

1) Quins són els principals elements i/o agents de l'entorn específic de Q&F?

Població en cerca de menjar fresc, ja preparat o a domicili (clients). Botigues amb serveis de repartiment o oferta de productes similars (competència). Trànsit i infraestructura per a una ràpida entrega. Localització de les botigues.

2) Defineix la missió i la visió per l'empresa.

Missió: Oferir a la població productes de qualitat frescos i precuinats per si no hi ha temps per preparar-los i a domicili.

Visió: Ser la botiga on tothom compri el seu menjar que ofereixi bons productes amb una clientela satisfeta.

3) Fes l'anàlisi DAFO de Q&F.

(D) Debilitats: Productes cars en ser frescs i de qualitat en comparació de la competència que en pot oferir de marca blanca o de qualitat inferior.

(A) Amenaces: Empreses de repartiment a domicili d'aliments i nous comerços de productes de quilòmetre zero (competència) a causa de la popularització de menjar sa. A causa del creixent nombre de persones que treballen des de casa pot decreixer el nombre de gent que necessiti menjar ja cuinat.

(F) Fortaleses: Bona capacitat de repartiment gràcies a la bona distribució geogràfica de les diferents botigues. Imatge de marca saludable (menjar fresc) que genera confiança en els productes.

(O) Oportunitats: La creixent falta de temps de les persones en anar atrafegades (sobretot en èpoques de gran càrrega laboral) i el creixent mercat i interès del menjar fresc i de bona qualitat.

4) Q&F actualitza diàriament les previsions de demanda per als pròxims 7 dies i fa una previsió molt acurada de les vendes del dia següent a cada botiga. A partir d'aquestes previsions quins processos o activitats s'haurien de planificar?

A partir de les previsions de vendes fetes a les diferents botigues es pot veure quins són els productes més demandats pel públic, quins no tenen tant interès i actuar en conseqüència (augmentar o reduir la producció o compra de cada tipus de producte en funció de la seva demanda per augmentar l'eficàcia: menys desperdici -> més benefici).

5) Per a un dels anteriors processos o activitats, en què consistiria la planificació? Quins objectius, quines tasques, com hi juga el temps i quins recursos s'assignen?

La planificació de la demanda dels productes que cada botiga necessita pot ser calculada pel venedor encarregat, que haurà de veure la tendència de consum de la població on es trobi la botiga i fer la comanda de productes en funció d'aquesta i,

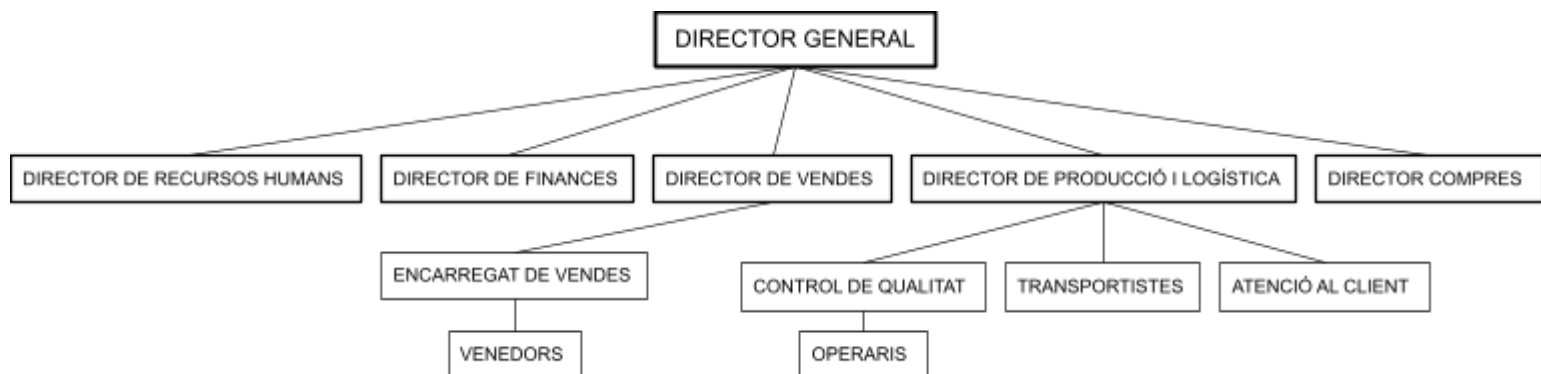
també, de les dates en les quals es trobi. Per exemple encarregar més peix i marisc quan s'apropa Nadal perquè el consum d'aquests productes creix en aquestes dates o més productes precuinats quan s'acabi l'estiu, ja que amb la tornada dels horaris laborals la gent que treballa demanarà més d'aquests productes.

6) Quines mesures prendries, quins indicadors i com mesurar-los, per poder fer el seguiment i control d'aquests plans i assegurar l'assoliment dels objectius?

Es podria portar un recompte automàtic, en vendre els productes, que emmagatzemi la informació i generi uns gràfics de consum per veure ràpidament quins són els productes més demandats en funció de la data i la zona de la botiga.

