

Fénix Stage S.L.

Trabajo Final de Ciclo

Autor/a: Wilma Loraima Piña Vicente

Valencia, junio de 2022

Responsable: Alex Bryan

1. Introducción.....	2
2. Antecedentes y contextualización de la empresa... ..	2
2.1. Actividad de la empresa y ubicación en el sector... ..	2
2.2. Estructura y organización empresarial del sector... ..	3
2.3. Tendencias del sector... ..	3
2.4. Misión, visión y valores... ..	9
2.5. Cultura de la empresa: imagen corporativa... ..	9
2.6. Sistemas de calidad y seguridad aplicables... ..	9
3. Análisis del Entorno General y Específico. Análisis D.A.F.O... ..	10
4. Plan de Recursos Humanos... ..	16
4.1. Organigrama de la empresa e identificación de funciones en el puesto de trabajo... ..	16
4.2. Procedimientos de trabajo: sistemas y métodos de trabajo... ..	19
4.3. Convenio colectivo aplicable... ..	19
5. Plan de Marketing... ..	19
5.1. Estrategia de Marketing... ..	19
5.2. Herramientas del Marketing operativo... ..	20
6. Definición del puesto de trabajo... ..	21
6.1. Objetivos del puesto... ..	21
6.2. Descripción de tareas... ..	21
6.3. Relaciones... ..	24
6.4. Disponibilidad... ..	24
6.5. Ambiente... ..	24
6.6. Riesgos... ..	24
6.7. Dedicación... ..	24
6.8. Integración... ..	24
7. Conclusión personal.....	25
8. Bibliografía	26

1. Introducción.

El objetivo de este trabajo de final de ciclo es recopilar, analizar y valorar los datos relevantes asociados a mi experiencia en la empresa Fénix Stage S.L., en el contexto de la realización de prácticas de empresa realizadas durante el segundo curso de Ciclo Formativo de Grado Superior de Administración y Finanzas en la Universidad Europea de Valencia.

Repasaremos los antecedentes de la empresa y detallaremos su actividad empresarial, analizaremos los datos del sector y el entorno en el que desarrolla su actividad, así como las posibles amenazas que afronta la empresa y aquellas características que la fortalecen.

Adicionalmente estudiaremos los distintos departamentos que conforman la empresa, así como sus planes de funcionamiento.

Finalmente, a modo de visión práctica, recorreremos la experiencia vivida durante los meses que tuve la oportunidad de trabajar mano a mano con los distintos departamentos que conforman a esta empresa.

2. Antecedentes y contextualización de la empresa.

Fénix Stage es una empresa española cuya creación se remonta a enero del año 2015, identificando como su meta al principio de su actividad empresarial la explotación de servicios hosteleros y la comercialización de productos como estructuras metálicas y sus componentes. La misma, ocupa el puesto 270 en el listado de las empresas a nivel nacional.

Está ubicada en la calle Avenida de los Trabajadores N.º 24, en Horno de Alcedo, Valencia. Con un total de 18 empleados, es una empresa que ha logrado posicionarse en el puesto 5.963 del ranking de las empresas provinciales con un aumento del 2.36% a lo largo de la evolución anual de su actividad.

2.1. Actividad de la empresa y ubicación en el sector.

Fénix Stage es una empresa que se dedica a la fabricación, venta y distribución de torres elevadoras, trusses, tarimas para escenarios y accesorios para todo tipo de proyectos los cuales están relacionados con el sector del espectáculo y la realización de eventos, como lo pueden ser conciertos, stands de feria y teatros, eventos televisivos, bodas y muchos más.

A su vez, opera dentro del sector de la industria, en concreto la industria del metal ya que se encarga de todo el proceso de transformación del metal, diseño y creación de todos los productos y gamas que ofrece.

2.2. Estructura y organización empresarial del sector.

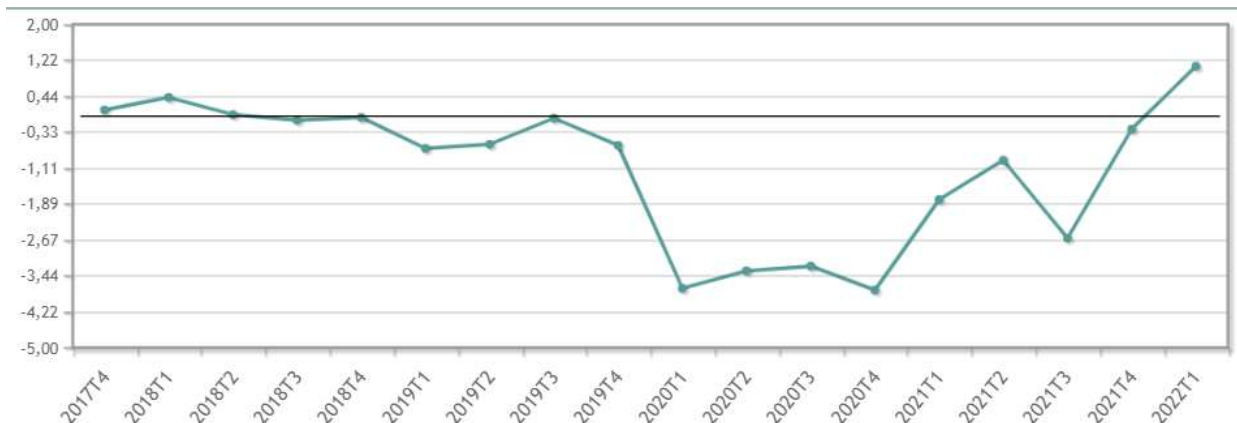
La forma jurídica de esta empresa es de Sociedad Limitada Unipersonal (es decir, que sus acciones pertenecen a una sola persona), que debido al número de trabajadores, en concreto 18, y su volumen de facturación hacen que sea de tamaño mediano.

