

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 4](#_Toc124531069)

[Capítulo 1 ~ Modelo de negocio 5](#_Toc124531070)

[Introducción 5](#_Toc124531071)

[Abstract 6](#_Toc124531072)

[Resumen 7](#_Toc124531073)

[*¿Por qué escoger un formato Startup? 7*](#_Toc124531074)

[*Capital inicial 8*](#_Toc124531075)

[Trámites legales y fiscales 8](#_Toc124531076)

[*Modelo de negocio y propuesta de valor 10*](#_Toc124531077)

[*Modelo Canvas 11*](#_Toc124531078)

[Capítulo 2 ~ Análisis del entorno 12](#_Toc124531080)

[Análisis del entorno 12](#_Toc124531081)

[*Conseguir un lugar de trabajo y un equipo humano adecuados 12*](#_Toc124531082)

[PESTEL 12](#_Toc124531083)

[*Políticos 13*](#_Toc124531084)

[*Económicos 14*](#_Toc124531085)

[*Sociales 14*](#_Toc124531086)

[*Tecnológicos 15*](#_Toc124531087)

[*Ecológicos 15*](#_Toc124531088)

[*Legales 16*](#_Toc124531089)

[Las 5 fuerzas de Porter 17](#_Toc124531090)

[*1. Entrada de nuevos competidores 17*](#_Toc124531091)

[*2. Competidores existentes 18*](#_Toc124531092)

[*3. Posibles sustitutos 19*](#_Toc124531093)

[*4. Proveedor 20*](#_Toc124531094)

[*5. Cliente 20*](#_Toc124531095)

[Capítulo 3 ~ Estudio de mercado 21](#_Toc124531096)

[*Estudio de mercado (viabilidad) 22*](#_Toc124531097)

[DISEÑO DE ENCUESTA Y RESULTADOS 22](#_Toc124531098)

[*ENCUESTA 1 22*](#_Toc124531099)

[*ENCUESTA 2 23*](#_Toc124531101)

[CONCLUSIONES 30](#_Toc124531102)

[Capítulo 4 ~ Definición de planificación estratégica 30](#_Toc124531103)

[MISIÓN, VISIÓN, VALORES Y CÓDIGOS ÉTICOS 30](#_Toc124531104)

[OBJETIVOS ESTRATEGICOS Y OPERATIVOS 31](#_Toc124531105)

[DAFO Y CAME 33](#_Toc124531106)

[*FODA DE OXYGEN SL 33*](#_Toc124531107)

[*ESTRATEGIAS VIABLES 34*](#_Toc124531108)

[*FODA DE SALESFORCE 34*](#_Toc124531109)

[*FODA DE BIZNEO 35*](#_Toc124531110)

[*FODA DE AVANSEL 36*](#_Toc124531111)

[*CAME 36*](#_Toc124531112)

[ESTRATEGIA EMPRESARIAL 37](#_Toc124531113)

[*CUADRO DE MANDO INTEGRAL 37*](#_Toc124531114)

[Capítulo 5 ~ Marketing mix 38](#_Toc124531116)

[*1. El precio de costo incrementado 43*](#_Toc124531117)

[*2. Precio basado en el valor 44*](#_Toc124531118)

[*1) Entender los costos y su impacto sobre los precios 44*](#_Toc124531119)

[*2) El precio de tu competencia* ***¡Error! Marcador no definido.***](#_Toc124531120)

[*3) Múltiples opciones a diferentes precios* ***¡Error! Marcador no definido.***](#_Toc124531121)

[*4) La calidad de tus servicios* ***¡Error! Marcador no definido.***](#_Toc124531122)

[*5) Beneficios al cliente* ***¡Error! Marcador no definido.***](#_Toc124531123)

[Estrategias de distribución **¡Error! Marcador no definido.**](#_Toc124531124)

[*Estrategia intensiva 45*](#_Toc124531125)

[*Estrategia selectiva* ***¡Error! Marcador no definido.***](#_Toc124531126)

[*Promoción 45*](#_Toc124531127)

[*Branding 45*](#_Toc124531128)

[Capítulo 6 ~ Recursos Humanos 46](#_Toc124531129)

[Capítulo 7 ~ Plan de operaciones 52](#_Toc124531130)

[Capítulo 8 ~ Plan financiero 53](#_Toc124531131)

[*Plan de Ventas, inversión y financiación, 53*](#_Toc124531132)

[*PyG, Plan de Tesorería, 53*](#_Toc124531133)

[*Balance General, 53*](#_Toc124531134)

[*Analisis de ratios 53*](#_Toc124531135)

[Capítulo 9 ~ Cronogramas de actividades 53](#_Toc124531136)

[Capítulo10 ~ Conclusiones 54](#_Toc124531137)

[Bibliografía y Webgrafía 55](#_Toc124531138)

# Resumen ejecutivo

*A lo largo de todo este trabajo se se tiene pensado exponer 1 a 1 los motivos los argumentos las propuestas de valor los claves valor y datos utilizados y los métodos que se emplearían para el levantamiento desde cero de una pequeña empresa orientada a comercializar una serie de servicios y productos en una solución informática de software vía telemática para ofrecer agilidad y mejora en los servicios intangibles de nuestros clientes nuestra propuesta de existir es para intentar facilitar la vida a las personas que conforman las empresas y para mejorar los beneficios cuantitativos y cualitativos de los clientes y de sus productos y servicios derivados a estos ahorrando costos más recursos tiempo materiales y mejorando la satisfacción provechosa ciudad y utilidad en los procesos también expondremos su materialización comercialización y venta y servicio postventa los controles que seguiremos de calidad para los productos la organización jerárquica que necesitaremos los tiempos y plazos y trámites a rellenar para erigirla y los obstáculos o competidores productos sustitutivos y posibles competidores a los que tendremos que enfrentar. Por no hablar de las propuestas de valor que vender y de los indicativos financieros y económicos a los que acogernos para intentar buscar una posible financiación futura exitosa para llevar a buen puerto y realizar de una manera eficaz y veraz esta propuesta.*

# 

# 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 más que necesario una mejora y oferta continua de servicios o productos orientados a la mejoría de las personas como de sus entornos laborales.

### 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

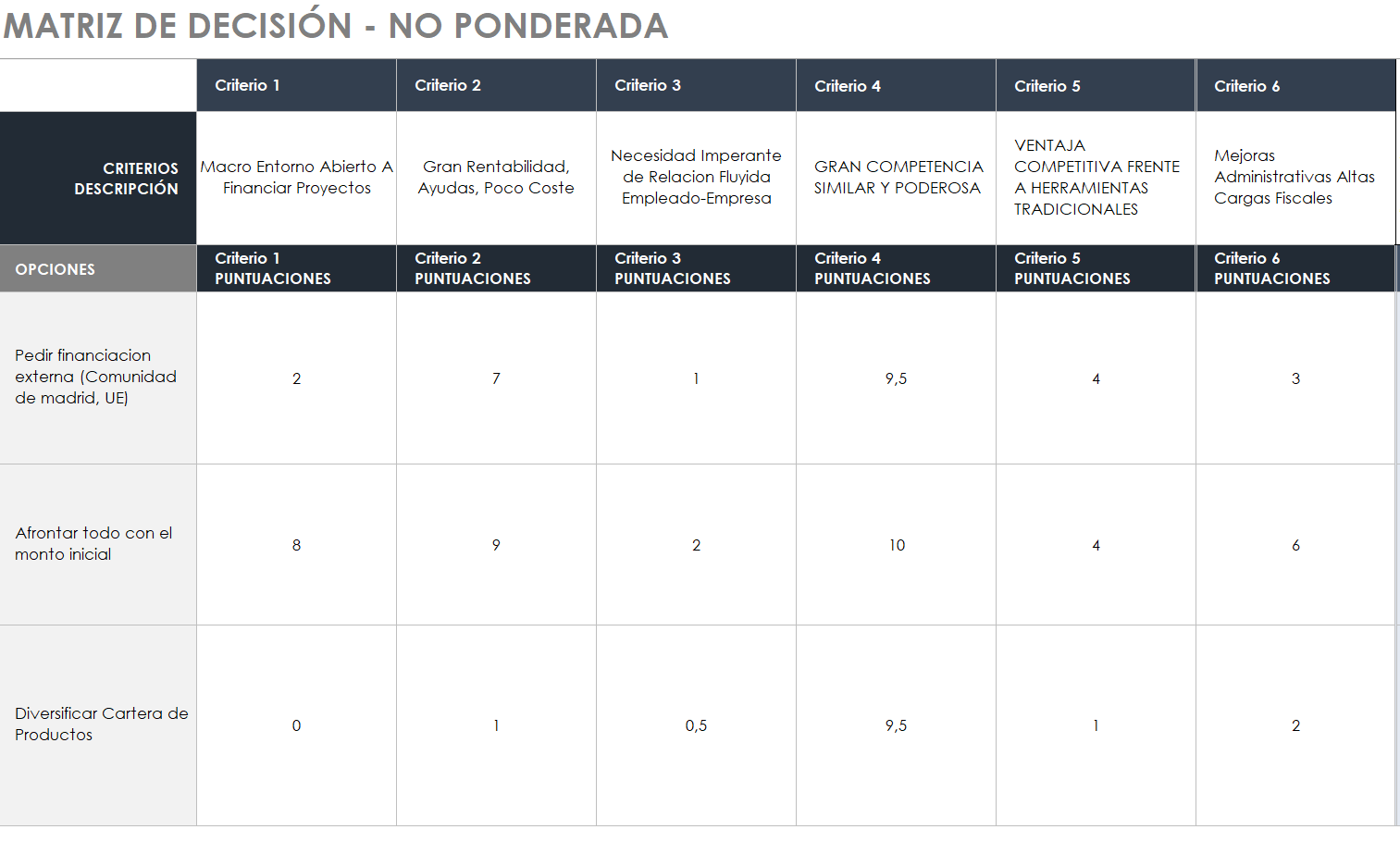
Analizar es fundamental para saber qué posibilidades reales existen de tener éxito en un espectro comercial determinado. Nadie medianamente coherente lleva a cabo una idea de negocio sin antes haber calculado los riesgos, los beneficios, el nivel de capital necesario o haber realizado un estudio de mercado,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

