

Guns &

PHAL

PHAL

Grupo nº7

Javier Perrote

Juan Herruzo

Víctor Arranz

Mario Llorente

Índice

1-Descripción de la empresa

- a) Historia
- b) Actividad
- c) Principales mercados
- d) Productos y servicios
- e) Estimaciones
- f) Estructura de la empresa
- g) Organigrama de mando

2-Propósito de la empresa

- a) Identidad
- b) Propósito
- c) Discrepancias

3-Niveles de Recursión

4-Modelo de sistema viable de la empresa

5-Canales de comunicación

6-Canales algedónicos

a) Historia

La idea surgió tras una conversación en un bar donde observamos un bombardeo por televisión y nos dimos cuenta del gran potencial del sector tras el continuo aumento de conflictos bélicos en el mundo y la facilidad que tienen sus productos para ser distribuidos por los países en guerra, donde un mismo distribuidor puede vender a ambos bandos provocando un conflicto de intereses por la adquisición de estos recursos que favorece a la empresa encargada de su distribución.

b) Actividad

La finalidad de la empresa es la fabricación de armas y munición así como su distribución y venta.

c) Principales Mercados

- a. Asia(Oriente Medio ,China , Japón, Corea del Sur e India)
- b. Europa(Rusia, Turquía, Rumania y Bulgaria)
- c. América(Estados Unidos, México, Colombia, Venezuela)
- d. África(Libia, Egipto, Sudán, Senegal)

d) Servicios

Armas:

Fusiles de asalto

M4A1
M16A4
Scar-L
CM901
G36C
ACR 6.8
MK14
AK-74

Subfusiles

MP5
MP7
P90
UMP45

Ametralladoras Ligeras

MG36
M60E4
MK46

Fusiles de Francotirador

RSASS
AS50
AK-74 SVD

Escopetas

SPAS-12
AA-12
USAS-12

Pistolas

USP-45
P99
MP-412
Five-SeveN
G18

Munición

5,56x45 OTAN
7,62x51 OTAN
6,8X43
9x19 Parabellum
1,6x30
.45 ACP
5.7x28
5,45x39
Cartuchos del 12
.357 Magnum

Servicio de Distribución

e) Estimación

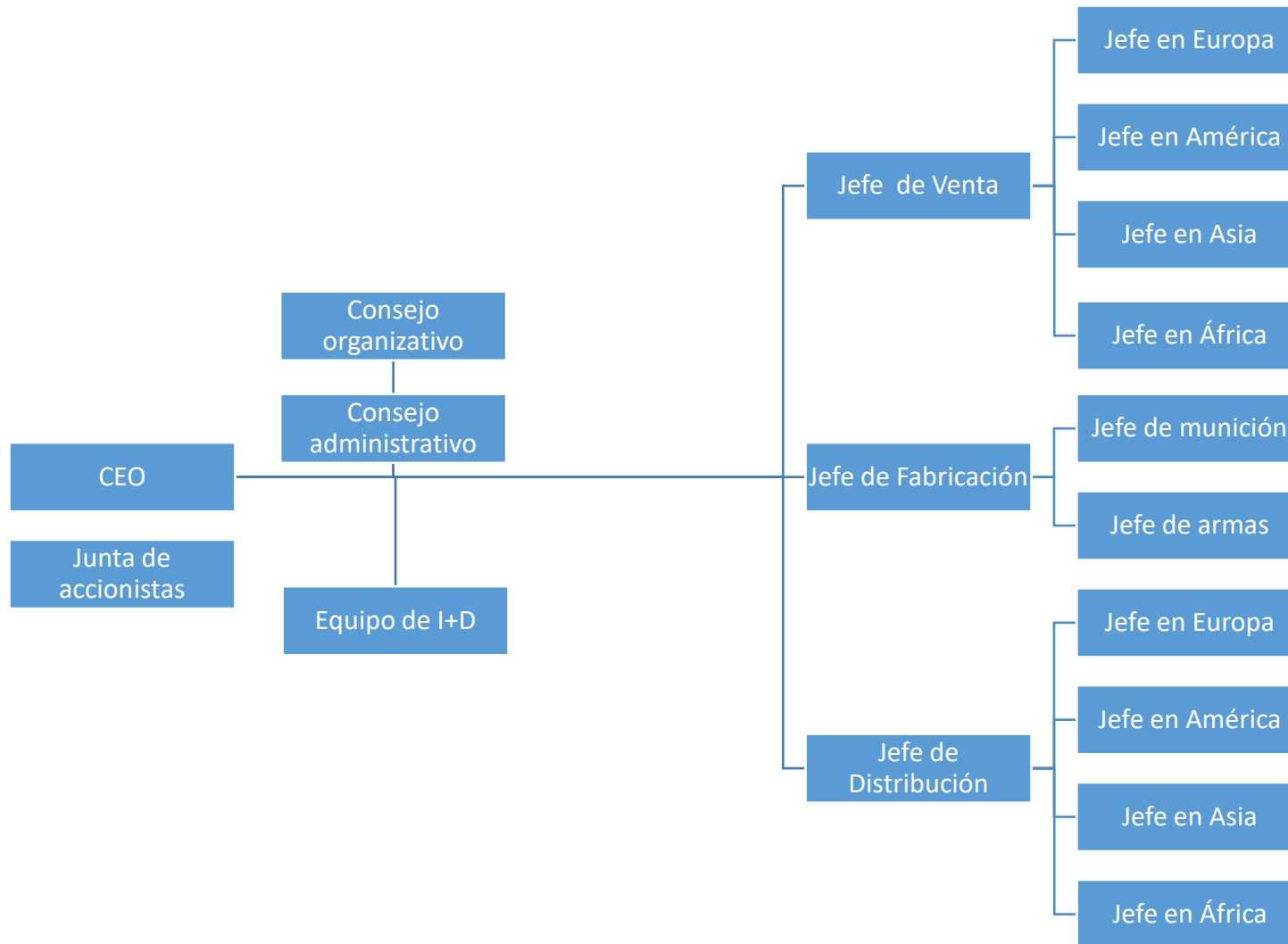
Volumen de ventas: Armas: 9.000.000 unidades

