más cerca de los consumidores; es por ello que no es extraño encontrar incluso papelerías cibernéticas, donde la comunidad Universitaria esté en contacto directo con el servicio y es cuando surgen nuevas ideas de adquisición, compra, devolución o encargo de los productos. Las redes sociales por ejemplo, dinamizan y agilizan la adquisición de bienes y en muchos casos se convierten en la publicidad misma del negocio; por ello es tan importante mantener un código de ética definido y un servicio al cliente impecable porque ese comportamiento redundará en la atracción de nuevos clientes y ayudará a consolidar la empresa.

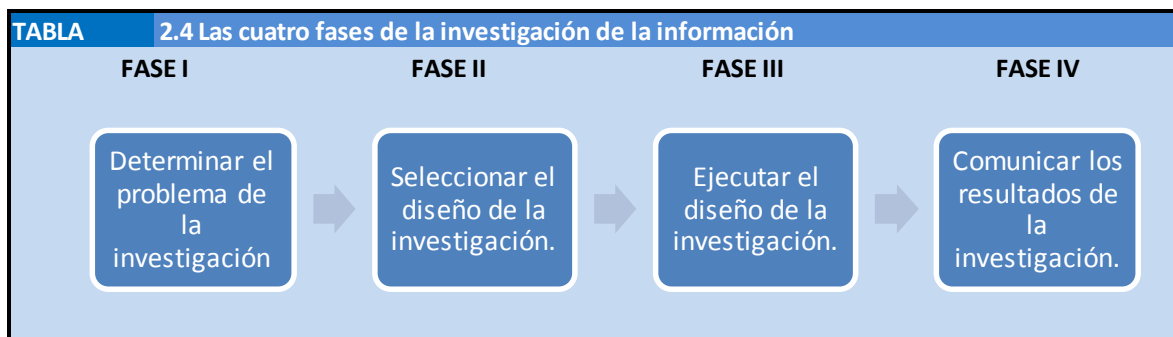
Hace unos años podríamos decir que una ventaja competitiva en el sector de venta de productos y servicios podría ser la creación de un portal en internet y sin duda en su momento las operaciones se multiplicaron, pero hoy en día no basta sólo con ello, pues cada vez es más frecuente el desarrollo de aplicaciones Apps en los móviles que permiten una interacción directa entre el cliente y la empresa.

6. METODOLOGÍA.

La investigación de mercados

“La investigación de mercados es un proceso sistemático. Las tareas de este proceso comprenden el diseño de métodos para recopilar información, administrar la recolección de información, analizar e interpretar los resultados para comunicarlos a quienes toman las decisiones” (Ortinou, 2010), por lo tanto es importante para el desarrollo del proyecto realizar una investigación de mercados que nos ayudará a tomar decisiones claras con respecto a la realidad.

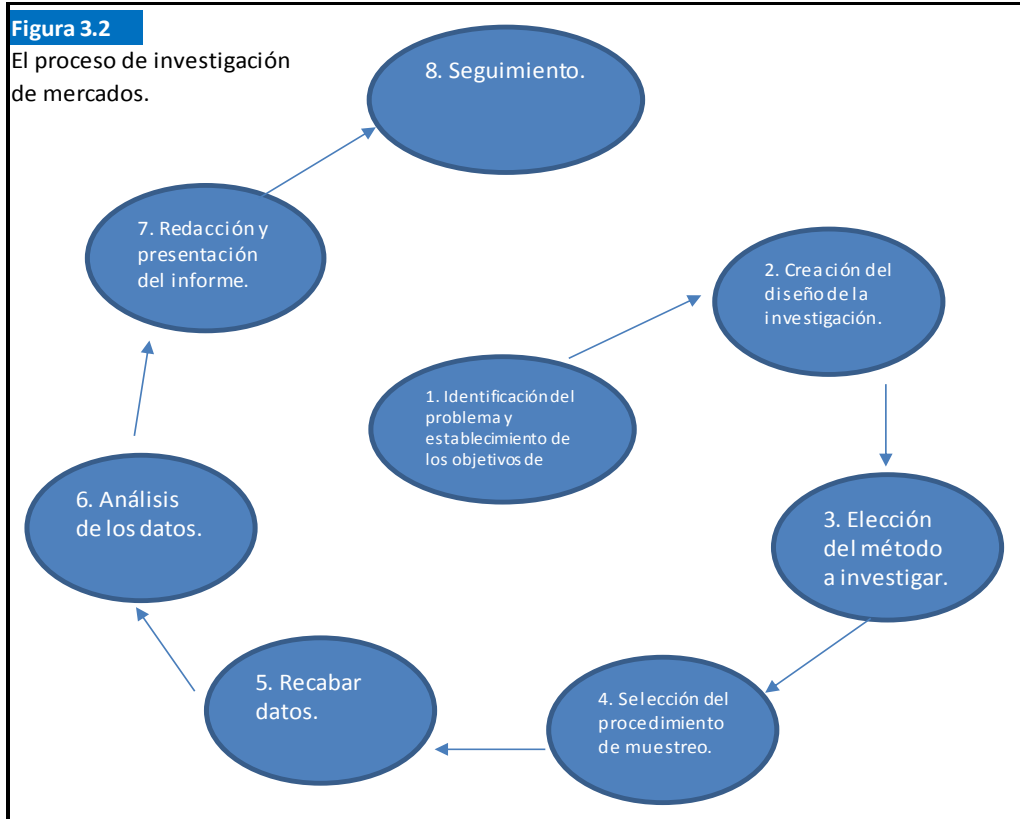
El plan de la investigación de mercados está orientado en 8 pasos según (Carl J McDaniel, 2011), al igual que lo hace (Ortinou, 2010) en 4 fases de la investigación.