7) Elegeix un model d'estructura organitzativa apropiada (funcional, per resultats, ...) i dibuixa l'organigrama. Explica els teus motius per a aquesta elecció.

Hem escollit una estructura organitzativa funcional, ja que és la que millor s'adapta a les necessitats de l'empresa i la que mostra amb més claredat quins són els nivells jeràrquics. [no sé si està bé]



8) Fes l'anàlisi del lloc de treball d'un teleoperador seguint el model de la pàg. 105 del llibre1.

Nom del lloc de treball: teleoperador.

Lloc del qual depèn jeràrquicament: director de producció i logística

A qui supervisa: no supervisa a ningú

Descripció general del lloc de treball: s'encarrega d'atendre als clients de l'empresa, via telefònica.

Descripció de tasques i funcions: aclarir dubtes dels clients, donar solució efectiva i de forma àgil als problemes o sol·licituds del client, brindar assessoria i atenció personalitzada, oferir un bon tracte i comunicació amb el client, identificar oportunitats de venda i realitzar-les, resoldre i documentar els problemes dels clients de forma eficient, realitzar enquestes i sondejos per a recopilar informació per a l'empresa.

Formació acadèmica: no requereix cap formació acadèmica

Formació no acadèmica necessària: bona capacitat de comunicació i bon nivell d'idiomes, bona capacitat per resoldre problemes

Experiència laboral prèvia: no requereix cap experiència laboral prèvia tot i que es valora experiència en tracte amb el client.

Coneixements necessaris: coneixement dels productes i de l'empresa en general, coneixement del material de treball.

Coneixements i destreses: capacitat d'anàlisi i síntesis, bona comunicació oral, capacitat d'entendre el que necessita el client.

9) Cóm faries el reclutament dels venedors de les botigues? Quines fonts de reclutament empraríeu (internes / externes)? I pels encarregats de tenda? Les dues captures de més avall son d'un formulari agafat a una botiga de d'empresa Zara. Us semblaria adient aquest tipus de canal per els venedors? Perquè? Perquè ho fa Zara?

Per al reclutament de venedors per a les botigues, el millor seria fer entrevistes de treball, a través d'alguna agència d'ocupació, que és una font de reclutament externa, però també podríem reclutar a través de recomanacions dels empleats i, sobretot, les presentacions espontànies que veiem adients mentre que per als encarregats d'una botiga, el millor seria fer-ho amb algun venedor que tingui més experiència i que la conegui bé, que és una font de reclutament interna.

A nosaltres ens sembla adient aquest tipus de canal, ja que és una bona forma, després, per a organitzar i per a fer una tria més profunda del tipus de lloc que estem buscant, però a més, també seria bo fer una entrevista presencial per a veure si realment és apte per al lloc.

Zara ho fa perquè és una bona forma d'estalviar-se temps fent entrevistes.

10) Quin lloc de treball creus que ha de tenir més retribució: la direcció de compres, producció i logística o la direcció de recursos humans? No es tracta solament de que expressis la teva opinió, si no de que la raonis en termes de valoració del lloc de treball: quins criteris penses que són adients i rellevants per valorar l'aportació d'aquests dos llocs de treball a l'empresa i com queden posicionats o valorats cadascú dels dos llocs per cada criteri i també globalment. Intenta formalitzar la teva resposta en una taula (criteris / llocs de treball).

Lloc de treball	Criteris més rellevants
Direcció de compres, producció i logística	Visió i coneixement de l'empresa i del sector per la correcta presa de decisions i organització de cada branca perquè tot funcioni de manera eficient i s'assoleixin els objectius.

Direcció de recursos Humans	Bona capacitat de motivació perquè els treballadors se sentin a gust a l'empresa i treballin eficientment, transmetent bones sensacions als clients.
-----------------------------	--

Per tant, crec que la direcció de compres, producció i logística ha de tenir més retribució pel seu gran pes tant a curt com a llarg termini a l'empresa, ja que les decisions preses per la persona que ocupa aquest lloc tenen repercussió quasi immediata en l'empresa i en el seu creixement mentre que la direcció de recursos humans, tot i ser també important, no té un efecte tan directe en aquest sector on, a banda de les posicions directives, no es requereix tanta formació (transport i venda en les botigues).

11) Per a quins llocs de treball et sembla més adient una retribució variable basada en mesures objectives del rendiment (plans d'incentius)? Expressa per un d'aquests llocs de treball com mesurar els resultats a avaluar.

Per al director comercial en funció de l'increment de vendes producte de les seves decisions. Si una decisió que pren té uns resultats més bons que els esperats aquest directiu pot cobrar un incentiu perquè segueixi investigant el sector a la recerca de millores a aplicar al negoci. Per exemple si decideix que les botigues han d'obrir els festius de 8-14 i això provoca que, en haver poques tendes de la competència obertes aquell dia, incrementin els ingressos mensuals un 2% aleshores el director podria cobrar un incentiu.