

Trabajo Final de Master MBA

*Oxygen SL* – Startup App

About Agile Solutions

Nombre alumno: Miguel Ángel Herranz Marcos

Fecha: 6 de febrero de 2023

# Índice

[Resumen ejecutivo 6](#_Toc124531069)

[Capítulo 1 ~ Modelo de negocio 6](#_Toc124531070)

[Introducción 6](#_Toc124531071)

[Abstract 8](#_Toc124531072)

[Resumen 8](#_Toc124531073)

[*¿Por qué escoger un formato Startup? 9*](#_Toc124531074)

[*Capital inicial 9*](#_Toc124531075)

[Trámites legales y fiscales 10](#_Toc124531076)

[*Modelo de negocio y propuesta de valor 12*](#_Toc124531077)

[*Modelo Canvas 13*](#_Toc124531078)

[Capítulo 2 ~ Análisis del entorno 13](#_Toc124531080)

[Análisis del entorno 13](#_Toc124531081)

[*Conseguir un lugar de trabajo y un equipo humano adecuados 14*](#_Toc124531082)

[PESTEL 14](#_Toc124531083)

[*Políticos 14*](#_Toc124531084)

[*Económicos 15*](#_Toc124531085)

[*Sociales 16*](#_Toc124531086)

[*Tecnológicos 16*](#_Toc124531087)

[*Ecológicos 17*](#_Toc124531088)

[*Legales 17*](#_Toc124531089)

[Las 5 fuerzas de Porter 20](#_Toc124531090)

[*1. Entrada de nuevos competidores 20*](#_Toc124531091)

[*2. Competidores existentes 20*](#_Toc124531092)

[*3. Posibles sustitutos 21*](#_Toc124531093)

[*4. Proveedor 22*](#_Toc124531094)

[*5. Cliente 22*](#_Toc124531095)

[Capítulo 3 ~ Estudio de mercado 23](#_Toc124531096)

[*Estudio de mercado (viabilidad) 24*](#_Toc124531097)

[DISEÑO DE ENCUESTA Y RESULTADOS 24](#_Toc124531098)

[*ENCUESTA 1 24*](#_Toc124531099)

[*ENCUESTA 2 25*](#_Toc124531101)

[CONCLUSIONES 32](#_Toc124531102)

[Capítulo 4 ~ Definición de planificación estratégica 32](#_Toc124531103)

[MISIÓN, VISIÓN, VALORES Y CÓDIGOS ÉTICOS 32](#_Toc124531104)

[OBJETIVOS ESTRATEGICOS Y OPERATIVOS 33](#_Toc124531105)

[DAFO Y CAME 35](#_Toc124531106)

[*FODA DE OXYGEN SL 35*](#_Toc124531107)

[*ESTRATEGIAS VIABLES 36*](#_Toc124531108)

[*FODA DE SALESFORCE 36*](#_Toc124531109)

[*FODA DE BIZNEO 37*](#_Toc124531110)

[*FODA DE AVANSEL 38*](#_Toc124531111)

[*CAME 38*](#_Toc124531112)

[ESTRATEGIA EMPRESARIAL 39](#_Toc124531113)

[*CUADRO DE MANDO INTEGRAL 39*](#_Toc124531114)

[Capítulo 5 ~ Marketing mix 40](#_Toc124531116)

[*1. El precio de costo incrementado 42*](#_Toc124531117)

[*2. Precio basado en el valor 42*](#_Toc124531118)

[*1) Entender los costos y su impacto sobre los precios 42*](#_Toc124531119)

[*2) El precio de tu competencia 42*](#_Toc124531120)

[*3) Múltiples opciones a diferentes precios 42*](#_Toc124531121)

[*4) La calidad de tus servicios 42*](#_Toc124531122)

[*5) Beneficios al cliente 42*](#_Toc124531123)

[Estrategias de distribución 43](#_Toc124531124)

[*Estrategia intensiva 43*](#_Toc124531125)

[*Estrategia selectiva 43*](#_Toc124531126)

[*Promoción 44*](#_Toc124531127)

[*Branding 44*](#_Toc124531128)

[Capítulo 6 ~ Recursos Humanos 45](#_Toc124531129)

[Capítulo 7 ~ Plan de operaciones 46](#_Toc124531130)

[Capítulo 8 ~ Plan financiero 47](#_Toc124531131)

[*Plan de Ventas, inversión y financiación, 47*](#_Toc124531132)

[*PyG, Plan de Tesorería, 47*](#_Toc124531133)

[*Balance General, 47*](#_Toc124531134)

[*Analisis de ratios 47*](#_Toc124531135)

[Capítulo 9 ~ Cronogramas de actividades 47](#_Toc124531136)

[Capítulo10 ~ Conclusiones 47](#_Toc124531137)

[Bibliografía y Webgrafía 47](#_Toc124531138)

# Resumen ejecutivo

Se entrega al finalizar el trabajo y es un resumen de lo trabajado

# Capítulo 1 ~ Modelo de negocio

## Introducción

En este documento exploraremos de una forma detallada la viabilidad de formar una Startup centrada en el desarrollo de metodologías ágiles y en la resolución de conflictos dentro de los diversos departamentos del sector empresarial como: pugnas internas, gestión de recursos humanos mediante un *SaaS*, gestión de formación mediante procesos gamificadores, incorporación de salas de reuniones y espacios seguros en los que aportar sugerencias y/o discutir (incluso de forma anónima) y resolver las trabas tan típicas y corrientes, que hacen aumentar los costes dentro de las cadenas de valor y queman tanto a las plantillas.

Es una organización que su actividad económica va a estar centrada en la venta, producción y mantenimiento de servicios a consumir dentro del ciber-entorno de la plataforma de *Oxygen SL* [[1]](#footnote-1)(nombre de la futura sociedad y plataforma), y a sus subproductos dentro de ésta. El modelo de negocio actual está enfocado como formato B2B (***business to business***), ya que no se está contemplando un producto por y para el consumidor final promedio, sino más bien a la plantilla de las empresas que necesiten administrar y gestionar todo lo relacionado con las personas.

El motivo por el que quiere existir *Oxygen SL* es para facilitar y flexibilizar ciertos pasos, aliviando puntos críticos y conflictivos, abaratando los procesos y ofreciendo muchas más ventajas externalizando procesos y ofreciendo una serie de videos formativos de diversos ámbitos.

La propuesta de *Oxygen SL* es principalmente crear una plataforma (*Oxygen*) de gestión de contenidos audiovisuales, entre los que habrá una serie de subproductos dentro de éstos, centrados en la gestión de tiempo, “*deadlines”*, plazos de entrega y un calendario de eventos internos de la empresa (*OxTime*); prevención de riesgos laborales, formación y ampliación de conocimientos mediante cursos gamificados y talleres de resolución de conflictos generacionales, socio-culturales, entre otros (*OxyCare*).

Como propuesta financiera inicial (c*apital* t0) considero que reunir un capital inicial de unos 10.000€ para la puesta en marcha, nos resolvería muchos problemas y sería una forma de cubrirnos las espaldas frente a posibles inconvenientes, ya que en primer lugar la procedencia de ese dinero son de fondos propios, en los que afrontas 100% el riesgo de la inversión pero no necesitas devolver intereses a terceros asique la organización y extensiones se quitan de futuras obligaciones y responsabilidades; y en segundo lugar, este tipo de empresa nos permite hacer una inversión pequeña con altas posibilidades de muy buenos retornos ¿Cómo se consiguen esos supuestos retornos?

Lo primero será reservar de ese monto de 10k y destinaré como mínimo unos 3.000€ aproximadamente que fueron concebidos y reservados para crear una Sociedad de Responsabilidad Limitada o (SRL), ahora mismo con nuevos cambios notificados en el *BOE de Septiembre de 2022*, ya no sería necesaria ni imprescindible acreditar este monto inicial para constituir una sociedad limitada, ya que se redujo a 1€ para facilitar y aligerar la creación de empresas y facilitar la recuperación del tejido empresarial económico nacional; sin embargo creo que no sería una mala gestión el seguir reservando el monto previsto en caso de posibles inconvenientes y cambios sociopolíticos en relación con las inscripciones de nuevas empresas.

Hoy en día la diversificación de mercados hace que una idea innovadora sea altamente costosa y arriesgada, tanto a la hora de tomar la decisión tanto como de no hacerlo, hay un sinfín de ejemplos de empresas yéndose a pique o liderando mercados gracias a la implantación, o no, de métodos o productos específicos, y muchas de éstas no se especializan en ser las pioneras o las mejores si no de hacerlo de una forma o más barata, o más simple, o más efectiva. Por este tipo de argumentos, entiendo y saco una clara conclusión. Hoy por hoy, en un entorno tan competitivo, has de hallar un hueco en el mercado, entender tu posición para con los consumidores o potenciales clientes y asimilar y trasmitir de una manera clara cuál es tu visión, misión (para que existes y con qué propósito) y cómo vas a hacerlo. Precisamente por eso este tipo de organizaciones existen, permitiendo que ciertos productos (sobre todo en el estado inicial del desarrollo) existan mediante pocos costes siendo primordialmente primero prototipos, que poco a poco van perfeccionándose, para cuando se tengan las estaciones *Alphas* y *Betas* de los productos se pase a las campañas de marketing en el que principalmente participar en eventos de la cámara de comercio de Madrid, eventos extracomunitarios, a nivel nacional, o de pequeños emprendedores que busquen empresas con los que cooperar.

Entre el contexto VUCA y la masificación de integrantes dentro del mercado, prácticamente se vuelve al estado natural en el que sobrevive, el más apto y el que se adapta mejor a la mutabilidad de las circunstancias con mayor celeridad. Así podemos observar cómo en relativo poco tiempo el líder de hoy puede ser la presa de mañana. Por estos y muchos más motivos me he propuesto intentar integrar un modelo de empresa que nos obligue a estar en la vanguardia constantemente como pasa principalmente en el sector informático, debido a la naturaleza de este tipo de ambientes competitivos y en constante cambio y revisión. Este modelo de negocio se centrará en una venta de un servicio en el que habrá integrados una serie de productos a través de una plataforma digital *Saas (****S****oftware* ***a****s* ***a******S****ervice)* que llamaremos a partir de ahora como *Oxygen* concebido tanto a *B2B* como *B2E* (Business to Employee) como *B2B2C*.

## Abstract

The summary of this project presented would be summed up in that, due to the current socioeconomic circumstances, the organization that is trying to be erected would be Oxygen SL (Private Limited Company) in which the minimum amount for the constitution would be 3,000 euros (or were, rather), in monetary or non-monetary form, since the Capital Companies Law establishes that: *- "the capital may be subscribed by means of a monetary or non-monetary contribution. What are non-monetary contributions? They are goods and/or patrimonial rights susceptible of economic valuation” -;* However, according to the BOE since September 2022, among other contents, it modifies that text, making it possible to skip this step temporarily, establishing it with a contribution of **1€**, although this will be discussed in depth later.

## Resumen

El resumen de este proyecto presentado se resumiría en que, debido a las circunstancias socioeconómicas actuales, la organización que se está intentando erigir sería *Oxygen SL*. Una *SRL* (**S**ociedad de **R**esponsabilidad **L**imitada) en el que el importe mínimo para la constitución serían 3.000 euros (o *eran,* mejor dicho), de forma monetaria o no monetaria ya que mediante la [Ley de Sociedades de Capital](https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2010-10544) establece que: - *“el capital social puede suscribirse mediante aportación dineraria o no dinerarias. ¿Qué son las aportaciones no dinerarias? Son bienes y/o derechos patrimoniales susceptibles de valoración económica”* -; [[2]](#footnote-2) sin embargo según el BOE desde septiembre del 2022[[3]](#footnote-3), entre otros contenidos, modifica ese texto habiendo que sea posible saltarse ese paso de una manera temporal estableciéndola con el aporte de **1€**, aunque esto se discutirá más adelante con profundidad.

### ¿Por qué escoger un formato Startup?

Una startup al fin y al cabo es una empresa que cuenta con atributos especiales, y en cierto grado se dota a sí misma debido propia naturaleza de una flexibilidad que existen en un entorno muy concreto de circunstancias, y existen varias diferencias entre éstas y las empresas más tradicionales; aunque en referencia a la financiación es habitual que el fundador/es aporten el capital inicial necesario. Actualmente también es habitual que busquen financiación externa para el desarrollo de su producto y/o servicio, es decir, tratan de “vender” su idea a fuentes externas que financien parte o todo el proyecto (como “*business angels”*, incubadoras o aceleradoras, capital semilla o modelos de crowdfunding que se basan en micro mecenazgos para llegar al monto inicial estimado a cambio de o bien participaciones futuras, como ventajas). Mientras que, por el contrario, una empresa tradicional suele ser financiada principalmente de las aportaciones de sus socios, y la organización cuenta con unos objetivos de rentabilidad orientados más a medio y largo plazo, contando con mayor rigor en la toma de decisiones, pero con menos flexibilidad a la hora de modificarlas.

Hablando de los tiempos y plazos, las Startups, sobre todo aquellas cuya fuente de financiación es completamente externa, suelen tener un plazo determinado para desarrollar su producto o servicio y lanzarlo al mercado, momento en que debe empezar a generar beneficios; por el contrario, una empresa más tradicional cuenta con unos tiempos más extensos, dado que los primeros años de vida de una empresa no se espera que genere beneficios más allá de los necesarios para cubrir gastos y mantenerse operativa. También se diferencian en la especialización; *las Startups suelen focalizarse en el desarrollo de un producto o servicio determinado*(que es el centro de su idea de negocio) y las empresas más tradicionales suelen operar sobre un sector, pudiendo ofrecer diferentes productos o servicios dentro de ese mismo sector.

No es extraño ver como una Startup se acaba convirtiendo en una empresa formal con varios productos y servicios a su disposición de hecho, las Big Five tecnológicas que a día de hoy prácticamente tienen unas circunstancias casi monopolísticas, empezaron su recorrido desde un garaje en Silicon Valley como incubadoras, o similares. Esto implica indirectamente que el uso de las nuevas tecnologías es otra de las diferencias que más están rigiendo las diferencias entre las corporaciones tradicionales y éstas. Una vez vistas las principales diferencias, detallemos los requisitos para crearla.

### Capital inicial

El desembolso inicial de una startup, va a depender de la forma jurídica que escojamos para la organización y cuánto dinero podamos invertir en esta primera fase de ésta, aunque por el contrario también es cierto que muchas comienzan sin la necesidad de invertir una gran cantidad de dinero ya que el coste económico elevado al inicio, no es precisamente la principal característica de este tipo de organizaciones en el que se prioriza la flexibilidad, en el que el desempeño de funciones es más importante que la realización de la actividad financiera.

En este tipo de situaciones no es poco común encontrarse con financiaciones principalmente procedentes de créditos bancarios, recursos propios y/o capital riesgo. Este último, es un tipo de fondos específicos y comunes, ya tendiendo a los más normalizados dedicados a financiar startups con potencial. Suelen realizar su política de inversión, en relación a sus preferencias de sector; de una forma pública, en función a las fases en las que se encuentren, las cantidades máximas y mínimas de dinero disponible para invertir y ciertos criterios de la selección.

¿Por qué se ha decidido el cambio de ley en referente al monto inicial? ¿Qué motivos han dado?

*“La cuantía de capital mínimo en la constitución de sociedades de responsabilidad limitada, se vio afectada para establecerla en* ***1 euro****, con la finalidad de abaratar los costes de constitución y, con ello, promover la creación de empresas y permitir a los socios fundadores que sean ellos los que decidan la cifra de capital que se precise suscribir en función de sus necesidades y preferencias.” [[4]](#footnote-4). ­* Esto hace evidentemente que el esfuerzo económico para la puesta en marcha de una SL sea mucho menor y a la vez más efectiva, ya que puede centrarse en la inversión y en el beneficio, en vez de gastarlo en trámites.

## **Trámites legales y fiscales**

Para poder proseguir con el proyecto mediante la cumplimentación de los correspondientes trámites legales y fiscales definiremos la organización en su forma jurídica como una Sociedad Limitada mediante una financiación recursos propios, ya que en la gran mayoría de casos será necesario constituir una sociedad mercantil cuanto antes a través de los siguientes pasos: declarando sus estatutos, su forma jurídica y registrando su nombre en el registro mercantil (necesitaremos 5 opciones por si las propuestas ya estuvieran seleccionadas anteriormente), se cuenta con un plazo de hasta 2 meses para confirmar el registro y se puede realizar de forma telemática.

Una vez finalizada la forma jurídica de la startup será de SL o SRL (*Sociedad de Responsabilidad Limitada*), esto determina no solo el capital social inicial (3k), sino también el resto de inversiones necesarias y el reparto de beneficios; por no hablar del resto de trámites legales y sus correspondientes responsabilidades. Se ha optado por un Sociedad de actividad mercantil Limitada por evitarnos en futuro posibles quebraderos de cabeza en caso que las circunstancias no fueran favorables y hubiera que cesar la actividad futura, ya que en cuanto a facilidades burocráticas y trámites legales consideró que las opciones que más me convendrían, en primera instancia, serían el darme de alta en el RETA.