Municiones: 15.000.000 de cajas

f) Estructura general

Nuestra empresa está estructurada de manera imperativa, con un CEO y un grupo de accionistas como cabeza de la empresa, apoyados por sendos consejos de organización y administración, además de un equipo de I+D. Luego delegamos en tres departamentos con su propio jefe: Ventas, Fabricación y Distribución, cada uno con su propio consejo y a su vez departamentos regionales en los casos de ventas y distribución, y según el producto en fabricación

g) Organigrama

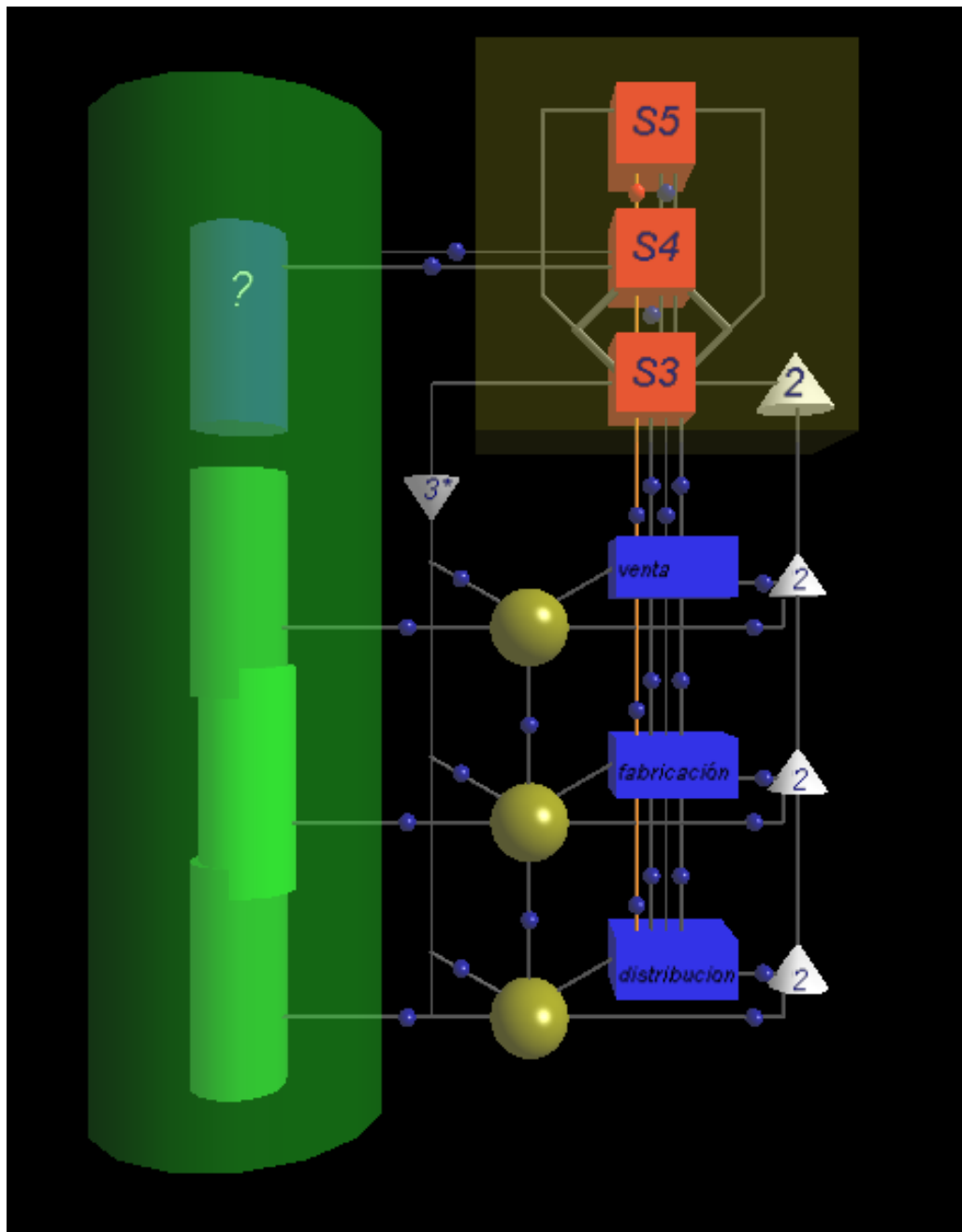


3. Propósito

- a) Una organización empresarial creada por 4 emprendedores para ofrecer un servicio a un mercado en expansión.
- b) Esta empresa fabrica, vende y distribuye armas y munición alrededor del mundo eficientemente.
- c) Total unanimidad