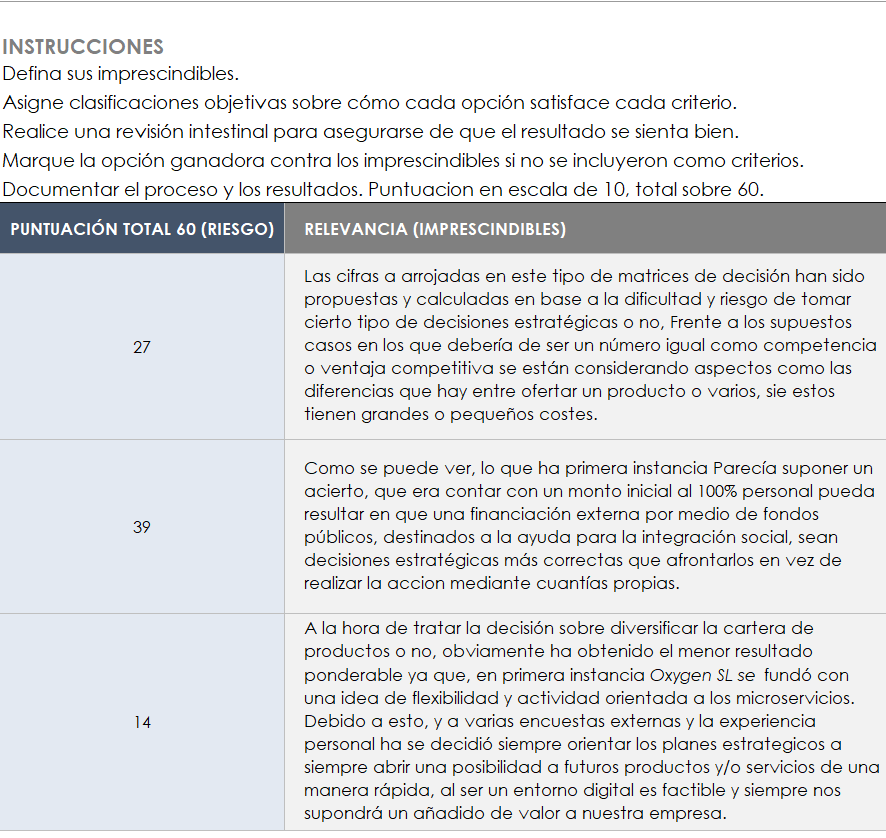
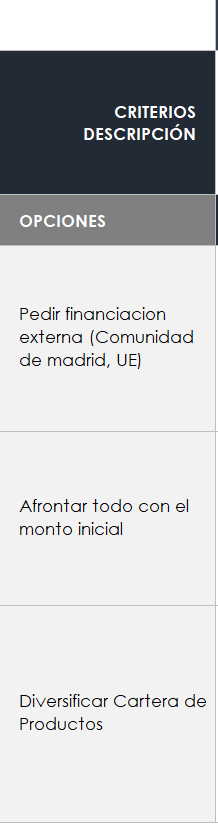
**Como ventajas que podríamos señalar sobre el *Pestel* serían quenos ayuda a evaluar los riesgos externos y optimiza la gerencia,** ya que la toma de decisiones es mucho más eficaz al contar con información que antes obviábamos. Se prevé y se minimiza el impacto de los elementos externos adversos, debido 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.





## *Capturas de CMI realizado en excel*

## 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.

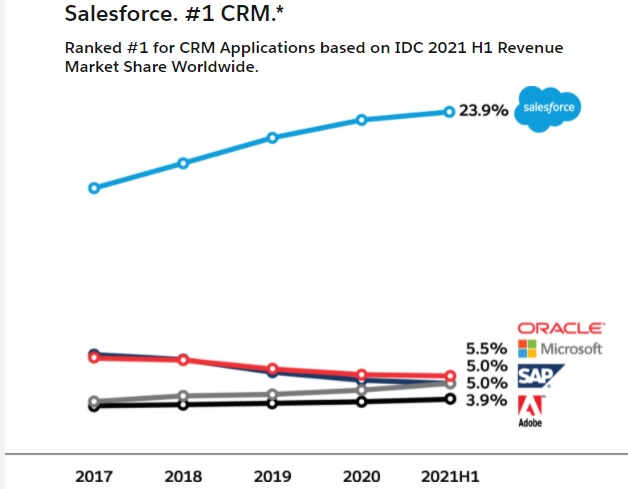
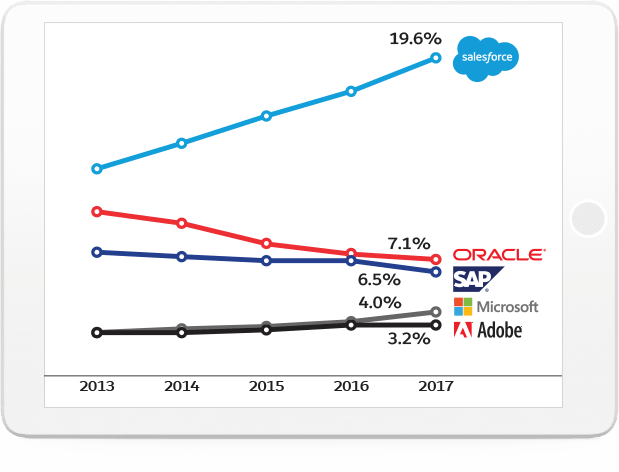
### 1. Entrada de nuevos competidores

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.

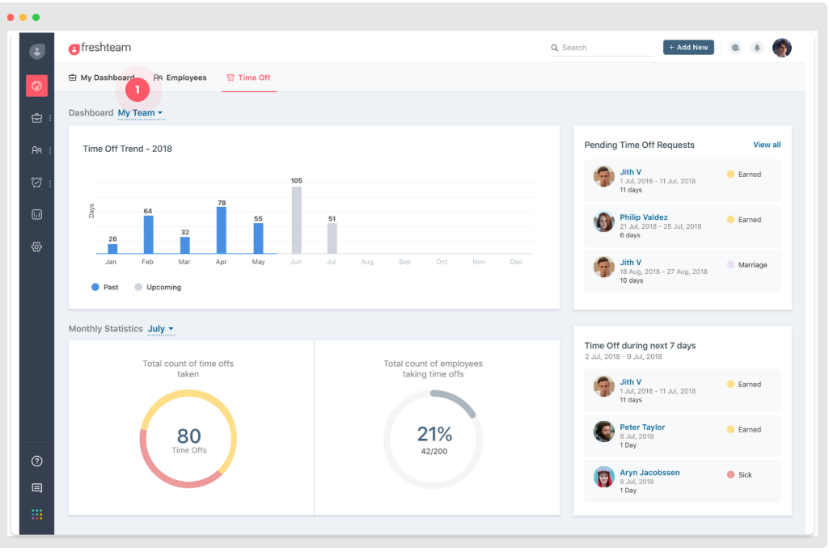
Ese es el auténtico paradigma y la auténtica dificultad añadida a este tipo de mercados y proyectos. En este sentido, cuanto más fácil le resulte a uno sobreponerse a estas posibles dificultades para entrar en el mercado, más importante será la amenaza que representa para tu propia empresa, una vez ya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

*Graficas ofrecidas por 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)”*

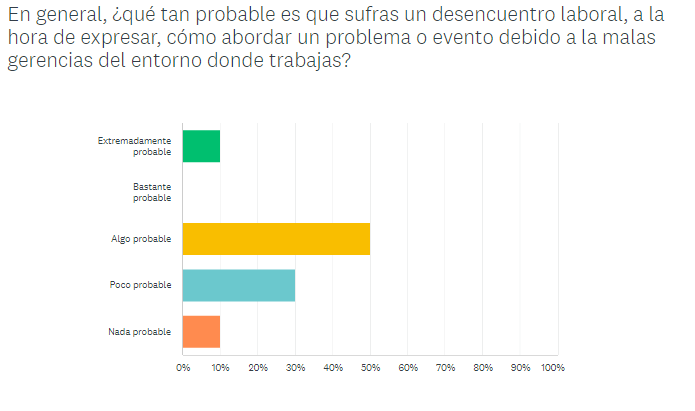
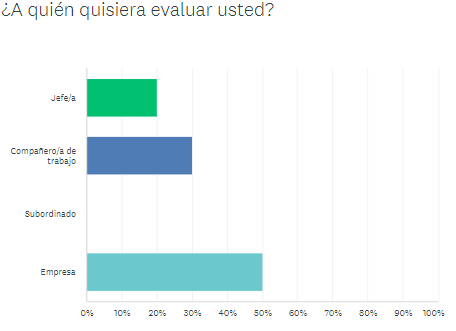
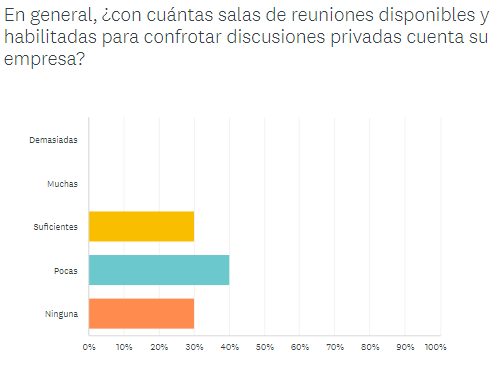
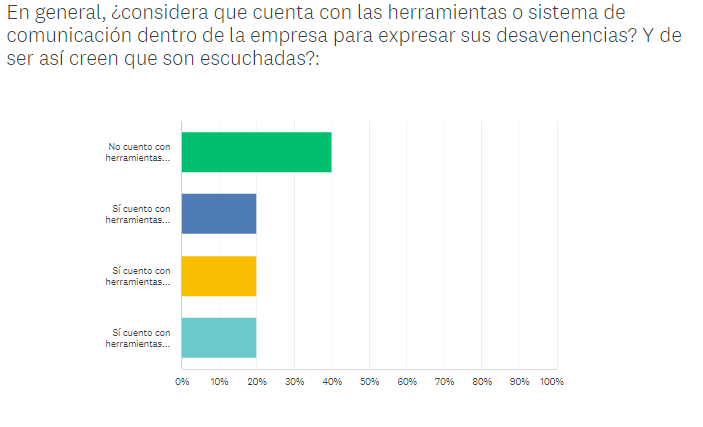
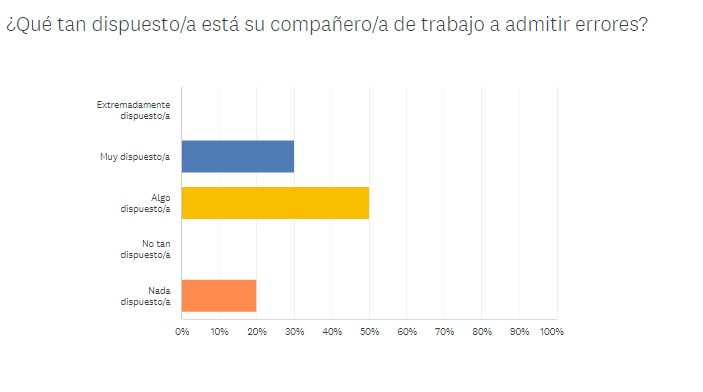
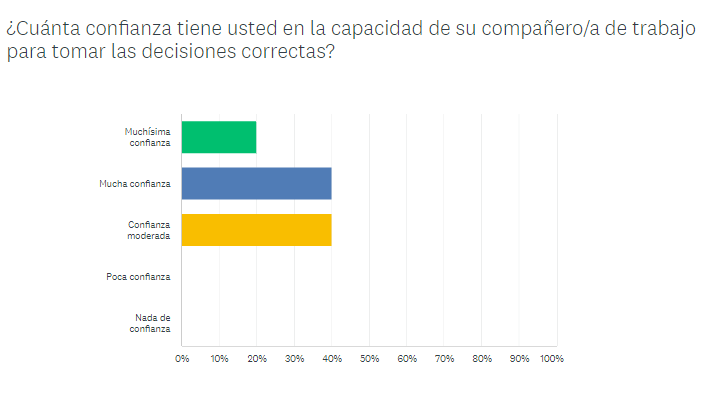
## 