En cuanto a la estructura empresarial la empresa tiene una estructura organizativa centralizada, la cual se basa en el principio de jerarquía para su organización. Es de esta manera en la que se establecen los distintos departamentos de la empresa, cada uno de ellos a cargo de un superior que es quien toma las decisiones de carácter más importante.

2.3. Tendencias del sector.

Dentro de este apartado se especifican las características del sector del metal, así como las principales tendencias que lo caracterizan y han destacado en los últimos años, en concreto, las tendencias productivas, económicas, organizativas y de empleo.

2.3.1 Tendencias productivas.



La tendencia productiva general de nuestro país sufrió una caída (tal como podemos apreciar en la gráfica inicial) de gran importancia, esto fue debido a las restricciones que se aplicaron durante la alarma sanitaria producida por la crisis del Covid-19.

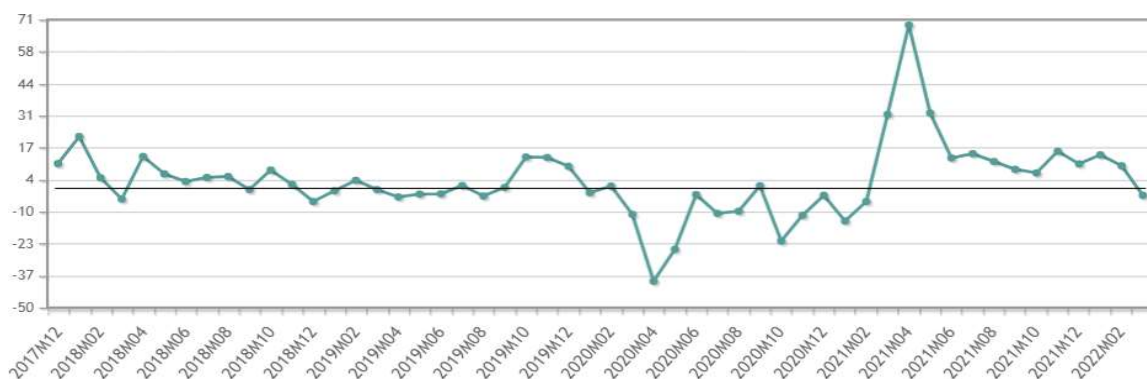
El sector del metal se vio especialmente afectado debido a que gran parte de los trabajos se llevan a cabo dentro de las instalaciones de la empresa debido al uso de equipamiento especializado, así como la maquinaria necesaria para la producción, impidiendo de esta manera que el teletrabajo pudiese mitigar esta circunstancia.

Los últimos datos reflejan que la vuelta a la normalidad en los centros de trabajo ha supuesto un aumento significativo en la productividad, volviendo a los niveles previos a la pandemia, como se puede comprobar a continuación:

PERIODO	VALOR	PERIODO	VALOR
2022T1	1,0844	2019T4	-0,6296
2021T4	-0,28	2019T3	-0,0434
2021T3	-2,6431	2019T2	-0,6082
2021T2	-0,9525	2019T1	-0,696
2021T1	-1,8057	2018T4	-0,0265
2020T4	-3,767	2018T3	-0,0856
2020T3	-3,2488	2018T2	0,0373
2020T2	-3,3503	2018T1	0,4085
2020T1	-3,7283	2017T4	0,1359

2.3.2 Tendencias económicas

Durante estos dos últimos años, tal como se aprecia en la gráfica, se ha experimentado un repunte significativo en las cifras de negocio de la industria del metal, la cual ha logrado recuperarse en buena parte del estancamiento generalizado que sufrió durante la primera fase de la crisis sanitaria.



