

1. ATT and Banner Print.

1.1. Antecedentes de la Empresa.

ATT (Alejandro Torres Tamayo) and Banner Print es una empresa constituida como persona física con actividad empresarial, a nombre de Alejandro Torres Tamayo, cuya actividad principal es la imprenta y confección textil. Se encuentra ubicada en la Ciudad de Puebla, México, desde el año dos mil siete, con una infraestructura que se compone de un área de trabajo de seiscientos metros cuadrados, donde se ubica maquinaria de última generación para brindar servicios con la más alta calidad como los insumos necesarios para la elaboración de los productos que ofrecen.

Cuenta con una matriz ubicada en la Ciudad de Puebla en la 13 sur 2306 Col. Volcanes con una medida de 600 m² (metros cuadrados) y un local en la 25 sur frente al colegio Benavente. La estructura organizacional de la empresa es: dirección: que hace la función de coordinar, elaboración de proyectos de determinación de objetivos y planes de actuación, gestión de recursos materiales; subdirección administrativa y financiera: emisión de informes periódicos, tramitación de expedientes de compras y facturas; subdirección comercial: colaboración en la corrección de las primeras pruebas de todo los impresos, edictos y demás trabajos que realiza, el diseño, trato directo con el cliente, realizar presupuestos; subdirección de producción: con carácter general, la impresión en

cualquier soporte de los trabajos encomendados, Mantenimiento y conservación de la maquinaria y herramientas asignadas para la realización de su trabajo.

La empresa se encarga de elaborar y brindar los siguientes productos y servicios:

- Imprenta: impresión en offset, impresión digital, impresión en gran formato, impresión fotográfica, impresión en rígidos y sublimación.
- Confección textil: uniforme secretariales, ejecutivos, industrial, escolar, deportivo y hospitalario.

El mercado de ATT se conforma tanto de particulares: hombres y mujeres de 35 a 45 años NSE C (Nivel Socio Económico C) como del sector público en sus tres ámbitos, bajo medio y alto, quienes requieren tanto de los servicios de imprenta, como de confección textil, para la producción de su imagen, identidad y comunicación ya sea empresarial o gubernamental. Sus proveedores son multinacionales, quienes le brindan productos de importación que se requieren para maquilar, como: lonas, vinilos, micro perforados, papel, etc., así como de materiales que se utilizan para la producción de textiles como: telas, hilo, botones, cierres, entretelas, forro, poketin, etc.

Para la prospección de nuevos clientes es utilizando un punto de venta, el cual se compró, publicidad de boca en boca o por recomendaciones, lo que provoca que la captación de nuevos negocios se manifieste de manera lenta e inconsistente.

1.2. Evaluación de problemas potenciales – análisis situacional.

En el tiempo que han trabajado, en la empresa han podido observar dos problemas grandes. En primer lugar el posicionamiento de la empresa (no tiene el reconocimiento que

se esperaba, muchos clientes no se identifican con la marca): la marca de la empresa ATT (Alejandro Torres Tamayo) & Banner Print cuenta con cierto reconocimiento dentro del sector público del que nos podemos dar cuenta a través de la preferencia del cliente y de sus comentarios favorables hacia la empresa, sin embargo, carece de una personalidad empática con los consumidores finales. El segundo problema lo constituye la composición de las ventas (tampoco han sido las esperadas). La zona de mayor demanda para los productos que vende la empresa se encuentra localizada en la colonia el Carmen, zona en la que ATT (Alejandro Torres Tamayo) & Banner Print no tiene presencia. Además, analizando el tipo de ventas que tiene la empresa, se observa que tiene como principal entrada económica la venta cara a cara con el 80% del total de venta mientras que la venta por consumidor ambulante o por conocimiento de la empresa representa solo el 20% del total de la venta. Adicionalmente a los problemas antes mencionados, analizaron que la empresa tiene como marca las iniciales del propietario haciendo énfasis en lo orgulloso que está del crecimiento y los logros que han tenido la empresa creada por él, ATT (Alejandro Torres Tamayo) & Banner Print, que sin embargo, es fácilmente confundida con otra empresa de diferente industria. Como consecuencia de lo antes mencionado han detectado, a través del año de operación (tomando en cuenta en el periodo de enero 2014 a agosto 2015), que los clientes identifican a la empresa por el dueño pero no como marca. Basado en lo anterior, considero que la empresa necesita tener una renovación de marca, más profesional, que la pueda posicionar en el mercado y quede grabada en la mente del consumidor. Esta renovación de mi compañía debe incluir brindar mejor atención al mercado desatendido por mi competencia, a los oficinistas, estudiantes, amas de casa, etc., que necesitan varios tipos de servicios y a la vez que no cuentan con un lugar que ofrezcan un medio publicitario que

llegue de manera óptima y que además se adapte al presupuesto de cada uno de ellos los cuales requieren en una ubicación.