

CAPÍTULO II

ANÁLISIS SITUACIONAL

El análisis situacional es un estudio que se realiza para conocer como se encuentra una empresa en un determinado momento, con respecto a las diferentes fuerzas que influyen en las funciones de la entidad. Se analiza el impacto que tienen todos los factores internos y externos, en las labores de ésta.

El análisis situacional permite conocer la potencialidad de la empresa, sus fortalezas, debilidades y amenazas, para saber con claridad el escenario en el que se está desarrollando y como aprovecharlo de mejor manera.

El macroambiente encierra a todos los factores y variables sobre las cuales la empresa no tiene influencia alguna, como factores económicos, sociales, políticos, tecnológicos, demográficos, naturales, por tanto a la empresa no le queda más que adaptarse.

El microambiente encierra a todos los factores y variables sobre los cuales la empresa puede influir en su modificación, como por ejemplo los clientes, proveedores, sus relaciones y características, productos.

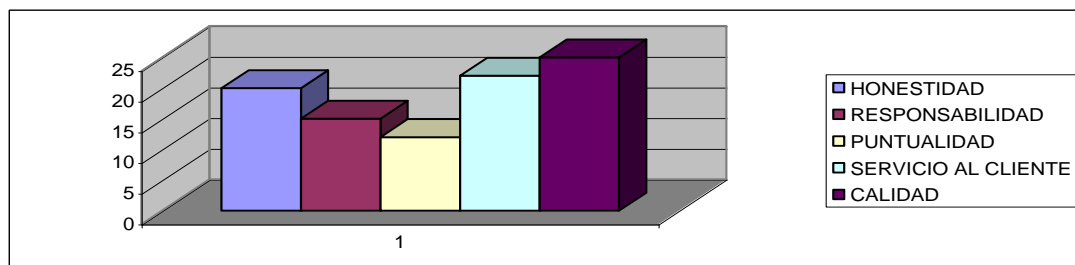
El interno es el que vive dentro de las empresas, se habla de todo lo que es ésta, tanto en su estructura orgánica como en la infraestructura física, de sus capacidades financieras, tecnológicas, entre otras, cómo está preparada para enfrentar los diferentes obstáculos que se le presenten.

2.1 Análisis Interno

2.1.1 Área administrativa

En este punto se realizará un análisis de como se está administrando a la empresa y cómo esto influye en su desarrollo.

2.1.1.1 Planificación



1. Indique en orden de importancia los principios y valores que existen en la empresa:

Como se puede ver en el gráfico la calidad, honestidad y el servicio al cliente están considerados por los integrantes de la empresa como los tres primeros principios y valores fundamentales en la empresa, lo que hace que la misma tenga una Fortaleza Alta.

Para esta tabulación se tomó en cuenta cada prioridad con una calificación de uno a cinco, siendo el cinco el de mayor prioridad.

2. Dichos principios y valores constan en un documento de la empresa:



Esto en la Imprenta Claridad es considerado una Debilidad Alta, ya que el 100% de los valores y principios no constan en un documento de la empresa.

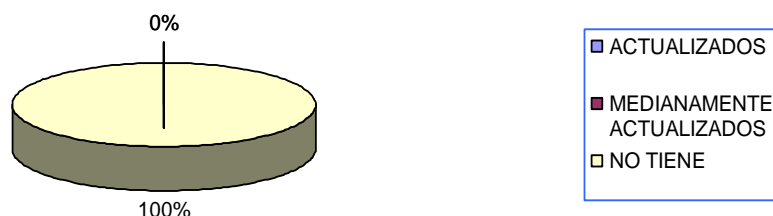
3. Las estrategias que mantiene la empresa son:



En la Imprenta no se ha identificado estrategias a seguir, por lo tanto es considerado una Debilidad Alta.

2.1.1.2 Organización

1. La empresa cuenta con estatutos:



La empresa no tiene estatutos en los cuales se describan a la organización por lo tanto se considera una Debilidad Alta.

2. Cuenta con organigramas:



En Imprenta Claridad no se cuenta con organigramas que nos ayuden a ver los puestos de trabajo y se considera una Debilidad Alta.

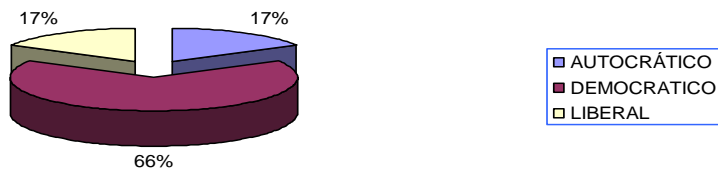
3. Existe un manual funcional a nivel de áreas o funciones en “Imprenta Claridad”:



Es una Debilidad Alta, que la empresa no tenga un manual ya que no se puede rotar al personal debido a la especialización en cada uno de los puestos.

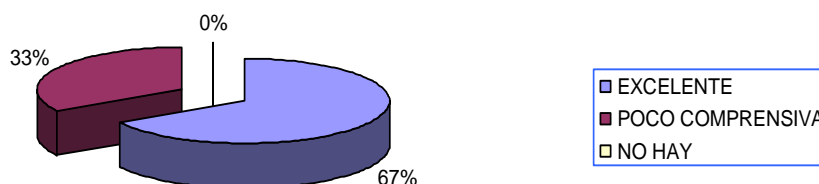
2.1.1.3 Dirección

1. El liderazgo que tiene el gerente es:



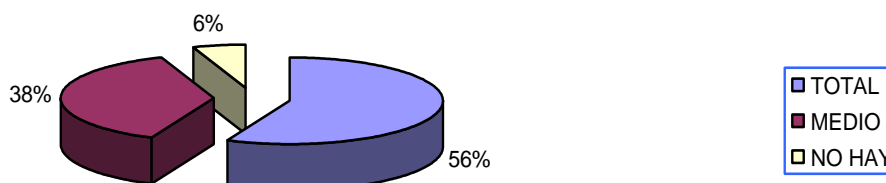
En Imprenta Claridad se considera una Fortaleza Media, el que el 17% piense que el gerente tiene un liderazgo autocrático, el 17% que es liberal y el 66% que es democrático.

2. La comunicación dentro de la empresa se efectúa en forma:



Los empleados piensan que la comunicación en la empresa es excelente en un 67%, poco comprensiva el 33% y que no hay un 0%. Esto es considerado una Fortaleza Media.

La Imprenta por su organización tiene una comunicación directa esto es muy importante, ya que la información hace que se cometa menos errores.



3. El grado de motivación y compromiso de los trabajadores es:

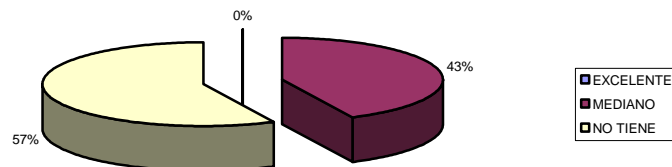
El grado de motivación y compromiso en Imprenta Claridad es un 56% total, en 38% medio y el 6% no hay, esto es considerado una Debilidad Media.

