



Práctica 1

Descubrimiento de la empresa

Integración de Aplicaciones y Procesos
Empresariales



Francisco Joaquín Murcia
Gómez

48734281H

Universidad de alicante - EPS

23/09/2021



Índice

Introducción	3
¿Qué es Propagua?	3
Misión Visión y Valores	3
Análisis estratégico.....	4
Análisis Interno.....	5
¿Qué Productos o Servicios ofrece?.....	5
Organigrama.....	5
¿Cuál es el cliente objetivo?.....	6
¿Cómo se gestiona el trabajo a lo largo del año?	6
Imagen Corporativa y relaciones con el exterior	6
Análisis financiero	7
Cadena de Valor	7
Análisis Externo	7
5 fuerzas de Porter:	7
Análisis PESTEL	8
Diagnóstico análisis DAFO	9
Procesos de la empresa.....	9
Modelo de madurez	9
Diferentes procesos realizados por la empresa	9
Reposición de stock.....	9
Creación de un pedido	9
Entregas de mercancías	10
Proceso de facturación.....	10

Introducción

A la hora obtener información para la realización de las prácticas de la asignatura he decidido seleccionar Propagua del Levante 2007 SL.



¿Qué es Propagua?

Propagua es una empresa dedicada a la distribución y venta de suministros para aguas y la reparación y limpieza de instalaciones acuáticas.

La empresa es la fusión de dos empresas “El Nilo” y “Productos químicos el Limonar”, formando así “Grupo el Nilo”, en total la empresa posee más de 40 años de experiencia. Es una delegación de Quicesa, (empresa dedicada a la fábrica de productos para agua), encargada de toda la zona del levante.



Su página web es: <https://grupoelnilo.com/>.

Misión Visión y Valores

- **Misión:**
 - Ofrecer el mejor servicio en el menor tiempo posible, mejorando la calidad de este y despreocupando a nuestros clientes.
- **Visión:**
 - Ser el referente en el levante en el suministro y limpieza de instalaciones acuáticas, ofreciendo un producto de calidad premium y garantizando el suministro.
- **Valores:**
 - Fuerte compromiso con productos y marcas de calidad.
 - Relaciones personales basadas en la confianza y el respeto mutuo.
 - Alto nivel de tolerancia frente a las ideas y opiniones de los demás.
 - Seguridad y esperanza firme que los clientes depositan en nosotros por el respaldo ofrecido en las principales áreas del servicio.

Análisis estratégico

Para el análisis estratégico responderemos a las siguientes preguntas:

Pregunta	Análisis	Sección
¿Cuál es el negocio principal de la empresa?	Interno	Análisis de la situación Actual
¿Qué hace y cómo para ganar dinero?	Interno	Análisis de la situación Actual
¿Cuáles son los elementos principales de la empresa?	Interno	Análisis de la situación Actual
¿Qué enfoque sigue la empresa? ¿Funcional o por procesos? ¿Por qué?	Interno	Análisis de la situación Actual
¿Cuáles son las fortalezas y las debilidades de la empresa respecto a sus competidores?	Externo	Análisis de estrategia comercial
¿Cuáles son las oportunidades y las amenazas de la empresa?	Externo	Análisis de estrategia comercial
El objetivo global (actual) de la empresa y la estrategia para alcanzarlo	Externo	Análisis de estrategia comercial
¿Cuál es su competencia y cómo se ve afectada por esta?	Externo	Análisis de estrategia comercial
¿En qué medida le pueden afectar cambios en la legislación?	Externo	PESTEL
¿Cómo se puede ver influenciada por situaciones de crisis económica?	Externo	PESTEL
¿Cómo le afecta la legislación medioambiental?	Externo	PESTEL
¿En qué gasta dinero la empresa?	interno	Análisis financiero
¿En qué se diferencia de la competencia?	interno	Cadena de Valor
¿Cuál es el principal cliente?	Externo	Análisis de estrategia comercial
¿Cuántos empleados forma su platilla?	Interna	Análisis de la situación Actual
¿Cómo se gestiona el trabajo a lo largo del año?	Interno	Análisis de estrategia comercial
¿Qué emplea para publicitarse?	Externo	Análisis de estrategia comercial

Análisis Interno

¿Qué Productos o Servicios ofrece?