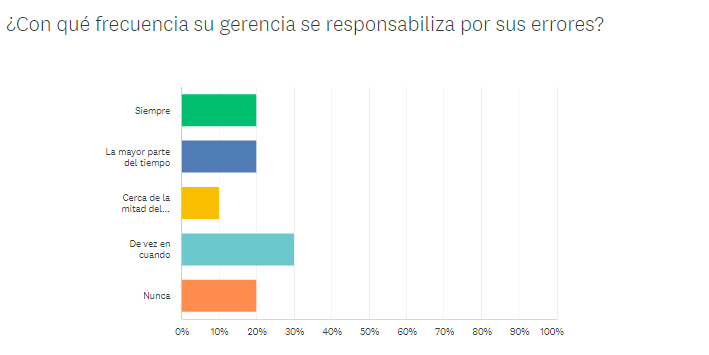
Otros resultados de otras encuestas realizadas a través de la plataforma *surveymonkey* refuerzan las ideas presentadas arrojando luz a temas como:

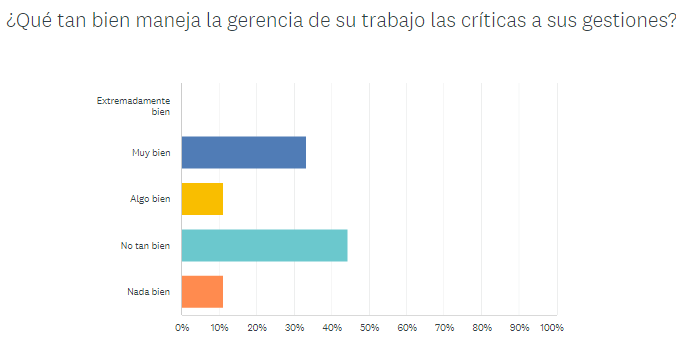
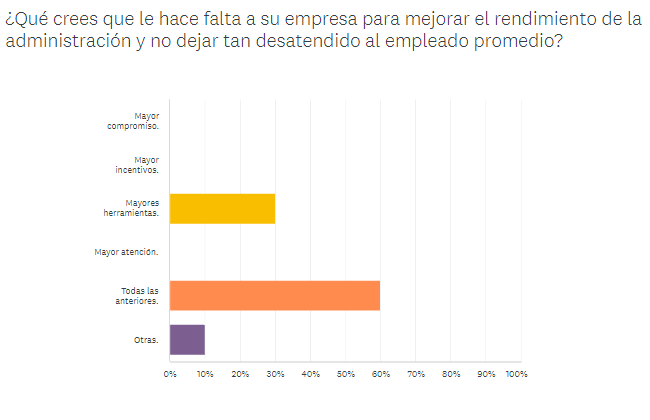
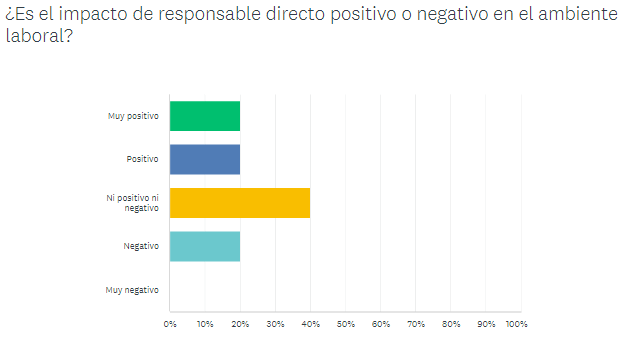
Cuáles son los motivos o las características más decisivas a la hora de sentirte a gusto y satisfecho con tu clima y desempeño laboral, entre las opciones de respuestas más predominantes que se trataron fueron las mejoras económicas, y un mayor reconocimiento del esfuerzo y logros demostrados, muy cercano 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

## Definir la estrategia a tomar dentro de una organización es vital, tanto para la cultura de esta misma, cómo para su longevidad y obtención de una grata y abundante salud. Para gozar de una buena estrategia es fundamental que tanto la plantilla, los integrantes, como los accionistas o propietarios sepan, qué rumbo va a trazar el navío en el que se encuentran y si se dirige a un puerto seguro. Son cuestiones básicas que pasaremos a explicarlas, a continuación:

## 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.

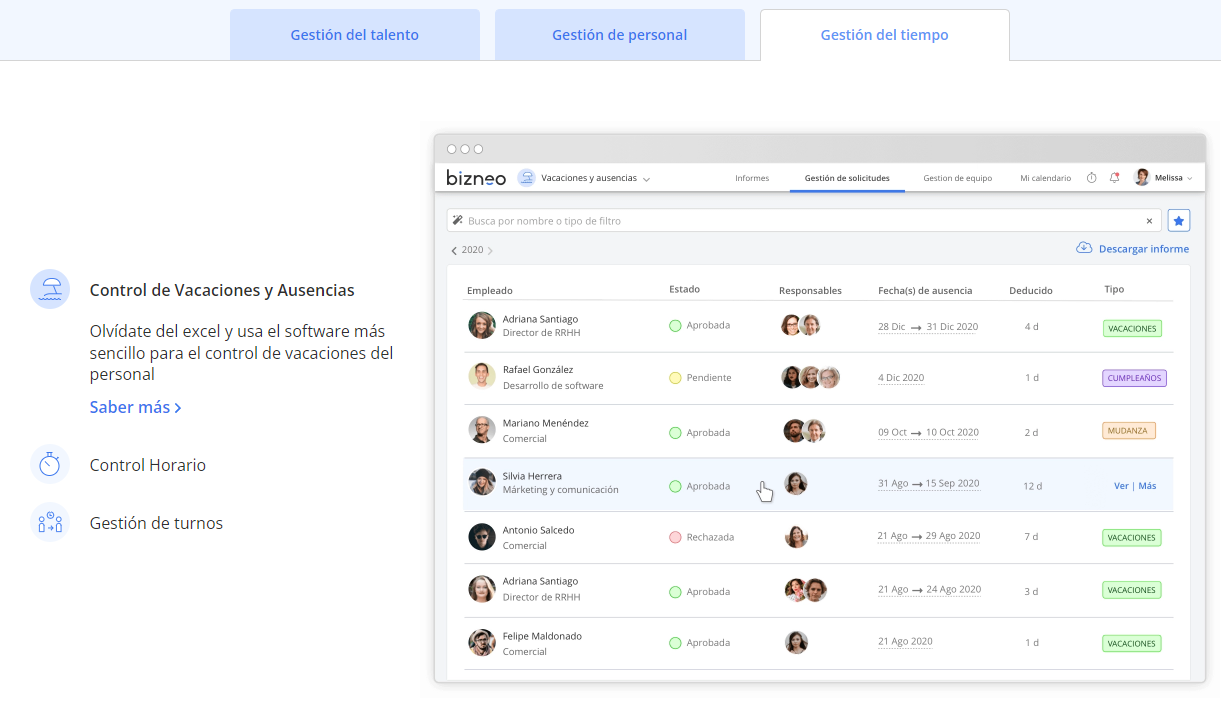
Las **oportunidades** de sales de Salesforce serían un incremento de la estabilidad de su ancho de banda, para un mayor número de clientes y no saturar los servicios, ampliar una mayor seguridad en internet, el mercado en sí se encuentra en una situación de auge y ellos se encuentran muy bien posicionados.

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.



*Pantallazo de plantilla de Bizneo HR*

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* *HR* 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

*Pantallazo de la web 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

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.

## 

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

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.

Además de la solución informática, Oxygen, que estará alojada y se consumirá a través de una página web; y sus subproductos alojados dentro de esta misma. Tendremos una página web de referencia para darnos a conocer, y para que la gente nos ubique y sepa quiénes somos, para qué, y con quién trabajamos; permitiendo así entradas a nuevas personas que estén interesadas, mediante el apartado de trabaja con nosotros.