2.3.3 Tendencias organizativas

A lo largo del año 2020, los departamentos de Recursos Humanos de las empresas han tenido que adaptarse rápidamente a las situaciones y nuevas formas de trabajar

de manera forzada. Esto ha abierto el camino a replantearse otros aspectos organizativos que pueden aportar valor a la empresa en distintos aspectos:

- **Flexibilidad laboral y conciliación.**

El trabajo telemático ha traído consigo la posibilidad de conciliar la vida laboral y la familiar, pero también han surgido nuevos retos como el aumento de la jornada de trabajo o los problemas de concentración para trabajar en el hogar.

- **Formación y transformación.**

Los modelos de formación y transformación continua en conjunto al auge del aprendizaje digital han hecho que cada vez más empresas incluyan esta característica como valor diferenciador a tener en cuenta por parte del trabajador a la hora de seleccionar una oferta de trabajo.

- **Bienestar y salud mental:**

La salud emocional en el entorno de trabajo mejora la experiencia del empleado. Los departamentos de RRHH están tomando conciencia de la importancia del bienestar emocional de sus trabajadores e implantan programas para reducir la aparición de trastornos psicológicos a medio y largo plazo.

2.3.4 Tendencias de empleo

Distribución de ocupados del sector económico:

PERIODO	VALOR	Variación
2022T1	2.697,10	-2,463%
2021T4	2.765,20	1,360%
2021T3	2.728,10	2,364%
2021T2	2.665,10	0,867%
2021T1	2.642,20	-1,908%
2020T4	2.693,60	0,220%
2020T3	2.687,70	1,718%
2020T2	2.642,30	-4,586%
2020T1	2.769,30	0,203%

2019T4	2.763,70	-1,850%
2019T3	2.815,80	1,856%
2019T2	2.764,50	2,068%
2019T1	2.708,50	0,007%
2018T4	2.708,30	-0,638%
2018T3	2.725,70	0,107%
2018T2	2.722,80	1,734%
2018T1	2.676,40	-1,287%

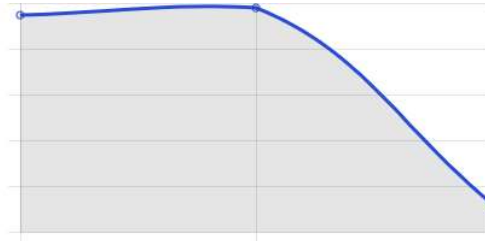
Los datos recopilados en la tabla anterior muestran que en los últimos años previos a la crisis sanitaria del Covid-19, dentro del sector de la industria del metal se experimentaba un crecimiento anual continuado de entre el 1,3% y el 2,5%. Sin embargo, los efectos de la pandemia han afectado a la economía española a raíz de la implantación de las medidas de emergencia y nuevas medidas laborales a consecuencia, y este sector no ha sido una excepción.

Respecto a la caída sufrida en el año 2020, en los dos años siguientes se ha vivido una ligera recuperación que ha sido impulsada por los procesos de vacunación de la población, así como la aprobación de medidas políticas para lograr la recuperación económica.

2.3.5 Evolución Fénix Stage

Una vez realizado el estudio de las tendencias más importantes del sector en el que opera esta empresa, podemos enfocarnos en un punto de partida clave y así, observar de una forma más detallada los cambios más importantes que se han producido en Fénix Stage: la evolución de sus ventas totales después de la crisis del Covid-19 y la evolución de empleados totales a consecuencia de esta.

- **Evolución de ventas totales**



	Ventas	Variación
2018	3.367.681 €	
2019	3.447.214 €	2,36 %
2020	1.310.525 €	-61,98 %

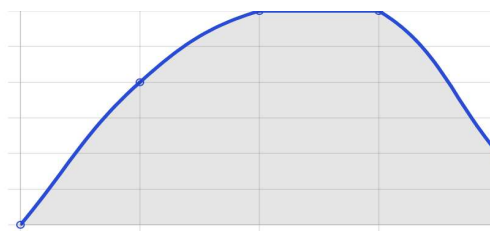
Una vez formalizada su actividad, y habiendo estado unos años dentro de lo que es el auge de esta, podemos observar que las ventas totales de esta empresa en los años previos a la crisis sanitaria suponen un total de 3.367.681 € hasta el año 2018. Sin embargo, la cifra de negocio de la empresa decreció en un 61,98% entre los años 2019 y 2020, produciendo unas ventas totales de 1.210.525 €.

Este tipo de evolución negativa del activo supuso para la empresa una reducción de la rentabilidad económica de la misma, y como resultado dando lugar a una reducción de la explotación de la empresa de un 27,58% en este periodo, siendo esta rentabilidad del 20,11% durante el año 2020.

El resultado de estas variaciones en la cifra de negocio así como la rentabilidad económica y reducción de la explotación de la empresa (en comparación con años previos en su actividad), la aportación de las actividades de explotación que lleva a cabo la empresa así como la evolución de la rentabilidad financiera ha sido una disminución de la actividad financiera de la misma.