Propagua ofrece una serie de servicios y productos tales como:

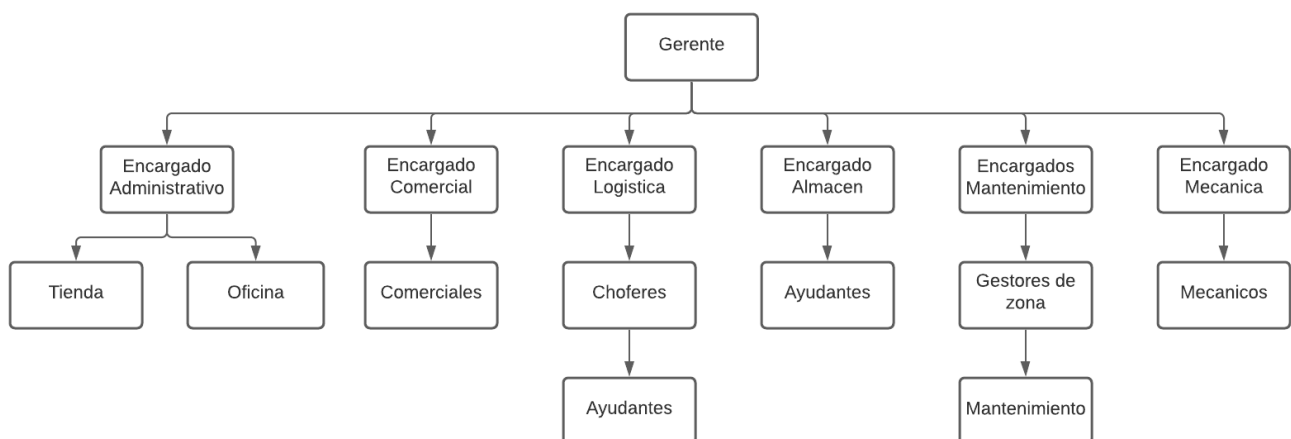
- Productos para el mantenimiento de piscinas y accesorios para estas.
- Productos de limpieza.
- Servicios de consultoría:
 - Prevención de riesgos
 - Realización e interpretación de analíticas
 - Inspección técnica de piscinas (ITP)
 - Programas de autocontrol
- Servicio de Diseño de proyectos:
 - Diseño de instalaciones
 - Automatización de instalaciones
- Servicio de instalaciones y asistencia técnica:
 - Instalaciones y reformas
 - Contratos de mantenimiento
 - Contratos de mantenimientos de equipos y asistencia de averías
 - Cambios de arena
 - Impermeabilizaciones y colados
- Servicio de Logística y almacenamiento.

No obstante, lo que otorga mayores beneficios es la distribución.

Organigrama

La empresa la podríamos organizar en seis departamentos:

- Mantenimiento
- Logística
- Almacén
- Mecánica
- Comerciales
- Administrativos



El enfoque de la empresa se podría decir es por procesos ya que hay mucha comunicación horizontal, menos en el departamento de "Mantenimiento" ya que es funcional, pero posee algunos rasgos de enfoque por procesos, es decir hay peticiones que no siguen un orden vertical, es decir, normalmente el empleado hablaría con su gestor para cualquier problema, y este hablaría con el encargado, pero para pedir productos el empleado simplemente hablaría con el personal del almacén; también, en este departamento existen dos encargados, uno de llevar la gestión del personal y otro para todos el tema administrativo, ninguno de ellos tiene superioridad frente al otro.

¿Cuál es el cliente objetivo?

El cliente objetivo son organismos oficiales (ayuntamientos, polideportivas piscinas públicas...), centros deportivos, parques acuáticos... y cualquiera que requiera de un suministro grande de productos para aguas.

¿Cómo se gestiona el trabajo a lo largo del año?

Por el tipo de negocio, podemos diferenciar 3 zonas bien definidas, la campaña de invierno, la de verano y las precampañas de invierno y de verano.

