

CASO INTRODUCTORIO

Prentix es una editorial que distribuye en el ámbito nacional prensa deportiva (Golum). En los últimos tiempos, y debido a la buena acogida que ha tenido la prensa del corazón, el comité directivo se está planteando editar una revista de estas características. Para analizar la factibilidad de la idea y estudiar la viabilidad del proyecto el director general reúne a los directores de cada uno de los departamentos de las áreas funcionales. Convocada la asamblea plantea el tema y propone que cada una de los directores opinen al respecto.

El primero en hacerlo es el director de Marketing. El Sr. Sáenz es licenciado en investigación y comercialización de mercados y posee una dilatada experiencia en temas de estudios de mercado. Su opinión es contundente. Sin duda el mercado parece estar demandando este tipo de prensa, si bien considera oportuno realizar un estudio para detectar la fortaleza del segmento al que se pretenden dirigir. Así mismo sugiere que es importante si se toma la decisión reunir a todo el departamento de Marketing al objeto de definir las líneas de presentación de la revista: formato, ámbito de tirada y tratamiento de la información. Pero sin duda si hay un tema que le preocupa, el precio de la revista, ya que según conoce por la Memoria Anual de la empresa Prentix ha sufrido importantes pérdidas en los últimos años, y ésta es una decisión delicada que atañe de la misma manera al Departamento de Administración. Por esta razón le cede el Director General la palabra al Sr. Gómez.

El Sr. Gómez es licenciado en administración y dirección de empresas, y posee un máster sobre valores bursátiles. Reconoce que es cierto que la empresa atraviesa por momentos difíciles, pero es consciente de que la nueva revista puede dar impulso importante a la cuenta de resultados. La maquinaria de imprenta ya la poseen, así como los canales de distribución, con lo que habría costes fijos compartidos. Por su parte admite que los costes variables de fabricación no serían muy elevados, y que si algo trae problemas sería el coste

de la campaña de publicidad para dar a conocer el nuevo producto. El sr. Gómez sería partidario de anunciar la revista en algunos de sus periódicos, sin embargo el Sr. Sáenz interviene diciendo que sin duda el público objetivo de ambas revistas es distinto, y que de esa manera no se llegaría al mercado adecuado.

Para crear un ambiente más relajado el Director pide su opinión a la Sra. López, directora de producción: diseño, imprenta y distribución del producto. Bajo su perspectiva el lanzamiento de la nueva revista sería bueno para la empresa, ya que podría cubrir costes de personal y mantenimiento de la máquina, aunque sugiere que la adquisición de papel satinado, distinto del que suelen trabajar, sería complejo, ya que no poseen relaciones con este tipo de proveedores.

La siguiente en opinar fue la Sra. Pérez, directora del departamento de recursos humanos. Su preocupación en estos momentos no era tanto el lanzamiento del nuevo producto como el peligro de huelga de trabajadores que han anunciado los sindicatos solicitando subidas salariales. Sin embargo, su opinión fue importante, en la medida en que los procesos de evaluación realizados ponen de manifiesto que el personal de la empresa no se ajusta bien a las características de los nuevos puestos que exigiría el lanzamiento de la revista. Ello supondría reclutar y seleccionar nuevo personal, que dadas las características del mercado de trabajo, sería tarea compleja y larga por el elevado número de solicitudes que cabrían recibir.

Para finalizar la reunión el director general interviene, afirmando que todas las opiniones son correctas en su ámbito, pero que él es ante todo empresario, y que su espíritu emprendedor lo llevó a crear una empresa de tales características, y que en esa línea de innovación seguirá. Por ello incita a cada uno de los directores a poner en marcha los planes del lanzamiento del nuevo producto y convocar otra reunión para dentro de tres meses.

Al finalizar la asignatura usted podría reflexionar acerca de:

1. La importancia del empresario en el sistema económico
2. La empresa Prentix es un sistema formado por diferentes subsistemas
3. La empresa Prentix actúa en continua interacción con el entorno (general y específico)
4. Las funciones y asunciones de cada una de las funciones de la empresa: producción, marketing, financiera, recursos humanos