Esta comprobado que los empleados producen de mejor forma, cuando se encuentran comprometidos y motivados en su puesto de trabajo.

2.1.1.4 Control

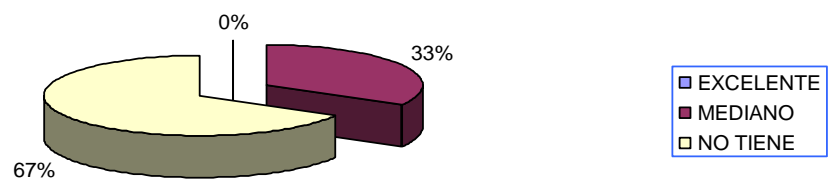
1. El control que la empresa realiza respecto a las siguientes áreas es:

Ventas:



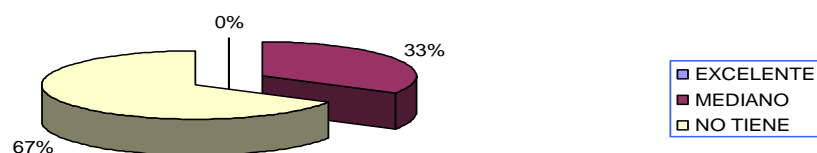
Se considera una Debilidad Alta el que el control que la empresa tiene respecto a las ventas 0% excelente, 43% mediano y 57% no tiene.

Recursos Humanos:



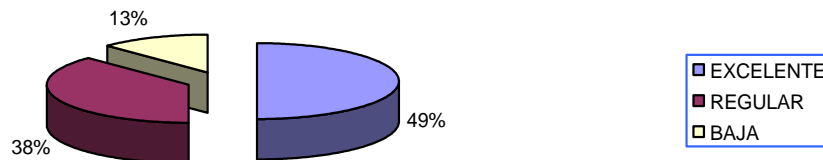
Se considera una Debilidad Alta, el que el control de la empresa en cuanto a recursos humanos es excelente en 0%, mediano un 33% y 67% no tiene.

Compras:



Se considera una Debilidad Media, el que el control de la empresa en cuanto a compras es excelente en 0%, mediano un 33% y 67% no tiene.

2. La recuperación de cartera (Cuentas por cobrar) es:



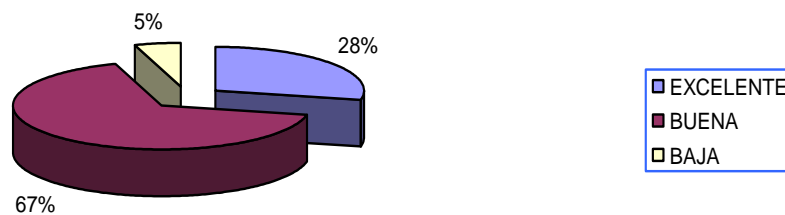
En Imprenta Claridad la mayoría de sus ventas son a crédito y su cartera no es tan recuperable, esto se considera una Debilidad Media, el que la recuperación de cartera sea excelente en un 49%, regular 38% y 13% baja.

3. El sistema contable que lleva permite a la empresa obtener estados financieros:



El no contar con un sistema contable se considera una Debilidad Alta.

4. La utilidad que la empresa obtiene es:



Se considera una Fortaleza Media, el que el las utilidades que se obtienen en la empresa sean excelentes en un 28%, buena en un 67% y 5% es baja.

2.1.1.5 Departamento de Contabilidad

El ocupante del cargo deberá planificar, organizar, dirigir y controlar los procesos, proyectos, programas y acciones financieras encaminadas a la obtención de resultados positivos para la Empresa.

Deberá tomar decisiones financieras y efectuar el análisis, planeación, toma de decisiones sobre financiamiento a corto y largo plazo.

A continuación se presenta el cuadro en el que se detalla los procesos del Departamento de Contabilidad.

Procesos del Departamento de Contabilidad

PROCESO	OBJETIVO	PRODUCTO
Control y uso de documentos	El propósito de este proceso es establecer control sobre los comprobantes, formularios, cualquier documento significativo que registre operaciones de registro financiero.	Sistema de control sobre la emisión de custodia y manejo de formularios
Autorización y registro de operaciones	Se requiere establecer procedimientos sencillos, eficaces y prácticos en su aplicación teniendo en cuenta la segregación de funciones y otros principios fundamentales del control interno.	Procedimientos de autorización
Cumplimiento de disposiciones legales	El objetivo del proceso mencionado, es constatar que se está respetando todas las normas y reglamentos para la contabilización de transacciones.	Contrato de Trabajo
Administración y conservación de registros	Los registros de las transacciones que se presenten en el departamento de contabilidad deben estar de acuerdo a los documentos que se adjuntan y se debe mantener un archivo lógico y ordenado para realizar el control adecuado.	Administración de registros contables

Sistema de Registro

El propósito de este proceso es llevar un registro adecuado y detallado de todos los ingresos de la imprenta.

Informes de ingresos

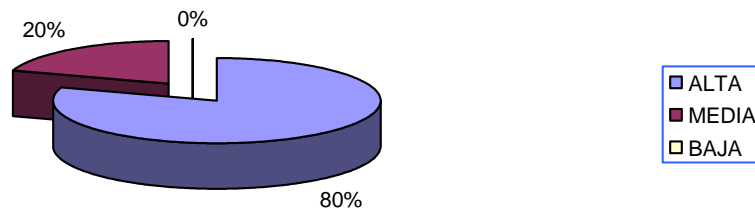
2.1.2 Área de Secretaría

En esta área se realizará un análisis de como se está recibiendo y entregando los trabajos y los ingresos que los mismos están otorgando a la empresa, esta es la más importante de las áreas ya que aquí se revisa todo el proceso desde la atención al cliente hasta la entrega del producto terminado.