## PRODUCTO O SERVICIO

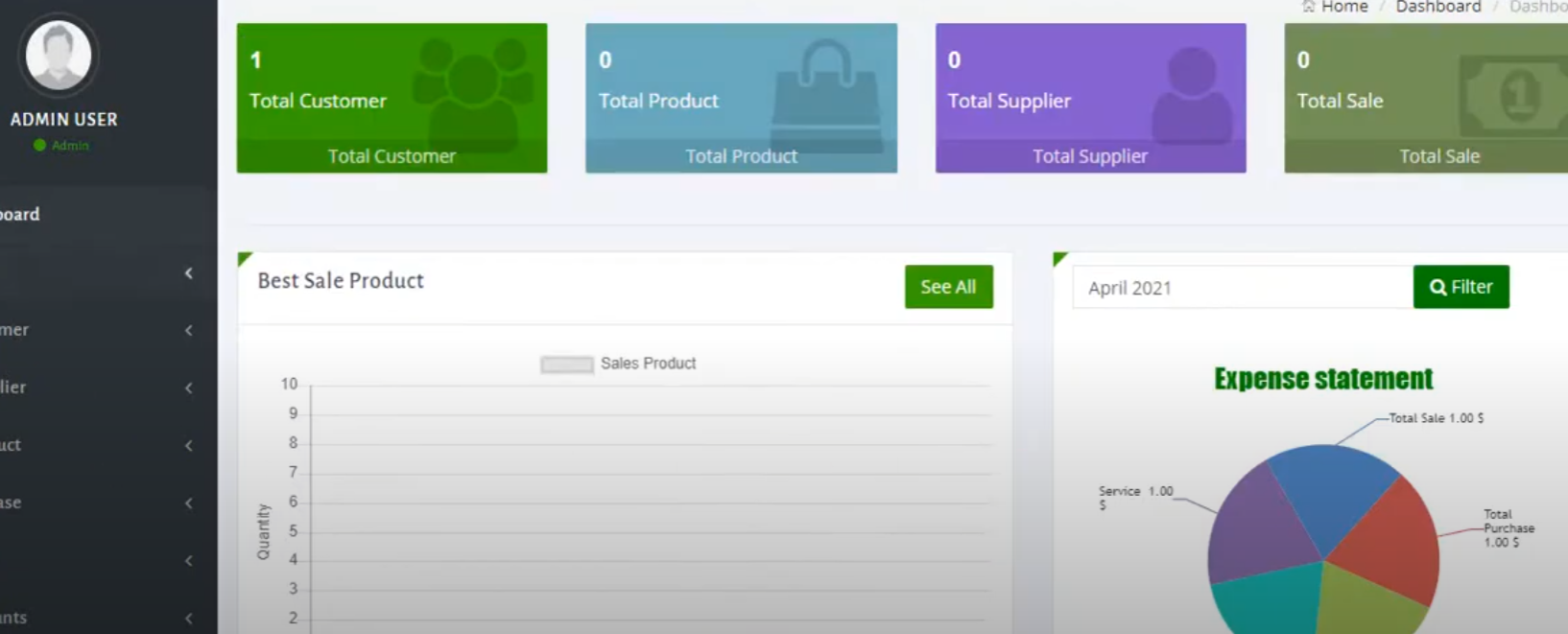
### CATÁLOGO DE PRODUCTOS

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.

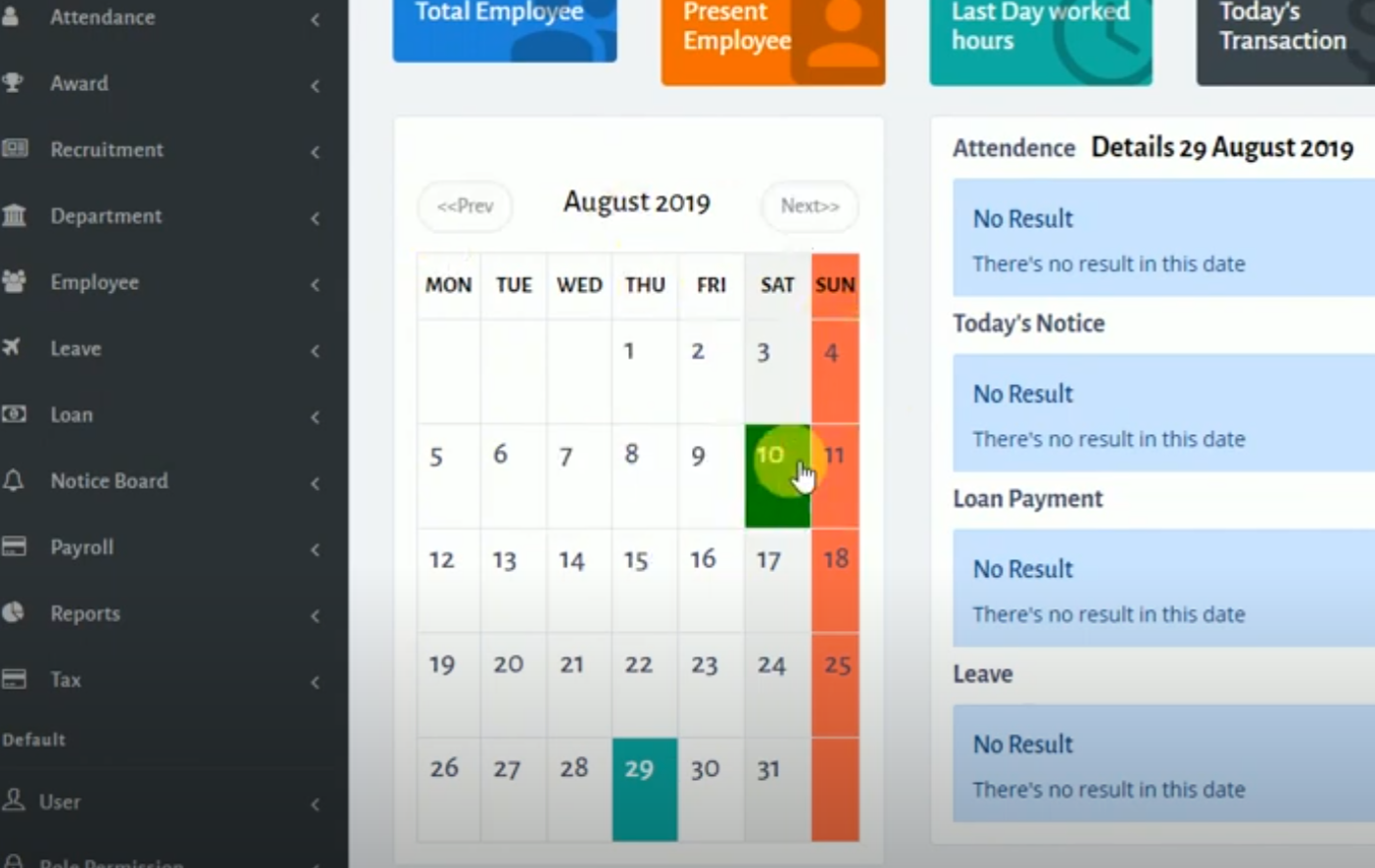


Más adelante como hemos podido comprobar gracias a nuestros competidores directos podemos hablar también de fomentar o abrir nuevas líneas de subproductos si vemos que la economía de la empresa lo permite hacia una gestión del talento o una retención y fidelización de los clientes.

Hora pasaremos a definir los servicios que ofertamos actualmente.

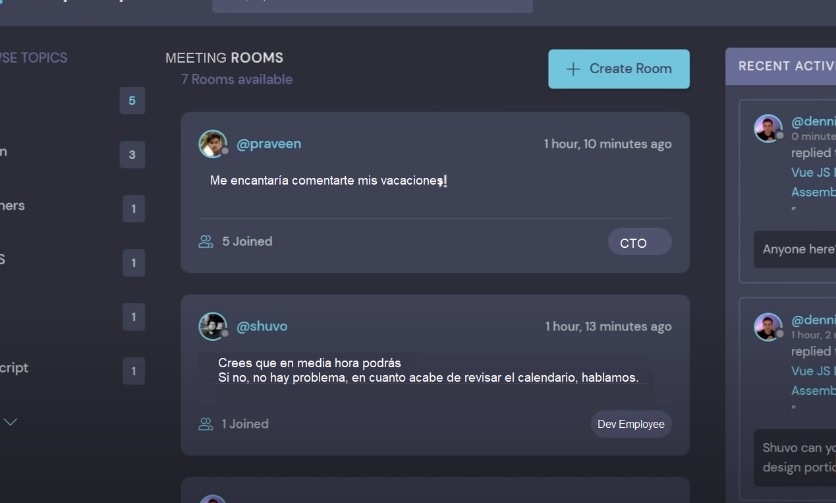
##### OxTime

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.



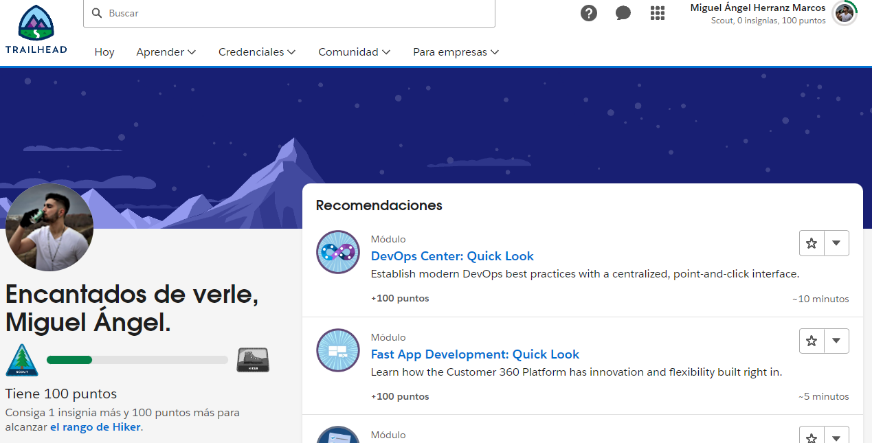
##### OxCare

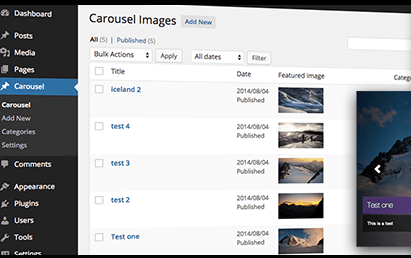
*OxCare* será la funcionalidad que se encargue de las relaciones internas de la empresa en la que mediante Meetings Rooms o salas de discusión y reunión se podrand hablar de todos los escollos o procedimientos internos privados entre integrantes de departamentos y equipos. Estas salas de debate o discusión 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

Este tipo de estrategias de precio basados en el valor del servicio o producto toma en consideración la relación existente entre el cliente y el producto o plan ofrecido.

El precio se valora y se fija una vez resueltas dos cuestiones importantes, observando el coste del producto y la formulación de dos preguntas son: ¿*Lo necesita el cliente*? y ¿*Cuánto estaría dispuesto a pagar por ello*? Sin embargo, en este tipo de estrategia orientada al precio según el valor, se ha de tener en consideración dos grandes apartados o puntos a no descuidar, una gran confianza depositada en nosotros y una autoridad clara e indudable respaldada que debe depositar el cliente. Por eso no creo que sea la mejor opción a nuestro caso concreto, ya que, si vamos a empezar en el sector, y en el mercado, es lógico ver que todavía no tenemos ni esa autoridad ni esa confianza necesaria.

Place (Distribuidor)

Los SaaS se han convertido en 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*”.[[20]](#footnote-20)



Nuestra distribución es directa o propia, ya que nosotros los creadores del servicio se lo ofrecemos a los clientes sin necesidad de un intermediario y no es necesario delegar el transporte o embalaje porque no existe y nosotros nos encargamos del servicio postventa.