Cuadro No. 1 Las 4 Fases de la investigación de (Ortinou, 2010)

Figura 3.2

El proceso de investigación de mercados.



Cuadro No. 2 – Los 8 pasos de la Investigación de (Carl J McDaniel, 2011)

Fase 1. Determinación del problema

Determinar el problema de investigación, con el cual se busca identificar las necesidades de la información, definir el problema, aclarar y definir cuáles serán nuestros objetivos. Para poder llevar a cabo nuestra investigación este será el inicio. También nos lleva a un análisis situacional el cual nos lleva a comprender que factores son consecuencia del problema y lo que podría ocurrir en el futuro.

Fase 2. Seleccionar el diseño de la investigación

Es un plan a seguir con los objetivos donde se busca la calidad de la información con los recursos que se poseen. Para (Ortinou, 2010), hay tres categorías de diseños de investigación: exploratoria, descriptiva y causal.

- **“La investigación exploratoria:** Estudio para generar ideas que sirvan para definir el problema y aumentar el conocimiento de los motivos, actitudes y conductas de los consumidores” Generalmente utilizado para ampliar información y ayudar a aclarar el problema de investigación.
- **La investigación descriptiva:** Sencillamente (Carl J McDaniel, 2011) los presenta como los estudios para responder a las preguntas de quién, qué, en dónde y cómo. Utilizando una o más variables. “Los estudios descriptivos proporcionan información sobre la competencia, mercados objetivo y factores ambientales” (Ortinou, 2010)
- **La investigación causal:** permite identificar cuando una variable es causalidad de otra, es decir una variable independiente influye en una dependiente.

Quiero tomar el paso 3 de (Carl J McDaniel, 2011). Elección del método de Investigación, donde se busca lo mejor para nuestra investigación en este caso escoger entre la investigación descriptiva (encuestas y observación) o causal (experimentos).

Para la viabilidad de apertura de una papelería en la universidad Icesi, trabajaremos con la investigación descriptiva para el desarrollo del problema y de los objetivos.

Plan de muestreo

“la población objetivo relevante. Al reunir los datos, los investigadores escogen si los toman de un censo o una muestra.”

Para la investigación se tomara una muestra de 120 personas de la población objetivo definido de 6.200 personas aproximadamente.

Enfoques de la investigación:

Aunque existen muchos enfoques investigativos se presentan dos muy importantes para el desarrollo de una investigación desde el siglo XX, según (metodología de la investigación) estos enfoques son el cuantitativo y cualitativo que según metodología de la investigación, presentan similitudes en sus fases:

- a) Lleva a cabo observación y evaluación de fenómenos
- b) Establece suspensiones o ideas como consecuencia de la observación y evaluación realizada,
- c) Demuestra el grado en que las suposiciones o idea tienen fundamento
- d) Revisan tales suposiciones o ideas sobre la base de las pruebas o del análisis.
- e) Proponen nuevas observaciones y evaluaciones para esclarecer, modificar y fundamentar las suposiciones e ideas; o incluso para generar otras.

De acuerdo a lo anterior es necesario entender cada enfoque desde sus características y propósitos.

Enfoque cuantitativo: es un proceso en el que se desarrollan pasos necesarios para demostrar con herramientas, como la recolección de datos, la medición numérica, para obtener resultados para tomar decisiones.