El RETA –“ *… es el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos en el que deben estar inscritas todas aquellas personas que realicen de forma habitual, personal y directa una actividad económica a título lucrativo, y siempre que el desempeño de esta actividad no esté sujeta a contrato de trabajo por ninguna empresa.”[[5]](#footnote-5)*– me permitiría declararme como un autónomo y realizar mi actividad de forma unipersonal o hacer una sociedad civil mediante una Comunidad de Bienes en el que tanto yo como compañeros míos que estuviésemos dado de alta podríamos a términos legales desgravarnos bastante impuesto en deducciones ya que estarían al mismo nivel que el impuesto de sociedades como si fuese una sociedad mercantil en cambio es una sociedad civil sin embargo hemos de declinado esta opción debido a la responsabilidad ilimitada que me otorga esa situación burocrática como contraparte prefiero ya que dispongo de esa cantidad a montar de recursos propios y capital inicial que me piden para formar una Sociedad Limitada y desgravarme esas deducciones mediante el impuesto de sucesiones o de lo que sea y no tener en caso de que no 6 del resultado estimado a montar toda la responsabilidad yo solo.

Como toda empresa, *Oxygen SL* necesita tener un nombre (cuya forma puede variar según la forma jurídica escogida). Este nombre puede y será la futura marca de nuestro producto y/o servicio y está estrechamente relacionada con el *Branding* de la empresa y puede realizarse de forma telemática a través de Internet.Una vez escogida nuestra marca personal para la Sociedad Limitada, será necesario escribir los estatutos sociales de la startup y la escritura pública de constitución que deberán ambas ser firmadas ante notario.

También se deberán llevar a cabo ciertos trámites con la Hacienda española para poder comenzar a operar, entre estos últimos se encontrarían su ***NIF*** (tendrán que solicitar un ***NIF***específico para la empresa, éste será provisional y pasados 6 meses se volverá definitivo), darse de alta en el Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE) o en la declaración censal.

Así es como debe inscribirse uno en el censo de empresarios, profesionales y retenedores; para ello deberemos presentar el *modelo 036 o 037* [[6]](#footnote-6) y marcar los epígrafes en los que nuestra startup va a desarrollar su actividad.

Una vez visto todo el tema de la forma jurídica de la empresa y su constitución nos puede asaltar una pregunta**… *¿por qué constituir una SL y no una SA o una CB?***

Como es de prever las decisiones tomadas son en consideración a ciertos criterios que esclarecen que es lo más conveniente, y refleja una serie de características básicas procedentes de las sociedades limitadas que podrían resumirse en un cómputo total aproximado de: un número mínimo de 1 integrante y no máximos, se imposibilita a la organización a optar a valores en bolsa ni sacar acciones de participaciones; además la responsabilidad de los socios se limita al capital aportado a la sociedad y no responden de las deudas de la misma con el patrimonio personal.

El capital mínimo para constituirla, como ya se ha comentado con anterioridad, era de **3.000€** pasando a **1€** y se dividen en participaciones sociales. En caso de que existieran aportaciones no dinerarias, éstas se valorarían por un experto independiente.

El administrador de la organización podría conservar el puesto de por vida ya que la duración de la titularidad es indefinida, una SL presenta ventajas que ya hemos visto; sin embargo, tampoco debemos olvidar que existen algunos inconvenientes a tener en consideración como que las participaciones sociales en las que se divide la empresa no son fácilmente transmisibles y hay veces que para obtener financiación, la entidad financiera o banco nos solicitad una serie de garantías personales o avales, haciendo consigo que en caso afirmativo, la responsabilidad limitada de la que hace gala una SL desaparecería pasando a responder con nuestros bienes personales.

A diferencia de una *CB* (Comunidad de Bienes) que es una sociedad civil o colectiva, en las SL o sociedad mercantiles de responsabilidad limitada, como su propio nombre indica, su responsabilidad es limitada, en términos burocráticos a ésta última se le aplica el impuesto de sociedades y debe poseer un registro de libros de la sociedad; mientras que por el contrario en la *CB* son los comuneros (o autónomos inscritos en el *RETA*) los que realizan la declaración de la renta individualizada por cada comunero aplicando el IRPF en vez del de sociedades de carácter mercantil. Como postilla para aclarar aún más las diferencias, la comunidad civil comunal no tiene personalidad jurídica como tal a diferencia de las *SL*.

### Modelo de negocio y propuesta de valor

Definir la idea de negocio son los primeros pasos en el plan estratégico y organizativo, *Oxygen SL* se centrará en paliar los problemas presentados dentro de las organizaciones, aliviando de ciertas responsabilidades a recursos humanos mejorando los climas empresariales facilitando así un flujo más fluido dentro de la cadena de valor del producto y/o servicio ayudando así a los futuros clientes otorgándoles mayores beneficios. ¿Cómo conseguimos eso?

Proveyendo de metodologías vanguardistas a un SaaS (Software como servicio) para mejorar el ambiente laboral, liberando tensiones y determinando de una mejor manera que deseamos dentro del sector profesional, que tipo de remuneraciones nos convienen más, organigramas, dudas, calendarios, circulares y demás.

¿Y cómo una idea pasa a convertirse en un concepto de negocio? Pues pensando en aspectos como el canal de venta del producto o servicio, en los clientes o usuarios potenciales, los posibles beneficios, la competencia en el sector, qué hace diferente a nuestro producto o servicio, etc.

Tener clara y definida la idea de negocio es un paso fundamental para la startup. Y dentro de esta fase es muy importante la propuesta de valor, es decir, aquello que hace diferente a nuestra idea con respecto a nuestros competidores (o lo que lleva al consumidor a elegir nuestro producto o servicio y no el de otros). La propuesta de valor marcará la estrategia de negocio de la startup.

El identificar a posibles socios (*partners*) clave y establecer buenas relaciones con ellos es uno de los procesos más importantes de la consolidación del ambiente empresarial que tendrá la futura compañía. El también llamado ***networking***, es una de las claves fundamentales y esenciales de este proceso de creación y consolidación, ya que gracias a estos contactos colaborativos se pueden forjar grandes, buenas, sólidas y duraderas relaciones con sus consecuentes oportunidades dentro del mercado.

### Modelo Canvas

# 

El *Canvas* es una práctica más que óptima para emprender ya que nos ayuda a comprender y presentar de una forma muy esclarecedora un modelo de negocio de forma objetiva y estructurada, lo que agrega valor a tu idea de negocios e impulsa el éxito de tu marca. Este tipo de decisiones son las que marcan la diferencia y son muy importantes, debido a que hace tangible un negocio reconocido y con escalabilidad.

# Capítulo 2 ~ Análisis del entorno

## Análisis del entorno

¿Cuál debería ser un análisis del entorno óptimo? y ¿qué entorno debería ser el indicado para desarrollar una empresa basada en el desarrollo y/o mantenimiento de un servicio procedente de una App? ¿Por qué un SaaS?

Un análisis PESTEL es un marco o herramienta utilizada por los profesionales de marketing para analizar y monitorizar los factores macro ambientales (entorno de marketing externo) que tienen un impacto en una organización. El resultado servirá para identificar amenazas y debilidades, que después se utilizarán para completar un análisis DAFO. En marketing, antes de que se pueda implementar cualquier tipo de estrategia o plan táctico, es fundamental realizar un análisis de la situación; de hecho, debe repetirse regularmente (6 meses *aprox.*) para identificar cambios en el entorno macro. Las organizaciones que controlan y responden a los cambios en el entorno macro pueden diferenciarse de la competencia y crear una ventaja competitiva. Es una herramienta utilizada para identificar las fuerzas macro (externas) que afectan a una organización.

### Conseguir un lugar de trabajo y un equipo humano adecuados

Una vez nos encontremos metidos en el desarrollo de nuestra idea de negocio, será importante contar con un lugar de trabajo y un equipo humano adecuados para la consecución de nuestros objetivos. Entre los lugares de trabajo más habituales se encontrarían los espacios de trabajo o coworking, que además de ser puntos físicos más baratos y asequibles a los costes promedios de oficinas estándares, facilitan el contacto con otros profesionales y que esa cercanía pueda impulsar o bien la marca o bien nuestras *Best practices* (mejores y optimas formas de desarrollar algo) dentro de una red de contactos importante de cara al futuro sobre todo en un sector especializado tan como este.

En cuanto al equipo humano, una startup suele comenzar con pocos trabajadores, normalmente sus fundadores, pero según el desarrollo del organismo va avanzando, es posible y beneficioso un aumento de la plantilla gradual, pese a que lo más habitual suele ser que ***no*** se sobrepasen los 10/15 trabajadores aproximadamente en el territorio nacional. Debido a situaciones como ésta, es de suma importancia realizar y consensuar una planificación previa entre los gerentes de dirección sobre los perfiles que deberán ser necesarios para desarrollar de forma viable y efectiva el/los producto/s y/o servicios ofrecidos al mercado.

## PESTEL

El procedimiento de análisis del entorno mediante el método ***PESTEL*** (***P****olíticos,* ***E****conómicos,* ***S****ociales,* ***T****ecnológicos,* ***E****cológicos y* ***L****egales*) nos permitiría tener una información valiosísima decisiva sobre el rumbo que podría tomar el plan estratégico de la empresa, asegurándonos información y presentándola ante la palestra de una forma visual y coherente ofreciéndonos datos importantes en referencia a los presupuestos generales y los costes económicos, o cual debería ser nuestro mercado objetivo, como sería nuestra propuesta de venta y su posterior desarrollo del servicio; o que competencia directa o indirecta pueden existir y que barreras de entrada al mercado nos encontraremos. **Para realizar correctamente un análisis PESTEL es necesario realizarse ciertas preguntas que nos ofrecerán una idea sobre qué aspectos resultan más relevantes y cuales no para el futuro desempeño de nuestra actividad.**

***¿Cuál es la situación política actual del territorio nacional? ¿Qué factores económicos son los más predominantes? ¿Es importante la cultura en este mercado? ¿Innovaciones tecnológicas? ¿Cuáles son las legislaciones? ¿Cambios en la normativa ambiental?***

### Políticos

En este apartado se engloban elementos como las políticas desarrolladas en el país, los niveles de pobreza del entorno, los índices de desigualdad, el desarrollo económico, el acceso a recursos de sus habitantes, así como la forma en todo ello afecta a la actividad de la empresa.

Precisamente el analizar en macroentorno político ha permitido sacar a la luz la posibilidad de inscribir una SL sin la necesidad de aportar el monto inicial de 3000 € para constituir la sociedad, aliviando la carga económica presupuestaria en los momentos más tempranos del desarrollo.

Además de eso Europa actualmente ha dotado de una inyección económica para financiar de algún modo la deuda pública actual financiando proyectos innovadores, y resilientes. Desde la página web de la Comunidad de Madrid apuntan: *“La Comisión Europea dispone de unas líneas de financiación que subvencionan proyectos de interés para el conjunto de la sociedad. Estos programas dedican 1.000 millones de euros para la competitividad de las empresas, las pymes y los emprendedores a través del pilar Cosme —parte del programa de Mercado Único— y de más de 670 millones de euros vinculados al empleo y a la lucha contra la exclusión social, a través del capítulo EaSI del Fondo Social Europeo Plus, entre otros. Con el nuevo Marco Financiero Plurianual 2021-2027, cobran especial importancia las temáticas de transición climática y transformación digital. Estas temáticas se insertarán en todos los programas, incluyendo los mencionados.”*[[7]](#footnote-7)y precisamente ahí es donde entra *Oxygen SL,* matando 2 pajaros de un tiro, digitalizando procesos, a su vez favoreciendo al medioambiente evitando procesos costosos en cuanto a recursos y tiempo, tangibles y con la accesibilidad y sostenibilidad dentro del entorno laboral enfocado a una diversidad plural, ya que nuestro modelo de negocio se basa en la relación del trabajador con la empresa.

Según dice el “*Mercado Único: SMP*” de la Unión Europea, sus principales objetivos son la mejora del funcionamiento del mercado, reforzar una competitividad sana entre las empresas miembro entre las que ya son consideradas las [pymes](https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/find-funding/eu-funding-programmes/single-market-programme/overview/support-businesses_es), desarrollar estándares de alta calidad homogéneos entre miembros, brindar de una mayor protección al consumidor de nuestros servicios.

Estaríamos hablando de una financiación de unos 4.000 millones de euros. Además, también *Oxygen SL* podría optar a **COSME** que forma parte de la propuesta de *Mercado Único,* que también cuenta con un presupuesto de 1.000 millones de €.[[8]](#footnote-8)

### Económicos

*Respecto a los presupuestos, a los costes económicos e ingresos hay algo que nunca debemos hacer y eso es subestimar las necesidades económicas que tiene un negocio.*

La capacidad de financiación será definida por la cantidad real tangible de la que podemos disponer y de las posibilidades que nos abre. Pese a que acabamos de hablar de posibles financiaciones y ayudas públicas, en este tipo de circunstancias es recomendable ser realista y no contar con la financiación que no sea segura, ya que ser cauto con el volumen de beneficios que deberíamos obtener, nunca es una mala práctica.

Por no hablar, además del tema presupuestario que tiende a considerar los diversos costes y gastos producidos por el desarrollo y explotación del servicio. Entre estos gastos se podrían encontrar el coste económico del desarrollo y de los sueldos de los empleados, los gastos derivados de las campañas de marketing y de las cuestiones físicas como los servidores, equipos informáticos, locales y/u oficinas.

¿Cuál sería la viabilidad de un SaaS? El **motivo** principal evitar perder dinero, cuando tenemos una buena idea de negocio es importante el análisis de la viabilidad, para tomar algo de distancia y valorar las fortalezas y debilidades del proyecto; en definitiva, se busca incrementar las posibilidades de éxito de la idea de negocio, y honestamente vale la pena detenerse a hacerlo.

Al comercializar nuestro servicio seguramente perderemos clientes a manos de la competencia y en otras ocasiones puede que ganemos nosotros, determinar los motivos que hacen que nuestro abanico de clientes aumente, ayudará a mejorar nuestro servicio y evitar una pérdida de usuarios.

### Sociales

Creo que este apartado es precisamente el más importante ya que es de lo que se basa la creación de este proyecto y organización, debido a que es notoria la situación que viven un sinfín de empleados dentro de sus centros de trabajo y en las relaciones que tienen con sus empresas. La satisfacción laboral va relacionada con el rendimiento y la productividad, “*El primer estudio sobre la Satisfacción Laboral se realizó en el año 1911 por Frank Taylor*”, en él se nos indica que el salario es el aspecto más primordial; sin embargo “*Elton Mayo, profesor de Harvard sostuvo que la empresa Western Electric Company fue la primera de verdad donde se pusieron en marcha un conjunto de cuestionarios y practicas reales y fehacientes para saber qué aspectos producían la satisfacción y la insatisfacción de éstos*,” dejando como conclusión que la relación entre la vida y las relaciones sociales entre ellos y sus superiores son las que de verdad afectaban a la eficacia de su desempeño. Y con las posteriores investigaciones de “*Hoppock en 1935, en las que se resalta la relación entre el funcionamiento interno de la empresa con la calidad de vida del trabajador*.”. *[[9]](#footnote-9)* Se puede comprobar como la satisfacción del trabajador con su interrelación de vida y personal tanto dentro como fuera del trabajo afecta a la situación económica y a la eficacia en la cadena de valor de una empresa resultado mas que necesario una mejora y oferta continua de servicios o productos orientados a la mejoría de las persona con sus entornos laborales y profesionales.

### Tecnológicos

Otros de los principales puntos a tener en cuenta en este supuesto sería comprobar el nivel de saturación del mercado objetivo, y analizar el número de competidores con contexto como haremos un poco más adelante.

“*La importancia de los recursos humanos no ha pasado inadvertida por la industria de software. Existe ahora una amplia gama de aplicaciones disponibles para ayudar al departamento de recursos humanos*” [[10]](#footnote-10). Sin embargo, como se ve más adelante hay una amplia gama y abanico de posibilidades de líneas de productos las cual nos permite un holgado hueco de mercado, como por ejemplo nominas, gestión de tiempo, tareas o personal. Estos *HRMS* *“convierten en información a recursos humanos para un formato que añada conocimientos a los sistemas para la gestión resultando en datos que se puedan integrar en ERP’s.”* [[11]](#footnote-11)

### Ecológicos

Este tipo de apartados son de los que últimamente más fuerza ha estado cogiendo y más importantes resultan ser precisamente en los sectores primarios y relacionados con la agricultura; sin embargo, el hecho de que *Oxygen SL* sea un *SaaS*, no quiere decir que no se pueda y deba intentar adoptar una serie de políticas medioambientales centradas en la sostenibilidad.

Considero que el mayor problema al que nos enfrentamos, ya no como empresa sino como sistema mundial, es respecto a la fuente de obtención del suministro energético. Éste podría ser mucho más limpio, aunque en cierta medida al desarrollar de manera telemática toda nuestra actividad, supone a la larga un gran ahorro de costos, materiales y recursos, aunque en parte, también supone una constante e imperiosa necesidad de conexión. Y siempre y cuando esta conexión vaya siendo progresivamente más verde, todo supondrá en valor absoluto un aspecto positivo para todos.