Procesos del Área de Secretaría

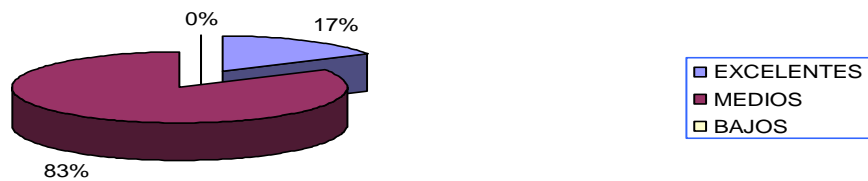
PROCESO	OBJETIVO	PRODUCTO
Atención al cliente	El propósito de este proceso es plasmar en la orden de trabajo los requisitos del cliente para su trabajo.	Orden de trabajo
Revisión e ingreso de datos pertinentes para la elaboración del trabajo	Se requiere establecer procedimientos sencillos, eficaces y prácticos para la obtención de información del cliente en los archivos de la empresa.	Orden de trabajo específica
Entrega orden de trabajo al departamento de Diseño	El objetivo del proceso mencionado, es constatar que se está cumpliendo con todos los requisitos del cliente y que el diseñador entienda cual es el trabajo.	Diseño del trabajo
Control del diseño.	Verificación física de que se cumplan con los requisitos de la orden de trabajo en la prueba de diseño y entrega de corrección al área de diseño.	Control de trabajo en el área de diseño.
Supervisión del trabajo	El propósito de este proceso es revisar que el producto cumpla con las especificaciones del cliente antes de ser entregado.	Trabajo terminado
Entrega del trabajo terminado	Realizar la entrega del trabajo al cliente	Observar la satisfacción del cliente
Entrega de Factura	El propósito de este proceso es revisar que la factura lleve los valores pactados con el cliente.	Entrega de factura al cliente
Verificación de valores	En este proceso se verificará el dinero con la factura	Recepción de dinero

1. Los artículos son de calidad:

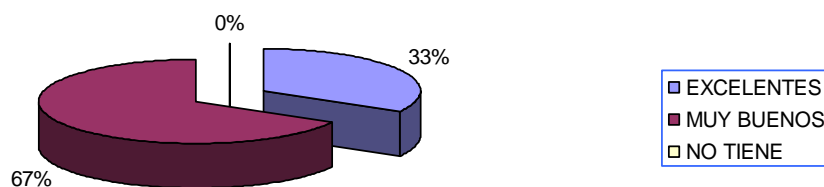


En la empresa se considera una Fortaleza Media, que los productos que se venden en “Imprenta Claridad” son de calidad alta un 80%, media un 20% y baja un 0%.

2. Los procesos de atención al cliente son:



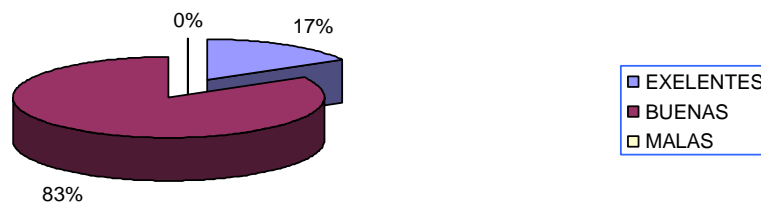
Los procesos de atención al cliente en “Imprenta Claridad” excelentes en un 17%, media un 83% y baja un 0%. Esto es considerado una Fortaleza Media,



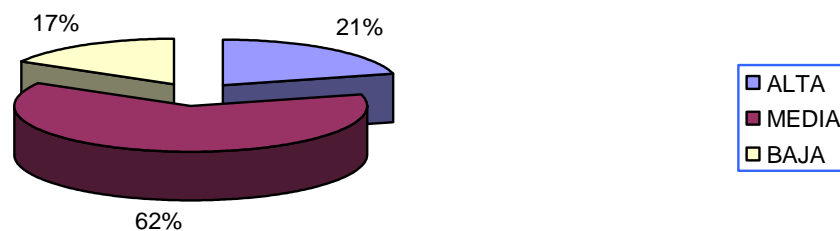
3. Los sistemas de comunicación de teléfono y fax son:

El que la empresa cuente con sistemas de comunicación, excelentes 33%, muy buenos el 67% y no tiene un 0%, es visto como una Fortaleza Media

4. Las ventas de la organización son:

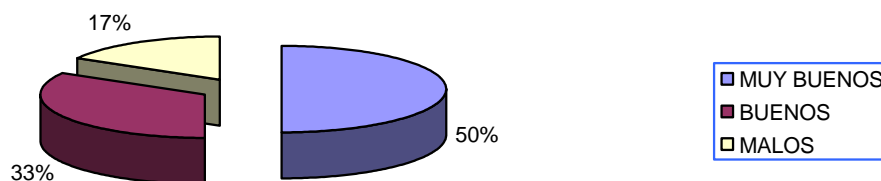


El que las ventas en la organización sean excelentes en un 17%, buena en un 83% y 0% es baja, es apreciado como una Fortaleza Media,



5. La publicidad de la empresa es:

En Imprenta Claridad se considera una Fortaleza Media, el que la publicidad sea alta 21%, media 62% y 17% es baja.



6. Los canales de distribución utilizados por la empresa son:

En la empresa se considera una Fortaleza Media, el que los canales de distribución sean muy buenos 50%, buenos el 33% y 17% es malo.

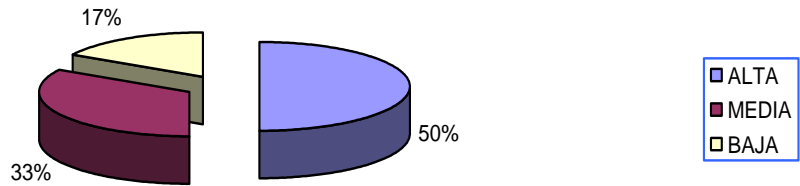
2.1.3 Área de diseño

En esta área se realizará el proceso de diseño teniendo en cuenta todas las especificaciones del cliente en cuanto a color tamaño y formas del trabajo, para esto se necesita tener un buen ambiente de trabajo para que todos los integrantes de la imprenta coordinen esfuerzos para entregar un trabajo que satisfaga las necesidades del cliente.

Procesos del Área de Diseño

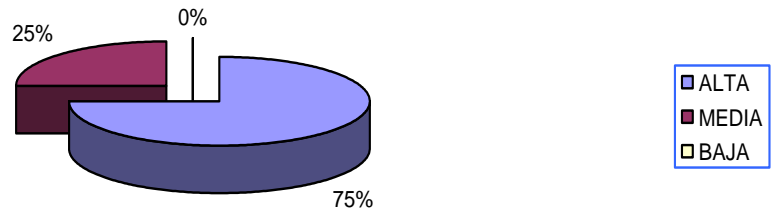
PROCESO	OBJETIVO	PRODUCTO
Especificación del trabajo	El propósito de este proceso es conocer el trabajo a ser elaborado.	Recepción orden de trabajo
Establecer diseños a elaborar	Se debe establecer procedimientos sencillos, eficaces y prácticos para el diseño del trabajo para el cliente con los archivos de la empresa.	Diseño del trabajo
Recepción prueba corregida	El objetivo del proceso mencionado, es rectificar todos los errores de la prueba.	Corrección de prueba
Impresión y Quemado de placas	Establecer el mejor proceso para la impresión y quemado de placas para la producción.	Entrega de Placas para procesar en producción.

1. Tiene todos los materiales adecuados para el diseño de los trabajos



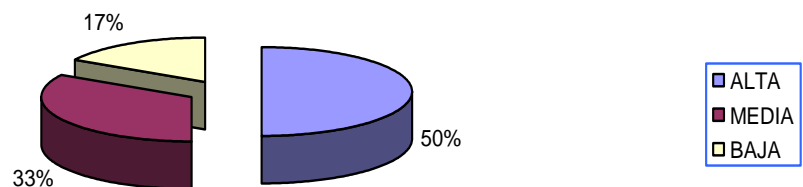
Se considera una Fortaleza media, que en el área de diseño se tenga materiales adecuados alta 50%, media un 33% y 17% Baja.