Existen varias variables, aunque estamos principalmente debatiéndonos entre alojar la distribución en los servidores que hemos comentado previamente, que al fin y al cabo son maquinarias que compraremos y pondremos a punto (*ajustaremos y customizaremos*) nosotros en nuestra propia oficina. Aunque también para empezar de una forma mucho más liviana, con una carga de trabajo menos exigente, podríamos utilizaremos provisionalmente y de forma temporal, servicios de hosting en la nube entre los cuales, éstos nos brindarán ese *Place* o esa distribución, mientras nosotros conseguimos una oficina fija en el que podamos guardar los servidores a punto.

### 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

Para el apartado del capítulo 6 referente a los recursos humanos, se va a aplicar un interés especial, debido al origen mismo de nuestra Sociedad Limitada. Esto se justifica a través, de la actividad de nuestra organización, ya que la gestión de los recursos intangibles, de las demás empresas y los propios, serán la base de los beneficios de *Oxygen SL*; por consiguiente, resulta más que acertado y lógico, designarle un mayor, énfasis, interés, trabajo y tiempo.

## Constitución de Oxygen SL

Para los trámites de la constitución de una sociedad en España se tiene que pasar por un proceso específico dependiendo de su naturalidad jurídica y finalidad social, brindando de determinadas características a su personalidad jurídica.

Los trámites siguientes que vamos a enumerar, son los pasos a realizar para constituir cualquier Sociedad Limitada que en este caso se va a un enfocar en la Constitución de *Oxygen SL*:



***Extracto sacado de ipyme.org (Gobierno de España)***

Según la fuente de *ipyme.org* del Gobierno de España las características de una sociedad limitada es que debe tener “*naturaleza de carácter mercantil y personalidad jurídica propia*”. Se puede constituir de forma telemática o presencial, la denominación social debe estar libre en el registro mercantil y obligan a que se distinga que es de Responsabilidad Limitad en su nomenclatura.

También existen obligatoriedades y mandatos como la existencia de Cuentas Anuales, un Diario (registro diario de las operaciones) y un Libro de Actas en el que se recogerán los acuerdos tomados por las Juntas Generales y Especiales o los demás órganos de la sociedad. También llevará un libro Registro de los Socios histórico, en el que se deberá dejar constancia de las titularidades tanto originarias como actuales o sus transmisiones de las participaciones sociales en caso de que hubiera.

Como adelantamos en la introducción y en el modelo de negocio en los capítulos iniciales, existen una serie de ventajas y desventajas por las que hemos optado por elegir una Sociedad de Responsabilidad Limitada. Principalmente el cambio sustancial, ha sido que su Constitución antes costaba un monto mínimo de ***3000€*** y a día de hoy solo se necesita ***1€***.

A parte de esas circunstancias, siguen existiendo muchos beneficios para constituir una SL, por ejemplo, tiene una gran libertad de denominación social, tiene libertad de pactos y acuerdos entre socios, no cuenta con un límite máximo de socios, hay una posibilidad de nombrar administrador con carácter indefinido, no existe un número mínimo de socios trabajadores, y la fiscalidad es bastante interesante a partir de un determinado volumen de beneficio en cambio.

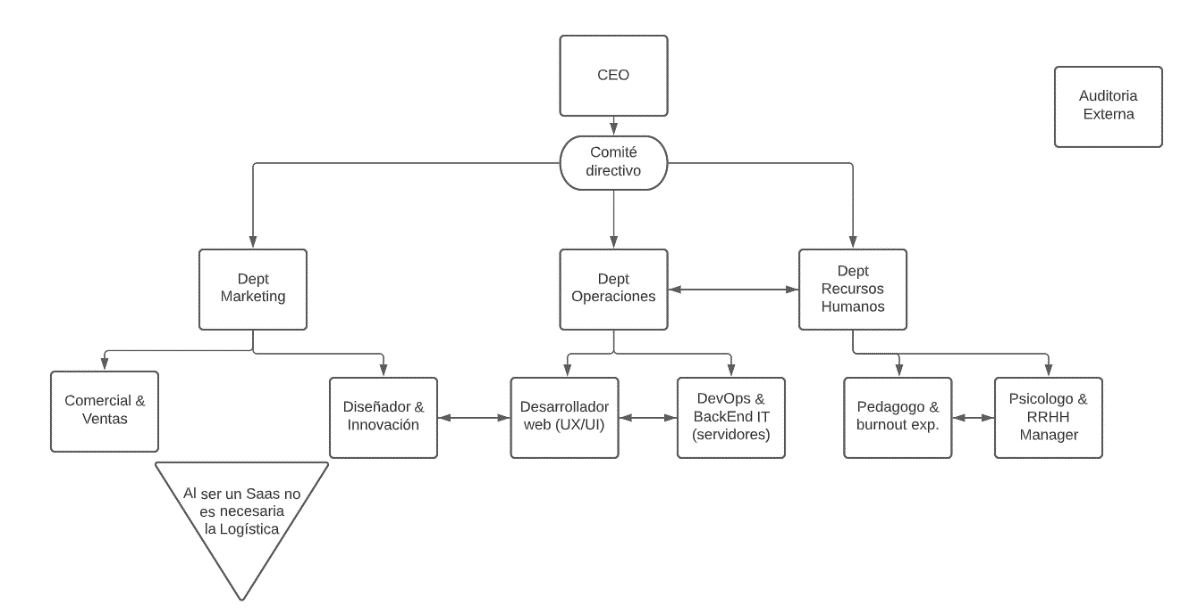
Por otro lado, también tenemos otros inconvenientes que previamente no habíamos comentado no hay una gran libertad para transmitir las participaciones hay una complejidad en el impuesto sobre sociedades la obligatoriedad a llevar una contabilidad formal como hemos comentado en el apartado anterior una garantía de los acreedores sociales que puedan limitada que queda limitada al patrimonio social y que los socios deban ser siempre identificables entre otras.

* Los primero pasos serían en la “Dirección General de Industria y de la PYME” hacer su correspondiente [denominación social](http://www.ipyme.org/es-ES/DecisionEmprender/FormasJuridicas/Paginas/ProcesoConstitucionA.aspx?cod=2&nombre=Denominaci%C3%B3n%20social) y la solicitud tiene un plazo de hasta 6 mese, mediante el sistema CIRCE se puede solicitar telemáticamente.
* Luego comprobamos en el “Registro Mercantil Central” la [certificación negativa de que el nombre de nuestra sociedad](http://www.ipyme.org/es-ES/DecisionEmprender/FormasJuridicas/Paginas/ProcesoConstitucionA.aspx?cod=3&nombre=Certificaci%C3%B3n%20negativa%20del%20nombre%20de%20la%20sociedad) no está ya cogido.
* Una vez cumplimentado los 2 requisitos anteriores, se procede a la firma ante notario mediante una [escritura pública](http://www.ipyme.org/es-ES/DecisionEmprender/FormasJuridicas/Paginas/ProcesoConstitucionA.aspx?cod=8&nombre=Escritura%20p%C3%BAblica) hasta 6 meses después de la negativa de denominación social. Los documentos solicitados serían para la escritura pública: documentación de identidad de los socios, certificación negativa de la dominación social, estatutos sociales, acreditación del desembolso del capital social, y en caso de que se realizaran aportaciones no dinerarias un informe de un experto sobre su valoración sobre los bienes aportados.
* Después se ha de aplicar el impuesto sobre transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados, a través del organismo de “*Consejerías de Hacienda de las CC. AA*”. Se tiene 30 días hábiles desde la firma de la escritura notarial. Este impuesto se aplica sobre el adquiriente del bien o derecho y en su defecto las personas que insten o soliciten los documentos notariales.
* Después se ha de inscribir uno en el “Registro Mercantil Provincial” y esa inscripción también se ha de solicitar un mes desde el otorgamiento de la escritura pública.
* A continuación, se solicitará a través de la “Agencia Tributaria” la el número de identificación fiscal definitivo, con el objetivo de identificarnos a términos fiscales.
* A posteriori nos inscribiremos en el Registro Administrativo de Sociedades Laborales dentro de los “Registros Especiales”.
* Y para finalizar, otra vez ante notario la firma del “[Acta notarial](http://www.ipyme.org/es-ES/DecisionEmprender/FormasJuridicas/Paginas/ProcesoConstitucionA.aspx?cod=19&nombre=Acta%20notarial)”, proceso por el cual se constatan los hechos o la percepción de los mismos.

## ESTRUCTURA ORGANIZATIVA (ORGANIGRAMA)

A continuación, expondré un pequeño organigrama, o diagrama, de la supuesta jerarquía que tendrá la empresa para cubrir las necesidades previstas de nuestra actividad empresarial.

Se expondrá a continuación la previsión de las tareas y responsabilidades que tendrán que cubrir los diversos perfiles que escogeremos de los puestos ofertados a ocupar.



Como es lógico y en cualquier empresa, la estructura organizativa y jerárquica de la sociedad limitada constará de un CEO o director Ejecutivo. Un responsable de operaciones, un responsable del departamento de marketing, ventas y postventas; y un responsable del departamento de implementación o integración. También habrá un comité directivo, el cual estará formado por integrantes que serán obtenidos en base a los principales responsables de cada departamento.

Será vital tener una intensa correlación e interconexión entre empleados y departamentos, en los que se diferenciarían diferentes posiciones, para los productos que tendremos. Con esto conseguiremos brindar un servicio 360, en el que nuestros desarrolladores intercambien recursos y relación con diseñadores, éstos a su vez con los centrados en el I+D (innovadores).

Perfiles y Manual de funciones

Los manuales de Recursos Humanos, sirven para establecer los derechos, obligaciones y responsabilidades de la empresa en la relación a su personal; determina los derechos laborales, obligaciones, roles y responsabilidades de los empleados con la organización; establece un diagrama detallado de la estructura (*organigrama)*, dar a conocer el marco legal pertinente en el que nos encontraremos. También la existencia de un *Manual* permite comunicar las normas sobre riesgos y acciones laborales, para mantener un ambiente de trabajo saludable, y para finalizar: permite establecer un enfoque sistemático en la gestión de las políticas, de los procedimientos y de las prácticas entorno a las características de origen humano.