### Legales

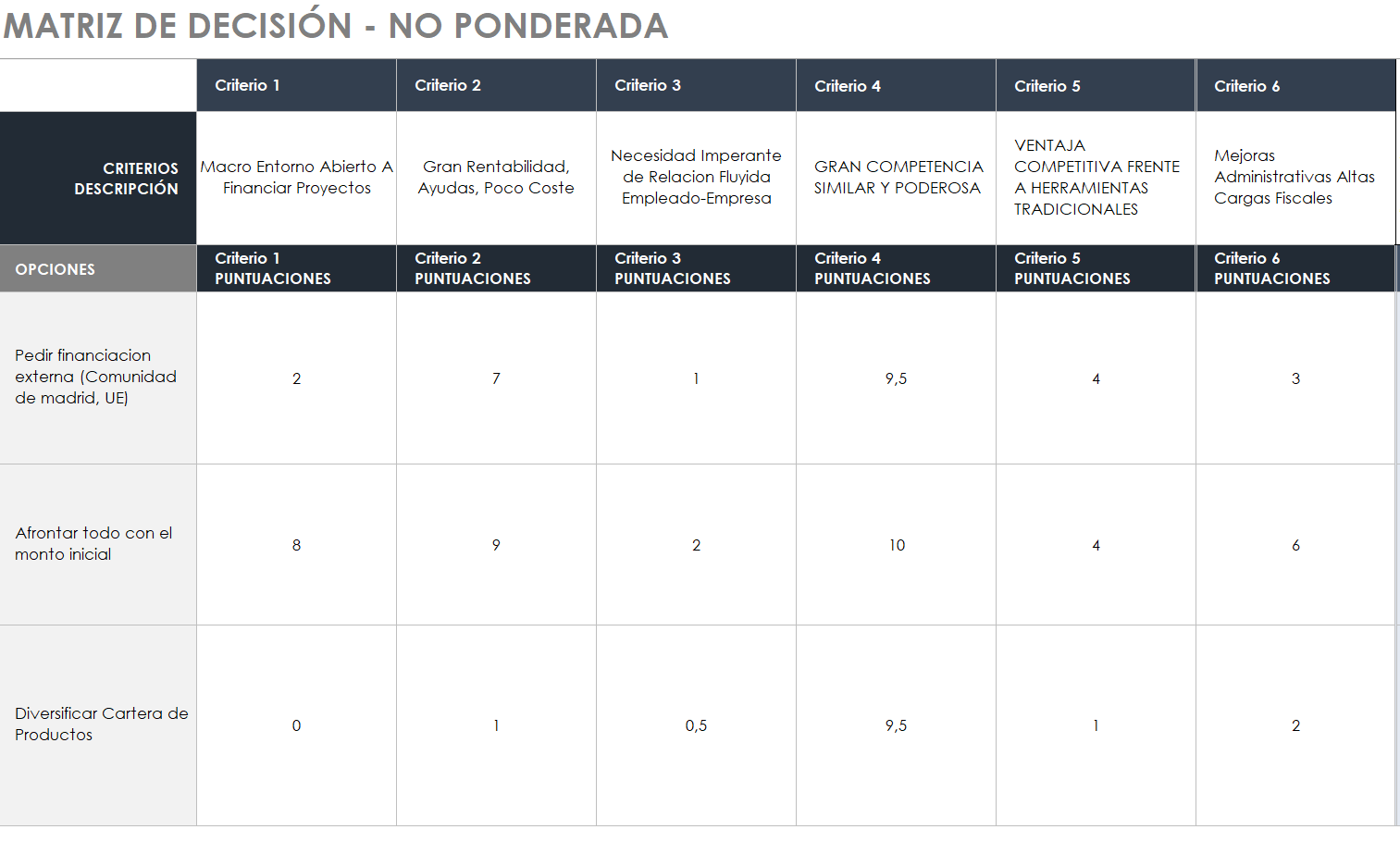
Analizar es fundamental para saber qué posibilidades reales existen de tener éxito en un espectro comercial determinado. Nadie medianamente coherente lleva a cabo una idea de negocio sin antes haber calculado los riesgos, los beneficios, el nivel de capital necesario o haber realizado un estudio de mercado, entre otras cuestiones

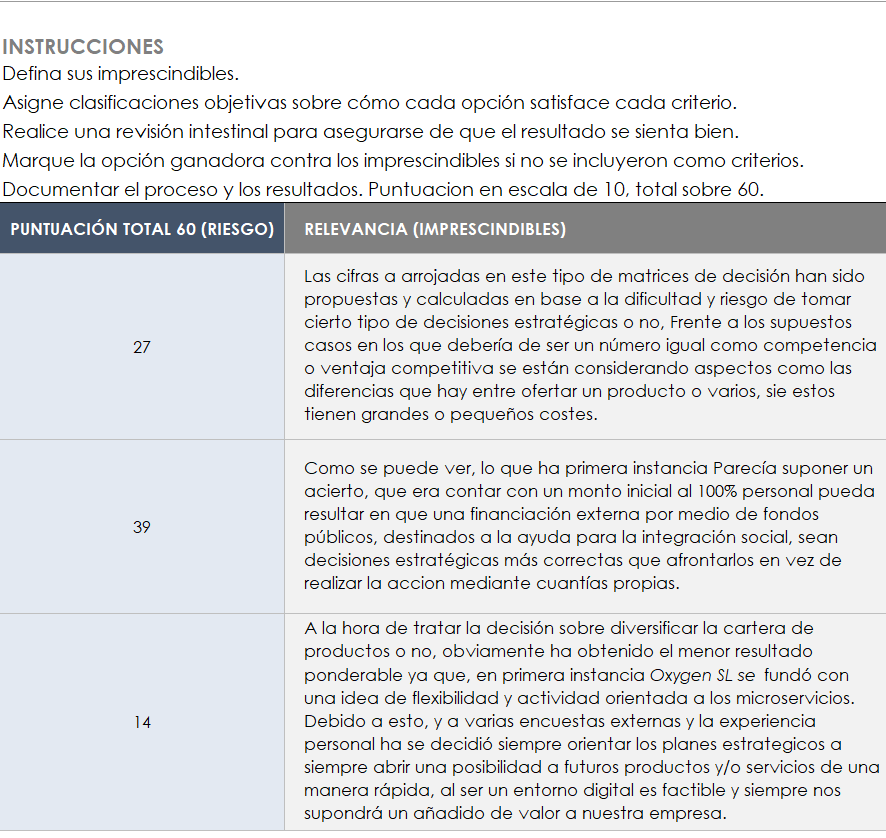
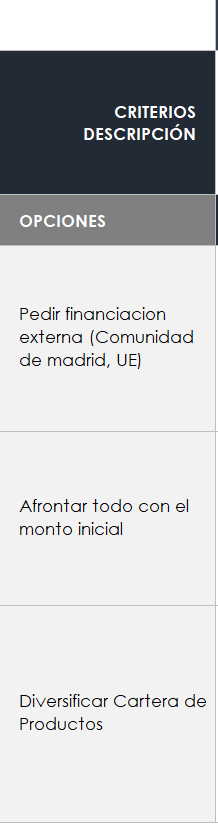
**Como ventajas que podríamos señalar sobre el *Pestel* serían quenos ayuda a evaluar los riesgos externos y optimiza la gerencia,** ya que la toma de decisiones es mucho más eficaz al contar con información que antes obviábamos. Se prevé y se minimiza el impacto de los elementos externos adversos, debido a analizar los factores que influyen en los niveles de oferta y demanda; por no hablar a demás, de la mejora de liderazgo resultante **y su aumento en el desempeño de la resiliencia y adaptabilidad.**

**Todos los aspectos de esta técnica son cruciales para cualquier industria en la que pueda estar una empresa porque, además de ayudar a**[**entender el mercado**](https://retos-directivos.eae.es/pasos-para-llevar-a-cabo-tu-estudio-de-mercado/)**, representa la columna vertebral de la gestión**[**estratégica**](https://retos-directivos.eae.es/como-acertar-con-tu-estrategia-competitiva/)**.** Es un ejercicio de previsión y probabilidad, las proyecciones deben ser verosímiles y realistas.

La última crisis económica -derivada de la sanitaria- que ha acaecido recientemente el planeta, ha repercutido de una forma muy dura, a las compañías de todo el globo. Sin ir más lejos- *“ha repercutido en una bajada de hasta el 50% de las ventas de toda una cuarta parte de las compañías…”- [[12]](#footnote-12)* según diversas fuentes reflejan*.*

Creo que no cabe duda alguna, de que este tipo de datos reflejan, cómo muchas empresas de diversos sectores, se han visto envueltos en circunstancias con desenlaces garrafales y efectos negativos. Aunque, por otra parte, también hay muchos casos nuevos de ejemplos de resiliencia y de métodos opciones y/o herramientas que tenemos a nuestra disposición cuando nos encontramos inmersos en un mar de incertidumbres y cambios; ya que éstos nos brindan la oportunidad de adaptarse, evolucionar y crecer**,** ya que, en este tipo de situaciones, resulta esencial elaborar un análisis del mercado, ya que son factores que producen diversos efectos en las empresas; para este tipo de circunstancias se desarrollaron las 5 Fuerzas de Porter que vamos a desarrollar a continuación.





## Las 5 fuerzas de Porter

Para continuar con el análisis del entorno pasamos a tratar con las 5 fuerzas de Porter que claramente están diferenciadas en la entrada de nuevos competidores como es nuestro caso actual, los competidores que nos encontraremos una vez ahí, los posibles productos sustitutivos, controlar a nuestros posibles y futuros proveedores y clientes.

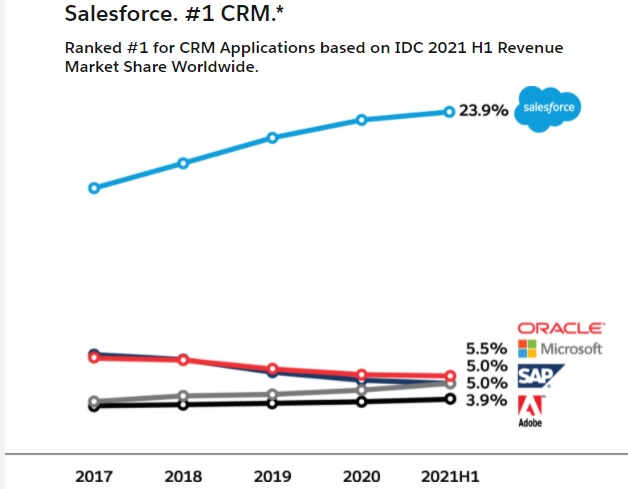
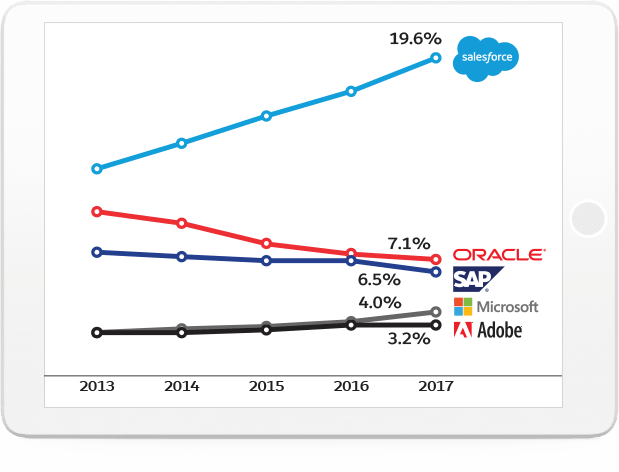
### 1. Entrada de nuevos competidores

Considero que es prioritario analizar y esclarecer si es fácil o difícil para los nuevos competidores, y para nosotros mismos, si la entra dentro del mercado de la gestión de Recursos Humanos por vía telemática y soluciones online, es un nicho muy copado para nuevos integrantes o no. Cuando un posible competidor como nosotros entra en un mercado, antes ha debido superar una serie de obstáculos, como las normativas, los distribuidores, los costes.

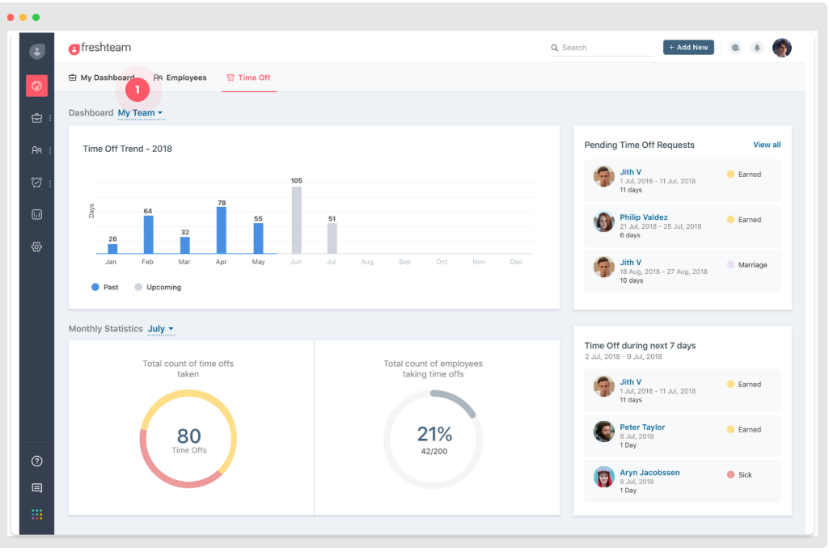
Cómo podemos estar comprobando en la actualidad, mediante las encuestas, artículos y eventos por todos conocidos, los requisitos, las necesidades y los costes relacionados con la gestión de una empresa tecnológica y sus jerarquías administrativas no suponen un gran obstáculo para los nuevos competidores. De hecho, menos aun si contabilizamos las propuestas actuales, y las facilidades y ayudas, en relación con el compromiso del macroentorno socio-político en el que podemos comprobar, mediante el estudio del ambiente económico previo que este tipo de mercado actual vanguardista no es precisamente ni costoso ni complicado de iniciar; sin embargo, el verdadero quid del asunto está en mantenerse y conseguir una cartera de clientes fiable.

Ese es el auténtico paradigma y la auténtica dificultad añadida a este tipo de mercados y proyectos. En este sentido, cuanto más fácil le resulte a uno sobreponerse a estas posibles dificultades para entrar en el mercado, más importante será la amenaza que representa para tu propia empresa, una vez ya formada y consolidada.

### 2. Competidores existentes

A mayor número de organizaciones que oferten [productos](https://blog.becas-santander.com/es/innovacion-de-productos.html) y/o servicios similares a *Oxygen* *SL* menor será la competitividad de ésta. Entre unos de los competidores más fuertes y con más presencia en el mercado de SaaS *B2B2B* se encontraría Salesforce:

***Freshteam*** es una de las plataformas *SaaS* más usadas para gestionar todos los procesos de recursos humanos de forma inteligente. Tiene un [sistema de aplicaciones](https://geekflare.com/es/best-applicant-tracking-system/) que busca candidatos y programa entrevistas para contratar a los candidatos más adecuados. [[13]](#footnote-13)

Con este tipo de SaaS puede llegar a crear políticas de tiempo libre para el año. Se pueden asignar a equipos, ubicaciones o departamentos específicos.

También realiza seguimientos de ausencias, genera informes de tiempo libre y ausentismo.

Para automatizar y optimizar el departamento de *Recursos Humanos* y llevarlo a otro nivel, otra de las mejores soluciones (*y peores competidores para nosotros, por su presencia en el mercado)* sería *Bizneo HR*. *Suite* de 10 tecnologías que cubren y brindan soluciones para mejorar todas las etapas del trabajador, incorporan g**estión de tiempo** y turnos, seguimiento del *o****nboarding****y offboarding* *(procesos muy importantes y de sumo cuidado)* y *workflows*. Por no hablar de su capacidad de integración con otras herramientas (integración con nómina, control de acceso, presencia, *ERPs*).

Analizando el mercado podemos llegar a hacernos una idea de las tecnologías que utilizan nuestros competidores, estudiando las barreras de entrada en el mercado, como antes hemos apuntado con *Salesforce,* por su asombrosa presencia casi de carácter monopolístico.

Respecto a las 2 primeras fuerzas podríamos apuntar que no tenemos precisamente la ventaja de negociación respecto a los clientes.

### **3. Posibles sustitutos**

En este tipo de circunstancias y de casos los principales posibles productos sustitutivos en sí son los métodos más tradicionales de la gestión de Recursos Humanos y de las plantillas de las organizaciones, en las que se ha podido comprobar por experiencia propia y diversos testimonios que se presentarán más a delante, que estos procedimientos más rudimentarios, no son de lo más flexibles a la hora de imprevistos o rotaciones de personal escuchas activas o resolución de conflictos latentes. Sin embargo, siguen siendo ampliamente utilizados por los administradores posiblemente por una reticencia casi psicológica y conservadurista de las altas directivas estratégicas o simple y llanamente comodidad, pereza y desidia. Cuando en el mercado existen productos con una buena relación calidad/precio o con un coste reducido, estos pueden sustituir a otros, por lo que la rentabilidad de un negocio se ve afectada.

La propensión de las empresas a adquirir productos sustitutos (métodos convencionales) es muy grande ya que continuamente están saliendo nuevas plataformas (en promedio cada 6 meses) que brindan servicios similares a los ofrecidos por los proveedores actuales, o como se ha hablado antes puede jugar un papel más que importante la falta de ganas o de información frente a lo útil o no que supone un *HRMS* dentro de una directiva empresarial. En su mayoría los productos *SaaS* basan su propuesta de valor en la flexibilidad para crecer y adoptar la herramienta, así como la seguridad, confiabilidad y disponibilidad de los datos corporativos.