2. Los diseños son de calidad:



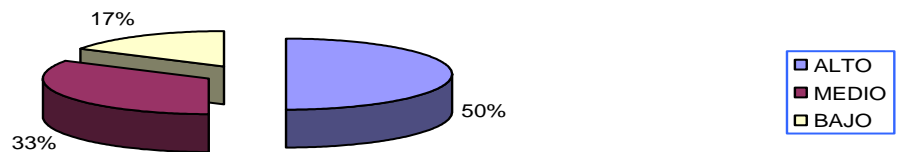
En Imprenta Claridad se considera una Fortaleza alta, el que los diseños de la empresa sean de calidad alta 50%, media un 33% y 17% Baja.

3. La tecnología utilizada es:



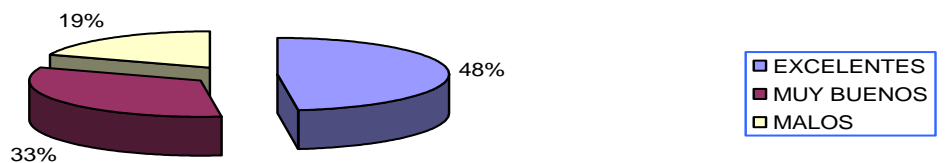
Se considera una Fortaleza media, el que la tecnología utilizada en el área de diseño de la empresa sea alta 50%, media un 33% y 17% Baja.

4. El nivel de formación del personal es:



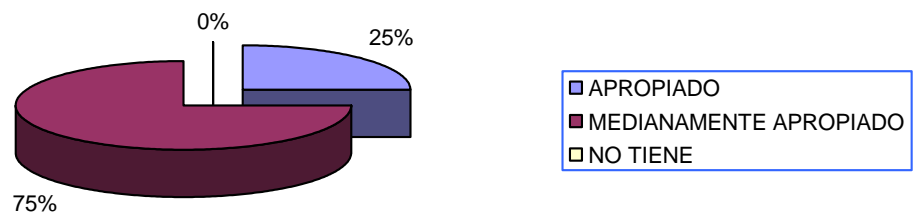
La formación del personal en la organización es alta 50%, media el 33% y 17% es baja, esto es apreciado como una Fortaleza media.

5. Los sistemas de computación son:



Los sistemas de computación en la empresa sean excelentes en 50%, muy buenos en 33% y malos en 19%. Esto es considerado una Fortaleza Media

6. Cuenta con un sistema de Internet:



Se considera una Fortaleza Alta, el que la empresa cuente con sistemas de Internet apropiado 25% medianamente apropiado 75% y no tiene en 0%.

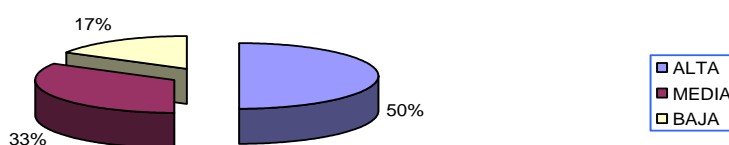
2.1.3 Área de Producción

Esta área es la de mayor sensibilidad en la empresa y debe tenerse un cuidado extremo, ya que de ellos depende que el trabajo se ejecute con todas las especificaciones, aquí debe definirse bien los colores y materiales adecuados para el producto terminado.

Procesos del Área de Producción

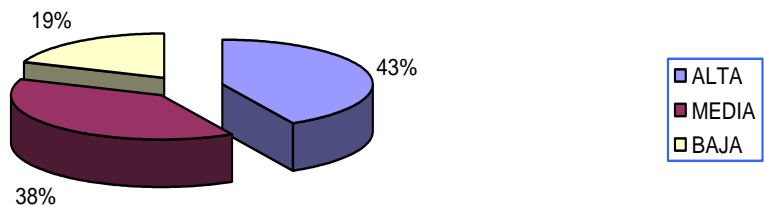
PROCESO	OBJETIVO	PRODUCTO
Especificación del trabajo	El propósito de este proceso es conocer el trabajo a ser elaborado.	Recepción orden de trabajo y placas a procesarse
Establecer materiales a utilizar	Se debe establecer procedimientos sencillos y prácticos para pedir el material a utilizar	Recepción de materiales
Impresión del trabajo	El objetivo del proceso mencionado, es ejecutar el trabajo de la orden de trabajo mediante un adecuado proceso de impresión.	Elaboración del producto
Revisión del trabajo ejecutado	Establecer el mejor proceso para la revisión del trabajo de impresión.	Entrega del Trabajo terminado.

1. Tiene todos los materiales adecuados para la ejecución del trabajo.



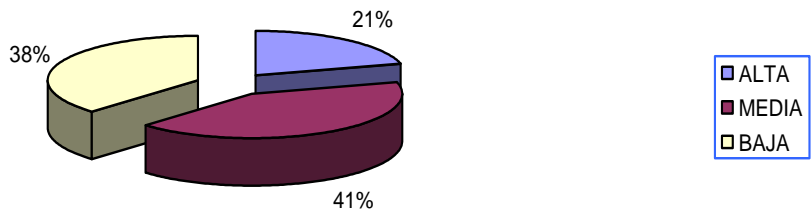
Se considera una Fortaleza media, el que tenga materiales adecuados en el área de producción de la empresa sea alta 50%, media un 33% y 17% Baja.

2. Los materiales son de calidad:



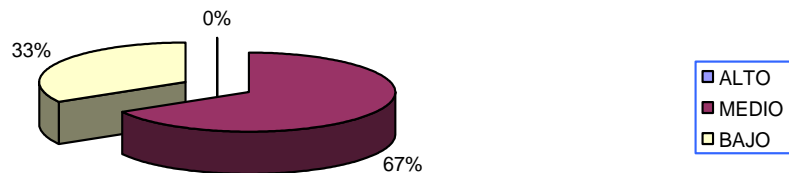
Los materiales son de calidad alta 43%, media un 38% y 19% Baja, esto es considerado una Fortaleza Media,

3. La tecnología utilizada es:



Se considera una Debilidad media, el que la tecnología utilizada en la empresa sea alta 21%, media un 41% y 38% Baja.

4. El nivel de formación del personal es:



Se considera una Debilidad media, que la formación del personal en la organización sea alta 0%, media el 67% y 33% es baja.

2.2. Análisis Externo

2.2.1. Influencias Macroeconómicas

Toda organización opera en un gran macroambiente de fuerzas y multitendencias que dan origen a oportunidades y amenazas para la empresa. Estas fuerzas representan “incontrolables” que debe monitorear la empresa y a las cuales debe responder, entre estos se destacarán los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos.

