



Diseño e implementación de un Sistema de Gestión de Empresa

Software de Gestión de Empresa

Bosco Aranguren

Vicente Ayarza

Joel Bra

Diego Marta

Abril 2022

Índice

1. Análisis del sector	3
1.1. Análisis del entorno competitivo (Porter)	3
2. Descripción de la empresa	5
2.1. Forma jurídica	5
2.2. Estructura organizacional	5

1. Análisis del sector

El mercado de la informática se encuentra en una situación complicada y contraproducente. Por un lado la crisis del COVID y el teletrabajo han supuesto un incremento en la demanda de ordenadores, mientras que por otro lado, la escasez de microprocesadores y los problemas de transporte internacional han supuesto un decremento en la oferta. Esta situación plantea un horizonte con grandes oportunidades y riesgos para empresas del sector de la informática. Por ello es necesario un análisis exhaustivo del mercado para introducirse en el sector.

1.1. Análisis del entorno competitivo (Porter)

Usando las cinco fuerzas de Porter podemos conocer el nivel de competencia que presenta un sector y gracias a ello determinar la estrategia que mejor se adapte a la situación.

1. Amenaza de entrada de nuevos competidores potenciales:

Este apartado analiza la situación del mercado y analiza cuales son las barreras de entrada para nuevos competidores.

La mayoría de empresas de montaje de ordenadores son franquicias, esto permite un almacén de componentes mayor y mejores ofertas de los proveedores. Además al estar ubicada en distintos puntos reduce los gastos de envío y la logística.

La principal barrera que previene la entrada de nuevos competidores es el acceso a proveedores de componentes. Si se consigue un proveedor con buenos precios

2. Amenaza de la aparición de productos sustitutivos:

3. Poder de negociación de los proveedores:

4. Poder de negociación de los clientes:

5. Rivalidad entre los competidores del sector:

2. Descripción de la empresa

2.1. Forma jurídica

España cuenta con diferentes formas jurídicas para la correcta realización de la actividad económica, entre las que se ha elegido la Sociedad de Limitada (S.L.) por las siguientes razones:

- No hay límite de socios que puedan participar.
- La inversión que se debe realizar es razonablemente pequeña (3.000€).
- La forma es jurídica, no física, indicando que la cantidad de dinero perdida en caso de empeoramiento de la situación financiera. Además, no existe un dueño como tal, por tanto, la responsabilidad recae en los socios.
- Los impuestos debidos a Hacienda, en caso de ser autónomo, pueden escalar en cuanto aumenten los ingresos. Sin embargo, el Impuesto de Sociedades, que se aplica en nuestro caso, escala hasta un máximo del 25 %.

2.2. Estructura organizacional

Existen diferentes tipos de estructuras organizacionales, entre las que elegiremos la estructura funcional. Esta forma cuenta con diferentes ventajas y desventajas que enumeraremos a continuación:

- Cada empleado se encarga exclusivamente de sus tareas, aumentando la eficiencia y la productividad de cada trabajador. La supervisión de un área es más sencilla.

- La comunicación es mucho más directa al no haber intermediarios de por medio, ayudando a la eficiencia del equipo.
- Se reduce la presión sobre el individuo, ya que es más sencillo delegar y compartir responsabilidades.
- Pueden generar conflictos de autoridad y aumentar la rivalidad entre compañeros, ya que pueden intentar establecer su enfoque.
- Puede existir multiplicidad de objetivos, ocasionándose conflictos en las funciones generales de la organización.

Nuestra empresa contará con un esquema donde el CEO (Chief Executive Officer) de la empresa es el cabeza de la junta directiva apoyado por los demás integrantes de la misma. De este departamento directivo colgarán los demás, que, a continuación, son detallados:

Departamento de márketing: Es uno de los pilares más importantes de la empresa, debido a la necesaria promoción de la organización para darse a conocer, por ello, este departamento se integra en el resto de departamentos. El encargado de márketing será el principal responsable y director de este departamento, cuya función será diseñar e implementar un plan de marketing que se llevará a cabo en un ambiente innovador y dinámico.

Departamento de Recursos Humanos: Este departamento gestiona todo lo relacionado con las personas que trabajan en la empresa. Podemos encontrar el área de contratación y formación del personal, dos de los objetivos más importantes del departamento. Nuestro departamento de Recursos Humanos estará formado por nuestro CHRO(Chief Human Resources Officer) cuya función es impulsar políticas de recursos humanos alineadas con los valores y estrategia de la empresa, y también contaremos con dos equipos, uno encargado de la selección y formación del personal y otro encargado de la gestión del personal.

Departamento de atención al cliente: Establece conexión entre la empresa y todos nuestros clientes post o pre compra, estableciendo una comunicación fluida mediante vía telefónica, por correo electrónico, mensajería o soporte técnico. Contaremos con un ATC manager, que será el encargado de asegurar un funcionamiento eficaz del departamento. Junto a él, nuestro departamento lo formará un grupo de agentes entre los cuales destacaremos unos líderes encargados de atender todas las necesidades que impidan que se desarrolle la función del departamento de forma correcta.

Departamento de Logística y Almacén: otro de los pilares más importantes de la empresa. Este departamento se encarga de guardar, proteger, conservar y enviar cada uno de nuestros productos que están en catálogo para su venta. Entre los objetivos del departamento destaca el mantenimiento de un servicio de gran calidad, garantizando la entrega al cliente en un servicio óptimo.

Índice de figuras

Referencias

[1]