En comparación con otras empresas del sector, Fénix muestra tener una menor proporción del Activo no corriente, con una diferencia del 15,61%, sin embargo, el crecimiento del activo total de la empresa entre 2018 y 2019 habría llegado a cubrir el 5,16% del endeudamiento total de la empresa.

- **Evolución de empleados totales.**



	Empleados	% Fijos	% Eventuales
2016	17	88,23	11,76
2017	19	68,42	31,57
2018	20	65,00	35,00
2019	20	65,00	35,00
2020	18	77,77	22,22

En cuanto a la evolución de los empleados totales que conforman la empresa, podemos observar que entre los años del principio de su actividad económica y años recientes a la fecha, el total de empleados ronda la misma cifra: 18.

Aunque esto no se aprecia como un cambio sustancial en la estructura de la empresa, podemos observar que el porcentaje entre empleados fijos y eventuales dentro de la empresa ha variado.

Fijándonos en los años de inicio de la actividad económica en donde el porcentaje de empleados fijos supone el 88,23% del total y los eventuales un 11,76%, en el año 2020 (y más hacia la actualidad en el presente año 2022) estos porcentajes han pasado a ser a un 77,77% de empleados fijos y un 22,22% de empleados eventuales.

Este cambio es debido al nuevo programa de integración y capacitación para estudiantes en posición de realizar prácticas formativas, porque como empresa brindan la oportunidad a profesionales recién titulados de adentrarse al mundo laboral y poner en práctica sus conocimientos en una empresa dinámica y abierta a nuevos desafíos.

2.4. Misión, visión y valores.

Desde el inicio de su actividad Fénix Stage ha identificado como su misión el **convertirse en la empresa líder dentro de su sector**, logrando la mejor calidad de productos y servicios que ofrece a sus clientes.

Sin lugar a duda, el objetivo principal de la empresa es seguir trabajando en ampliar la gama de productos Fénix y que su nombre sea reconocido tanto nacional como internacionalmente, cumpliendo su misión mediante la priorización ante todo de la seguridad, realizando un gran esfuerzo en I+D+i e invirtiendo en los mejores materiales y profesionales para sorprender y cautivar a sus clientes de manera constante, identificando estos como sus valores principales como entidad.

2.5. Cultura de la empresa: imagen corporativa.

Como fabricante, Fénix Stage basa su actividad en dos pilares fundamentales: calidad y servicio de asistencia técnica.

Todos los productos son sometidos a **estrictos controles de calidad** a lo largo de la cadena de fabricación, lo que ha permitido que en un corto espacio de tiempo se haya convertido en una de las empresas altamente reconocidas del sector, consiguiendo que la calidad del nombre Fénix sea reconocida tanto a nivel nacional como internacional en todo tipo de proyectos relacionados con el sector del espectáculo y la realización de eventos.

En pocas palabras, podemos decir que se trata de una empresa que está especializada en el desarrollo de proyectos de ingeniería cumpliendo las exigencias y demandas del sector de manera óptima.

Gracias a la especialización de sus ingenieros, así como el resto de los trabajadores que forman parte del proceso de diseño y fabricación de los productos, es posible lograr un servicio de asistencia técnica óptimo hacia los clientes, tanto en la creación de diseños específicos y nuevas estructuras como de asistencia postventa.

En los últimos años, gracias a su programa interno de prácticas, Fénix Stage ha ido incorporando una imagen joven y renovada a su plantilla, lo que ha permitido cambiar a una imagen corporativa difundida a través de sus productos, apostando por un nuevo punto de vista y siguiendo una trayectoria profesional.

2.6. Sistemas de calidad y seguridad aplicables.

Los productos fabricados por esta empresa pasan por una serie de revisiones de documentación y evaluación del diseño el cual es aplicable en específico a las máquinas, estos garantizan la calidad y seguridad del producto.

Entre los más importantes se incluyen los siguientes:

- **Directiva 2006/ 42 / CE**, que establece los requisitos esenciales de seguridad y salud relativos al diseño y construcción de la maquinaria.
- **Normativa BGV C1** sobre prevención de accidentes de eventos y producciones escénicas.

- **Normativa BGG 912** sobre pruebas de equipos mecánicos y de seguridad en puesta en escena y producción para representaciones teatrales.

En Fénix se apuesta por la seguridad de las personas, así como de los productos. Para garantizar la máxima seguridad, todos los productos están diseñados, fabricados y testados por ingenieros cualificados específicamente para ello en cada etapa de su fabricación del producto.

Todos los productos FENIX están fabricados con materiales que ofrecen una alta resistencia, fiabilidad y seguridad.