2.2.1.1. Factor Político

Ecuador

Calificación de Riesgo Político: Alto

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> Incremento de los recursos fiscales Gobernabilidad menos tensionada al saber cual es el nuevo presidente Poca probabilidad de triunfo de una opción populista revolucionada 	<ul style="list-style-type: none"> Persistencia de la debilidad del sistema de partidos lo que favorece las expresiones populistas de diversa índole Dependencia del país respecto de Venezuela en materia de refinación petrolera. Esto puede tener implicancias en el campo político Mal clima de negocios tanto por la no suscripción del TLC con Estados Unidos como por las señales de este país en orden a no

La situación política del país en la última década ha sido sumamente inestable, lo que crea un ambiente de desconfianza e incertidumbre a nivel nacional como a nivel internacional.

En la actualidad se tiene una estabilidad media a pesar de los problemas suscitados entre los partidos políticos.

El factor político puede resultar algo precario, dada la poca solidez del sistema de partidos políticos y la preeminencia en variados sectores de diversas expresiones de populismo.

La inestabilidad que se vive, hace que el consumo baje, situando a los consumidores en expectativa de los diferentes cambios que se vayan dando, la desconfianza que se tiene en el sector político causa pérdidas millonarias al Ecuador.

Esto es una Amenaza Alta para la empresa.

2.2.1.2. Factores Económicos

Los factores económicos de interés para las empresas están relacionados con aquellos que afectan el poder de compra del consumidor y sus patrones de gasto.

Los cambios cada vez más frecuentes que se producen en la actividad económica, demandan de información de corto plazo, que permita conocer la tendencia de la actividad económica y los eventuales puntos de inflexión, así como disponer de indicadores de alerta que posibiliten la adecuada toma de decisiones por parte de empresarios y autoridades

a) Inflación.

La inflación en los últimos años ha tenido una variación muy pequeña, lo que da una clara señal de que esta tiende a estabilizarse, siendo esto sin duda un buen síntoma económico y de gran utilidad para todos y cada uno de los negocios que ejercen en el Ecuador.

“Sin embargo si se analiza a la inflación por regiones, es en la sierra en donde se ha tenido un crecimiento de la inflación,” la región Sierra, por su parte, mostró un crecimiento en el nivel de precios de 2.5% para el trimestre y 1.5% para septiembre. Las ciudades de Latacunga, Riobamba y Loja, en su orden, fueron las que registraron las mayores variaciones trimestrales, mientras que Ambato destacó como la ciudad de la Sierra con menor inflación. Para el caso particular de septiembre, hay que destacar que todas las ciudades de la Sierra incluidas en la muestra sobrepasaron la media nacional de la inflación (0.8%).”¹

La estabilización de la inflación permite que el poder adquisitivo de las personas pueda mantenerse y con esto su consumo, además de la posibilidad de la planificación a largo plazo en los diferentes sectores para el desarrollo del país.

“Imprenta Claridad” al ser una empresa artesanal necesita una estabilización de precios en las materias primas que compra y en los productos que vende, para mantener un margen estable de ganancias.

Como consecuencia se da una Oportunidad Media.

b) Tasa de Interés

¹ Banco Central Del Ecuador, Informe Sobre La Inflación Y Entorno Macroeconómico, Dirección General de Estudios, septiembre

“Al final del mes de octubre la tasa activa de interés referencial se ubicó en un 11.55 %, mientras que la tasa pasiva de interés referencial se ubico en un 5.40%.

La diferencia entre estas dos tasas nos da un spread bancario de 6.15 puntos porcentuales la cual es inferior a los 10.36 puntos porcentuales que se registró en octubre del año pasado, de acuerdo a datos del Banco Central del Ecuador.

Con las tendencias de la inflación a la estabilidad, aumentaran las presiones existentes para reducir la tasa de interés, ya que esto, está generando un desestímulo para el ahorro.

Actualmente con esas tasas de interés y con esa inflación que tenemos, es mucho mejor invertir en bienes a futuro que tener el dinero en el banco, produciéndole pérdidas al cuenta ahorrista.

En las últimas declaraciones del primer mandatario del Ecuador ha tocado el tema de abrir las fronteras para los bancos internacionales, con el propósito de que la competencia internacional presione para que las tasas de interés mejoren para los ecuatorianos.

Esto representa para la empresa una Oportunidad Media.

c) Producto Interno Bruto (PIB)

“El crecimiento observable de la economía ecuatoriana, se confronta con el creciente déficit de la balanza comercial y la pérdida de competitividad del sector productivo. El déficit de la balanza comercial, así como el de la balanza

de pagos es financiado con deuda externa privada. Esto pone el país en riesgo ya que se asemeja al camino catastróficamente seguido por Argentina.”²

Sin embargo para el sector comercial las importaciones de Colombia y Perú llegan a precios de menos del 50% de los precios de productos de producción nacional con iguales o mejores características de calidad.

“Imprenta Claridad” trabaja con materias primas como químicos, materiales y papel colombianos y peruanos, lo que hace que los márgenes de ganancia sean altos.

Como consecuencia ha esto observar que se tiene una Amenaza Baja.

d) Riesgo País

“El riesgo país es un concepto económico que ha sido abordado académica y empíricamente mediante la aplicación de metodologías de la más variada índole: desde la utilización de índices de mercado como el índice EMBI de países emergentes de Chase-JPmorgan hasta sistemas que incorpora variables económicas, políticas y financieras.”³

El riesgo país del Ecuador en los últimos años se ha visto afectado a varias situaciones, y esto no ha permitido que las inversiones extranjeras vengan al país.

El riesgo país comenzaba a bajar, cuando en el mes de septiembre se produjeron varios comentarios, ninguno confirmado aún, sobre vínculos del primer mandatario con el narcotráfico, a lo que se le sumó, una crisis ministerial

² *www.elcomercio.com*

³ *Banco Central de Ecuador*

y los diferentes paros de algunos sectores, esto puede hacer que el riesgo país se dispare como en tiempos anteriores, produciendo una inestabilidad del gobierno y todos los problemas económicos que esto acarrea.

e) Desempleo

Por encontrarse “Imprenta Claridad”, ejerciendo sus labores en el Valle de los Chillos, valle de la ciudad capital, el estudio estará centrado en el desempleo de Quito,

A pesar de que la tasa de desempleo disminuyó en los últimos años, esto no refleja que se hayan creado fuentes de trabajo, sino que también influyen en estos datos, la gran migración que ha sufrido el país.

El desempleo y subempleo que se tiene en el país hace que la mano de obra sea bastante barata, esto sin duda ayuda a que los costos disminuyan, pero por otro lado el desempleo limita el gasto familiar, obligando a la gente al consumir productos solo de necesidad básica.

El desempleo actualmente se ve incrementado por la cantidad de emigrantes de países como Colombia, Perú y Argentina, que vienen al país por el atractivo de la dolarización o por problemas en sus países, a trabajar por salarios muy bajos.