#### Establecer Objetivos

Los objetivos en los que queremos centrarnos y estamos dispuestos a alcanzar en esta etapa inicial del proyecto *Exigen* serían:

* La consecución de más y más clientes, ya que incrementar nuestra cratera y abanico de clientes y productos, siempre que no repercuta en la calidad del servicio o gestión siempre es positiva, porque te permite una mayor libertad de movimiento empresarial y estratégico, al igual que nos dota de mayor autonomía respecto a los clientes.
* La fidelización de éstos, no sirve de mucho conseguir muchos clientes, y en cuanto terminan el primer contrato que salgan muy descontentos con el servicio, y calidad, ofrecido haciendo que no vuelvan y encima hablen mal de nuestros productos trayendo consigo malas críticas y *reviews*.
* La necesidad de cumplir, nuestros acuerdos en los tiempos estimados y con la calidad prometida, consideramos de sobra que, si cumplimos lo prometido, no mentimos y ofrecemos un producto de calidad, a un precio competente; sin sorpresas, al final nuestros clientes estarán contentos y querrán repetir en futuros acuerdos con nosotros, ayudando a la fidelización de los clientes previamente comentada.
* Conseguir una igualdad y un bienestar entre todos los equipos y departamentos de la empresa, principalmente por 3 cuestiones importantes.
  + Obligatoriedad legal en el marco actual y en las perspectivas que se tienen a futuro, que están interponiendo, tanto la Unión Europea como el territorio nacional.
  + La necesidad de una diversificación en los perfiles, en el género, en las edades y en las perspectivas para afrontar cualquier punto nuevo, con una perspectiva diferente y no estar en un sistema de procesos endógenos, que se van retroalimentando en círculos viciosos.
  + Para la propia cultura e imagen de empresas; si estamos vendiendo que nuestras principales bases son la diversidad, la buena administración y gestión de los recursos intangibles y humanos. Tener pocos recursos intangibles y no diversos en nuestra propia empresa y estructura interna, ***no*** nos da precisamente una imagen de estabilidad y veracidad de lo que puede estar ocurriendo dentro.

*Procesos*

Los procesos a los que ha de afrontar un departamento de Recursos Humanos serían los siguientes: el reclutamiento, la selección, la contratación, el *onboarding* -*(o proceso de período de prueba en el que se van testeando las habilidades del contratado por parte de la empresa, y la cultura empresarial por parte del asalariado, para ver si hay un entendimiento entre ambos o no)-*, la gestión de la remuneración, la gestión del rendimiento, las relaciones con el personal y la importancia en revisar cada poco y uno a uno los objetivos propuestos para ver si están siendo seguidos y de si eran pragmáticos.

Los procesos de selección irán saliendo según las necesidades, supongo que en la creación y puesta en marcha de la empresa serán un poco más laxos y conforme se vaya rellenando la plantilla y se vaya creciendo, se pueden aplicar ciertos criterios más avanzados entre las propuestas del reclutamiento.

Los periodos de prueba por convenio y por costumbre dentro de las tecnologías de las *BigTechs* o de las empresas tecnológicas dedicadas al servicio de y prestaciones de infraestructura o software suelen ser de 3 meses a 6 meses (medio año)

En referencia a la selección, se buscarán perfiles con una experiencia intermedia *(3/5/7 años)* para los puestos de responsabilidades en las funciones de gestión de equipo, para las posiciones y tareas más técnicas, se busca la contratación de perfiles más jóvenes recién titulados con muchas ganas y poca experiencia para volcar los conocimientos obtenidos frescos en los estudios a las necesidades de los proyectos. Y para finalizar desearemos perfiles muy experimentados (*Seniors de 8 a 10 o más años de experiencia acreditada*) en la gestión y administración de departamentos para el comité directivo y los responsables de cada uno de los departamentos. Estos procesos de selección serán mediante *LinkedIn* un breve acercamiento, una entrevista telefónica, posteriormente entrevista digital o entrevista en grupal con su posterior resolución.

*Responsabilidades*

La responsabilidad social de las empresas o (RSE) son un conjunto de actividades y prácticas, encaminadas a establecer la relación de la empresa con la sociedad en las que opera. Esta relación tiene un doble sentido: gestionar los impactos producidos por nosotros y colaborar con las comunidades en las que actuamos, teniendo en consideración, además, que hay que articular diferentes intereses a las diversas culturas, normas sociales y representaciones tan variadas hoy en día.

Es un proceso sistematizado y generalmente regulado voluntariamente según estándares reconocidos, sin embargo, hay dos tipos de cuestiones esenciales a tener en cuenta: *¿Cómo gestiona la empresa de sus impactos? y ¿de qué manera la empresa devuelve beneficios a la sociedad?*

Consideramos que nuestra forma de devolver a la sociedad toda nuestra gratitud y lo que somos es intentando mejorar poco a poco la calidad humana del trabajador repercutiendo así en beneficios en la cadena de montaje y en la calidad del producto o servicio de nuestros clientes.

En referencia a cómo gestiona las empresas sus impactos, consideramos que ofrecer servicios rápidos, fiables y flexibles, pero a la vez analizar si son o no prescindibles y con la misma facilidad que se construyeron y levantaron se pueden hacer desaparecer.

Así tienen un impacto nimio en la sociedad, haciendo así que si se realizaran efectos positivos para el mundo a la larga repercutirían positivamente en muchas personas, pero en algún momento es absurda nuestra existencia es fácil y rápido quitarnos del mapa sin grandes problemas para el entorno.

Por otro lado, hay que señalar los procedimientos digitales que queremos ofrecer al mercado reducen el impacto tanto en el tiempo, como en la satisfacción de un montón de personas; y en el consumo de materiales (consumidos por medios más tradicionales y convencionales) repercutiendo así positivamente en la huella de carbono.

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, como retribuciones económicas, bien compensadas. Por ejemplo, un habitual reconocimiento de las tareas y esfuerzos realizados a cada persona, y una diferenciación clara de roles; aunque no necesariamente cerrados (para que así no se entre en competencias innecesarias por comisiones, de: *“¿quién es mejor que quién?*”). Así brindaremos, al unísono de nuestra cultura empresarial, la flexibilidad de horario y de ubicación de la que tanto alardeamos, al permitir el teletrabajo o la realización de funciones de forma telemática. Un ejemplo de ello serían las entradas y salidas flexibles, la posibilidad de teletrabajo o trabajo en remoto, incentivación a cambiar de roles o a salir de la zona de confort profesional y personal, o también trabajos de liderazgo y unión de equipos realizando labores de voluntariados.

Los contratos se llevarán según dictaminen los convenios y las categorías profesionales de cada trabajador, a parte de la experiencia en los sectores, como es obvio. Principalmente, nuestra plantilla se basará en pedagogos, asistentes técnicos, ayudantes, ingenieros, desarrolladores, psicólogos, y/o expertos en prevención de riesgos laborales. Prácticamente todos los recién nombrados tendrán en torno a una horquilla salarial de 18K a 65K euros brutos anuales, más luego deducciones según rango de IRPF, dependiendo de *(cómo hemos dicho antes)* convenios, formaciones profesionales, el propio puesto de trabajo, categoría profesional, experiencia y responsabilidades en tareas. No es lo mismo, las retribuciones salariales que daremos aún joven desarrollador junior inexperto y recién titulado, que aún gerente sénior después de 10 años de experiencia en el mercado laboral y partícipe del comité directivo.

Estimación de plantilla a 5 años.

A raíz de lo sufrido en la pandemia de 2020 y las posteriores secuelas que ha dejado trae consigo cambios administrativos y a la hora de proceder con metodologías variadas, por ejemplo, las previsiones y necesidades de la plantilla a día de hoy y sobre todo en consideraciones de Recursos Humanos son diferentes a las que se estimaban antes de la pandemia. De hecho, se puede apreciar como diversos estudios reflejan que en torno al 45,3% de las firmas más importantes de la actualidad considera que la pandemia ha tenido impacto en sus necesidades de materia y material en la gestión de las necesidades del personal, mientras que el 54,7% no llega a apreciar cambios trascendentales en la gestión de sus intangibles.[[21]](#footnote-21)

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

A la hora de buscar a la hora de buscar personal hay una serie de políticas que hoy en día son más que recomendables casi obligatorias aplicarlas dentro de la empresa como por ejemplo una selección centrada en las políticas de igualdad el implemento de nuevas tecnologías un buen control horario o una manera eficiente para medir la productividad de los trabajadores. El proceso inicial de la formación de la plantilla será en base a la búsqueda de roles por LinkedIn.

# Capítulo 7 ~ Plan de operaciones

A la hora de abordar el plan de operaciones, tendremos que previamente al agrupar y separar tanto los procedimientos como los procesos necesarios para realizar nuestra actividad de nuestros 3 subproductos mientras mantenemos la solución en el aire en los servidores mantenemos el mantenimiento de todos los clients han distribuido nuestro CRM agrupamos los recursos intangibles y cómo los vamos a ir cobrando y cómo los vamos a ir sufriendo aquí en Adelante haremos una distinción entre el front office y el backoffice

FRONT OFFICE BACK OFFICE

## 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 constará de 2 servidores: un servidor será de respaldo, por si el otro falla tenerlo para no dejar a nuestros clientes sin servicio. Otra de las infraestructuras necesarias para realizar nuestra actividad sería una gran red de fibra en las instalaciones en las que trabajemos.

El resto de maquinaria se va a prever en concepto de la plantilla y el equipo que se han estimado entorno al organigrama anterior. Se necesitarán entorno a unos 10 o 15 ordenadores (*uno por empleado*), posiblemente unos 4 números de teléfono para emergencias internas, que llevarán los responsables y lideres de cada departamento (*socios del comité directivo*), para contactar de una manera rápida conflictos o emergencias de carácter interno. Las herramientas de comunicación interna como “*slack”* (un chat para la comunicación interna de las empresas en los estados de desarrollo e investigación), también son herramientas a tener en consideración. Posiblemente utilizaremos para iniciar el desarrollo, unas oficinas de coworking; que, aunque no den precisamente la mejor de las impresiones iniciales, nos permitirá establecer nuevas relaciones con nuevos *partners* y desarrollar buenas redes clientelares, para empezar a darnos a conocer en el mundillo.

600/700€ x 13 = 7.800 pc 2 servers x 1000€ = 2000 Móviles 300 x 4 = 1.200 €

Total 11.000 + Muebles 1000.

## Calidad

He omitido en el trabajo los apartados de *Materias primas, Gestión de stock y 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 lo más importante. Actualmente consideramos desde *Oxygen SL* que cuando se brinda un servicio, 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 o no, si repercute en los beneficios para y por los clientes o no.