- **Campaña de verano:**

Se encuentra entre Mayo y Septiembre, se abren las piscinas públicas y los parques acuáticos, lo que trae consigo un aumento enorme de las ganancias, aumento del trabajo, aumento de problemas, y un aumento de un 95% de la plantilla.

- **Campaña de invierno:**

Se encuentran entre Octubre y Abril, en esta época las ganancias son significativamente más reducidas que en la campaña de verano, la mayoría de las piscinas y parques acuáticos están cerrados, por lo que las ventas de producto disminuyen, la campaña se centra en la reparación de instalaciones y de instalación y mejoras de nuevos equipos a estas, en este periodo la plantilla se encuentra en su mínimo (aproximadamente 40 empleados).

- **Precampañas:**

Se encuentran entre las campañas ya mencionadas, estas se centran en preparar la siguiente campaña, dependiendo de la época encontraremos:

- **Precampaña de verano:**

Se va aumentando la plantilla poco a poco, los ingresos aumentan y se estudia y se planifica la campaña de verano.

- **Precampaña de invierno:**

Se va decrementando la plantilla poco a poco, los ingresos disminuyen y se estudia y se planifica la campaña de invierno.

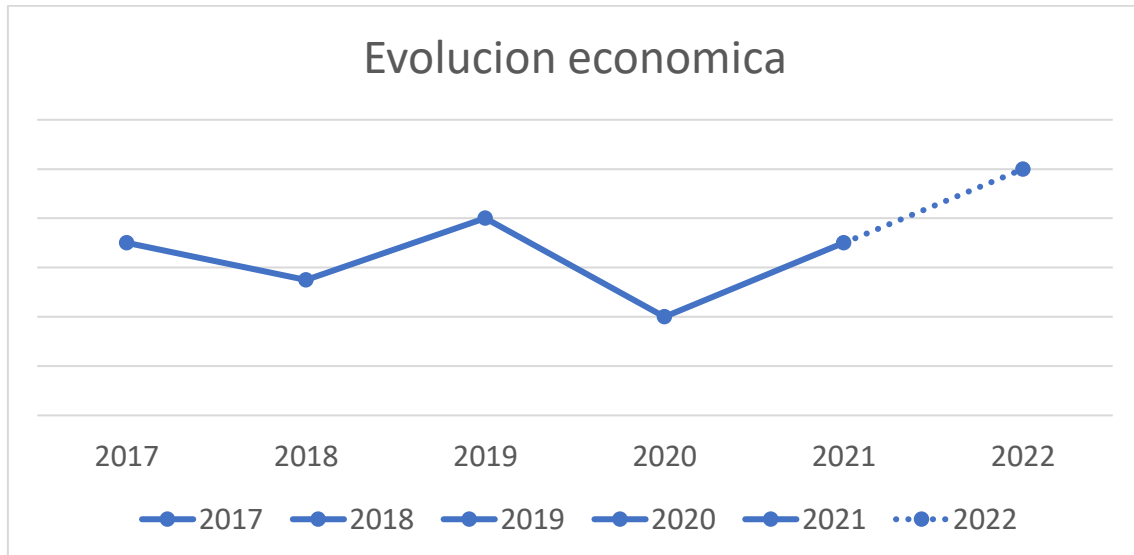
Cabe destacar que todas las mejoras tanto de las instalaciones, los cambios en la organización y las vacaciones siempre se intentan hacer en la campaña de invierno o en las precampañas.

Imagen Corporativa y relaciones con el exterior

Por lo general la empresa posee una imagen de alta profesionalidad y calidad, los clientes suelen ser fieles tanto los particulares como los organismos oficiales

Análisis financiero

La tendencia de la empresa en todos estos años siempre ha sido al alza, menos en 2018 que se redujo debido a una escasez de materias primas en todo el ámbito nacional y en 2020 debido a la pandemia ya que muchos parques acuáticos y organismos públicos no abrieron sus puertas, este año se ha crecido más de lo esperado y el objetivo para el próximo año es superar las ganancias de antes de la pandemia.



Cadena de Valor

El punto fuerte de la empresa es la calidad del servicio y del producto, la confianza que aporta a sus clientes y la puntualidad en las entregas.