### 4. Proveedor

Toda empresa necesita proveedores, sin embargo, el no guardarnos bien las espaldas con éstos nos pueden llegar a suponer una amenaza para la rentabilidad y sostenibilidad empresarial tal que en algunos casos los vuelven sus prisioneros. Las situaciones en las que más estar al tanto serían las 3 siguientes: cuando son el monopolio de la industria, cuando una se enfrenta a un coste demasiado elevado por cambiar de proveedor, o cuando un/os proveedor/es lleguen a entrar en el mercado como participante. Como prevención a estos supuestos es más que recomendable aumentar el número de proveedores, crear alianzas a largo plazo o fabricar de manera directa la materia prima, entre otros.

Entre los proveedores de servicios, dominio y alojamiento web en servidores, tenemos un abanico bastante amplio de posibilidades, sin embargo, los nombres que más suena en cuanto a relación calidad precio y fiabilidad serían *Hostinger, SiteGround [[14]](#footnote-14)* (a un nivel más internacional) y *Don Dominio* o *Raiola Networks[[15]](#footnote-15)* (más a un nivel nacional).

En estas 2 últimas fuerzas de Porter sí es cierto que tenemos más ventajas respecto a los proveedores y productos sustitutivos, ya que de éstos últimos no hay casi existencias, como en el caso de proveedores que hay casi en exceso brindándonos flexibilidad de contratación y presupuestos.

### 5. Cliente

Este tipo de sector es bastante complicado ya que estamos en un constante cambio entre clientes, competidores, posibles aliados o partners y lo que a día de hoy puede resultar en una competencia directa como puede ser el caso del anteriormente nombrado *SalesForce*, el día de mañana puede ser un posible cliente o un maravilloso aliado mediante su plataforma *AppExchange o Trailhead*, no obstante, a día de hoy nuestros principales targets y objetivos son las PyMes. Pequeñas y medianas empresas no más grandes de 500 trabajadores por unidad, entre las cuales necesiten una mejoría en la agilidad de la gestión, sobre todo en cuanto a tiempos, rotaciones de personal y en todo lo relacionado con el factor humano (formaciones, prevención de riesgos laborales, requisitos formativos, dudas sobre las nuevas políticas u accesibilidad). Beneficiando a los clientes y a sus cadenas de valor proporcionando así un bienestar entre el ecosistema formado.

También para con el cliente, es más que necesario formar [una propuesta de valor](https://www.becas-santander.com/es/blog/propuesta-de-valor.html) que nos diferencie a nosotros mismos al participar en un sector principalmente orientado a los servicios. ¿Cómo realizamos esto? Aumentando la calidad de los servicios y haciéndolos con un precio y tiempos mucho más competitivo que los competidores fidelizando a los clientes. Además de, incrementar el gasto en las [campañas de marketing](https://blog.becas-santander.com/es/campanas-digitales.html) para hacer visible esta diferenciación.

Cualquier persona con afán de emprender se ha de encontrar posiblemente con el reto continuo de adaptarse a las circunstancias y de una forma más o menos rápida o, supere las posibles dificultades y crezca. En este sentido, la formación a lo largo de la vida profesional de cualquier persona es esencial para *adquirir las habilidades y herramientas necesarias para diseñar estrategias que permitan conservar la rentabilidad* del negocio.

#### ¿Claves para que un Saas funcione?

**Una de las mayores** claves para que nuestra empresa funcione y sea factible será dar a conocer nuestros servicios de las maneras más claras, rápidas y fiables, ejerciendo un marketing en diversas plataformas y a través del *networking*. Para atraer y convencer ha de ser vital tener una comunicación transparente y sincera con los clientes, ¿cómo conseguimos eso? escuchándolos y mostrando el funcionamiento de la entidad desde dentro (siempre salvaguardando los intereses de la empresa), siendo claros, concisos, empáticos, resolutivos, efectivos y compresivos; ofreciendo guías paso a paso en cualquier punto en el que se hayan podido trabar o se hayan encontrado con algún inconveniente. **Y a**l ser un servicio que requiere de una relación de confianza entre la empresa y el cliente, es bastante positivo y conveniente **contar con un apartado en el que se ofrezcan referencias previas.**

# Capítulo 3 ~ Estudio de mercado

Un estudio de mercado es una **investigación** para analizar la **viabilidad comercial** y económica de un proyecto empresarial entorno a un producto o servicio y principalmente consiste en **anticipar la respuesta futura de los potenciales compradores y la competencia** ante nuestro servicio ofertado, sobre todo en este caso orientado a su lanzamiento.

En la sociedad actual, más competitiva, digital y cambiante que nunca, el estudio de mercado tiene mucha importancia ya que nos ayuda a saber en todo momento **como están evolucionando nuestros clientes y competidores.** Para ello hay que saber identificar las **oportunidades de negocio**, conocer el perfil y el comportamiento comercial del consumidor y los problemas a los que se enfrenta. Obteniendo en el proceso cierta información vital en referencia a nuestros competidores como: el precio al que está dispuesto a pagar o sus puntos más habituales de compra.

Identificar los distintos **segmentos** o nichos en que se divide el mercado, también nos resultará esclarecedor ya que puede que nos dirijamos a varios tipos diferentes de clientes. Saber determinar el **tamaño actual y presuponer mediante datos objetivos el futuro del mercado** y el nivel de competencia, nos dará una ventaja más que evidente para una mayor efectividad estratégica en la línea de nuestros servicios. Además, es importante determinar si tu mercado crece o decrece y si está atrayendo a un volumen alto de nuevos competidores, dando como resultado unas barreras de entrada mayores o menores.

### **Estudio de mercado (viabilidad)**

Una vez ya desarrollada la idea de negocio, el siguiente paso es realizar un estudio de mercado y este análisis anterior ha servido para nutrir una idea para delimitar nuestro público, ya hemos investigado la presencia de la competencia y su audiencia en el mercado y ahora investigaremos sus puntos fuertes y débiles y los nuestros para saber de qué nicho nutrir las arcas. El paso fundamental para poder realizar un estudio de viabilidad es crear el conocido como “producto mínimo viable”. Se trata de un prototipo del producto o servicio final, que ofreceremos a un número limitado de usuarios para “testearlo” y a partir de él, determinar costes, tiempo y adecuación al público objetivo al que queremos alcanzar.

## DISEÑO DE ENCUESTA Y RESULTADOS

### ENCUESTA 1

Para el diseño de la encuesta se han utilizado de referencia una serie de encuestas hechas previamente por otro tipo de compañeros, es imprescindible hacer una encuesta con rigor, y entre las practicas más utilizadas por los últimos estudios reflejan que resultaban mucho más prácticas y eficientes, realizar las consultas en forma de formularios anónimos y a distancia con preguntas hacia los empleados relacionadas principalmente con su clima dentro del entorno laboral, y los principales temas presentados fueron entorno a la satisfacción con sus puestos, roles o responsabilidades actuales; la motivación que podían aportar frente a la situación actual tanto personal como empresarial, y la perspectiva a futuro dentro de esta o no; cuáles son tus sensaciones en el trabajo entre las que se registraron unos porcentajes distribuidos entre:

*“Resultados:* ***Alegre****- 27,03% (163)* ***Insatisfecho****- 29,73% (179)*

[***Estresado***](https://elcandidatoidoneo.com/estres-en-la-busqueda-de-empleo/)*- 29,73% (179)* ***Neutro****- 8,11% (49)* ***Triste****- 5,41% (32)”*

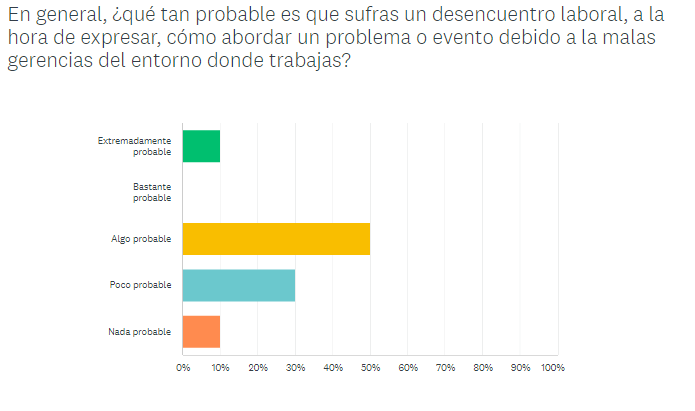
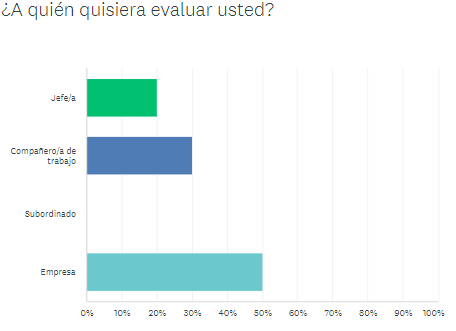
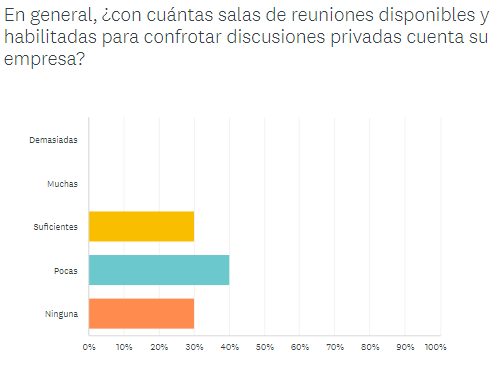
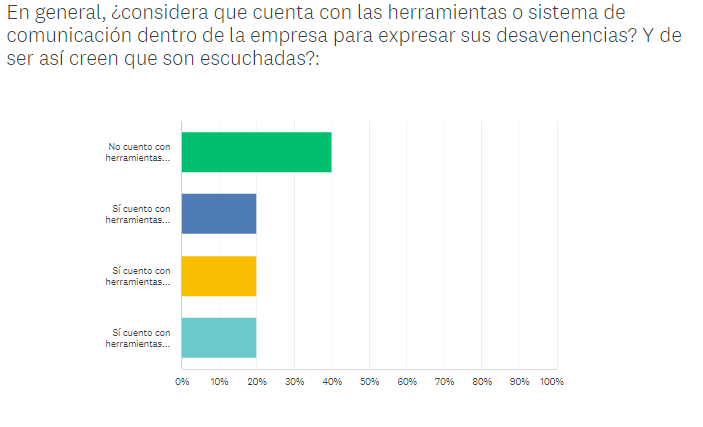
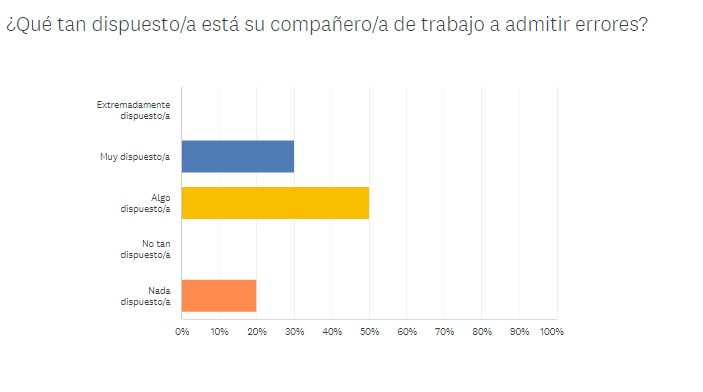
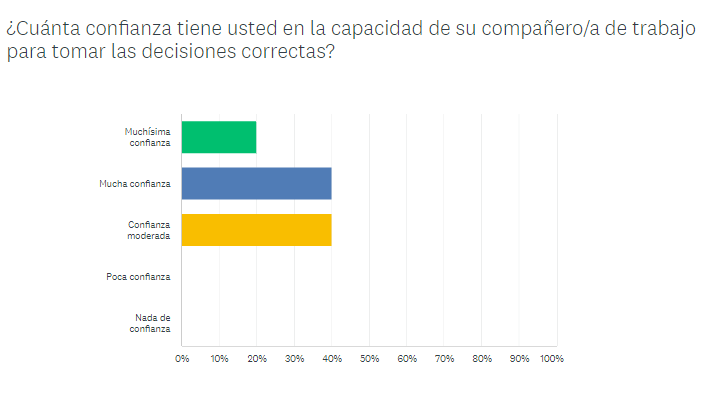
## 

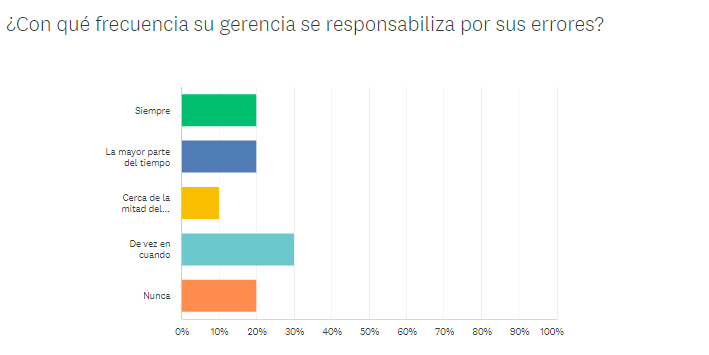
Otros resultados de otras encuestas realizadas a través de la plataforma *surveymonkey* refuerzan las ideas presentadas arrojando luz a temas como:

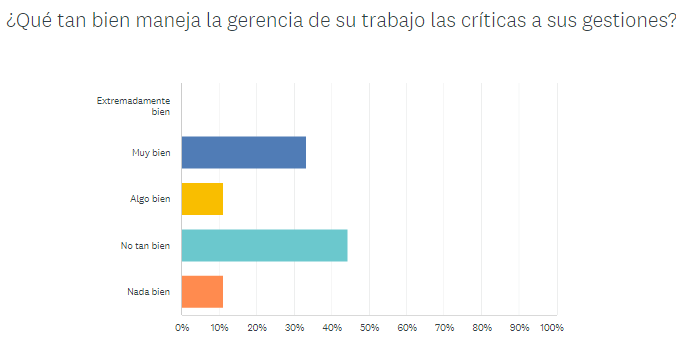
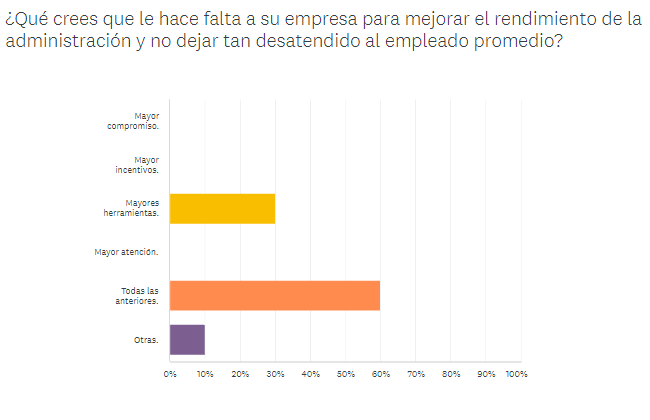
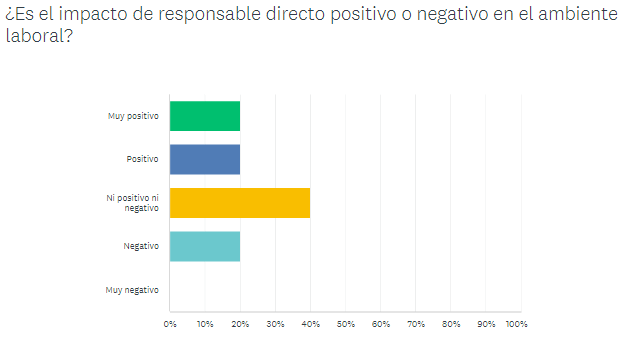
Cuáles son los motivos o las características más decisivas a la hora de sentirte a gusto y satisfecho con tu clima y desempeño laboral, entre las opciones de respuestas más predominantes que se trataron fueron las mejoras económicas, y un mayor reconocimiento del esfuerzo y logros demostrados, muy cercano a éstos resultados esta la mejora de las condiciones laborales y la situación en el ambiente laboral frete a muy por debajo, aunque no menos importante el estrés fomentado por altas responsabilidades frente a la poca retribución y falta de promociones.

### ENCUESTA 2

Hemos de presuponer que la cuantía puede ser simbólica, aunque no se puede considerar al 100% real o veraz ya que la cuantía aproximada de la encuesta puede llegar en torno a los 400 empleados. Una cifra no tan grande dentro del mercado nacional y autonómico, aunque simbólica para el proyecto.







* ***Fuentes de las encuestas: uno mismo a través de surveymonkey***

Por tanto, estas encuestadas valoran que, para aumentar una satisfacción laboral, se ha de mejorar las [condiciones económicas](https://elcandidatoidoneo.com/cuanto-desea-cobrar/) y las condiciones laborales relacionadas con [horarios](https://elcandidatoidoneo.com/que-momentos-son-mejores-para-buscar-trabajo/), horas extras, espacio físico, rotaciones, comunicación y ambiente.

De hecho, los problemas con las cuantías económicas podrían entrar dentro de la ausencia en el reconocimiento de las responsabilidades. Ya que guarda una interesante relación. Lo que parece más que claro es la falta de valoración positiva por las partes de las jerarquías más elevadas. Para finalizar se ha preguntado abiertamente cual es la figura que más valora dentro de su trabajo siendo el ambiente con los compañeros, la superación laboral y la consecución de objetivos como lo más valorado e importante dentro del trabajo.

ENTREVISTAS A POSIBLES CLIENTES Y EXPERTOS

Después de haber realizado el estudio de mercado, pasamos a la recolección de datos mediante trabajo de campo, preguntando en entrevistas personales a empleados con cierto grado de responsabilidades de gestión y experiencia en la gestión de trabajadores y equipos, sobre qué es lo que más valoran y que consideran circunstancial.