4. Niveles de Recursión

- a) Proceso y geográfico

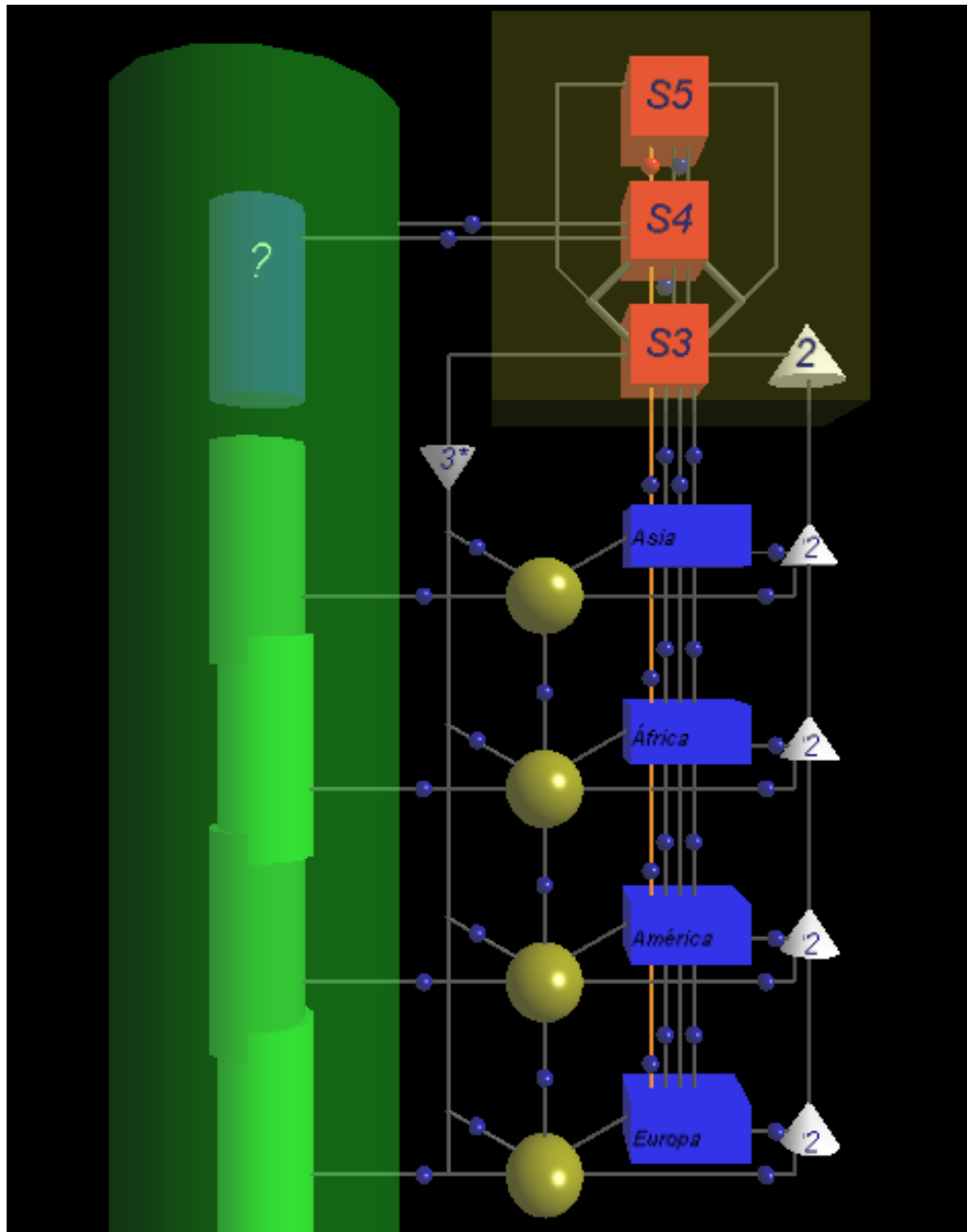