En el plano comercial, se asumía ingenuamente, que la reducción de las barreras arancelarias generaría automáticamente una reasignación de recursos, particularmente de la inversión hacia sectores con ventajas comparativas, manteniendo una inserción óptima en la economía mundial.

Se olvidaba, sin embargo, que ello significaría una profundización de la especialización productiva y comercial del Ecuador en sectores primarios con bajo valor agregado, cuya participación y condiciones en el comercio mundial no han cesado de deteriorarse en las últimas décadas, acentuando los niveles de vulnerabilidad económica y de inestabilidad de los ingresos por exportaciones. Más aún si este proceso se daba en el marco de una evolución económica sumamente frágil y de un entorno internacional que se orientaba claramente hacia una recesión o un crecimiento mucho más lento.

En cuanto a la privatización de las empresas públicas, el Ecuador pretendió entrar al proceso cuando la tendencia y las condiciones del mercado habían cambiado; varios intentos de vender empresas públicas en América Latina fracasaron o se realizaron con precios muy castigados. Luego de las experiencias poco exitosas en varios países de la región, en el Ecuador, al igual que en Costa Rica y Uruguay existe gran resistencia para dar este paso. Frente a ella, las elites han intentado vías indirectas y menos evidentes para lograrlo, entre las cuales ocupa un lugar destacado su asfixia económica, mediante cargas o restricciones económicas y políticas adicionales y el boicot a sus inversiones, que entorpecen una sana gestión de las empresas. Desde luego que no se puede olvidar la injerencia política y la corrupción en su gestión como otros factores, que no son privativos de los sectores públicos ni tampoco inamovibles, como elementos que distorsionan el manejo de las empresas.

La situación que se presenta en Ecuador es demostrativa de estas vías: así, la generación y distribución de energía eléctrica en el país (salvo alguna excepción) maneja tarifas muy elevadas y una acumulación de deudas entre distribuidoras y generadoras, y con Petroecuador, en el caso de las termoeléctricas; o el retroceso de la producción petrolera, con la acumulación de pozos dañados o cuya tasa de producción está en declinación, por falta de mantenimiento y de un manejo adecuado, evidencian dramáticamente los resultados de una política, que quiere llevar inexorablemente a su privatización,

por diversas vías. A título referencial cabe recordar que Chile no ha privatizado el cobre (al menos completamente), ni México su petróleo.

Desde otra perspectiva, es verdad que en el Ecuador no se han completado la mayoría de los acuerdos y programas firmados con el FMI (mecanismo de reforzamiento y consolidación de un modelo que ha operado en toda América Latina), debido a alguno de los tres factores siguientes o a cierta combinación de los mismos: choques externos transmitidos por las vías comercial o financiera; el impacto de procesos políticos y de la corrupción sobre la economía; y, en menor medida, la resistencia de diversos sectores a las reformas estructurales y al ajuste.

2.2.1.3. Factor Social

En lo que respecta en factor social la “Imprenta Claridad” ayuda al país generando empleo y con ello equilibrar el sustento de las necesidades de varias familias.

Esta empresa está consciente de las necesidades de sus trabajadores por lo cual tiene un plan de ayuda social como son medicina, tarjeta supermaxi, asistencia psicológica y lugares de entretenimiento familiar.

En lo que respecta al medio ambiente, el impacto ecológico es importante ya que la Imprenta por utilizar un proceso industrial debe hacer uso y manipulación de varios químicos y materiales que son nocivos para el ecosistema.

También hay que tener en cuenta que ésta trabaja con el papel que es la materia prima más importante, es decir contribuye a la deforestación del medio ambiente.

2.2.1.4. Factor Tecnológico

Actualmente en el Ecuador se cuenta con tecnología de punta para las empresas, sistemas de contabilidad, inventarios, bases de datos de proveedores y clientes, en un solo programa ayudan a los empresarios a tener un mayor control en sus empresas, disminuyendo los costos de mano de obra.

La tecnología provee de información inmediata a las empresas, tomando en cuenta que la información ha pasado a ser uno de los activos fundamentales de una organización, es imprescindible contar con una tecnología adecuada, esto proveerá a cualquier organización de ventaja competitiva.

A pesar de la facilidad de adquirir actualmente equipos y programas de computación que apoya, las actividades que desempeña “Imprenta Claridad”, ésta tiene poca tecnología en cuanto en sistemas gerenciales se refiere

En cambio en el área de diseño se trabaja con tecnología de punta para los trabajos con diferente especificación que solicitan los clientes.

En el área de producción se tiene maquinarias también obsoletas, se deberá dar énfasis en la obtención de maquinaria

2.2.2. Influencias Microeconómicas

2.2.2.1. Clientes

Los clientes que posee “Imprenta Claridad” son de los siguientes tipos:

a) Ingresos Bajos.

Son clientes que necesitan documentos indispensables para el cobro de salario o por un negocio mediano el cual necesita de documentos para su funcionalidad.

Lucia Cárdenas

Daniel Povea

Silvia Astudillo etc.

b) Ingresos Medios

Son empresas o personas naturales que necesitan una documentación inteligente para sus labores, además tratan de sacar a sus negocios adelante con publicidad y una organización adecuada.

La casa del regalo

Comercial Martita

Cosedora Sangolquí

Almacenes Rosita

Distribuidora Gómez. etc.

c) Ingresos Altos

Son empresas o grupos de empresas que necesitan documentos indispensables para sus labores diarias, además les dan énfasis en su propaganda con los clientes que tienen y buena presentación. Estos necesitan productos de alta calidad.

Disproal

Colegio Darío Figueroa

Loveroses

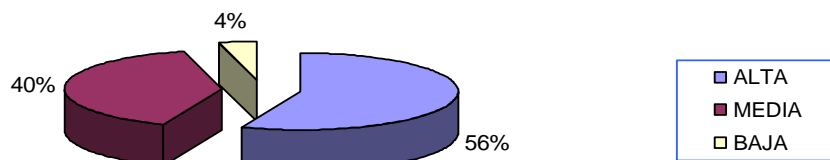
Empaqplast

Comercial Rocky

Panificadora España etc.

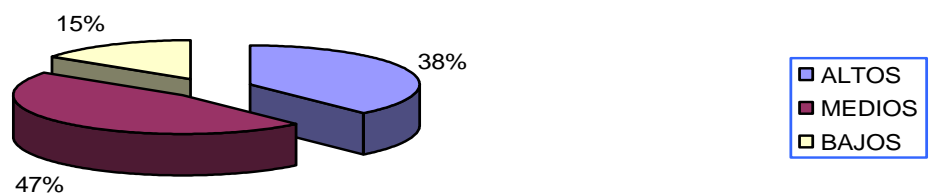
Para poder analizar el punto, "clientes", se ha realizado una encuesta a 25 clientes, tomando en cuenta que este es el número promedio de clientes diarios que tiene "Imprenta Claridad".