**Javier Mendoza** (comercial y especialista en prevención de riesgos laborales)

+ ¿Cuáles estima que son principalmente los factores responsables de un error dentro de la cadena de valor y en el proceso de fidelización de clientes? ¿Es un carácter de origen económico o humano?

*“Pues mire, curiosamente, en raras ocasiones suele ser por unas pésimas actitudes o una falta de implicación en el trabajo. De hecho, lo más normal y común en este tipo de, puestos en el que muchos están por rebote y no ocupan puestos para los que se formaron, pues suelen tener como hándicaps en cierto sentido. Ya que existen perfiles con una falta de experiencia o de orientación y llevan a lo mejor 10 años realizando algo de la forma no más eficiente o directamente mal, pero se oponen al cambio, y estos errores vengan posiblemente originados al haber fallado en la mentoría cuando fue empleado ya que una formación errónea puede arrastrar muchos problemas cuando un empieza a formar parte dentro de una plantilla habitual.”*

*+ ¿Entonces considera que si se mejorase la escucha del trabajador ampliando el catálogo de herramientas para la comunicación interna dentro del puesto de trabajo aumentando el reconocimiento de las tareas y esforzándonos en la formación una vez que entran a formar parte de la plantilla mejoraría la situación actual de su empresa y en general la situación de todo trabajador?*

*“Entre usted y yo, no creo que nada tengan soluciones fáciles o simples, sin embargo, lo que se registra se controla y lo que se controla es más difícil que se salga de madre, asique a grandes rasgos sí, si se cambian o perfilan cosas orientadas a la calidad y no tanto a la cantidad habrá una mejor relación con el trabajador y eso resultará como es natural en una mejoría en la calidad del servicio.”*

**Tamara Rodríguez** (responsable gestión de equipos en Dpto. de Crtl. Calidad)

+ ¿Cuáles diría que son las principales fallas en su cadena de producción?

*“Mire, principalmente y a bote pronto actualmente encontramos serios problemas en la gestión del personal y las rotaciones de plantilla. Falta gente falta dinero y sobran tareas a realizar entre muy pocos. Derivadas de las decisiones político-sociales ya que sobre el papel se ha mejorado la calidad del trabajo por contrato, pero la realidad es que por una ínfima mejora se han recortado plantillas y por muy poquito ahora un trabajador trabaja lo que 3 prácticamente y eso repercute en todo.”*

+ ¿Ah sí, a grandes rasgos en qué diría que repercute implícitamente?

*“Pues obviamente una falta de personal repercute en el producto o servicio de una manera directa o indirecta, guste o no por derivaciones de mala gestiones en las rotaciones debido a la falta de gente, promoviendo a la larga un clima laboral pésimo en el que abunda el deterioro físico y mental de la plantilla afectando también al rendimiento y satisfacción dentro del puesto de trabajo.”*

También como muy bien apuntaban los resultados anteriormente analizados en las anteriores encuestas, el reconocimiento y las retribuciones económicas por las tareas realizadas de forma satisfactoria, siguen siendo importantes y se puede percibir en la queja del grueso de los trabajadores, al enfrentar un descontrol importante en la rotación y las horas sin pagar o en la escasa falta de proyección profesional por promociones interna.

+ ¿Entonces cree, o está convencida de que estos puntos afectan directamente al servicio ofrecido por su entidad?

*“No, obviamente lo que considero es que esto afecta al ambiente laboral y a la sensación de satisfacción y de utilidad del trabajador dentro de la empresa. Siempre se ha hablado de que la empresa son las personas, bueno pues creo que está muy bien como eslogan, pero la realidad es que se utiliza tu trabajo, tiempo y experiencia para que los que ya llegaron a arriba se aprovechen de ello. “*

+ ¿Creo que puedo formarme una imagen en la cabeza, aun así, podría poner ejemplo como anteriormente, para asegurarme de asimilar la información mejor?

*“Sin problema, como comentaba los recursos empresariales son explotables, hay tangibles e intangibles hay objetos y hay personas. Y al igual que cuando tratas muy bien ciertos tipos de herramientas, su tiempo amortizable puede ser superior y su tiempo útil puede aumentar por su control y cuidado, en el factor humano pasa exactamente lo mismo. Si una persona está contenta en su puesto de trabajo y tiene proyección a futuro en él, una satisfacción frente a sus tareas diarias, como así mismo en el reconocimiento, el trabajador obtendrá una mayor competencia y encima incrementando mucho más las probabilidades de fidelización del trabajador al igual que la prevención de posibles enfermedades psicológicas relacionadas con el entorno como el* ***burn out*** *y la* ***depresión****.”*

+ ¿Entonces como principales causas de deterioro en la calidad final del producto señalaría como principales causas?

*“Las pésimas gestiones en la formación de equipos, por ejemplo, haciendo desplazarse a empleados a oficinas muy distantes de su lugar de residencia habitual, pese a que tienen otra sede en la que realizar su actividad perfectamente mucho más próxima. O el gran descontrol que se puede llegar a dar (aunque puntualmente), siguen siendo intragables, rozando lo inhumano, con jornadas de hasta 18h (de 4:00 a 22:00) en eventos especiales (como navidad). ¡18 HORAS! ¡¿Cómo no va a repercutir en la persona y el producto?!”*

**Miguel Ángel Izquierdo** (técnico en innovación de programas y gestor de equipos internos)

+ ¿Qué considera que es lo más complicado a la hora de gestionar equipos con una disparidad tan notoria tanto por la diversidad cultural como generacional?

“*A día de hoy cada persona es un mundo, es diferente, y lo que le gusta a un a otra lo puede detestar, el brindar un ambiente estable y conforme para todos (o la mayoría en muchos casos) es muchas veces lo auténticamente complicado a la hora de gestionar.”*

+ ¿Cómo se materializa eso que me cuentas en tu empresa?

*“Actualmente estamos optando por una serie de métodos en el que todos se sientan escuchados comprendidos y entiendan que ostentan un rol,* ***su rol*** *y que asimilen y sepan que se les apoya, escucha y comprende. Que hay hueco para cada 1 de ellos dentro de la plantilla, del equipo, del grupo. Al fin y al cabo, apelamos a un sentimiento tribal casi vestigial y animal instintivo, el sentimiento de pertenencia. Es muy importante para nosotros dejar claro que nadie es más que nadie y que única y exclusivamente cada uno tiene una función diferente, tratamos con profesionales, pero también personas.”*

+ ¿A qué se refiere exactamente con roles y personas? ¿Cómo les transmiten que ellos son los responsables e importantes piezas clave para la empresa?

*“Intentamos hacerles ver de verdad y no con palabrería barata que los roles o puestos son necesarios y útiles, pero no encasillan sus facultades ni personalidades, sus roles son sustituibles pero cada persona que lo ocupa no. Eso es en lo que nos esforzamos porque asimilen, no son reemplazantes, son únicos y sus roles no quiere decir que no se puedan apoyar unos a otros o que un rol de un diferente pueda participar en un momento concreto aportando su perspectiva diferente ahora a la hora de organizarnos es más que seguro y eficiente que cada 1 se encargue de una tarea en concreto.”*

**Sergio Pascual** (Administrador comercial)

+ ¿Hay algunas herramientas en su puesto de trabajo que se centre en la escucha activa del trabajado?

*“No amigo, por desgracia me temo que la verdad a la que se suelen enfrentar los profesionales a día de hoy en su puesto es que las herramientas más utilizadas para las escuchas de los trabajadores son prácticamente nulas e inexistentes y prácticamente se centraban en charlas privadas con los responsables, planteadas siempre de una forma muchísimo más casual y personal. Obviamente formuladas estas charlas de una forma esporádica. ¡¿Qué es eso de concertar una cita para hablar?! - (sostiene con sorna)- Cuando se intenta comunicar una queja por desgracia de estos sucesos se transmite como si no pudiese cambiar la situación o no se tuviese responsabilidad. Se creen que es como escuchar de un amigo a otro en vez una queja de la vida en vez directa de lo que es, una llamada de atención del trabajador a la gerencia, sobre su gestión; desvirtuando el problema y haciendo que parezca una cosa menor pese a que a la larga acaba teniendo bastante.”*

+ ¿Y dónde diría que se encuentra el mayor de sus problemas actuales?

*“La verdad que ahora mismo está siendo un lio y un auténtico cacao mental, el tener que estar constantemente con problemas derivados de tener tecnologías, herramientas, planes o versiones diferentes entre sedes, ya sea porque trabajamos con modelos diferentes o con versiones más o menos desactualizadas entre nosotros que entran en conflicto cosas que deberían ir rodadas, y hay gente dedicada a jornadas enteras en intentar integrar el sistema bien porque desde arriba no se decido escuchar y hacerlo de una manera correcta y pausada, pero sabiendo que se quería hacer, desde el principio.*”

**Marta Rodríguez** (Ceo y propietaria de PyMe)

+ ¿Qué considera que es lo más laborioso o complicado a la hora de gestionar varios equipos o departamentos de forma simultánea?

“Por lo general, los mayores factores a tener en cuenta para evitar la aparición de conflictos son el control y gestión de las desavenencias de los integrantes de una manera de lo más eficaz y privada posibles, ya que cómo es normal (*reafirma la susodicha*) en ciertos momentos salen disparidad de opiniones a la hora de atajar una circunstancia y bien gestionadas brindan una imagen global del tema a tratar; sin embargo mal gestionada puede llevar a demoras y tensiones totalmente innecesarias y ampliamente lesivas para la economía de la empresa y la relación interprofesional”.-*dice*

+ ¿He de presuponer qué ya es más que experimentada en este tipo de casos? ¿Qué métodos suele utilizar actualmente para evitar y/o resolver este tipo de desavenencias?

*“Pues las herramientas con las que solemos tratar son reuniones personales, ya sea digitales, telefónicas o físicas, aunque la realidad material es que o se hacen físicas o no se hacen, en salas que estén disponibles en ese momento. Tratamos de concertar reuniones y citas tanto con los responsables directos de los trabajadores como con la alta gerencia, este tipo de reuniones aunque son bastante efectivas y no se hacen de forma fortuita sino que se hacen revisiones de forma paulatina, y creemos que es un gran acierto, admitimos que aún tenemos cierto margen de mejora ya que en sí los métodos utilizados son más tradicionales y a veces las aplazamientos o las demoras que surgen de forma natural debido a su realización de manera física suponen demoras que podrían ser evitables al realizarlo de maneras más digitales.”*

*+ ¿Cree que siempre es mejorable la situación? ¿O es consciente que tarde o temprano se tocará un techo organizativo?*

*“Creo que todo es mejorable pese a que se pasen por procesos de estancamiento, aunque por otro lado el trabajar con personas no es trabajar con máquinas, sienten padecen... Aun así somos conscientes de nuestra situación y ahí estamos intentando actualizar no si subirnos al mundo de las tecnologías utilizando y aprovechando las herramientas que en los tiempos actuales nos ofrece sí y nos brindan ya que hay muchas empresas las cuales no realizan este tipo de gestión o control en las plantillas y de personal pero hay otras muchas que sí que las realizan de una forma mucho más eficiente aprovechando este tipo de herramientas y es más que sabido que quien realiza una competente rivalidad con las empresas punteras es la que se suele llevar un trozo de la tarta más grande a diferencia de otras que por pereza desidia o falta de innovación se acaban quedando a la larga al final de la cola.”* -Apunta al final de su intervención-.

## CONCLUSIONES

Como podemos comprobar analizando los resultados anteriores, lo que actualmente está en más alta estima por todos son la posibilidad de crecimiento personal el clima y las retribuciones laborales. La lectura que se lee es que a diferencia de otras épocas en el que tener o no un título, un despacho o un privilegio eran más deseables que ahora frente a la idea de ir a trabajar de una forma más cómoda, flexible y adaptada a cada uno. Y así podemos ver cómo la estabilidad laboral o los factores económicos siguen siendo importantes y preocupantes, aunque caen frente al reconocimiento y el clima. *¿Puede ser que hayamos asumido el caos económico y los tiempos convulsos y estamos asimilando que preferimos estar por lo menos a gusto mientras dure la tormenta?*

# Capítulo 4 ~ Definición de planificación estratégica

## MISIÓN, VISIÓN, VALORES Y CÓDIGOS ÉTICOS

MISIÓN

Todos tenemos que trabajar, todos tenemos un rol, ya sea en nuestra familia, en la sociedad, asique ya que es inevitable y en muchos casos hasta gratificante, ¿por qué no realizarlo de la mejor manera posible? Ahí es donde entramos nosotros, ya que hemos nacido para mejorar la vida del trabajador y sus condiciones laborales. Nuestra **misión** en el mundo es conceder tiempos, espacios, personas y conocimientos a la disposición de la gente para poder *oxigenar* y aligerar la carga de trabajo dentro de un organismo o, por extensión a éstos, los conflictos que puedan generarse a raíz de la actividad empresarial.

*¿Cómo lo vamos a realizar?* Mediante unos conceptos definidos en la **visión**.

VISION

Nuestra visión es intentar brindar un servicio de calidad mediante una plataforma online en el cual podrán abastecerse de los productos ofertados en ella. Como hemos podido comprobar tanto en el estudio del mercado y el macro entorno se basa en otorgar una solución real, efectiva, rápida y ligera a las empresas para paliar la situación que vive el grueso de la población mundial actual, por lo menos en la cúpula sociopolítica del hemisferio norte occidental, en el que se basa en brindarle libertad y privilegios al ser humano mediante el trabajo y su consecuente remuneración a cambio de la inversión de lo más valioso que ostenta, el tiempo, **su** tiempo y esfuerzo.

No es un mal sistema el actual, ofrece complejas soluciones a complejos inconvenientes no obstante, cuenta con principal problema, y éste aparece cuando analizamos detenidamente y poco a poco a lo largo de años como hemos ido experimentando desde aproximadamente el siglo XX una dilución de las responsabilidades y del poder adquisitivo; que de forma gradual y paulatina va repercutiendo en el descontento generalizado actual, en la sensación de disconformidad y escasa satisfacción en el empleado dentro de sus responsabilidades y salarios.

VALORES Y CÓDIGOS ÉTICOS

A la larga, nos tiramos trabajando un groso bastante importante de nuestra vida en el puesto y, como es normal puede surgir la situación de llegar a plantearnos, “*¿he venido al mundo para realizar esta tarea?*” o “¿*soy genuinamente bueno en esto?*”, hay que ser conscientes que las tareas de los trabajos tienen una repercusión directa en nuestra forma de relacionarnos y entendernos a nosotros mismos y al mundo. Cuestiones como si me llena mi trabajo o si está mereciendo la pena no son cuestiones menores, al fin y al cabo, el día tiene 24 horas y la vida es limitada.

Nuestros valores éticos, como es más que normal van en consonancia con la cultura de nuestra empresa *Oxygen SL*, considerando que es muchísimo mejor para la sociedad, y para cada una de nuestras empresas, y las personas que las nutren con su tiempo, que intentemos resolver de una manera eficaz y con el menor número de costes económicos, temporales y personales los conflictos que nos atañen *(y más cuando se tratan entre personas y están relacionadas con su cadena de valor)*.

## OBJETIVOS ESTRATEGICOS Y OPERATIVOS

Bien, para medir los objetivos estratégicos y operativos de una empresa que se va a basar en servicios, tendremos que plantear muy bien y con cierto criterio cómo vamos a calcular el coste por servicio. Ya que devaluar nuestro precio o sobreestimarlo en exceso, puede conllevar a auténticas catástrofes para la economía empresarial, generando cierto grado de rechazo en el cliente; al ver y no comprender el porqué de un precio, o demasiado costoso para lo ofrecido, o demasiado barato que sigue siendo un error.

Muchas veces cuando un precio no está en el margen ideal a la baja da una sensación contraria a una gran oportunidad, sino que genera esa sensación psicológica de: “*lo barato acaba saliendo caro*”. En esos casos además de perder clientes, estamos perdiendo dinero, malgastando recursos y desaprovechando potencial.

Para este tipo de casos lo que se suele hacer es optar por 3 tipos de perspectivas o estrategias a la hora de abarcar los objetivos en referencia a la perspectiva del cliente a la de la competencia o a la interna:

#### Perspectiva del cliente

Aquí principalmente resolvemos a las cuestiones de si está dispuesto a pagar lo que ofrecemos al precio que le ofrecemos si puede afrontar ese gasto si lo necesita sí o sí y si ningún otro competidor se lo puede dar a ese precio competitivo en conclusión si está asfixiado y no le queda otra alternativa, pero puede afrontarlo y es razonable.

En este tipo de estrategia lo que se tiene en cuenta es la autoridad y la confianza que el cliente deposita en la empresa, para empezar no me parece una de las mejores opciones, otro caso sería si se abriese una nueva línea de producto por necesidades de un cliente fiel concreto.

#### Perspectiva sobre la competencia

Sobre este tipo de perspectiva hemos avanzado un poco en el párrafo anterior, es tan simple (“*en primera instancia*”), aunque difícil en su realización y materialización a la práctica. Consta de comprobar si ofrecemos un servicio similar a la competencia y de si nuestro margen de beneficio se puede ajustar más que ello, para brindar el servicio de similares características a un precio más competitivo y llevarnos al groso de los clientes no fidelizados.