Dentro de la cual encontramos la **investigación descriptiva**, “Las prácticas cuantitativas están animadas por la necesidad de recolectar suficiente información de muchos miembros (200 o más) de la población definida, de modo que sea posible hacer inferencias precisas sobre los factores del mercado y los fenómenos que se investigan.” De acuerdo con los requerimiento de la investigación descriptiva se cumplen los tres factores nombrados en el capítulo 8 de (Ortinou, 2010)

1) la naturaleza del problema de decisión o la oportunidad inicial, 2) el conjunto de las preguntas de investigación, y 3) los objetivos de investigación. Cuando la naturaleza del problema de investigación o la oportunidad inicial es describir características específicas de situaciones del mercado o evaluar las estrategias actuales de la mezcla de marketing, el diseño de investigación descriptiva es la opción adecuada”

Apoyados en la investigación descriptiva utilizaremos la encuesta o cuestionario, con preguntas estructuradas y no estructuradas que permitirán medir diferentes variables.

“Un cuestionario es un conjunto de preguntas diseñado para generar la información necesaria para lograr los objetivos de la investigación” (Carl J McDaniel, 2011) cap.12

Para el desarrollo del cuestionario se ha tenido en cuenta que contenga toda la información sobre lo que piensan, quieren y conocen sobre Papelería la población de la universidad Icesi.

Objetivos cuestionario.

- Conocer si la población de la universidad siente la necesidad de un establecimiento de papelería.
- Cual es sitio apropiado en la universidad para una papelería
- Las particularidades que debería tener una papelería universitaria.
- Conocer cómo se siente frente a otros servicios que ofrece la universidad.

Método de recolección de datos:

Según (Carl J McDaniel, 2011), existen diferentes formas de recolección como internet, teléfono, correo o auto aplicación. En nuestro caso el cuestionario está diseñado para realizarlo personalmente, para tener la oportunidad de aclarar preguntas y observar actitudes.

Determinación del Formato de respuesta de las preguntas:
Generalmente para (Carl J McDaniel, 2011) se utilizan preguntas abiertas, cerradas y de respuesta con escala.

“Preguntas abiertas: son las que el entrevistador responde con sus propias palabras”
De acuerdo a la ventaja de las preguntas abiertas en las que se puede lograr que el entrevistador explique propiamente nuestro cuestionario cuenta con 3 de ellas en las que se espera que analizar las reacciones y actitudes, además de poder encontrar información adicional y soportar las preguntas cerradas.

“Preguntas cerradas: requieren que el entrevistador elija de una lista de respuestas”

El cuestionario para nuestra investigación, cuenta con 2 preguntas cerradas, 9 preguntas cerradas múltiples decir que tiene más de 3 alternativas. Y 4 preguntas dicotómicas es decir tendrán que escoger solo entre 2 opciones.

En el cuestionario también se tenido en cuenta una pregunta de salto.

Y por último las 2 preguntas en escala: preguntas cerradas en las que las opciones de respuesta están diseñadas para capturar la intensidad del sentimiento del entrevistado.

Enfoque cualitativo: también presenta la recolección de los datos sin embargo aquí no hay medición numérica, sino que se emplean herramientas de observación, exploración, con las personas es más subjetivo. Es decir de acuerdo a los conocimientos de las personas que lo ejecutan.

En el cual encontramos las entrevistas personales que se llevaran acabó para esta investigación.

Por lo anterior la investigación que se realizara es con enfoque mixto, donde se tomara como principal método de investigación el enfoque cuantitativo, pero también es necesario retomar detalles del enfoque cualitativo.

7. FICHA TÉCNICA

<u>FICHA TÉCNICA</u>	
Nombre del proyecto	Viabilidad de apertura de una papelería en las instalaciones de la universidad Ices
Responsables	Paola Catherine Cruz - Paola Hernández
Investigación encargada por	Proyecto de grado Universidad Icesi
Tipo de investigación	Investigación cuantitativa descriptiva
Técnica de recolección	Encuesta -Entrevista presencial
Tipo de instrumento	Cuestionario con preguntas estructuradas y no estructuradas
Población objetivo	Comunidad Icesi
Universo	7200 personas
Tamaño de la muestra	120 Entrevistados: 86 Estudiantes, 24 Colaboradores administrativos, 10 Profesores
Margen de error/Nivel de confianza	M.E. 8,9% y N.C. 91,1%
Fecha de realización trabajo de campo	07 de abril al 04 de mayo de 2014

8. ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN

-Población encuestada

Profesor hora catedra	6%
Profesor Tiempo completo	5%
Estudiante de pregrado entre 1 a 5 semestres	55%
Estudiante de pregrado entre 6 a 10 semestres	30%
Estudiante de postgrado	3%
	100%

-Muestra Profesores y estudiantes

Estudiante	71%
Docente	8%
Administrativo	20%
	100%

-Rango de edad de los encuestados

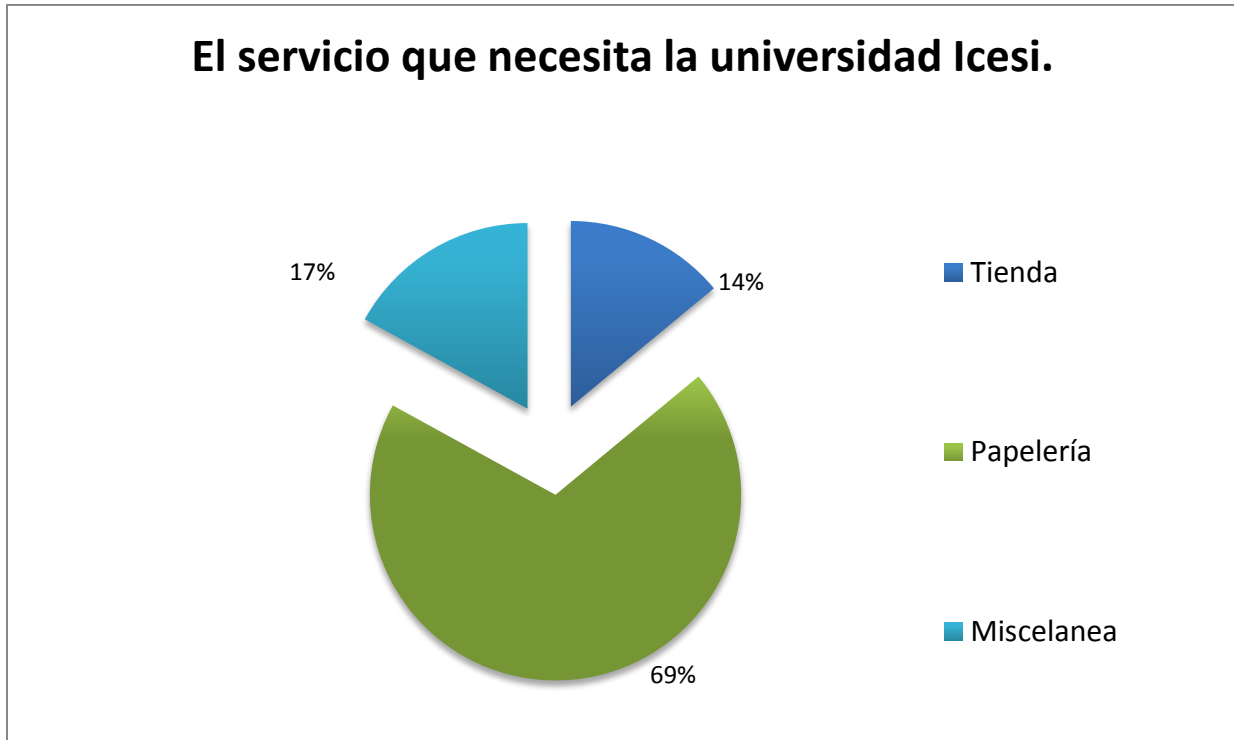
15 a 25 años	70%
26 a 36 años	11%
37 a 47 años	13%
48 a 58 años	6%
De 59 a más	0%
	100%

- Género

Masculino	43%
Femenino	57%
	100%

8.1 GRAFICAS

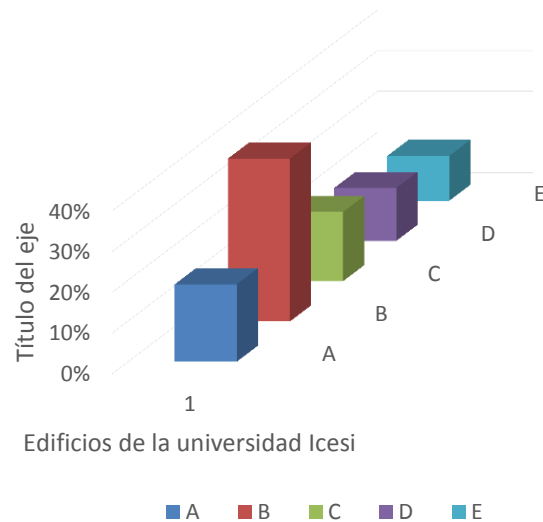
De acuerdo con nuestra investigación y recolección de datos del cuestionario, podemos mostrar resultados prometedores para viabilidad del proyecto de una papelería, esto los soportamos en las siguientes graficas:



Grafica No. 1 Muestra: 120 Fuente propia

Entre las preguntas que incluimos en el cuestionario, era mostrar dos opciones más acompañando nuestra idea de una papelería, encontrando que un 69% que es un porcentaje alto valora poder contar con este servicio, su posición era interesados en el tema, o apoyando el mismo.

Lugar estratégico para la papelería en Icesi.



Grafica No. 2 Muestra: 120 Fuente propia

Con respecto al lugar es difícil poder contar con un espacio en la universidad debido a su planificación de la planta física, sin embargo era importante conocer cuál era el sitio que sería más atractivo y fácil para los estudiantes, docente, y colaboradores.

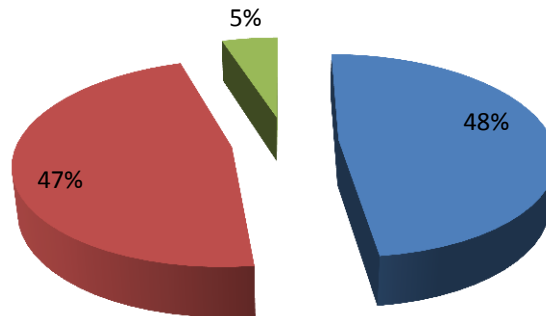
Logramos identificar su mayor inclinación de la muestra fue por la parte céntrica de la universidad entre los edificios A y B, con mayor impacto en el edificio B.

Estos resultados también nos conllevan a relacionar el espacio con la antigua librería que se ubicaba en el edificio B, y que muchos quedaron con la imagen de encontrar sus artículos allí.

Por lo tanto es necesario tomar como referente el resultado y analizar qué tan conveniente es lograr ubicarse en el mismo plano.

La aceptación de una papelería en la universidad Icesi.

■ Totalmente de acuerdo ■ De acuerdo ■ Desacuerdo



Grafica No. 3 Muestra: 120 Fuente propia

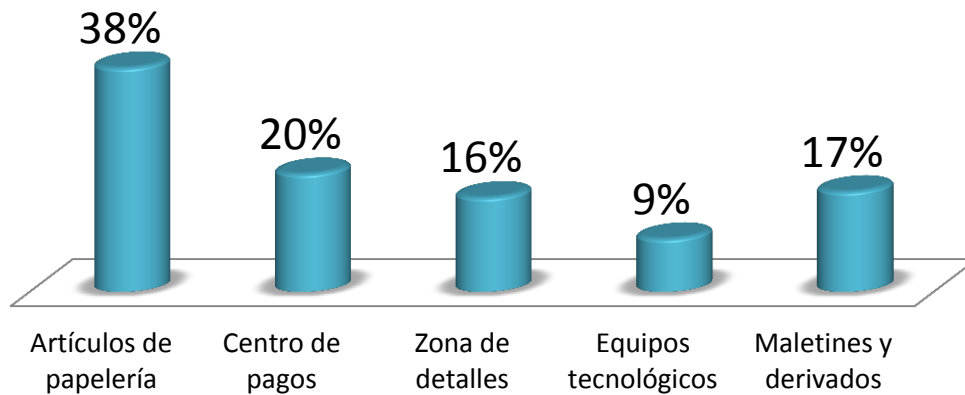
Para enfatizar en el tema y replantear la gráfica 1, era necesario conocer que tan de acuerdo estaba la muestra con el proyecto propuesto.

Para esto utilizamos una pregunta de escala en la que se evidencio entre muy de acuerdo y de acuerdo que estaban interesados en la instalación de este servicio y que por lo tanto también visitarían y serian demandantes de él.

Se pudo observar que con esta pregunta también existe ambivalencia, dado que se podría pensar con la opción de acuerdo que también es una posición de me gustaría, más no es importante. Y es de cuidado dado que es un porcentaje alto y muy igual al muy de acuerdo.

Esto asocia con los sitios cercanos donde pueden encontrar estos implementos y servicios de una papelería. Las personas pueden pensar que de no existir el servicio en la universidad igual pueden contar con uno muy cerca.