3. Análisis del Entorno General y Específico. Análisis D.A.F.O.

A continuación mostramos el análisis del entorno general de la empresa:

- **Factor Político:**

La situación política en Europa en general y España en particular puede considerarse estable, a esto podemos sumarle los esfuerzos por parte del gobierno de hacer del sector industrial un punto importante de la agenda 2030. En específico, la agenda de Política Industrial en nuestro país para 2030 pone foco a los retos de transformación digital, un mayor peso en la economía junto con el aumento de la dimensión de las empresas industriales, la mejora de eficiencia en gestión de recursos como el agua, los residuos, la energía emisiones y el uso generalizado de energías renovables.

Se están realizando planes de apoyo con dotaciones económicas para fomentar los puntos anteriores, se estima una inversión total de 3.782 millones de euros.

- **Factor Económico:**

La economía global se ralentiza tras expandirse un 6,1%, se estima que el producto interior bruto global crezca un 4% durante el 2022 y un 3,6% durante el 2023. En cuanto al factor económico del sector, la industria representa un 20,4% del PIB y una quinta parte de la población activa.

Existen fondos públicos de apoyo a la inversión industrial productiva según comunidad autónoma y tamaño de empresa cuyos incentivos van desde el 10% hasta el 45% de la inversión.

- **Factor Social:**

Este sector precisa de personal cualificado con titulaciones medias y superiores en todas las áreas de la empresa, es por ello por lo que muchas de ellas optan a participar en planes de formación para atraer talento recién titulado.

Estas prácticas no laborales van dirigidas a personas jóvenes que debido a su falta de experiencia en un entorno laboral, pueden tener problemas a la hora de encontrar un empleo.

Fénix Stage participa en programas de prácticas de prácticas para nutrirse de ese nuevo talento.

- **Factor Tecnológico:**

La modernización tecnológica ha ido actualizando el mundo en el que vivimos, en la industria esto es un factor clave para mejorar la seguridad, la calidad y en última instancia la productividad, reduciendo los costes y aumentando la capacidad de sus trabajadores.

En la industria del metal, se traslada a la mejora en maquinaria, herramientas, equipos de seguridad, pero también en la digitalización de todas sus áreas. Algunas de las mejoras que se pueden encontrar en estas empresas es la utilización de software especializado de control de stock en almacenes, herramientas para la gestión de pedidos, aplicaciones de control de acceso en instalaciones y automatización de turnos para los empleados.

En muchos casos, encontramos soluciones que integran todas estas herramientas en una misma solución, permitiendo explotar mucho mejor sus cualidades.

- **Factor Ambiental:**

En España existen regulaciones para controlar el impacto que tienen las distintas industrias allí donde realicen su actividad, es por ello por lo que hay que tener en cuenta los factores específicos de la empresa.

En la industria del metal se tienen en cuenta las variables térmicas, que pueden generar problemas a los trabajadores que se exponen a ellas, la iluminación, que debe ser la correcta tanto en las fábricas como en las oficinas. También tendremos en cuenta los ruidos y las vibraciones generadas y se implementarán equipos de protección allí donde puedan suponer un peligro para los trabajadores.

Finalmente, se realizan mediciones de calidad de ambiente para garantizar que se cumplen las condiciones para realizar el trabajo que sean susceptibles de generar un efecto perjudicial en la salud de los trabajadores.

- **Factor Legal:**

En el marco de la relación laboral, las empresas se comprometen a ofrecer solamente equipos de trabajo seguros.

Todos los productos industriales están regulados por diversas normativas que tienen como finalidad garantizar la seguridad de los consumidores, de modo que se establece un marco de requisitos de seguridad y calidad que se certifican mediante evaluaciones, ensayos y controles del producto.

Existen otras certificaciones no sujetas a regulación legal que ofrecen organismos privados, que ofrecen a los compradores una garantía de seguridad, respeto al medio ambiente, entre otros.

- ❖ **Análisis del entorno específico:**

- **Empresa:**

La propia empresa es el primer elemento del microentorno a tener en cuenta. El factor económico va a afectar en la capacidad de invertir en sectores no prioritarios de la empresa como el marketing, investigación y desarrollo, retribución salarial.

Asimismo, el resto de los actores del microentorno se verán influenciados por las decisiones y acciones que tome la empresa como entidad.

- **Proveedores:**

La relación de la empresa con sus proveedores es crucial, pues siendo sólida permite obtener recursos a un precio ventajoso, lo cual repercute en el precio de coste del producto y permite ofrecer precios finales de venta más competitivos que el resto.

Además, es importante la selección de buenos proveedores, ya que si se producen retrasos en la entrega del material, o el mismo es de baja calidad, toda la línea de producción va a sufrir retrasos y por ende el incremento del coste para la empresa dispara.

- **Intermediarios:**

Una empresa de estas características tiene una cartera de clientes directa que suele ser de ámbito nacional, pero si la empresa quiere ampliar su red de ventas en su territorio o abrirse a nuevos mercados, los intermediarios ayudan enormemente a cumplir este objetivo.