1. Ud. considera que la calidad de los artículos que vende "Imprenta Claridad" son de calidad:



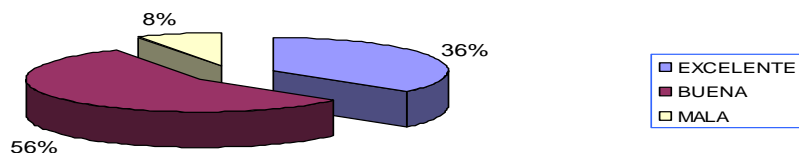
Es considerada una Oportunidad Media el que el 56% de los clientes hayan respondido que la calidad de los productos es media, el 40% que es baja y el 4% que es baja.

2. Los precios de los artículos los considera usted:



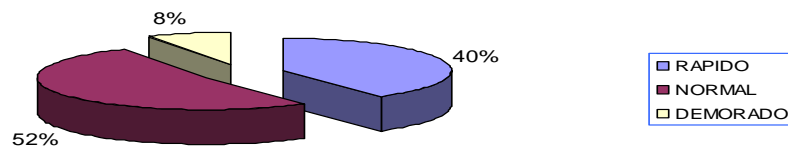
Es una Oportunidad Media, que 38% de los clientes consideran que los precios de los artículos son altos, el 47% que son medios y el 15% que son bajos.

3. La atención que le ofrece "Imprenta Claridad" es:

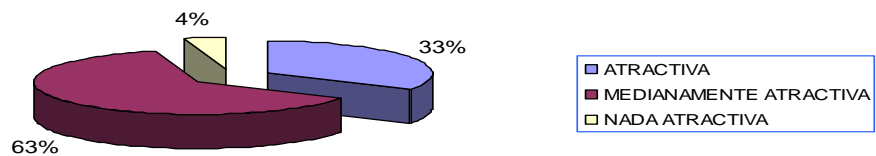


Es una Oportunidad Media, que el 36% de los clientes opinen que la atención que se ofrece es excelente, el 56% que es buena y el 8% que es mala.

4. El tiempo de atención al cliente es:



Los clientes consideran en un 40%, que la atención que reciben es rápida, el 52% que es normal y que el 8%, que es demorado, por esto, se toma como una Oportunidad Media.

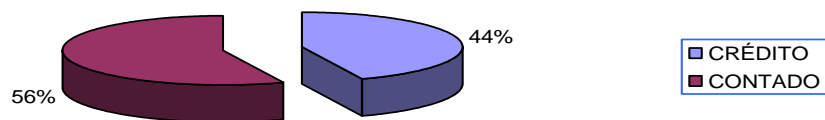


5. Usted considera que el catálogo de los productos es:

La exhibición de los artículos, al cliente le pareció un 33% atractiva, en un 63% medianamente atractiva y en un 4% nada atractiva, esto es una Oportunidad Media

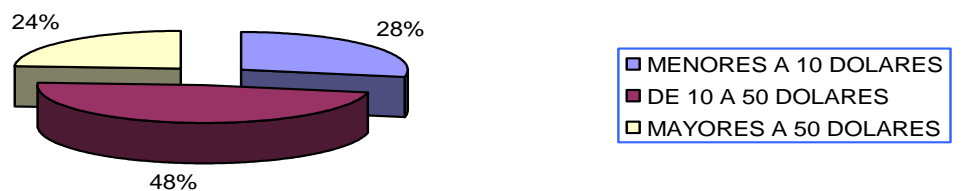


6. La frecuencia con la que realiza sus trabajos en "Imprenta Claridad" es: El que los clientes vayan de una o más veces por semana en un 32%, una vez al mes el 44% y una vez al trimestre el 24%, es estimado como una Oportunidad Media,



7. La mayor parte de sus compras en la empresa son:

Se considera una Oportunidad Media, el que las compras se realicen al contado en un 56% y a crédito un 44%.



8. Por lo general, sus compras en "Imprenta Claridad" son:

Es una Oportunidad Alta, que las compras por cliente sean menores a diez dólares, en un 28%, de diez a cincuenta dólares en un 48% y mayores a 50 dólares, el 24%.

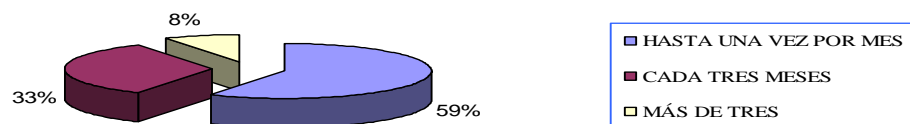
2.2.2.2 Proveedores

Los proveedores que abastecen de materiales a “Imprenta Claridad” son en su mayoría distribuidores, entre estos se encuentran grandes empresas ecuatorianas reconocidas, como lo son: Cersa, Oreron, Dispapeles, Papelsa, Produplema y pequeñas empresas que distribuyen materiales para imprenta como son: Promap, Sumigraficas, Compu Cintas, Litocromo, Vernaza.

En una minoría están los proveedores de comercializadoras pequeñas, que se encargan de abastecer la imprenta esporádicamente: Paco, Tía Tula

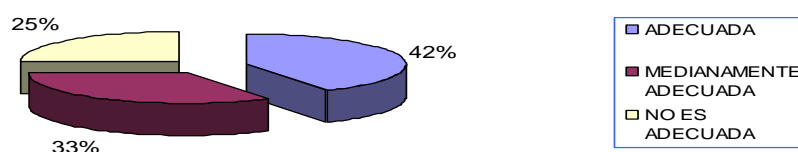
A continuación se presenta los resultados de las encuestas realizadas a diez proveedores, que han sido escogidos por antigüedad y volumen de compras:

1. La continuidad con que la empresa adquiere sus productos es :



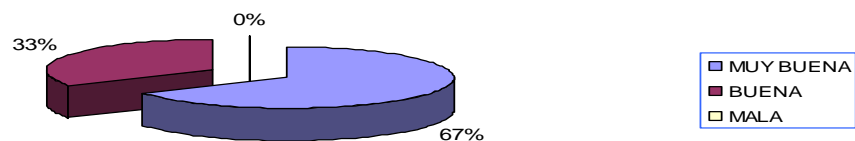
Es una Oportunidad Media ya que las compras se las realiza en un 59% hasta una vez por mes, un 33% cada tres meses y un 8% más de tres meses.