La población de la Universidad Icesi le gustaría encontrar los siguientes servicios en una papelería Icesi.



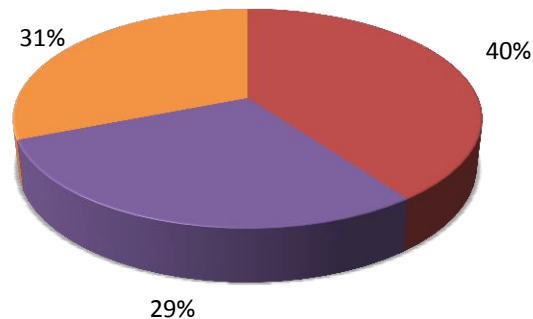
Grafica No. 4 Muestra: 120 Fuente propia

Para cumplir igualmente con los objetivos de la investigación, necesitamos conocer cuales necesidades que podría brindar el proyecto les gustaba más.

Observamos que las personas opinaban abiertamente de que les gustaría encontrar variedad sin dejar de ser un establecimiento de papelería, y porcentaje no muy alto pero que fue atractivo es el servicio de centro de pagos, dado que esto evitaría traslados o ausencia de sus actividades académicas o laborales.

Lugares donde compran regularmente sus artículos de papelería.

- Centro comerciales
- Papelerías cercanas a su casa
- Cerca de la universidad. (Red point- Carulla)



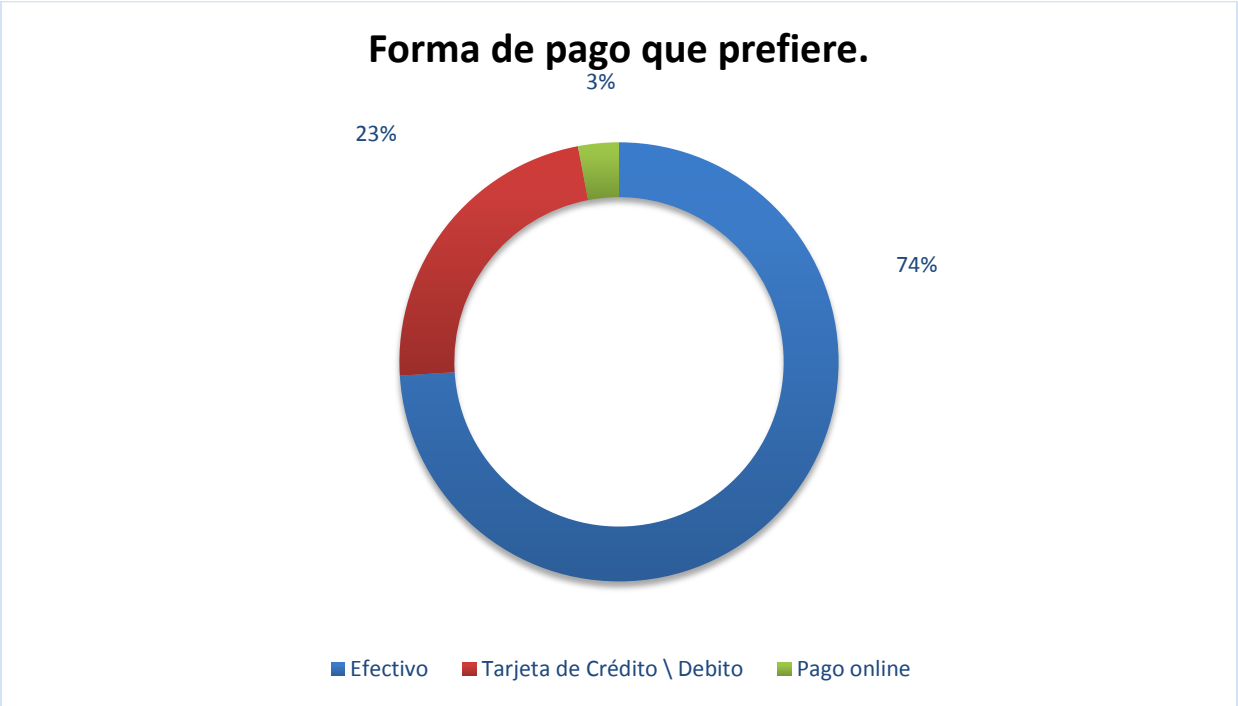
Grafica No. 5 Muestra: 120 Fuente propia

Conocer las opciones más comunes de comprar de artículos o servicios de papelería, es una información que nos brinda un panorama de cuál es el estilo o modelo de lo que buscan, y lo más importante era saber si los sitios cercanos de comprar estaban siendo utilizados o visitados.