Es importante realizar un estudio de los intermediarios e invertir tiempo en su búsqueda y selección, pues cada uno de ellos posee su propia cartera de clientes.

- Competidores:

Hemos seleccionado los principales competidores, diferenciando entre producto:

Competencia por líneas de Producto (Ámbito Nacional)					
Torre Elevadora Megara 300		Truss SQ-22		Tarima TF-2	
Nº1	Kuzar K8	Nº1	Kuzar 25 tgc	Nº1	Guil TM440
Nº2	Blockandblock beta-90	Nº2	Blockandblock TT2900	Nº2	IGM Tarimas
Nº3	Equipson LW-D/DY	Nº3	Equipson WCX 20/200	Nº3	Prokt Tarimas

En el ámbito nacional, existe un nicho de empresas que, aunque no es muy amplio, existe y compete directamente con las líneas de productos de Fénix Stage. Los precios, diseño y especificaciones de los productos equivalentes son muy similares.

Competencia por líneas de Producto (Internacional)					
Torre Elevadora Megara 300		Truss SQ-22		Tarima TF-2	
Nº1	Fantek FT 6033	Nº1	NaxPro-Truss FD24	Nº1	Stagedrop Outdoor Stage
Nº2	Showtec MT-150	Nº2	Global Truss F54 500CM	Nº2	Innovation-productions Stages
Nº3	VMB TE-074B ALS	Nº3	TAF FT24	Nº3	StagingConcepts Courier

A nivel internacional, existen algunas empresas, principalmente situadas en Países Bajos y Alemania que producen elementos similares en cuanto a diseño y especificaciones. En este caso, el elemento diferenciador de las líneas de productos de Fénix y lo que lo hace más competitivo es el coste final de sus productos.

- ❖ Ponderación de la competencia:

Factores	Pond. %	Fantek		Kuzar		Guil		IGM	
		Puntuación	Rdo	Puntuación	Rdo	Puntuación	Rdo	Puntuación	Rdo
Amplitud Producto	10%	9	9%	8	8%	6	6%	10	10%

Servicio (Plazo entrega)	10%	5	5%	5	5%	5	5%	5	5%
Calidad	20%	7	14 %	10	20%	10	20 %	9	18 %
Diseño	20%	8	16 %	9	18%	8	16 %	9	18 %
Red de ventas	10%	5	5%	6	6%	5	5%	5	5%
Precio	20%	9	18 %	8	16%	8	16 %	10	20 %
Marca	10%	5	5%	8	8%	8	8%	7	7%
Total Ponderado	100%	7,2	72 %	8,2	82%	6,6	66 %	8,5	85 %

El resultado que obtenemos al realizar un análisis ponderado de las principales empresas competidoras en el sector del metal orientado a elementos de espectáculo es que todas ellas ofrecen productos de una alta calidad y diseño. La gran diferencia entre ellas es el valor de la marca, que repercute ligeramente en el precio final del producto.

El punto a mejorar es el servicio que ofrecen a nivel de plazo de entrega pues al ser un producto muy específico con un perfil de cliente muy concreto, la fabricación es bajo demanda, por lo que si no hay stock, se puede demorar la entrega de días a semanas.

- Clientes:

Es necesario analizar los factores demográficos y cada una de las características de los clientes de una región en la que se pretende comercializar un producto.

Los distintos tipos de clientes que diferenciamos son:

- Mercados de consumo, dígase el cliente final.
- Mercado de intermediarios, también conocidos como mayoristas o minoristas.
- Mercados gubernamentales, instituciones que compran directamente a las empresas.

- Público:

Los principales públicos que afectan a este tipo de empresas son los siguientes:

- Financiero: La financiación bancaria da a la empresa la capacidad de afrontar gastos extraordinarios o realizar inversiones.
- Gubernamental: La legislación local puede afectar directamente a la actividad que realiza la empresa mediante leyes e impuestos.
- Interno: Los propios trabajadores pueden afectar a la capacidad positiva o negativamente en el ánimo y la percepción de la empresa.
- General: La empresa deberá prestar atención a la percepción que tiene el público general a sus productos y articular campañas en consecuencia.

❖ Análisis D.A.F.O:

A continuación se reproduce el análisis DAFO de la empresa Fénix Stage:

Principales debilidades de la empresa:

- El pequeño tamaño de la empresa, que dificulta su competitividad con empresas mayores que tiene una mayor capacidad de producción y a unos costes inferiores.
- La centralización de algunos departamentos genera en los empleados demasiadas responsabilidades.

Amenazas emergentes:

- Aparición de nuevas empresas asiáticas con precios mucho más competitivos.
- Incremento de costes de materias primas.

Fortalezas actuales:

- Alto nivel de calidad en la producción de sus productos.
- Costes laborales inferiores a la media de los países de nuestro entorno.
- Diferenciación de la empresa respecto al servicio con el cliente.