#### Perspectiva interna

Y para finalizar en esta perspectiva más interna se centra más es fijar unos márgenes de beneficios frente al coste por hora o por empleado asumiendo, ciertos tipos de KPIs importantes en relación al *esfuerzo y tiempo* que se realiza para finalizar el servicio completo (incluyendo el servicio postventa).

Una vez fijado el cómputo total del gasto por producto, luego sería aplicar el incremento al coste total, para asegurar beneficios, pudiendo sopesarse ciertas cifras que más se amolden más a las necesidades y metas *(por ejemplo 10%, 15%, 20%…)*.

#### Volumen crítico de usuarios

Uno de los puntos importantes en un *SaaS* dentro de los objetivos estratégicos sería el medir, mesurar y controlar un sinfín de datos útiles o *KPIs*, y entre éstos se encuentra el número crítico de usuarios que es bastante clave, sobre todo para conseguir alcanzar una rentabilidad apropiada; ya que la viabilidad de *Oxygen SL*, depende de conseguir usuarios que paguen por el servicio.

No es precisamente algo trivial, ya que conseguir una red clientelar puede llevar bastante tiempo, y obtener la confianza de estos supondrá un coste económico considerable, mucha incertidumbre en cuanto a la efectividad de nuestros actos, y un proceso lento, aunque beneficioso si resulta efectivo.

#### Desarrollo y evolución del servicio

Esto es muy importante para la viabilidad, el ser capaces de evolucionar y desarrollar un servicio de calidad, y que a su vez continúe cumpliendo las expectativas y necesidades de los potenciales clientes, es más que obligatorio al llegar a un cierto volumen de ventas. Además, en ese momento será cuando las necesidades de la empresa también evolucionen.

Este tipo de entornos nos obliga a tener un desarrollo constante y que realicemos una inversión acorde, por no hablar de las posible actualizaciones y mejoras que puedan tener la competencia. ¿Es posible comercializar un SaaS que no evolucione?

Posiblemente por un tiempo sí, siempre y cuando cumpla con las necesidades de los clientes, sin embargo, dudo mucho que ese estancamiento estratégico vaya a mantenerse mucho tiempo inmutable, ya que ciertas necesidades clientelares pueden ir cambiando con el paso del tiempo, y si no nos actualizamos con ellas, o incluso nos adelantamos a éstas lo más probable es que el servicio entre en declive.

Como es relativamente lógico, se empezaría de una manera poco ambiciosa y poco a poco iremos integrando más sus productos al catálogo y ampliando mayores planes sin límites o con mayores restricciones dependiendo del ajuste económico que hagamos más adelante en el apartado de precios

## DAFO Y CAME

El análisis *CAME* es un tipo de herramienta cuya finalidad es desarrollar diferentes estrategias específicas para cada situación concreta, basándonos en los datos obtenidos previamente mediante un análisis *DAFO*, que ayuda a detectar **4** elementos clave de toda actividad empresarial, las ***D****ebilidades,* ***A****menazas,* ***F****ortalezas y* ***O****portunidades*), por ende, *DAFO* precede a *CAME* (***C****orregir,* ***A****frontar,* ***M****antener y* ***E****xplotar*) y éste es la respuesta a las palabras clave del análisis anterior.

### FODA DE OXYGEN SL

El siguiente *DAFO* de a continuación está basado, en una situación hipotética después de 1 año de constitución y rodaje, en el que nuestra empresa, debiera replantearse las actuales amenazas, debilidades, fortalezas y oportunidades por las que está pasando y podría pasar a 1 año vista. Muchas de ellas valen para la actualidad, sin embargo, al estar todavía en búsqueda de plantilla para rellenar nuestra jerarquía - *que pasaremos a mostrar en el apartado del capítulo 6 en él Recursos Humanos* -.

Estamos presuponiendo que ya hemos rellenado las candidaturas y ahora sopesamos el entorno, considerando los pequeños baches que suelen aparecer en las consolidaciones grupales antes de que ocurran. Si nuestro objetivo es erradicar las desavenencias del factor humano dentro de las cadenas de producción de las empresas, sería iluso creer que *Oxygen* no va a contar con fallas dentro de ella. “*Si quieres resolver el mundo deberías empezar por tu habitación*”- *Jordan B. Petterson.* Se debería empezar a predicar más por el ejemplo y dejar de mirar la paja en el ojo en el ojo ajeno y mirar más la viga en el de uno mismo.



Por un lado, intentar abarcar demasiado y cambiar todos los aspectos de a la empresa a la vez provoca un sobresfuerzo que acaba generando más problemas de los que resuelve, ya no podemos supervisar todos los procesos a la vez. Por otro lado, tenemos que saber dónde y cuándo utilizar los recursos humanos, materiales y económicos de los que disponemos para que estas estrategias sean más efectivas.

Por ello, la mejor solución es empezar por aquellos cambios que requieren un menor esfuerzo y una menor inversión, pero que podamos implementar fácilmente, ya que todo cambio que consigamos establecer será una ayuda que facilitará los cambios más ambiciosos que queramos aplicar en el futuro.

El uso del análisis *CAME* nos servirá para articular nuestra estrategia para saber si será más una estrategia ofensiva o una estrategia de orientación.

### ESTRATEGIAS VIABLES

Entre las 2 estrategias más viables (*ofensiva y de orientación*) empezaremos por la que más nos interesa actualmente y la otra la dejaremos más como posible “*plan B*“ dependiendo de cómo avance la situación futura. Las estrategias ofensivas se centrar en posicionamiento, aprovechando las fortalezas del negocio y buscando las oportunidades del sector, algunos ejemplos a tener en consideración de este tipo serían: “*publicidad comparativa con el producto líder, publicidad negativa contra el producto líder, ataques legales, alianzas de corta duración con otros competidores y/o bajadas selectivas de precio entre otras”* [[16]](#footnote-16).

Luego tenemos las estrategias de reorientación que se enfocan más en la accion rápida en la corrección de las debilidades de la sociedad, aprovechando a su vez las oportunidades planteadas, suelen utilizarse para reconducir el negocio o ***Retargeting***.

Como hemos realizado en el análisis de mercado y el macro entorno para hallar la situación actual en la que nos encontraríamos al iniciar nuestra actividad financiera con la empresa vamos a realizar otro tipo de análisis *DAFO* (o *FODA*). Al igual que el análisis *CAME* lo centrado en mi empresa, el *DAFO* lo he orientado tanto para *Oxygen SL* como en el competidores más directo y dominante (*Salesforce*), de *Bizneo* y de *Avansel*. Principalmente para saber que necesitará *Oxygen SL* y descubrir a qué amenazas nos enfrentaremos y deberemos paliar para sobrevivir y a la vez diferenciarnos de nuestros competidores aprendiendo de sus errores, no cayendo en sus fallos.

### FODA DE SALESFORCE

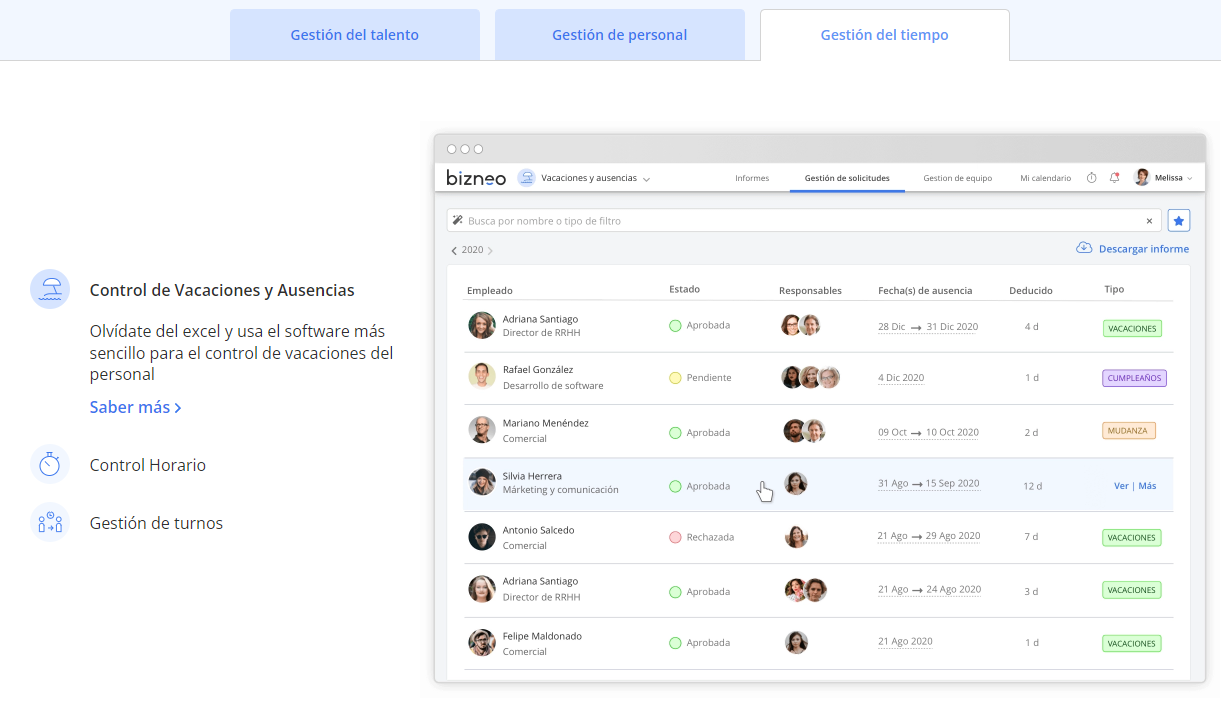
Las **fortalezas** de *Salesforce* serían que la compañía ha aprobado se innovadora, esto les hace muy distintivos en el sector y son siempre muy activos en redes sociales, y provee de medios en línea para que los clientes expresen sus opiniones, su interfaz de usuario para el software ofrece al cliente una experiencia simple y satisfactoria.

Las **oportunidades** de sales de Salesforce serían un incremento de la estabilidad de su ancho de banda, para un mayor número de clientes y no saturar los servicios, ampliar una mayor seguridad en internet, el mercado en sí se encuentra en una situación de auge y ellos se encuentran muy bien posicionados.

Las **debilidades** serían que no posee una inteligencia empresarial sofisticada los clientes que busquen almacenamiento de datos minería de datos procesamiento analítico tendrán que obtener soluciones de terceros no permite la integración de sistemas de compañías que busquen unificar sus sistemas informáticos y tendrán que tener que estar por separado y para finalizar sus mayores **amenazas** serían fallas en la seguridad de los datos vulnerabilidad al auge de otra tendencia como software abarcamiento de los casos de infraestructura y mantenimientos tradicionales.

### FODA DE BIZNEO

Según he podido comprobar mediante el examen exhaustivo de las páginas web de mis competidores y en este caso en concreto de *BIZNEO HR* me he fijado en que curiosamente ofrecen una serie de productos o subproductos parecidos a los que oferta oxígeno SL sin embargo por lo que he podido comprobar no tienen unos planes para los subproductos, sino que contratas a la empresa entera para que te gestione todo.



Las **Fortalezas** con las que cuenta *BIZNEO HR* serían una baja conflictividad laboral, que asegura la correcta comunicación dentro de la empresa, un alcance mayor a la eficiencia de los empleados y una participación social que mejora de forma continuada las competencias técnicas internas.

Entrelas **Debilidades** apuntaría la **no** aplicación de sistemas de auditoría y de control en la contratación, ausencia del incentivo al desarrollo del personal, falta de integración de personas claves programas e indeterminación de las funciones de los empleados. Por ejemplo, nuestro producto *OxCare* resolvería ciertas debilidades con las que cuenta BIZNEO que, pese a que sobre el papel parece que esta sociedad supliría los mismos escollos que nosotros, puede verse que hay diferencias competitivas entre nosotros*.*

**Amenazas** dar información a la competencia e insensibilidad ante la problemática de los empleados.

### FODA DE AVANSEL

*Avansel* sería un producto sustitutivo o una competencia indirecta más que un competidor directo. No es una empresa SaaS o *HRMS,* aunque sigue siendo un personaje que juega un papel importante al ser una empresa dedica a la resolución de conflictos de Recursos Humanos por medios tradicionales. Se centran en la gestión de calidad de las plantillas, las formaciones, mentoring, en los análisis internos y branding.

Las **Fortalezas** de *Avansel* serían que cuentan con amplios conocimientos en la selección y contratación del personal, ostentan buenas políticas y procedimientos para los criterios de los directivos, el equipo humano esta motivados a la mejora equipo enfocado en mantener relaciones positivas con la sociedad.

Entre las **Debilidades** de *Avansel* contaría con la **no** implementación de una mejora continua, una falta de criterio en su búsqueda de potencial, tanto externo como interno, ausencia de genuino talento dentro de sus puestos de responsabilidades y escasa retención en la fidelización del cliente.

**Amenazas** baja competencia laboral y falta de personal cualificado.

### Process of HRMS from Day oneCAME

Para el análisis *CAME* hemos conseguido analizar y entender que habrá que corregir cierto tipo de asperezas en la gestión y administración de las diferentes perspectivas al tener unas diferencias generacionales y culturales, por no hablar de que habrá que explotar los sistemas y las herramientas multi canales que ostentamos.

Afrontar y aprovechar el contexto y la situación del macro del macro. Entorno que está empezando a financiar este tipo de propuestas que buscan una mejora en la calidad. También mantener el aprender a través de la imitación y superación de nuestros rivales y sus tropiezos. Como por ejemplo una búsqueda de mayor banda ancha, mejores prestaciones tecnológicas (grades servidores de respaldo) o una formación y una búsqueda de gestión del talento óptima, estas decisiones nos retribuirían éxitos competitivos interesantes.

## ESTRATEGIA EMPRESARIAL

A continuación, expondré un cuadro de mando integral (*CMI*) en el que mostraré mis KPIs ya seleccionados y previamente mencionados. Una serie de valores clave que me servirán para afrontar de una manera analítica y enfocada las metas deseadas o a las intenciones propuestas.

### CUADRO DE MANDO INTEGRAL

## 

*Cuadro de mando realizado por mí a través de una plantilla gratuita pptx.*

Las cuatro principales estrategias o metas a alcanzar, que además suelen estar representadas o integradas, y agrupadas en las clasificaciones de o *procesos internos*, o r*elación con el cliente, o formación y crecimiento (I+*D) o finanzas.

Toda gerencia intenta proporcionar con estas herramientas una visión 360 del negocio, situación y objetivos. Toda gerencia que se precie debe intentar esforzarse siempre por brindar a los clientes los mejores productos o servicios posibles. Esto incluye, fomentar la innovación de productos o servicios ya existentes o el desarrollo de nuevas soluciones, si fueran necesarias. Además, tener un equipo comprometido es fundamental para brindar y mantener un equipo bien formado y motivado. Intentar mejorar constantemente la administración interna es de vital importancia y así aprovecharnos de las capacidades de los equipos para poder consensuar cuál será la próxima estrategia a seguir.

Así la mejora no solo será material y centrada en la mejora y renovación de los sistemas de la empresa, sino que también integra métodos agiles a todos los departamentos, logrando una mayor implicación y fluidez entre departamentos para conseguir los objetivos planteados en el cuadro de mando anterior.[[17]](#footnote-17)

# Capítulo 5 ~ Marketing mix

Ahora pasaremos a la sección de marketing, para la que se ha optado por una metodología de *Inbound marketing*, ya que optaremos por metodologías más actuales que las tradicionales, ya que no queremos ni interrumpir a los posibles clientes ni dar una imagen tradicional, cuando nos basamos en metodologías ágiles.

Nuestra herramienta de *Inbound marketing* se basará en recomendaciones de terceros con autoridad, el boca a boca entre pequeños emprendedores (relaciones provistas de los eventos y congresos a los que se espera participar entre los que previamente ya se había comentado), y una focalización en un buen y estratégico posicionamiento SEO nos facilitará bastante el camino inicial para darnos a conocer.

Entre algunos de los *Tips* que podemos encontrar paramejorar nuestra posición SEO, se encontrarían, una actualización constante de contenidos, tener una legibilidad clara en las cosas más importantes, obtener backlinks (enlace que nos menciona y redirecciona) de sitios con autoridad y respaldo notorio, imágenes de calidad o un monitoreo de las estadísticas a través de Google Analytics, entre otros.