Aun no siendo un porcentaje de muy alto el 30 % nos muestra de que muchas veces la muestra debe desplazarse a papelerías o centros comerciales en busca de estos servicios.

Algunos mencionaban cosas como comprar cerca de la universidad resultaba muy costoso, tomaba tiempo y no era muy como desplazarse a estos sitios.

También que en varias ocasiones no había un buen servicio para el cliente.



Grafica No. 6 Muestra: 120 Fuente propia

Con la pregunta de forma de pago, necesitábamos saber qué es lo que más utilizaban en especial los estudiantes para comprar. Y de esta manera diseñar un modelo que se adapte a ellos con facilidad. Culturalmente un 74% prefiere realizar pagos en efectivo mientras solo un 3% estaría dispuesto a realizar sus compra on line. Esto se debe igualmente a que no existe una cultura de confianza cuando se trata de comprar por la web.

Pero es un tema a trabajar y desarrollar para mejorar el servicio desde este plano y como se podría volver interesante.



Grafica No. 7 Muestra: 120 Fuente propia

Conocer si un estudiante necesita un artículo de papelería nos llevaría a pensar si este negocio podría ser realmente necesario en la universidad.

Encontramos que un 50% de la población como mínimo un artículo de papelería hace una semana y 33% hace un mes.

Con este resultado es necesario indagar un poco más que es lo que están demandando para tomar una decisión más acertada.

9. ASPECTOS LEGALES

9.1 Requisitos legales, necesarios para la creación de una papelería en las instalaciones de la universidad Icesi

Entrevista 1

Fecha: 28 de noviembre de 2014

Lugar: Universidad Icesi

Oficina de ingeniero Hernán Felipe Gil

Jefe de Planta Física, Servicios generales y compra.

1. Percepción de la idea. El ingeniero nos habla de la experiencia que tuvo con la librería, la cual tuvo que cerrar dado que los estudiantes fotocopiaban los libros o sencillamente los prestaban, el dueño de este establecimiento busco mantenerse con otros servicios de papelería, minutos, pero de igual forma no fue posible y termino su contrato con la universidad.

Su opinión es que debe pensarse muy bien lo que se va a ofrecer dado que se debe tener en cuenta que tanto los lápices, como el papel entra en desuso, dice también que se puede pensar en clientes objetivos como los estudiantes de diseño.

Además manifiesta que conoce sobre un proyecto que está manejando mercadeo institucional sobre una tienda universitaria y sugiere que antes de seguir con la investigación conocer si este proyecto no va en contra del de la papelería.

2. Cuáles son los requerimientos para abrir una papelería en las instalaciones de la universidad: “La papelería deberá estar constituida legalmente, y funcionaria como un negocio autónomo, al cual se le cobraría por metro cuadrado requerido, y de acuerdo a los servicios y productos que se vendan, con su respectivo contrato. Una vez se conozca la ubicación. Para adquirir el espacio primero deben estar satisfechas las necesidades de espacio requeridas por la universidad.

Entrevista 2

Fecha: 02 de diciembre de 2014

Lugar: Universidad Icesi

Natalia Giraldo Jefe de comunicación

La señora Natalia después de escuchar la propuesta de una papelería en la universidad confirma que este proyecto no va en contra de la tienda universitaria que tienen como propuesta el departamento de mercadeo institucional, dado que su enfoque serán los suvenires de la universidad y no quieren tener ningún otro servicio.

Dice además que le es una idea importante que les facilitaría la vida universitaria a los estudiantes y empleados, Esperaría otros servicios conjuntos como envíos o centros de pago.

10. CONCLUSIONES

- De acuerdo a nuestras entrevistas podemos reconocer que la universidad Icesi, no cuenta con espacio libres para este negocio, per de quererse plantear o establecer es necesario hacerlo de acuerdo a un plan de negocios y se haría de forma independiente, donde la universidad solo estaría pactando con la empresa que la constituya un contrato por metros cuadrados.
- Es necesario mejorar el plan investigativo para conocer la demanda de los artículos que demanda la comunidad Icesi.
- Aunque la comunidad en su gran mayoría está de acuerdo con la idea de la papelería, existen vacíos en la investigación que no permiten definir con seguridad si es realmente viable el proyecto.

11. ANEXOS

Cuestionario aplicado.