5. Subsistemas de la empresa

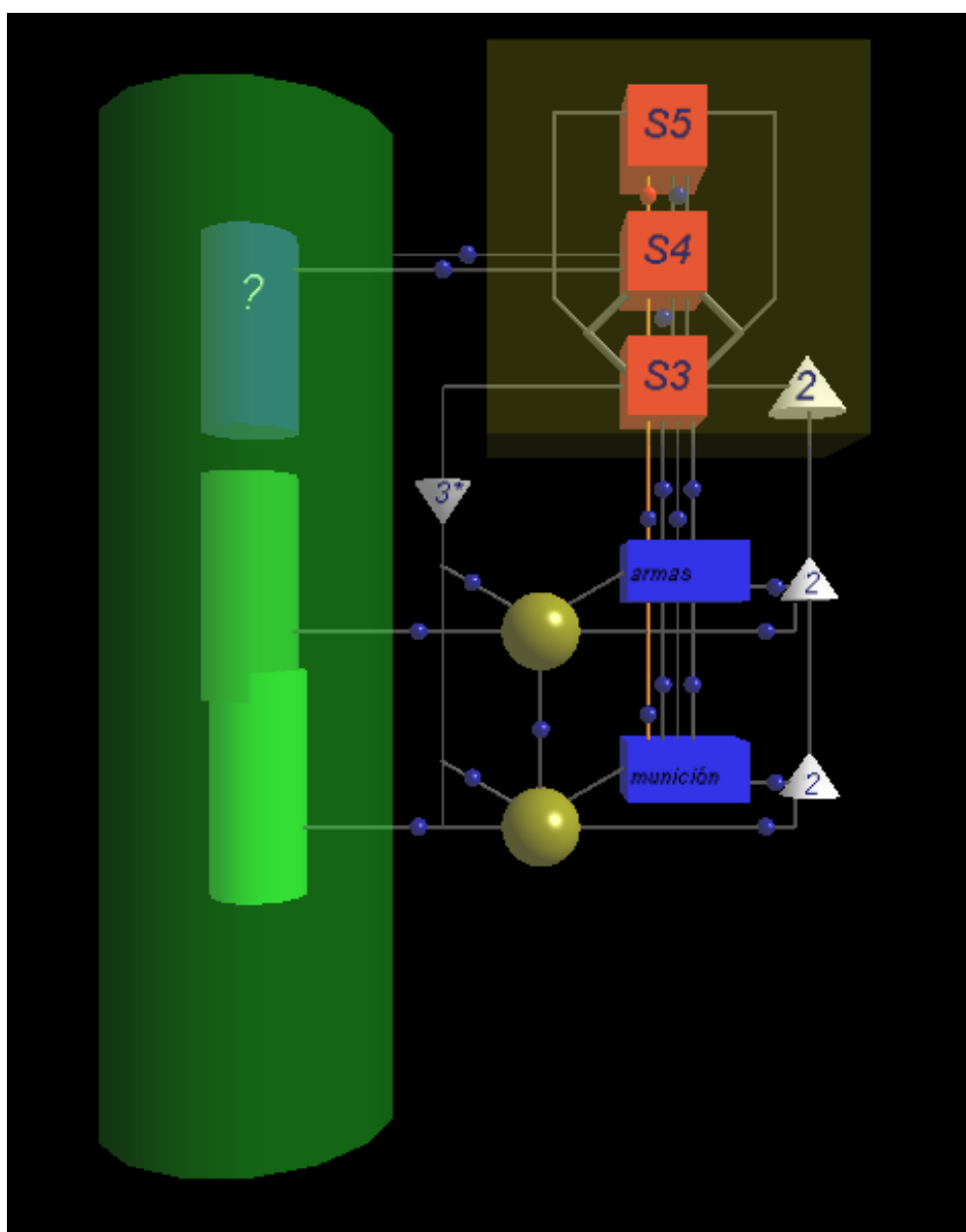
S1:

Son las unidades operativas, están divididas según el proceso en:

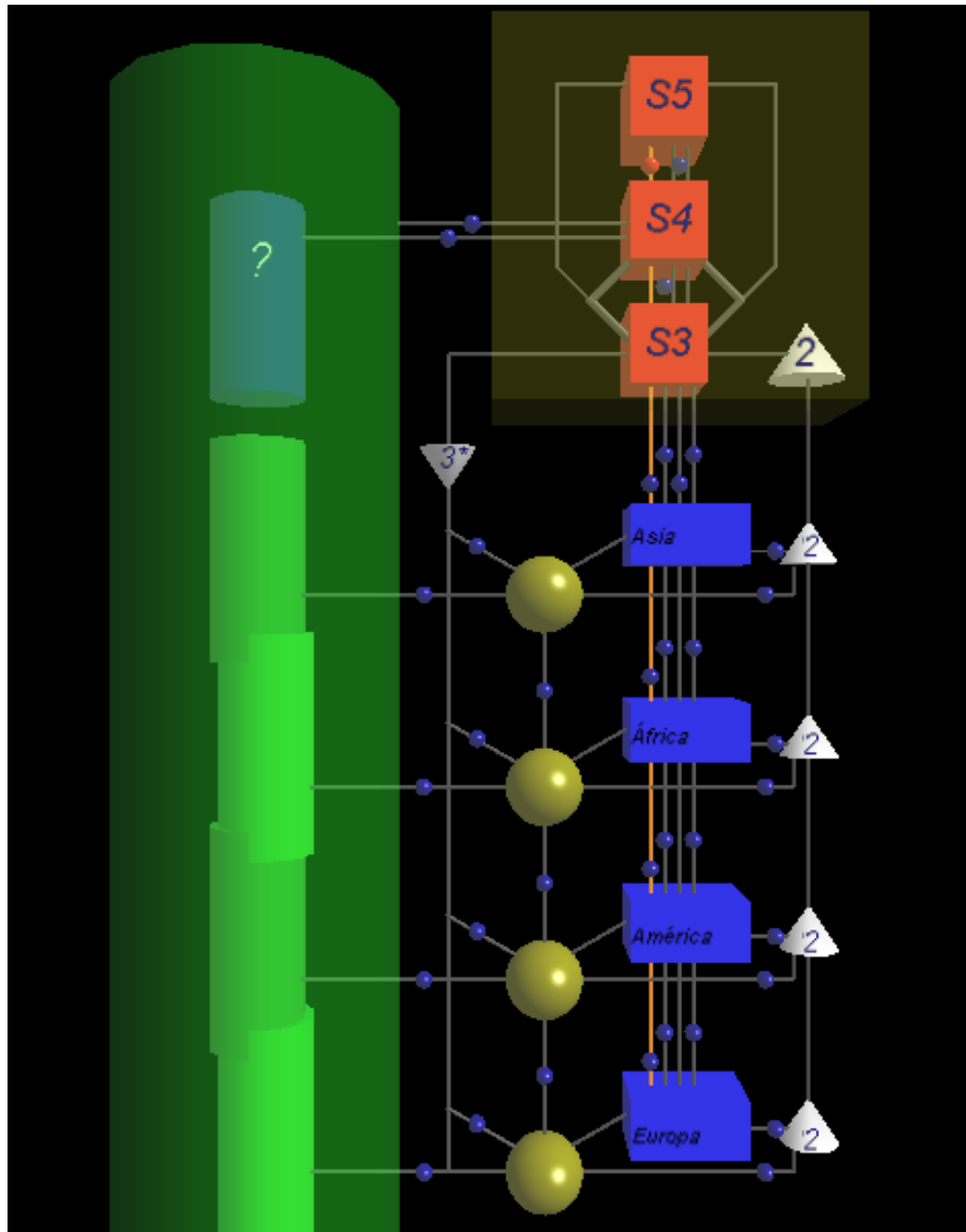
-Venta



-Fabricación



-Distribución



S2: Se compone de varios encargados designados por los jefes de distribución, venta y fabricación que coordinan las diferentes divisiones de manera que la producción sea capaz de abastecer en suficiente medida a los departamentos de venta y distribución para que puedan realizar sus encargos de la manera más rápida posible y manteniendo suficiente stock para poder hacer frente a nuevos pedidos

S3: El consejo organizativo se encargará de velar por las necesidades de las cadenas de producción y de hacer que estas trabajen de manera ordenada y eficaz mediante una serie de directrices y objetivos acordados con el CEO y el equipo de I+D

S3*: El consejo administrativo se encarga de realizar estudios de trabajo, del cumplimiento de los procedimientos contables, de la situación de los trabajadores (Estados de ánimo, ganas de trabajar, confianza en la empresa...) a través de encuestas y auditorías que aporten la información necesaria a los demás subsistemas.

S4: El equipo de investigación, desarrollo e innovación es el principal órgano de adaptación de la empresa, encargado de explorar los cambios acontecidos en el entorno mediante sistemas de monitorización e inventar el futuro mediante modelos de simulación relacionado con la cibernética

S5: El CEO y los accionistas son los encargados de establecer las políticas de la empresa en relación a la información recibida y de mantener la identidad de la empresa. Otro de sus cometidos es coordinar al subsistema 3 y 4 siendo ellos la máxima autoridad en caso de problemas de comunicación entre ambos subsistemas

6 Canales comunicación

- a) Cada jefe regional de venta o distribución pueden procesar y organizar encargos y pedidos, comunicándoselo previamente al jefe de venta o distribución inmediatamente superior. Cada jefe de venta puede realizar pedidos al jefe de fabricación pertinente una vez han elaborado y transmitido un informe al jefe de ventas superior y estos hayan transmitido el visto bueno al proyecto.