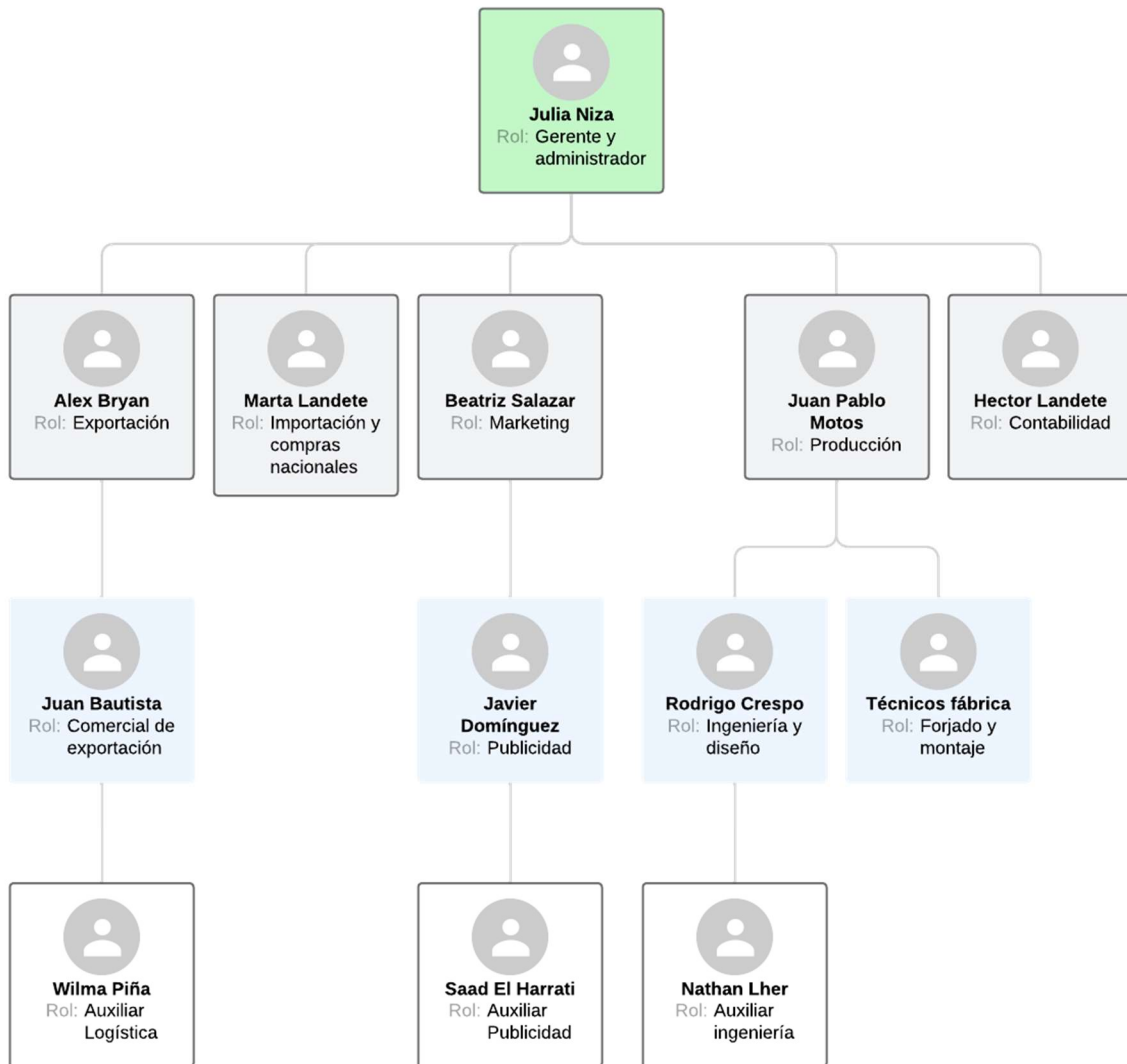
Oportunidades futuras:

- Nuevas oportunidades de negocio en países extranjeros.
- Posibilidad de recibir impulsos económicos públicos.

4. Plan de Recursos Humanos.

4.1. Organigrama de la empresa e identificación de funciones en el puesto de trabajo.

La representación jerárquica de la empresa sería la siguiente:



La empresa cuenta con una única administradora: María Julia Niza, fundadora y gerente de la empresa. En ella recaen funciones como la de planeación, organización, dirección y control, las cuales en conjunto y buena ejecución marcan la diferencia en el desempeño de la empresa.

Es esta persona quien además se encarga de representar a la empresa en ferias y Stands publicitarios dentro de territorio nacional.

La empresa además está compuesta por distintos departamentos tales como:

- Departamento de exportación

Dentro de las responsabilidades de este departamento se incluyen:

- Gestionar y supervisar las ventas de la empresa en el extranjero.
- Organizar las redes comerciales de los países en los que opera.
- Buscar nuevos contactos así como elegir distribuidores locales en estos países.
- Realizar estudios de mercado y de la competencia.