Un punto que se podría externalizar y de hecho se está intentando actualmente es el servicio de logística, subcontratando a empresas que repartan por ello ayudara mucho en la campaña de verano ya que aliviara el trabajo al personal de logística

Análisis Externo

5 fuerzas de Porter:

- **Proveedores**
Nuestro principal proveedor es Quicesa, esta suministra casi la totalidad del producto químico, esta empresa nos acompaña desde el inicio, en los otros productos nos suministran empresas como Fluidra, Baeza, Bayrol, Metalu, ...
- **Clientes**
El cliente objetivo son las grandes instalaciones acuáticas, no obstante, también se trabaja con los clientes particulares y comunidades de vecinos. Nuestros clientes poseen una alta fiabilidad y suelen renovar anualmente.
- **Productos sustitutos**
Existen infinidad de productos sustitutos, Propagua trabaja con la mayoría de ellos, también hay marcas sustitutas, en cuanto al producto químico en España no hay productos igualables en calidad a los de Quicesa, pero en cuanto a los accesorios, siempre se está buscando nuevos proveedores para seguir manteniendo beneficio sin sacrificar calidad.

- **Competidores nuevos**

En este sector es complicado que de la noche a la mañana salgan nuevos competidores que supongan una amenaza, pero cada año hay más pequeños autónomos que trabajan limpiando instalaciones acuáticas, debido a la cantidad y a la “pequeñez” de estos competidores, es difícil luchar contra ellos.

- **Competidores actuales**

Los más fuertes son Newchen y Fupinax ya que se presentan a los concursos públicos, en cuanto a la limpieza de instalaciones Atlantir y la multitud de autónomos con su negocio particular, estos son los que más daño hacen.

Análisis PESTEL

Factor político:

- Las nuevas políticas laborales han afectado económicamente a la empresa debido a un aumento del precio de la seguridad social, esto afecta sobre todo a la campaña de verano ya que se duplican las nóminas a pagar, los impuestos a la electricidad también han afectado mucho a la facturación de la empresa. También la salida del Reino Unido de la UE ha supuesto una menor influencia de clientes extranjeros.

Factor económico:

- El cierre de las plantas nacionales de hipoclorito de sodio, han supuesto un gran desajuste de precios, suponiendo así una gran subida de precios influyendo así al margen de ganancia.
- Muchos organismos públicos y privados están gastando mucho dinero en volver sus instalaciones más eficientes para reducir costes, esto supone una oportunidad de negocio

Factor social:

- El factor salud se está teniendo cada vez más en cuenta y está suponiendo un rechazo a los productos químicos para el tratamiento de aguas, reduciendo las ganancias, no obstante, esto está abriendo nuevas oportunidades ya que los productos sustitutivos más “naturales” son más caros y esto aumentara el margen de ganancia

Factor tecnológico:

- El empleo de un servidor, que todos los empleados estén conectados entre si y una nueva página web, han supuesto un aumento en la comunicación en la empresa y una nueva forma de publicitarse. Se sigue investigando como seguir usando las TIC para mejorar el control y el servicio. A su vez, también está suponiendo un grave problema por el más uso de los empleados y por los ciberataques.

Factor ecológico:

- En estos últimos años el aumento de las políticas medioambientales ha supuesto un severo aumento de costes y dolores de cabeza, sobre todo para el almacenamiento y cuidados del producto y la recogida de estos. Estos cambios también han supuesto oportunidades ya que ahora las bombonas se reutilizan disminuyendo los costes de compra y aumentando el margen de beneficio, también se está abriendo la puerta a la venta de productos y sistemas de desinfección sustitutivos y más “ecológicos”, como los aparatos UV o productos formulados.

Factor legal:

- Al trabajar con mercancías peligrosas supone un gran inconveniente en el transporte ya que es necesario una serie de homologaciones, permisos y procesos legales que si no se cumplen al 100% suponen grandes multas. La gran intrusión en el sector está suponiendo pérdidas de clientes.