ENCUESTA PARA ESTUDIO DE CREACION DE UNA PAPELERIA EN LOS ESPACIOS DE LA UNIVERSIDAD ICESI.

Buenos días, mi nombre es _____, soy estudiante de la Universidad Icesi y estoy adelantando una investigación de mercado, para un proyecto de negocio que se presentará a la Universidad. Es tan amable de atendernos unos minutos.

Se presenta la siguiente encuesta con fines de una investigación de carácter académico, informando que todos sus datos recibirán un tratamiento exclusivamente interno y confidencial y sólo serán utilizados para verificación de la realización de esta encuesta.

Nombre:	
Teléfono	
Correo electrónico	
Estrato	

1. Para empezar usted en la universidad es:

Estudiante.....	1
Docente.....	2
Administrativo...	3

2. Solo para profesores y estudiantes:

Profesor hora catedra	Tiempo:
Profesor Tiempo completo	Tiempo:
Estudiante de pregrado entre 1 a 5 semestres	1
Estudiante de pregrado entre 6 a 10 semestres	2
Estudiante de postgrado	3

3. ¿A qué rango de edad pertenece?

15 a 25 años	1
26 a 36 años	2
37 a 47 años	3
48 a 58 años	4
De 59 a más	5

4. Género

Masculino	1
Femenino	2

5. Ahora vamos a clarificar la experiencia que ha tenido con los servicios que ofrece la universidad. donde 5 es una experiencia satisfactoria y 1 una experiencia insatisfactoria.

Servicios de la universidad Icesi						
1.	La cafeterías de la universidad	1	2	3	4	5
2.	El servicio de la Fotocopiadora	1	2	3	4	5
3.	El servicio de Biblioteca	1	2	3	4	5
4.	El servicio de Multimedia	1	2	3	4	5
5.	El servicio de Papelería	1	2	3	4	5

6. De acuerdo a las siguientes opciones, que servicios a su parecer hacen falta en la universidad?

Tienda	1
Papelería	2
Miscelanea	3
Otro: _____	

7. ¿Cuál sería para usted el lugar más estratégico (edificio) en la universidad, para el servicio de papelería?

A	B	C	D	E
1	2	3	4	5

8. ¿Usted conoce que existió una papelería anteriormente en la universidad Icesi?

SI	1
NO	2

Si su respuesta es afirmativa (SI), por favor continúe con la preguntas 9 si su respuesta es negativa (NO), continúe con la pregunta 10

9. ¿Sabe qué pasó con la papelería?

10. ¿Por qué cree que no funcionó la papelería?

11. Generalmente ¿dónde compra los artículos y servicios de papelería?

Centro comerciales	1
Papelerías cercanas a su casa	2
Cerca de la universidad. (Red point- Carulla)	3

12. ¿Está usted de acuerdo que una papelería es necesaria en la universidad?

Totalmente de acuerdo	1
De acuerdo	2
Desacuerdo	3

13. ¿Usted visitaría esta papelería? SI___1 No___2

14. Si su respuesta es negativa (No), cuáles serían estas razones:

15. De que existiera el servicio de papelería en la universidad. Usted esperaría encontrar:

(Puede marcar mas de una opción)

Artículos de papelería	1
Centro de pagos	2
Zona de detalles	3
Equipos tecnológicos	4
Maletines y derivados	5

16. Entre las siguientes opciones de pago, ¿cuál prefiere para el servicio de papelería en la universidad?

Efectivo	1
Tarjeta de Crédito \ Debito	2
Pago online	3

17. Usted prefiere un servicio de:

Papelería	1
Miscelánea	2

18. ¿Cuándo fue la última vez que compro un producto de papelería?

Hace una semana	1
Hace dos semanas	2
Hace un mes	3

Agradecemos su colaboración para este estudio.

Bibliografía

Carl J McDaniel, R. G. (2011). *Investigación de Mercados*. Mexico: Cengage.

EL País., P. (01 de Septiembre de 2014). *En Cali habitan 2.530.756 personas*. Recuperado el Mayo de 2015, de www.elpais.com.co:
<http://historico.elpais.com.co/paisonline/calionline/notas/Junio152006/ca3.html>

Icesi-Boletín. (2014). *Universidad Icesi*. Recuperado el 2015, de
<http://www.icesi.edu.co/imgs/contenido/pdfs/boletin2014/2014icesiencifras.pdf>

Ortinau, J. F.-R.-D. (2010). *Investigación de Mercados*. Mexico: Mc Graw Hill.