### Responsabilidad Social Corporativa

En *Oxygen SL* creemos que debemos ser consecuentes con nuestras acciones y estamos en deuda con la sociedad y el mundo, por eso tenemos una responsabilidad con el medio ambiente. Nuestro compromiso es total y nuestra apuesta es la de conseguir un proceso empresarial, con el menor impacto facilitando a las empresas mediante la obtención de certificaciones **ISO 14000.**

Las certificaciones **ISO 14000**, son una serie de normas que regulan todo lo que tenga que tener relación con los sistemas de gestión ambiental tratan de reducir el impacto medioambiental por medio de medidas legalmente previstas en esta materia sobre medio ambiente y al igual que las normas **ISO 9000** e **ISO 9001** este tipo de certificaciones **ISO** se constituyen, dentro de la implementación de nuestro sistema de calidad.

Nuestros procesos son totalmente respetuosos con el medio que nos rodea y son acordes a las propuestas ambientales actuales.

Todas nuestras futuras instalaciones deberán estar integradas con herramientas, utensilios, instrumentos y calidades verdes. Recipientes reutilizables, o luces de bajo consumo, objetos de segunda mano, como otra serie de incentivos se aplicarán, tanto para facilitar el desembolso económico en gastos para mantener nuestra actividad en funcionamiento, como para incentivar una menor huella de carbono procedente de *Oxygen SL*.

Nuestra metodología ágil y digitaliza nada a la par que vanguardista mejora también evitando un montón de costos y recursos naturales incentivando la reducción De El desgaste del medio ambiente en procesos actualmente innecesarios debido a herramientas más tradicionales y convencionales que a la larga acaban siendo ineficientes en cuanto a consumo de recursos y de tiempo.

En *Oxygen SL* consideramos que nuestro consumo de energía debe ser el mínimo, e incluso en desplazamientos intentamos procurar no emitir innecesario CO2, ya que gracias a nuestras metodologías ágiles, en muchos casos es innecesario ese desplazamiento físico y podemos cubrir, y solventar, incidencias, o renovar contratos, de forma telemática, aliviando una vez más a nuestro planeta en el proceso.

## 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. Ya que hechos de una forma muchísimo más didáctica y calificadora que las formaciones estándar de las empresas acaban siendo tediosas y largas e ineficientes. SI el proceso formativo se gamifica, como se desarrolló en apartados previos, el avance al desarrollarse poco a poco, y por niveles, se presupone que resulta mucho más orgánico y menos forzado; sobre todo una vez conseguidos y superados los objetivos.

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, en las que estará bien señalizadas las salidas de emergencia, se deberá utilizar de una manera correcta y en posiciones ergonómicas las sillas y los utensilios de oficina y se incentivará airear e iluminar las zonas cerradas y privadas.

# Capítulo 8 ~ Plan financiero

Para el posterior plan financiero que vamos a tratar ahora, se va a basar de una cuenta de resultados, en unas cuentas anuales de *previsión* y en un balance de *previsión*.

Todos los datos que se vayan a mostrar, serán fruto de la especulación, aunque estarán basados en datos objetivos.

Según he podido estar comprobando en los supuestos escenarios seleccionados, y otros descartados, se acabará contando finalmente con una cantidad de financiación, a devolver en forma de deuda a largo plazo, de una cuantía aproximada de ***7.000€,*** procedentes de entidades de crédito.

*¿Por qué he decidido, perder cierta autonomía a futuro, y asumir una serie de responsabilidades, y obligaciones, cuando desde un inicio se especulaba con una posibilidad de enfrentar la situación con el* ***100%*** *del capital social, procedentes de fondos propios?*

Debido a que, por una inversión, la cual tampoco nos repercute grandes trastornos financieros a la larga, y tampoco nos complica en exceso la vida, ahorcándonos en extenuantes deudas; muy probablemente acabarían repercutiendo en unos retornos mucho más productivos e interesantes, que de haber aportado inicialmente los ***10.000€*** planteados, en vez de los ***17.000€*** finales.

Pudiendo así, a su vez mantener a una plantilla de 10 a 15 trabajadores (en comparación a los 5 que se llegaron a plantear, por falta de disponible para nóminas y Seguridad Social), y también tratamos con un número de clientes mucho holgado que el previsto inicialmente.

## Plan de Ventas, inversión y financiación

El plan de ventas, inversión y financiación es imprescindible, para tener un control de la imagen aproximada a lo que aspirar, a la hora de facturar un producto con un número estimado de clientes para ver si el precio, y conjeturas han sido óptimas o no. Y de si se han de corregir las medidas propuestas, las estimaciones fijadas o las cuotas planteadas.

Para realizar este tipo de planes se va a utilizar una serie de herramientas financieras, que nos permitirá ayudar a vislumbrar el porvenir de nuestra sociedad. Entre estas herramientas usadas, se encuentran el punto de equilibrio financiero, la cuenta de resultados, el balance de situación y los análisis de ratios

#### El análisis del punto de equilibrio

El pronóstico financiero se basa, esencialmente, en realizar predicciones sobre cuánto dinero está previsto ingresar y sobre su consecuente previsión de gastos, gastos fijos. Estos datos son tremendamente útiles para realizar estimaciones, con el fin de conocer los niveles de rentabilidad de *Oxygen SL*.

Precisamente por eso vamos a calcular el punto de equilibrio mediante el cálculo de los costes fijos y el % de beneficio bruto. Una vez realizadas las estimaciones, dividimos Costes Generales / (%bruto de beneficio).

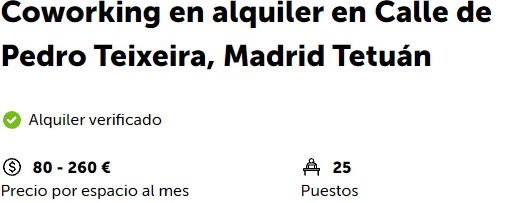
Si presuponemos un escenario con el precio del servicio, que se ha comentado en el apartado del catálogo de productos, a poco que en un ejercicio estemos brindando a ofertar a una media de 40 clientes (empresas) con otros 75 trabajadores como usuarios recurrentes, de los servicios podemos cobra, por empresa (estaríamos contando con un promedio de 2960 (3K) usuarios).

1000x35 = 35.000€ 1005x60=60.060 € 954x110=104.940€

Resultado estimado de prestaciones de servicio 🡪 35.000€ + 60.060€ + 104.940€ = 200.000€

Los costes fijos de *Oxygen SL* para el cálculo me del punto de equilibrio serían: el alquiler mensual de la oficina de coworking, que utilizaremos temporalmente antes de pasar a una aún sitio definido. El consumo estimado de la plantilla y el gasto para suplir sus necesidades cuando estemos de forma presencial trabajando y el dominio web (hosting).





Según he podido estar comparando precios el coste por dominio web puede oscilar desde €1 hasta 20 más IVA como mucho a lo largo de un año prácticamente es despreciable.[[22]](#footnote-22)

Vamos estimar según INE en el apartado 4 sobre “*El empleo y sus costes”* -

Costes de personal y gastos de explotación ... los gastos de personal suponían el 22% del total[[23]](#footnote-23).

Calcularemos la cuenta de pérdidas y ganancias para hallar el beneficio bruto, de nuestra actividad, Aplicaremos una multiplicación y resta del 0.22 y 0.25 en concepto de Impuesto de sociedades y sueldo de personal o gasto de personal.

*Costes Fijos*= plantilla (44.000K€) + formación(650€) + licencias (300€) + alquiler (200€)=***45.150€***

Ingresos estimados por mes con 15 clientes de 10 usuarios cada uno (150 users).

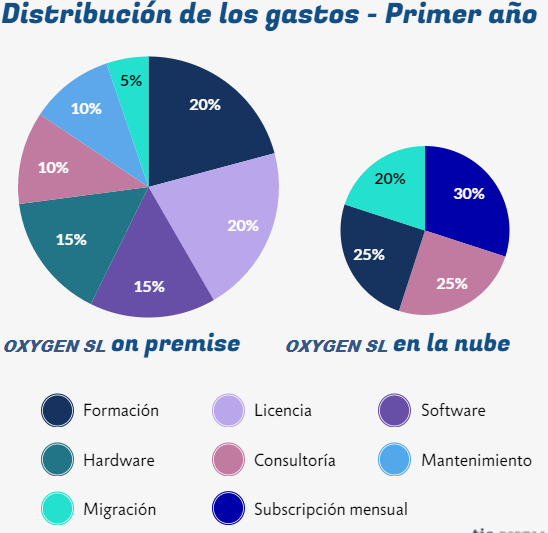
El margen bruto se calcula dividiendo el beneficio bruto entre los ingresos brutos y multiplicando la cifra por 100 para obtener un porcentaje.

***104.880€*** beneficio bruto / ***200.000€*** ingresos brutos = ***52,44%*** *Margen bruto porcentual.*

45.150€/52,44 % = ***860,98*** *Punto de equilibrio,* número mínimo de unidades que *Oxygen SL* debe realizar o conseguir para que financieramente no sea una ruina*.*

#### Distribución de gastos previstos en el primer ejercicio

A continuación, dejaremos una descripción de una gráfica de los gastos previstos usualmente y más comunes dentro de las pequeñas y medianas empresas en el primer ejercicio de su actividad sobre todo en pequeñas y medianas empresas centradas en ofrecer servicios b dos b mediante software y soluciones informáticas mediante metodologías ágiles.



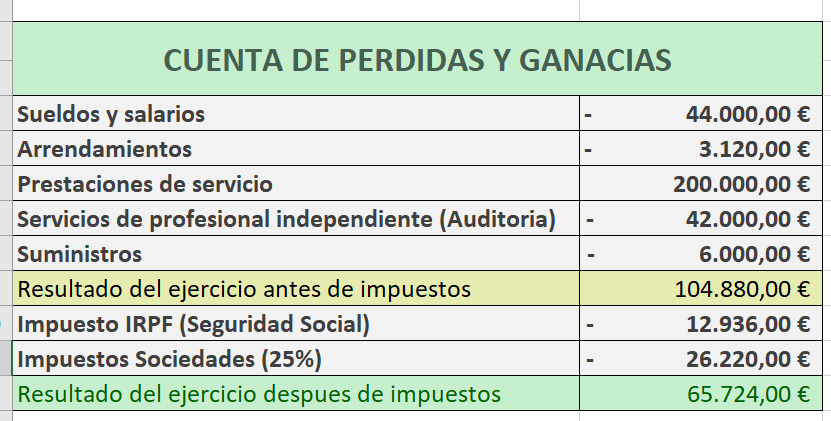
Cuenta de Resultado

#### Unos de los factores más importantes dentro de un plan de inversiones, sobre todo para saber qué toma de decisiones estratégicas será más acordes a lo previsto y deseado, es realizar una Cuenta de Resultado favorable y correcta. Dentro de las altas gestiones administrativas, es de buen recibo y necesario, poder ver y comprobar los posibles futuros frutos que se deberán gestionar si todo sale según lo previsto.