## Producto o servicio

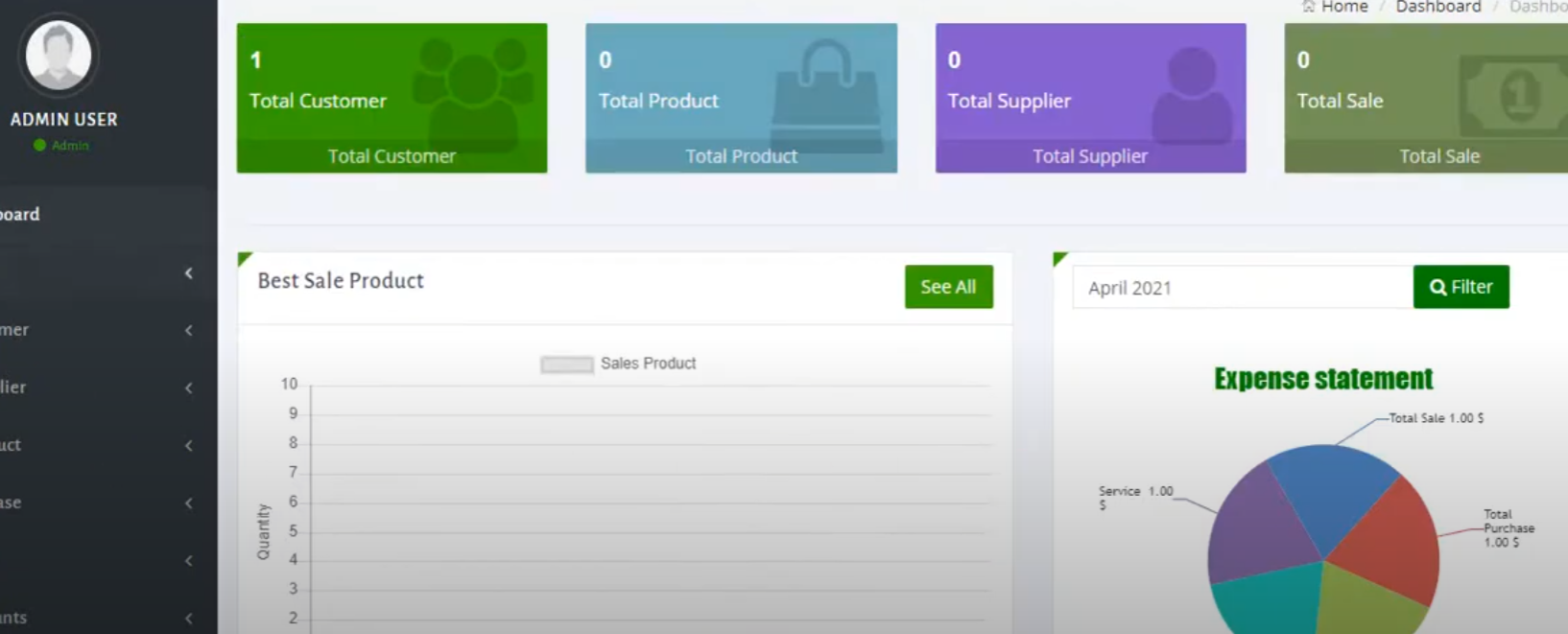
### CATÁLOGO DE PRODUCTOS

Como ya hemos señalado con anterioridad es muy importante a qué mercado nos dirigimos y cuál es el tipo de cliente que queremos, ya que todo aquello nos ayudará, no solo a desarrollar mejores campañas de marketing, más enfocadas, dirigidas a nuestro público objetivo; sino que además nos resultará útil para el desarrollo de nuestro *SaaS* respetando y cumpliendo las necesidades del consumidor.

Principalmente *Oxygen SL* basará su actividad financiera en base a un servicio y producto solución digital como software *SaaS* llamado *Oxygen* el cual alojará a su vez sus productos que más aconsejo que más adelante definiremos a continuación relacionados con la gestión del tiempo calendarización de eventos rotación de plantilla formación y prevención de riesgos laborales y resolución de conflictos y conversar de conversaciones internas o charlas internas o relaciones internas entre la empresa.

#### Oxygen

Esta es la solución principal a la que una, vez pagado cualquier tipo de plan O, O2 o O3 se te desbloquea una de las funcionalidades 2 o 3, dependiendo de los servicios que se haya pagado. Así podrán consumir la aplicación con sus datos e interconectarlos a los subproductos.

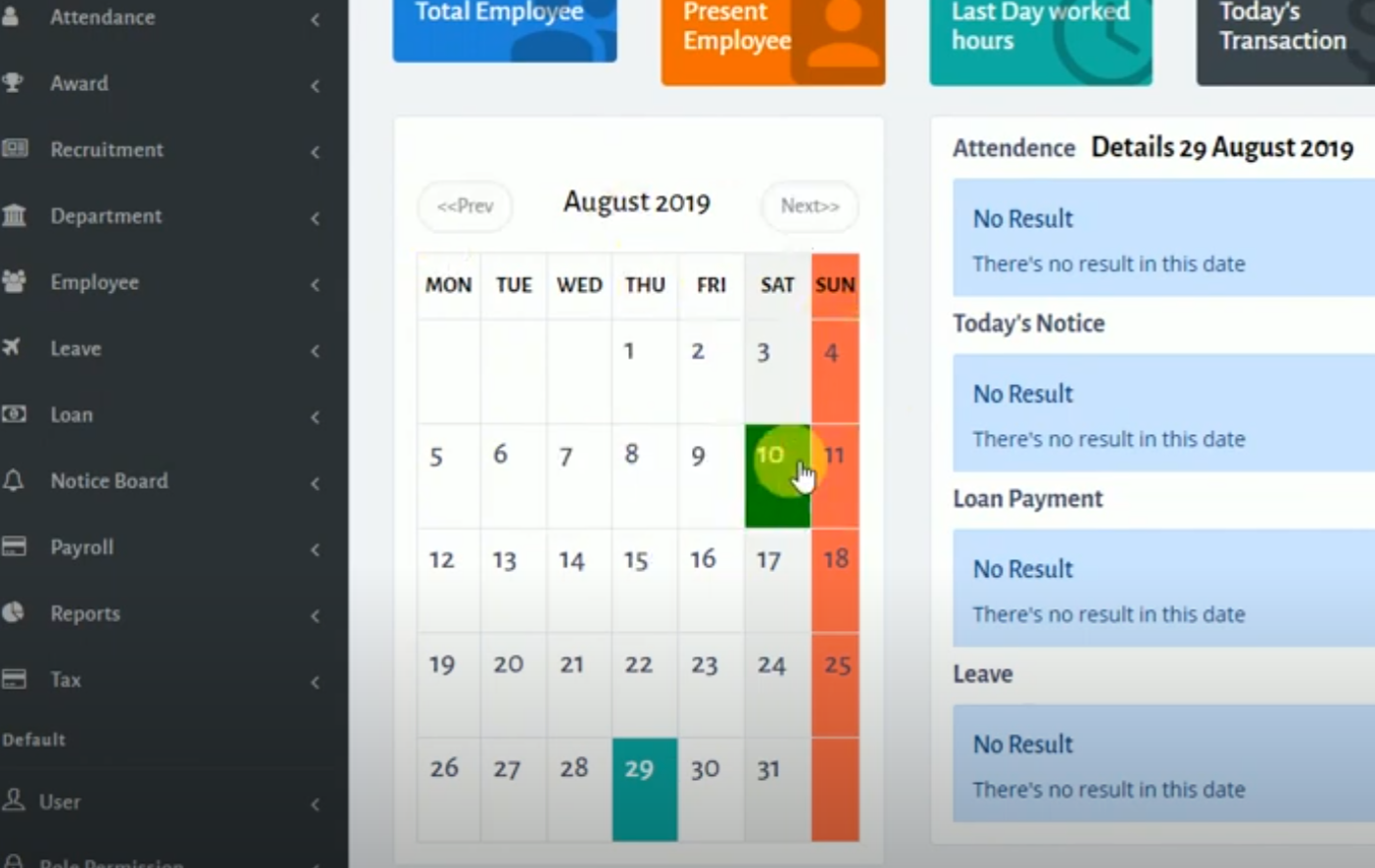


Más adelante como hemos podido comprobar gracias a nuestros competidores directos podemos hablar también de fomentar o abrir nuevas líneas de subproductos si vemos que la economía de la empresa lo permite hacia una gestión del talento o una retención y fidelización de los clientes.

Hora pasaremos a definir los servicios que ofertamos actualmente.

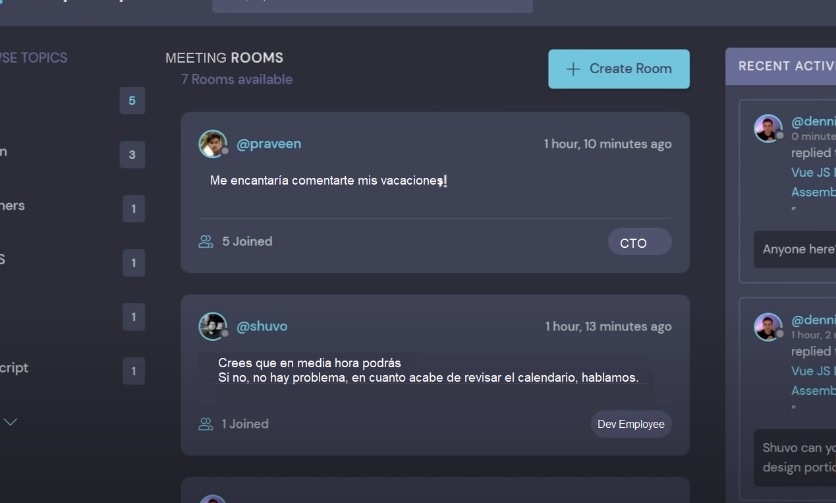
##### OxTime

Un gestor de tiempo, con herramientas visuales como calendarios para mejorar la compresión y asimilación de los datos tratados por el sistema, ayuda como hemos resaltado en varias ocasiones a la gestión en la rotación de las plantillas, para evitar el malestar en el equipo y también marca las tareas finalizadas, presentes y calendarizadas. En esta funcionalidad se puede plantear una posible gestión de talento, pero orientado más a unos términos de tiempos futuros, o incluso abrir una línea de producto nuevo.



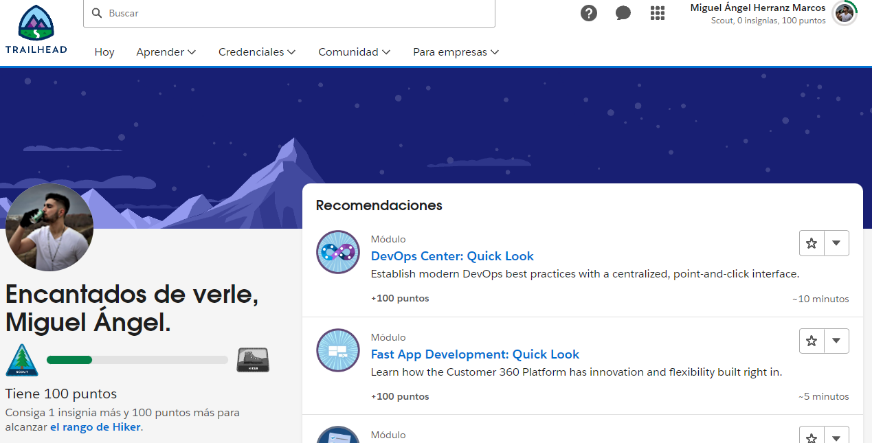
##### OxCare

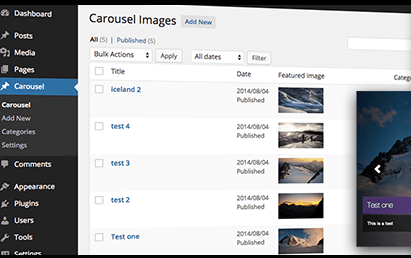
*OxCare* será la funcionalidad que se encargue de las relaciones internas de la empresa en la que mediante Meetings Rooms o salas de discusión y reunión se podrand hablar de todos los escollos o procedimientos internos privados entre integrantes de departamentos y equipos. Estas salas de debate o discusión están diseñadas para resolución de conflictos internos por malas gestiones o errores comunicativos o administrativos.



Desde *Oxygen SL* creemos que la mejor manera de solucionar las cosas es hablarlas mientras se esté a tiempo de remediar la situación, aunque a la vez entiende que utilizar ciertas herramientas puede también ayudar a evitar los sentimientos efusivos que se pueden tener en persona. A demás se está considerando que en este producto se reserve un pequeño buzón de sugerencias, o lugar centralizado de propuestas ya que siempre puede surgir una nueva necesidad.

##### OxGrowth

La línea de producto *OxGrowth* se centrará en la formación y prevención de riesgos laborales mediante una serie de procesos gamificaciones (*mini juegos*).

*¿Por qué habría en una aplicación para la formación y prevención de riesgos laborales dentro de una empresa se pondría a disposición del empleado unos minijuegos?*

Este tipo de formaciones o talleres, se basarán en preguntas mediante formularios y carruseles de imágenes o vídeos de fácil consumo y corta duración.

Según Piaget, el origen del juego en sí es la simulación de eventos o interacciones con el mundo real, mediante una posibilidad de fallo minúscula o sin grandes males mayores. Por eso está más que comprobado, mediante varias pruebas y experimentos que el proceso por el que cualquier individuo, puede llegar a una mayor asimilación de conceptos, los conocimientos teóricos gracias a la interacción de éstos con la naturaleza liviana y entretenida o a veces hasta desafiante y motivadora de los juegos cotidianos, siempre que unos conocimientos se obtienen por el gusto, disfrute o curiosidad y no de forma impuesta, se asimilan mejor, más rápidos y de forma más duradera y de perspectiva horizontal (*inteligencia horizontal*).

*¿Qué es la inteligencia horizontal? “Esta inteligencia no se basa en la especialización cognitiva, lógica, analítica o emotiva, sino que se distribuye de forma transversal a lo largo y ancho de los 7 registros sinápticos descritos por el psiquiatra canadiense Eric Bernstein en 1959”[[18]](#footnote-18)*

Precio

Como hemos comentado previamente en otros párrafos y apartados anteriores del proyecto, a día de hoy hay varios tipos de métodos para asumir un precio, o validarlo.

También hay muchas soluciones informáticas, que se dan a conocer mediante muchas estratagemas. Entre éstas, existe una modalidad llamada “*freemium”* que se basa en ofrecer cierto tipo de servicios dentro de la aplicación de forma gratuita para darse a conocer, pero si luego quieres entrar en otras modalidades mucho más interesante y enriquecidas debes abonar x cantidad ya que son de pago.

Nosotros **no** consideramos que la modalidad “*freemium*” sea la mejor opción para darnos a conocer, ya que al estar orientados a un público B2B en vez de final, no necesitamos causar tanto impacto en un público no experimentado. Que este formato no sea el más indicado para nuestro modelo de negocio no implica que no podamos dar ninguna prueba gratuita, o que tengamos que ser necesariamente herméticos. Creo que siempre está bien dar una pequeña pizca de *prueba* a las personas, ya que es bastante gratificante para el posible consumidor y repercute a la larga buenos beneficios frente a pocos costes.

Además, la idea inicial es no ofrecer ningún tipo de servicio gratuito, no obstante, una vez consigamos una pequeña comunidad de usuarios, o una red clientelar un poco sólida, podemos realizar eventos en los que, sin ánimo de lucro, se puedan sacar cursillos o pequeños consejos para mejorar o prevenir en cursillos, charlas o modalidades, no excesivamente concretas, pero útiles. Así, podríamos alojar en nuestra plataforma algún enlace público para que cualquier persona sin la necesidad de pagar pueda realizar ese tipo de pequeñas formaciones de prueba, aunque esto aún está muy “*en el aire*”.

#### Flexibilidad de Fijación de Precios

Ofrecer una flexibilidad de precios y la ostentación de diversos planes para customizar es algo que hemos aprendido también de varios competidores y de grandes empresas tecnológicas que ofrecen sus servicios tanto gratuitamente como con pagos de suscripciones de mayor a menor tamaño, desde Google, Netflix, Amazon o nuestro mayor rival Salesforce; de ahí que surgiera la propuesta de los diversos planes ***O, O2, O3.***

Los planes ***O O2 y O3*** se refieren a la posibilidad de cuántos servicios simultáneamente puedo interconectar con mi base de datos y con mis leads o clientes.

Si estás utilizando el plan más básico que va a tener un coste promedio ajustado de 35€/user iba a ser el más económicamente viable para la gran mayoría de personas pues solamente podrá utilizar un servicio si para el intermedio dos (60€/user) y si paga el *premium* (O3), puede consumir los 3 simultáneamente (110€/user).

### Caso Salesforce (web)

Es más que evidente que si ofrecemos y fijamos *“un precio de venta de un servicio demasiado bajo será complicado ganarse la vida y, por el contrario, con un precio demasiado alto se corre el riesgo de asustar a potenciales clientes.*

Fijar precios inadecuados, demasiado altos o demasiado bajos, puede no sólo limitar el crecimiento de tu negocio, sino, además, causar serios problemas en la rentabilidad de tu proyecto.*”[[19]](#footnote-19)*

### 1. El precio de costo incrementado

Este método consiste básicamente en considerar primero lo que te cuesta producir, promocionar y tener listo para la venta tu servicio y añadir una cantidad adicional que representa el margen de beneficio que se desea (por ejemplo, un 20%).

### 2. Precio basado en el valor

### 1) Entender los costos y su impacto sobre los precios

### 2) El precio de tu competencia

### 3) Múltiples opciones a diferentes precios

### 4) La calidad de tus servicios

### 5) Beneficios al cliente

Place (Distribuidor)

Las empresas de software como servicio se han convertido en un elemento básico de la nueva economía basada en la nube. Se estima que hay unas [10.000 empresas privadas de SaaS](https://www.thesoftwarereport.com/saas/), y 50 gigantes que cotizan en bolsa, con un capital de mercado total de más de 225.000 millones de dólares.



#### Nuestra distribución es directa o propia, ya que nosotros los creadores del servicio se lo ofrecemos a los clientes sin necesidad de un intermediario.

El fabricante le hace llegar al cliente final su producto sin ningún intermediario. No se delega el proceso de transporte, almacenaje o atención a los consumidores.

Escoger el canal de distribución más adecuado para cada negocio atiende a distintos parámetros, por eso debes hacerlo en función del **control sobre la comercialización o sobre el propio producto** que consideres más adecuado para tu empresa.