Diagnóstico análisis DAFO

Análisis DAFO en el documento "AnálisisDAFO.pdf"

Procesos de la empresa

Modelo de madurez

En cuanto al modelo de madurez, la mayor parte de los departamentos poseen una gran madurez, existen métodos para hacer las cosas y esta mayoritariamente medido, si se cambia a cualquier empleado simplemente se le tendría que enseñar como realizar la tarea con los requisitos de la empresa, por ejemplo, si cambiáramos un camionero por otro nuevo, simplemente habría que acompañarlo durante un par de días. En cambio, en la venta al público (la tienda) sí que es muy necesario la experiencia ya que se debe de conocer a la perfección todos los productos que se venden.

Diferentes procesos realizados por la empresa

A continuación, explicare diferentes procesos de la empresa y sus posibles mejoras.

Reposición de stock

- 1º. El encargado del almacén revisa manualmente que productos faltan.
- 2º. El encargado solicita a la fábrica los productos pedidos.
- 3º. La fábrica y el encargado acuerdan un día para hacer la entrega.
- 4º. Se descarga en camión.
- 5º. Se revisa la mercancía.
 - a. Si esta errónea se da parte a la fabrica
- 6º. Se coloca en su sitio o se prepara un pedido.

Si analizamos este proceso nos encontramos con que se podría ahorrar tiempo informatizando el stock, de esta manera simplemente el encargado miraría si hay una alerta de falta de producto y se solicitaría, de este modo el paso 1 pasaría de 10 minutos a solo 2 y habrá un aumento del control de la mercancía en el almacén que conllevaría una mayor tolerancia a cambios.

Creación de un pedido

- 1º. El cliente solicita una serie de productos a su comercial asociado.
- 2º. El comercial le comunica el pedido a la oficina.
- 3º. La oficina genera el albarán y lo envía a almacén.
- 4º. El encargado del almacén crea el pedido y lo deja en espera hasta que lleguen los de logística.
 - a. Si no queda stock de un producto se avisa al comercial.

Entregas de mercancías

- 1º. El personal de logística organiza y revisa la ruta establecida el día anterior
- 2º. Realizan las entregas.
 - a. Si terminan, vuelven y se le añaden pedidos.
- 3º. A la tarde todos los camiones y furgonetas vuelven.
- 4º. Se les descargan las garrafas vacías y se almacenan para su devolución.
 - a. Si contienen producto sobrante se reorganiza los pedidos y las rutas.
- 5º. Se les carga los pedidos para el día siguiente.
- 6º. Se revisa las cartas de porte y las rutas nuevas.

Este proceso se podría mejorar de dos maneras:

Si se usara un sistema para saber que mercancía se ha entregado en cada momento, el almacén podría organizarse mejor, se ganarían 20 minutos en reorganizar los pedidos y rutas y habría un mayor control que conllevaría una mayor tolerancia a cambios.

Como se ha hablado anteriormente hay parte de la flota de vehículos que esta un tanto anticuada, es el caso de uno de los camiones, que posee más de 20 años, si se cambiara por una furgoneta de alto tonelaje, el camión se usaría menos reduciendo significativamente el gasto de combustible a parte de un aumento de la velocidad de entrega suponiendo así un aumento de los beneficios a largo plazo, y si fuera eléctrica el beneficio aumentaría debido al 0 gasto de combustible.

Proceso de facturación

- 1º. El comercial envía a la oficina un pedido, una reparación, etc.
- 2º. La oficina crea el albarán o un parte de trabajo
 - a. Si es un parte de trabajo se envía al mecánico correspondiente
 - b. Si es un albarán se envía a encargado de almacén para preparar el pedido
- 3º. Cuando se entrega la mercancía o se termina el trabajo se firma el albarán o el parte de trabajo
- 4º. Se facturan.
- 5º. Se envía la factura al cliente (carta, Email, en mano).

Este proceso se podría mejorar de varias maneras:

La eliminación progresiva de las entregas en mano y en carta certificada, reduciendo el coste de papel y en sellos certificados ya que suponen 4,15€ por carta.

La reducción de uso de papel blanco por papel reciclado supone una reducción del 20% por cada paquete, dando así un aumento del margen de beneficio.