2. La forma de pago convenida con “Imprenta Claridad” es:



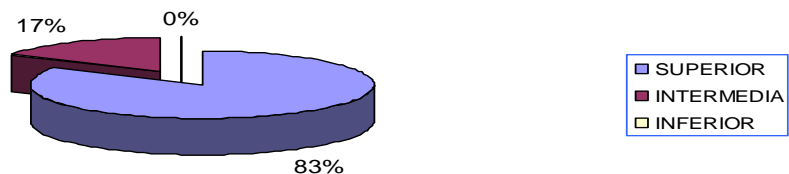
Los proveedores creen que la forma de pago convenida con la Imprenta es el 42% adecuada, el 33% medianamente adecuada y el 25% que no es adecuada, se considera una Oportunidad Media

3. La relación empresarial que usted mantiene con la organización es:

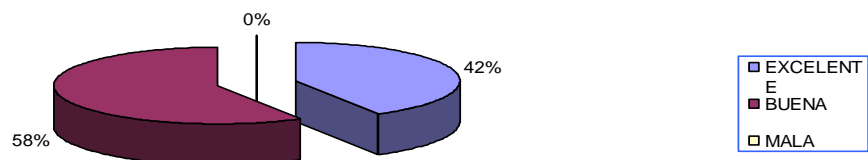


Es una Oportunidad Media, al tener una relación muy buena con el 67% de los proveedores, el 33% buena y un 0% mala.

4. Usted como proveedor proporciona productos de calidad:



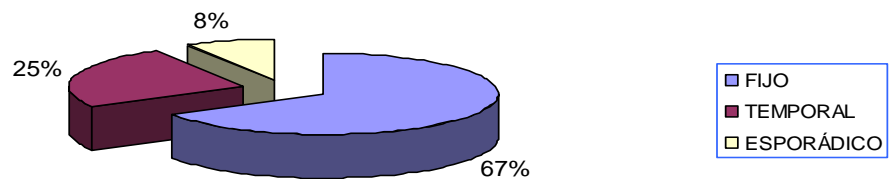
La calidad de sus productos, superior 83%, intermedia 17% y 0% inferior. Esto nos indica que tenemos una Oportunidad Alta.



5. Según su criterio la imagen que proyecta la empresa es:

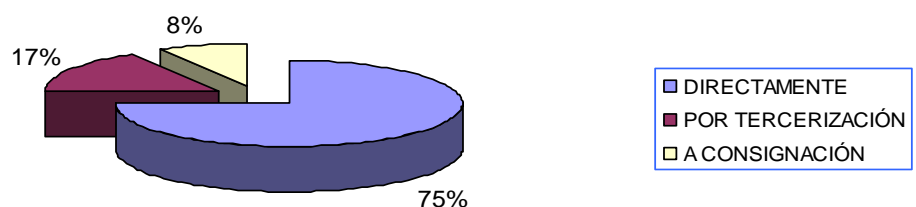
Es importante que los proveedores piensen que la imagen de la empresa sea del 58% buena, el 42% piense que sea excelente y el 0% que es mala. Se considera una Oportunidad Media

6. Se considera un proveedor :



Se considera una Amenaza Baja por que el 67% de los entrevistados respondieron que se consideraban como fijos, el 25% temporales y el 8% esporádicos.

7. La entrega de la mercadería usted la realiza:



Es una Oportunidad Alta que la entrega de mercadería se la realice directamente un 75%, por tercerización 17% y a consignación un 8%.

2.2.2.3 Competencia

“Un análisis de la competitividad tiene por objetivo identificar el tipo de ventaja competitiva que una empresa o una marca puede prevalecerse y evaluar la

medida en la que esta ventaja es defendible, teniendo en cuenta la situación competitiva, las relaciones de las fuerzas existentes y las posiciones ocupadas por los competidores.”⁴

“Imprenta Claridad” se desarrolla en un mercado de competencia pura o también llamado de competencia perfecta, que se caracteriza por la presencia en el mercado de una gran cantidad de vendedores, frente a un gran número de vendedores, no siendo ninguno de ellos lo suficientemente fuertes para influir en el nivel de precios.

El mercado que abarca “Imprenta Claridad”, comprende a las familias de ingresos económicos bajos, medios y altos, que vivan en el Valle de los Chillos y en sus alrededores.

En éste sector, “Imprenta Claridad”, fue líder en el servicio de imprenta ya que es la primera imprenta del Valle, es por ello que contaba con gran cantidad de clientela, esto incentivó a la formación de otras imprentas.

Se podría decir que existen en el sector 5 imprentas que se puede considerar como competencia directa para “Imprenta Claridad”, que son “Imprenta Eclipse” y “Imprenta Jorgito”, “Imprenta Rumiñahui”, “Imprenta Arte”, “Imprenta San Rafael”, al prestar servicio de imprenta,

Por el tiempo que lleva “Imprenta Claridad” en el mercado, la calidad, precio y diseño de los trabajos, tiene una ventaja competitiva sobre los demás locales comerciales.

Por todo lo acotado anteriormente se considera que ésta se convierte en una Amenaza Baja.

⁴ *Marketing Estratégico, Jean-Jaques Lambin, Mc. GrawHill, Tercera edición, pag. 285.*

2.1.2.3 Precios

Comúnmente, el precio es el valor representado en moneda de curso legal que se paga por un bien y servicio. También puede ser el tiempo perdido mientras se espera para adquirirlos.

El precio no tiene que ser necesariamente igual al "valor" del bien o servicio, o al costo del mismo, ya que el precio fluctúa de acuerdo a muchos factores, entre otros, el precio varía de acuerdo a las condiciones de oferta y demanda, estructura del mercado, disponibilidad de la información de los compradores y vendedores, capacidad de negociación de los agentes, etc.

“Es de esperar que en mercados que se acerquen a una estructura de competencia perfecta -situación hipotética en la que se cumplen supuestos como la existencia de un gran número de oferentes y demandantes, información perfecta de todos los agentes, ausencia de costos de transacción, entre otros- el precio se acerque a los costos, al igual que en los casos en que los demandantes (potenciales compradores) tienen un gran poder de mercado, por ejemplo el caso del monopsonio, que se presenta cuando existen varios oferentes de un mismo bien pero un solo demandante. Cuando la oferta es inelástica, el precio puede situarse incluso por debajo de los costos, esta situación se presenta en el caso de los bienes perecederos por ejemplo. Cuando el o los oferentes tienen mayor poder de mercado, es de esperar que el precio se sitúe por encima del costo, y más próximo al precio que maximice los ingresos de los oferentes (vendedores).”⁵

El precio pagado se basa en la satisfacción que los consumidores esperan recibir de un producto y no necesariamente la satisfacción que reciben en realidad.

⁵Diccionario de Economía Trabajos de Economía Foro de Economía Artículos Econlink.com.ar

En cuanto al precio imprenta claridad tiene precios accesibles para sus clientes estos son:

Especificaciones	Cantidad	Precio
Afiches A1	500	195,00
Afiches A2	500	160,00
Afiches A3	500	110,00
Boletos de Rifa	1000	18,00
Cintas, Pergaminos	12	3,00
Etiquetas Adhesivas	100	35,00
Hojas Membretadas	100	10,00
Libretines Tamaño 1/2 de oficio	100	12,00
Libretines Tamaño 1/4 de oficio	100	10,00
Libretines Tamaño Inen	100	17,00
Recibos con logo de empresa	100	8,00
Sellos Automáticos	1	12,00
Sellos de Madera	1	5,00
Sobres Membretados	100	12,00
Tarjetas	12	8,00 A 12,00