## Estrategias de distribución

Los empresarios no solo han de escoger el canal de distribución más adecuado, sino que también deben escoger entre una o diversas estrategias en base al número de comercios en los que pretendan poner a la venta su producto.

### Estrategia intensiva

Son varios agentes los que se ocupan de realizar la venta y situar el producto en la mayor cantidad de comercios posibles. Esta estrategia es popular en los bienes de consumo habituales.

### Estrategia selectiva

En esta ocasión, un limitado número de intermediarios realiza la distribución. Para seleccionarlos, se debe tener en cuenta el prestigio del agente, el sector, su posición en el mercado o su importancia, entre otras características.

### Promoción

La promoción como hemos hablado en la introducción, al habernos especializado en las empresas y no centrarnos en un cliente promedio, sino que son pequeñas y medianas empresas de territorio nacional (“*con dificultades administrativas entorno a los recursos humanos e intangibles”* como Target*)*.

Nuestra promoción **no** va a ser por medios convencionales como televisiones radios periódicos o revistas o medios más nuevos y tecnológicos y digitales como ofertas en banners páginas webs ojo vídeos cortos en redes sociales.

Nuestra promoción se va a centrar en el boca a boca y la aparición de congresos simposios y eventos y la creación de eventos junto con otras pequeñas empresas, actividades de coworking o voluntariado, y liderazgo que creo que pueden beneficiar tanto a la Comunidad de pequeños emprendedores, como entrelazar sólidas relaciones de networking. Porque, al fin y al cabo, como llevamos hablando todo el trabajo, las empresas se basan en las personas y en la relación que entrelazamos con ellas.

### Branding

Como para cualquier otra empresa, el branding o la marca es un aspecto fundamental para la startup. Como pequeñas empresas, van a tener que competir en un mercado difícil, en el que una marca diferenciadora puede ayudar a ganar notoriedad y hacernos destacar. La marca es algo más que el nombre de la startup, va a ser la identidad de la empresa y los clientes potenciales deben ser capaces de asociarla sin problemas con nuestro producto o servicio.

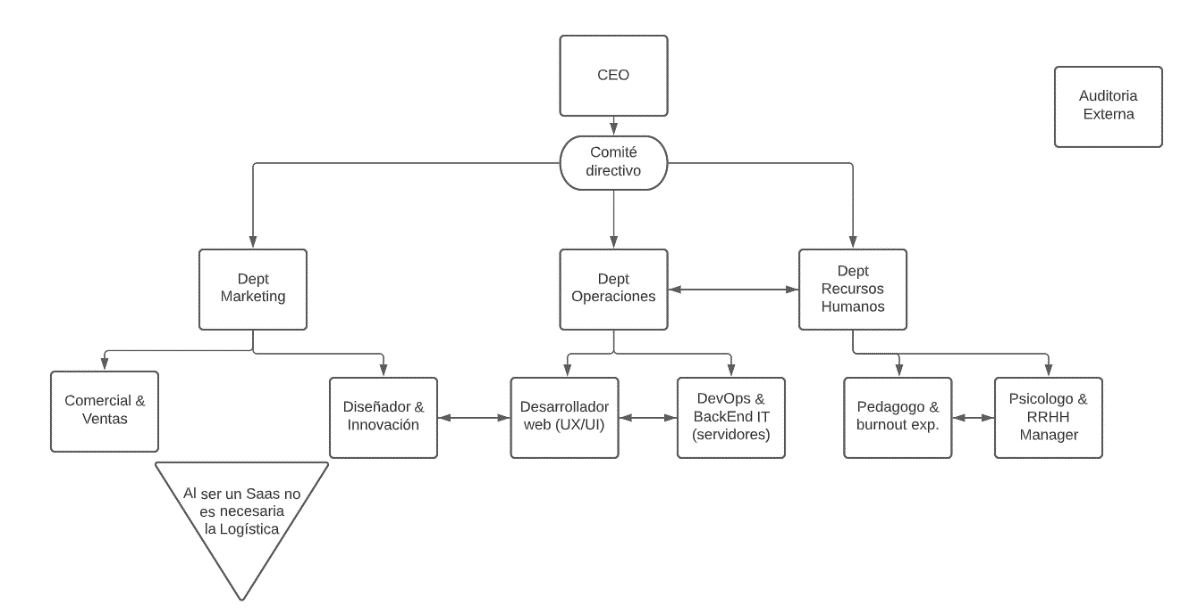
El branding es básicamente una gestión de marca, conformado por un conjunto de acciones relacionadas con el posicionamiento, el propósito y los valores de una marca. Su objetivo es crear conexiones, conscientes e inconscientes, con el público para influir en sus decisiones de compra.

Teniendo en cuenta las consiguientes consideraciones es probable que la siguiente cuestión le ronde la cabeza: “*¿qué es realmente una marca?*” Llamamos marca a una identidad, se suele asociar a un nombre, logo o identidad visual, pero es mucho más que eso. Se define como el conjunto de sentimientos y/o experiencias que vive y siente el público a partir de los bienes y servicios que ofrecemos. Cada persona entiende de forma distinta una marca, toda esta visión depende del contexto social, cultural, económico y de la experiencia vivida por cada uno.

El branding resulta clave para cualquier empresa, independientemente de su sector o tamaño y ahora procederemos a comentar brevemente los tipos de marketing que más comunes se pueden encontrar en el mercado y el tipo de branding que he utilizado en el caso de este proyecto.

# Capítulo 6 ~ Recursos Humanos

Constitución 🡪 tramites

Estructura Organizativa Organigrama

Como es lógico y en cualquier empresa se da la estructura organizativa y jerárquica de la empresa constará de un CEO o director Ejecutivo de operaciones un comité direc un comité directivo formado por los integrantes de los de cada departamento con los máximos responsables luego una serie de departamentos que estarán bien seleccionados y divididos aunque tendrán un correlación e interconexión entre empleados en los que se diferenciarían varias posiciones o roles para cada línea de producto tendremos los desarrolladores los diseñadores los innovadores los hacedores el personal técnico basado en los contenidos de volcaremos y a la resolución de conflictos y analistas pedagogos psicólogos y expertos sumado a ventas contabilidad.

Perfiles y Manual de funciones,

Retribuciones,

Como es lógico si queremos tener una cultura que brinde a otras empresas oxigenación, libertad, flexibilidad, eficacia y rapidez, nosotros no podemos quedarnos atrás con nuestros propios empleados y nuestras políticas internas. Por eso mismo brindaremos retribuciones tanto con sueldos competitivos y retribuciones económicas bien compensadas como un constante reconocimiento a las tareas y esfuerzos realizados por cada persona una diferenciación clara de roles aunque no necesariamente entren en competencias de quién es mejor que quién em flexibilidad de horario horaria IE entradas y salidas flexibles posibilidad de teletrabajo de trabajo en remoto de coworking incentivación a cambiar de roles OA salir de su zona de confort y hacer voluntariados.

Estimación de plantilla a 5 años.

Políticas de personal (selección, contratación, evaluación, formación, etc)

El proceso inicial de la formación de la plantilla será en base a la búsqueda de roles por LinkedIn.

# Capítulo 7 ~ Plan de operaciones

Maquinaria

La gestión de las maquinarias que van a utilizar los integrantes de la plantilla, al ser una empresa centrada en un servicio mediante una solución informática *(software)* es simple.

El equipo necesario que se utilizará para ofrecer los servicios serán 2 servidores (1 de respaldo por si el otro falla) y una gran de fibra en las instalaciones que busquemos.

El resto de maquinaria se va a preveer en concepto de la plantilla y el equipo que se han estimado entorno al organigrama anterior. que necesitaré pues en torno a unos 10 o 15 ordenadores (*uno por empleado*), posiblemente unos 4 números de teléfono para emergencias internas que llevaran los responsables y lideres de cada departamento (*socios del comité directivo*) para contactar de una manera rápida conflictos o emergencias de carácter interno herramientas de comunicación interna como slack posiblemente utilizaremos para iniciar unas oficinas de coworking que nos permitirán también no dar tanto una imagen de seriedad pero sí establecer nuevos partners administrativos y unas buenas redes clientelares para empezar y darte a conocer en el mundillo por no hablar de que ofreceremos siempre la posibilidad de teletrabajo ya que es un gasto menor en el sitio físico para la empresa como tal.

Calidad

He omitido en el trabajo los apartados de *Materias primas, Gestión de stocky Logística hacia el consumidor e inversa* y he entrado directamente al capítulo 7 al plan de operaciones en el apartado de *Maquinaria* y *Calidad*. ¿Por qué he hecho eso bien he optado por una agrupación en consecuencia a que lo más importante cuando se brinda un servicio y lo más importante en una empresa orientada a brindar un buen servicio es la calidad de éste si es eficaz o no si es rápido si repercute en los beneficios para los clientes y en los beneficios para la misma empresa ya que si eso antes para despilfarro de dinero o tiempo y esfuerzo debería dejarse cesar su actividad de manera inmediata en este apartado en cambio podemos desglosar el catálogo de subproductos que va a tener la solución de oxigenarse que hemos adelantado anteriormente un carrusel centrado en el despliegue de vídeos orientados a la formación y a la prevención de riesgos laborales para intentar aliviar de una manera más liviana la carga lectiva cuando se entra de nuevos a formar parte de la plantilla.

Luego tendríamos la función on time centrada y orientada al control y calendarización y rotación de las plantillas agrupadas por equipos proyectos departamentos o sectores dependiendo de las necesidades y circunstancias.

Para finalizar tendríamos free sissons sería 1/3 feature o herramienta dentro de la solución un tercer subproducto de nuestro catálogo orientado a la resolución de conflictos mediaciones y relaciones y discusiones entre la gerencia y las plantillas a nivel interno se pueden realizar de una manera privada 1 a 1 o en grupo y de manera anónima tanto cómo sin el anonimato.

Plan de Mantenimiento y de prevención de RRLL

No se me ocurre un mejor ejemplo para llevarla a la práctica 1 de nuestros subproductos como es el carrusel de contenidos audiovisuales centrados en la formación y prevención de riesgos laborales hechos de una forma muchísimo más didáctica y calificadora avanzando poco a poco por niveles y una vez conseguido y superados todas las formaciones se conseguirá pasar al siguiente nivel con el que empezará el trabajo.

De todos modos los contenidos serán bastante básicos ya que no se necesitan excesivos conocimientos ni naciones elementales para la prevención de riesgos laborales en una oficina de coworking en el que estará bien señalizadas las salidas de emergencia se deberá utilizar de una manera correcta y en e posiciones ergonómicas las sillas y escritorios como utensilios y herramientas de de trabajo se dispondrá de la gran mayoría de materiales como ordenadores de desde la empresa y se incentivará airear e iluminar las zonas privadas en caso de que las tareas o roles se ejecutarán de manera telemática vía remoto.

# Capítulo 8 ~ Plan financiero

## Plan de Ventas, inversión y financiación,

## PyG, Plan de Tesorería,

## Balance General,

## Analisis de ratios

# Capítulo 9 ~ Cronogramas de actividades

Diagrama de GAANT

# Capítulo10 ~ Conclusiones

Conclusiones generales

# Bibliografía y Webgrafía

<https://www.garrigues.com/es_ES/noticia/publicada-boe-reforma-reduce-3000-euros-1-euro-capital-minimo-constituir-sociedad>

<https://www.infoautonomos.com/seguridad-social/que-es-el-reta/#:~:text=El%20RETA%20es%20el%20R%C3%A9gimen,de%20trabajo%20por%20ninguna%20empresa.>

<https://business.amazon.es/es/descubre-mas/blog/que-es-analisis-came>

<http://planuba.orientaronline.com.ar/tag/balanced-scorecard/>

<https://www.garrigues.com/es_ES/noticia/establece-obligacion-facturacion-electronica-empresarios-profesionales>

<https://sede.agenciatributaria.gob.es/Sede/procedimientoini/G322.shtml>

<https://diegonoriega.co/que-es-b2b2b/>

<https://digitalherramienta.com/proveedores-de-hosting/>

<https://miposicionamientoweb.es/cual-es-el-hosting-mas-barato-y-de-calidad/>

<https://geekflare.com/es/hrms-solution/>

<https://kinsta.com/es/blog/posicionamiento-estrategia/>

[https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAAEAMtMSbF1jTAAAkNjA2MLE7Wy1KLizPw8WyMDQwsDIAESyEyrdMlPDqksSLVNS8wpTgUAXDRycDUAAAA=WKE#:~:text=Algunos%20ejemplos%20de%20este%20tipo,selectivas%20de%20precios%2C%20entre%20otras.](https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAAEAMtMSbF1jTAAAkNjA2MLE7Wy1KLizPw8WyMDQwsDIAESyEyrdMlPDqksSLVNS8wpTgUAXDRycDUAAAA=WKE%23:~:text=Algunos%20ejemplos%20de%20este%20tipo,selectivas%20de%20precios%2C%20entre%20otras.)

<https://www.mundiario.com/articulo/tecnologia-ciencia/inteligencia-horizontal-clave-exito-mal-llamados-mediocres/20210205180557211372.html#:~:text=Esta%20inteligencia%20no%20se%20basa,a%20trav%C3%A9s%20del%20algoritmo%20ADNe.>

*Cosas que faltan por HACER+*

1. CREACION DE UNA EMPRESA. POLITICAS DE RRHH. Si es el caso de la constitución de la empresa, la tenéis que argumentar desde el punto de vista Legal, para ello os remito por mail un MANUAL de creación de empresa que os puede servir para tener una visión de la creación de empresas. Para RRHH tienes que hacer unas previsiones de las necesidades de personal a 5 años.
2. APARTADO OPERACIONES EN UNA EMPRESA DE SERVICIOS Podemos hablar de las operaciones del Front Office y del Back Office (procesos y procedimientos) necesarios para llegar a vender un Servicio. Hablamos también de calidad, servicio post venta, responsabilidad social corporativa, sostenibilidad y cierre de un contrato adjudica el contrato al departamento correspondiente.
3. PLAN FINANCIERO Y ANALISIS DE LA PROYECCION DEL NEGOCIO Estimaciones de ingresos, inversiones y gastos que hayamos proyectado 2 videos Vimeo y Caso Financiero. Plantilla FINANCIERA adjunto para simulaciones, crear escenarios, para decidir cuál es el mejor plan financiero con más éxito y tabla para el cálculo de indicadores financieros.

# Capítulo 8 ~ Plan financiero Plan de Ventas, inversión y financiación, PyG, Plan deTesorería, Balance General, Analisis de ratios

<https://vimeo.com/701150445/b0edd7224f>

<https://vimeo.com/701150623/247a9a881c>

<http://planuba.orientaronline.com.ar/tag/balanced-scorecard/>

1. *Nombre pendiente de confirmación por el Registro Mercantil* [↑](#footnote-ref-1)
2. *Anfix.com (ver final)* [↑](#footnote-ref-2)
3. *BOE 29/09/2022:* [*Ley 18/2022 de creación y crecimiento de empresas*](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2022-15818) *(ver final)* [↑](#footnote-ref-3)
4. *Comenta Garrigues en garrigues.com (ver final)* [↑](#footnote-ref-4)
5. *infoautonomos.com (ver final)*. [↑](#footnote-ref-5)
6. *Agencia Tributaria (sede.agenciatributaria.gob.es)[ver final]* [↑](#footnote-ref-6)
7. *https://www.comunidad.madrid/servicios/madrid-mundo/financiacion-europea-empresas* [↑](#footnote-ref-7)
8. *https://www.comunidad.madrid/servicios/madrid-mundo/programas-europeos-gestion-directa* [↑](#footnote-ref-8)
9. *Sostiene Natalia Álvarez Gregorio en su TFG sobre la Satisfacción Laboral en EBOCA* [↑](#footnote-ref-9)
10. [*https://www.linkedin.com/pulse/lo-que-tienes-saber-acerca-de-los-hrms-sistemas-gesti%C3%B3n-p%C3%A9rez/?originalSubdomain=es*](https://www.linkedin.com/pulse/lo-que-tienes-saber-acerca-de-los-hrms-sistemas-gesti%C3%B3n-p%C3%A9rez/?originalSubdomain=es) [↑](#footnote-ref-10)
11. *Ibid.* [↑](#footnote-ref-11)
12. *Según reflejan datos del Banco mundial.* [↑](#footnote-ref-12)
13. *Los 8 mejores HRMS de SaaS para startups y empresas,* ***Greekflare.com*** *(ver final)* [↑](#footnote-ref-13)
14. *Proveedores de Hosting,* ***digitalherramienta.com*** *(ver final)* [↑](#footnote-ref-14)
15. *Tabla comparativa de los hostings más baratos,* ***miPosicionamientoWeb*** *(ver final)* [↑](#footnote-ref-15)
16. [*www.guíasjuridicas.wolterskluwer.es*](http://www.guíasjuridicas.wolterskluwer.es) *(ver final)* [↑](#footnote-ref-16)
17. [*https://bscdesigner.com/es/cmi-ejecutivo.htm*](https://bscdesigner.com/es/cmi-ejecutivo.htm) [↑](#footnote-ref-17)
18. *Mundiario.com (ver final)* [↑](#footnote-ref-18)
19. [*https://es.semrush.com/blog/como-calcular-precio-venta-servicio/*](https://es.semrush.com/blog/como-calcular-precio-venta-servicio/) [↑](#footnote-ref-19)