#### La Cuenta de Resultados como tal consiste en una previsión que permite visualizar pagos y cobros con ella podrás anticipar el futuro económico de Oxygen SL.

#### Flujo de caja y pronósticos financieros (ganancias y pérdidas)

El flujo de caja es fundamental en la formulación de pronósticos financieros. En base al flujo de caja conseguimos una visión aproximada de cómo utilizar los fondos y determinar de qué forma se realiza la financiación. Para realizar un pronóstico de ganancias y pérdidas, es preciso refinar las estimaciones de ventas y gastos usadas en el punto de equilibrio. Con el objetivo de conseguir una proyección formal en fechas futuras y en base a distintos escenarios.

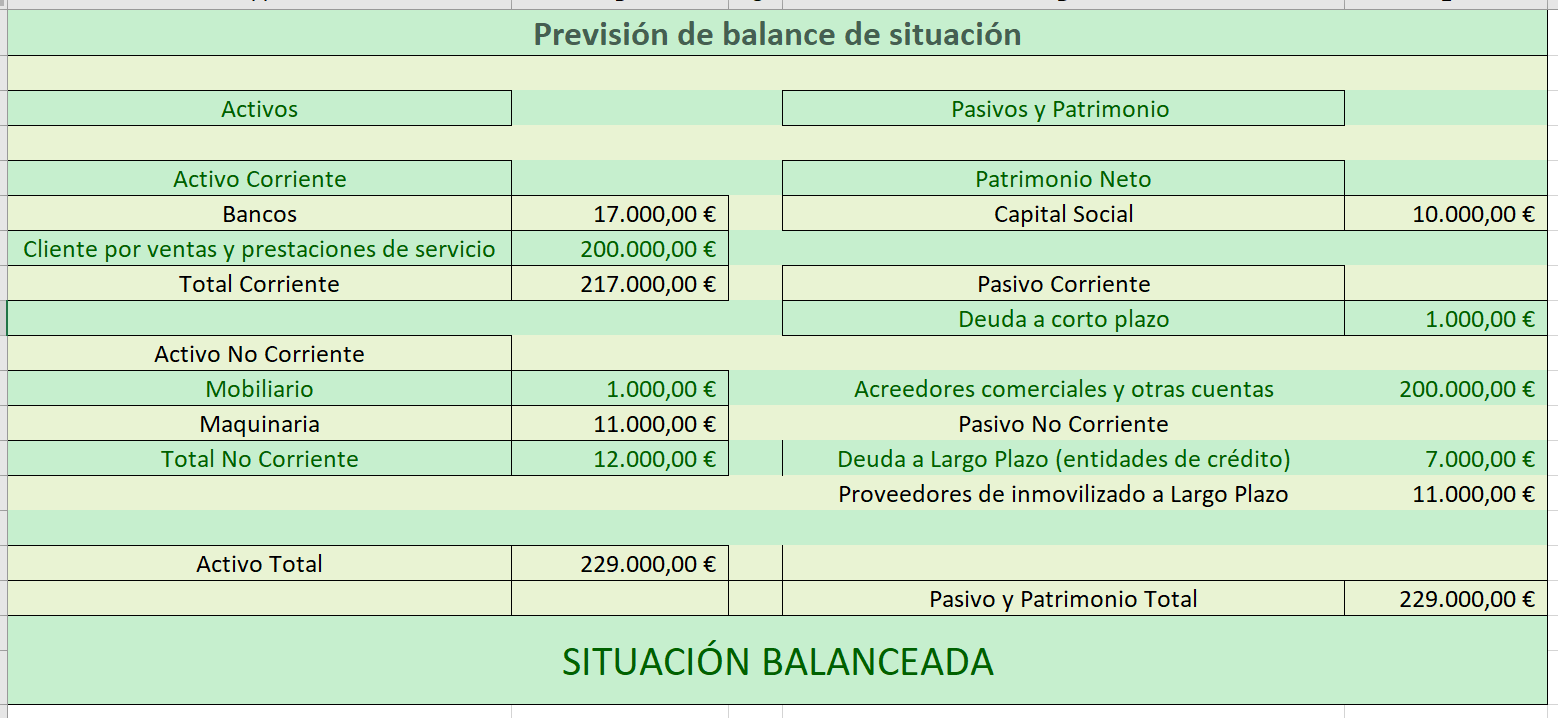


Estos supuestos escenarios nos brindarán, la oportunidad de decidir en qué línea de producto se nos hará crucial dedicarle más tiempo y recursos que a otra puesto que denota ser de mayor relevancia para la sanidad económica de la sociedad y si es conveniente enfocarnos o no en primera instancia sobre esa línea de producto o reservar más activos necesarios a otras.

El escenario propuesto refleja la actividad económica de un solo ejercicio de *Oxigen SL* con un flujo de clientes, previamente mostrados en el apartado de: *plan de ventas inversión y financiación*.

## Balance

Este micro pronóstico de balance de situación previsible se centra en la clasificación más cualitativa de un posible escenario, ya que los procesos en los que están basados, aunque están apoyados en datos de interés reales, son en cierta parte juicios de valor personales. Al no tener una continuidad *cuasi* atemporal.



Las encuestas de opinión, la investigación de mercados o las evaluaciones de los potenciales clientes y profesionales, son algunas muestras de datos que usan en los análisis cualitativos y son algunas de las herramientas que hemos acabado utilizando en este proyecto, y suelen utilizarse cuando no se dispone de una base de información histórica. Por otra parte, los pronósticos financieros cuantitativos están basados en datos previos (*análisis de series temporales, los indicadores económicos o modelos de regresión son algunos de estos métodos*).

## Analisis de ratios ISMA

ROI, ROE, Ratio Tesorería y Liquidez

<https://www.wolterskluwer.com/es-es/expert-insights/ratios-financieros-cuales-son-como-se-calculan>

# Capítulo 9 ~ Cronogramas de actividades

## Cómo es costumbre en este tipo de documentos y proyectos o trabajos a continuación en este capítulo expondré el calendario de actividades y la gestión del tiempo que se ha realizado y las tareas e inconvenientes que han sido necesario solventar y realizar para llegar a la finalización de este documento.

Considero vital que si una empresa se va a basar en gestionar las cadenas de valor la gestión y los intangibles de sus clientes y como es obvio va a tener que realizarlo de una manera correcta tanto con ellos como de una manera interna para que esta no fracase se ha de empezar bien y no la casa por el tejado construyendo unos cimientos desde el inicio correctos basados en las *best practices* o mejores prácticas como por ejemplo la exposición del diagrama de Gantt a contar a continuación qué vamos a mostrar sin más preámbulos.

## Diagrama de GAANT

Cómo podemos ir viendo en la siguiente imagen a lo largo de estos meses y estas 10 semanas de trabajo se han ido realizando una serie de tareas revisiones y procedimientos estructurados en base a una serie de criterios como dificultad en la materia investigación realización revisión y posterior plasmación en este documento.

# 

# Capítulo10 ~ Conclusiones

Para finalizar realizaremos una breve y sutil vista atrás, considero humildemente que será de mucha utilidad sobre todo para comprobar si en primera instancia se partía con un optimismo infundado o si por el contrario basamos nuestra propuesta de negocio en un castillo de naipes que se derrumbaría a poco que se soplase.

## Conclusiones generales

Quería, antes de nada, agradecer la oportunidad de poder satisfacer mis propias inquietudes personales, y poder haber sido participe de una manera tan didáctica como he sido capaz de satisfacer mis inquietudes gracias a intentar emprender un proyecto personal, mediante los recursos y herramientas que he podido disfrutar a lo largo de este viaje. No sé qué pasará en el futuro, pero sin duda ninguna no me arrepiento de todo el trabajo que me ha llevado hasta aquí, y estoy convencido de que tarde o temprano me tendré que enfrentar a piedras en el camino. Lo importante no es *no caerse*, sino levantarse una vez caído.

Consideró, que esta sociedad necesita más empresas que se centren en la calidad y no en la cantidad, en la eficiencia y no en la nomenclatura, en el prevalecer y preservarse y no en él venderse y malversarse; por eso considero que la existencia de *Oxygen SL* es de obligatoriedad.

La sociedad necesita empresas que se centren en la calidad de los servicios. Que se centren en la eficiencia de los productos. Que se centren en las fiabilidad y rapidez de los trabajadores, y del carácter humano que desde hace tanto tiempo vemos diluirse poco a poco entre las grandes empresas que solo ven números y no personas.

# 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.>

<https://kinsta.com/es/blog/comercializacion-saas/>

<https://www.captio.net/blog/en-que-consisten-los-pronosticos-financieros>

chrome-extension://oemmndcbldboiebfnladdacbdfmadadm/https://www.camara.es/sites/default/files/publicaciones/estudio-necesidades-empresas-en-rrhh-enero-2022.pdf

[*chrome-extension://oemmndcbldboiebfnladdacbdfmadadm/https://www.ine.es/ss/Satellite?blobcol=urldata&blobheader=application%2Fpdf&blobheadername1=Content-Disposition&blobheadervalue1=attachment%3B+filename%3DINDcap04.pdf&blobkey=urldata&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=891%2F480%2FINDcap04%2C0.pdf&ssbinary=true*](chrome-extension://oemmndcbldboiebfnladdacbdfmadadm/https:/www.ine.es/ss/Satellite?blobcol=urldata&blobheader=application%2Fpdf&blobheadername1=Content-Disposition&blobheadervalue1=attachment%3B+filename%3DINDcap04.pdf&blobkey=urldata&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=891%2F480%2FINDcap04%2C0.pdf&ssbinary=true)

*Cosas que faltan por HACER+*

1. TRABAJAR MAS CONCEPTO DE COMERCIALIZACIÓN/CANALES DE VENTA/PLAN de COMUNICACIÓN
2. PLAN DE OPERACIONES / Front Office y Back Office PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS / CALIDAD DEL SERVICIO/post venta/Cierre de contrato.
3. PLAN FINANCIERO Y ANALISIS DE RATIOS

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)
20. *Kinsta.com (ver final)* [↑](#footnote-ref-20)
21. Necesidades de las empresas en materia de RRHH un entorno post-covid. (ver final) [↑](#footnote-ref-21)
22. https://www.ciudadano2cero.com/precios-hosting-dominio/ [↑](#footnote-ref-22)
23. cap04,0.pdf (ver final)

    [↑](#footnote-ref-23)