Los tres jefes realizarán informes periódicamente acerca de la producción y venta al CEO para que pueda modelar las políticas de la empresa de manera eficaz y realista.
- b) La información transmitida se corresponderá con los siguientes estándares
 - Permisos e informes de ventas
 - Cantidad de producción
 - Inventario
 - Problemas identificados en el sistema
- c) Para la transmisión de información se utiliza un sistema de mensajería cerrado creado por la propia empresa en el cual cada

empleado posee un email propio con el que ponerse en contacto con sus superiores entre ellos

7 Canales algedónicos

1. Variables: Número de elementos defectuosos, tiempo de fabricación de los productos, calidad de estos, cantidad que se entrega, tiempo de entrega.
2. El número de elementos defectuosos así como el tiempo de fabricación nos ofrecen información sobre la buena o mala organización del sistema productivo, el posible deterioro de las máquinas de la cadena de montaje o el escaso rendimiento de algunos empleados.

La calidad de estos sirve para poder hacer una comparación con la calidad que ofrece la competencia.

Cantidad que se entrega y el tiempo de entrega nos informa de posibles pérdidas durante el transporte o algún otro inconveniente así como la posible ineficiencia de los empleados.

3. Al sistema 5 ya que esta es información crítica para la subsistencia de la empresa.
4. Una cantidad de elementos defectuosos que supongan un pedido completo, así como un tiempo exageradamente superior al esperado ya que estos pueden suponer unos costes exagerados llevando a tener que llevar a la empresa a tomar una decisión urgente.

Ofrecer una calidad en relación con la competencia muy mala va a llevar a no tener ningún comprador potencial y a no ser capaz de cubrir los costes de fabricación.

La pérdida de un cargamento debido a un posible accidente así como un robo o similares enfadando al comprador y teniendo que cubrir los gastos adicionales.

Un mal sistema de distribución así como empleados poco eficientes que hagan que el plazo de entrega no cumpla con el plazo de entrega estimado