Todas estas funciones están a cargo del Export Area Manager, que junto al comercial de exportación negocian los acuerdos y visitas comerciales, así como llevar a cabo el análisis del mercado extranjero en el que opera.

Dentro de este departamento se forma a los auxiliares de logística, que en este caso me encontraba personalmente, dando soporte a las tareas del proceso de ventas y búsqueda y actualización de contactos así como de distribuidores.

- Departamento de Importación y ventas nacionales.

- Asesorar al departamento de exportación sobre la oferta económica de compra que se lanzará a los proveedores internacionales.
- Diseñar y planificar la operativa logística a seguir por la empresa y las estrategias de venta.

Como resumen, en este departamento se fijan las metas e indicadores de seguimiento de la capacidad de cubrir la demanda del mercado, brindando atención al cliente durante el proceso de venta del producto, gestionando los procesos de ventas, facturación y mediación durante el proceso de envío (contactar con transportistas) etc.

En este caso, la responsable de importación y ventas nacionales también se encarga de la formación y guía de los auxiliares logísticos, dejándoles formar parte de los procesos del departamento y utilizándolos como una vía de apoyo cuando aumenta de la demanda y se incrementa el trabajo dentro del departamento.

- Departamento de Marketing.

Dentro de este departamento el objetivo principal es analizar las necesidades de los consumidores en cuanto a la gama de productos que ofrece la empresa para detectar si hay que actualizar o cambiar algún componente o plan de introducción al mercado, así como planificar y desarrollar la estrategia de marketing de la empresa.

Además, se encarga de funciones tales como:

- Determinar la promoción de ventas a utilizar, es decir las ofertas.

- Analizar a la competencia para detectar sus estrategias y así localizar sus puntos débiles.

En este departamento se encuentra además un responsable publicitario, que se encarga del diseño de las promociones estacionales, se encarga también de la actualización de las redes sociales de la empresa, todos los elementos publicitarios que utiliza de la empresa.

Dentro del mismo departamento, se encargan de dar forma a todos los elementos de los productos susceptibles a tener un diseño con visión corporativa, como por ejemplo los catálogos, etiquetado y elementos promocionales de productos.

- Departamento de producción.

El departamento de producción se encarga del ciclo completo del desarrollo de sus productos, realizando los trabajos de fundido de las materias primas, preparación de los moldes para el posterior vertido del metal candente, enfriado de las piezas, pulido de los elementos forjados, soldadura y pintado de las piezas, etiquetado del producto y empaquetado con los manuales correspondientes, así como la preparación de los pedidos. Según la normativa vigente, se encargan de las tareas de testado de sus productos.

El departamento también gestiona el almacén, llevando un control de stock en estrecha relación con el auxiliar logístico.

- Departamento de Contabilidad.

El departamento de contabilidad de Fénix se encarga de realizar las tareas de gestión económica de la actividad de la empresa, tales como:

- Elaboración de cuentas anuales.
- Registro de cobros y deudores.
- Control de los gastos internos y externos.
- Análisis de la situación financiera de la empresa.

A pesar de ser un departamento importante para la empresa, este departamento se encuentra externalizado por lo que no forma parte de las instalaciones de Fénix Stage.

4.2. Procedimientos de trabajo: sistemas y métodos de trabajo.

La gestión de la empresa está centralizada bajo la plataforma de OpenBravo. OpenBravo es un ERP que les permite realizar la gestión de los pedidos que realizan los distintos clientes con los que trabajan.

La gestión de almacén e inventariado también se gestiona bajo esta plataforma, de modo que desde distintos departamentos y bajo la misma plataforma pueden realizar consultas en tiempo real.

A nivel de dirección, utilizan OpenBravo para generar informes y reportes periódicos para visualizar datos relevantes para la toma de decisiones de la empresa.

4.3. Convenio colectivo aplicable.

El convenio colectivo aplicable a esta empresa es el Convenio Colectivo estatal de la industria, nuevas tecnologías y los servicios del sector del metal ya que, como se ha explicado en apartados anteriores, la empresa Fénix Stage opera dentro del sector de la industria del metal ya que se encarga de todo el proceso de transformación del metal, diseño y creación de todos los productos y gamas que ofrece.

5. Plan de Marketing.

5.1. Estrategia de Marketing.

Fénix Stage utiliza varias estrategias de marketing:

- Segmentación.

La estrategia de segmentación que sigue la empresa es una estrategia de segmentación diferenciada, ya que distinguen su estrategia de venta entre compradores locales e internacionales, adaptando la campaña a las características sociales de cada región.

- Funcional.

Fénix Stage coordina la actividad de sus departamentos para lograr un objetivo comercial concreto. La imagen de la marca, el empaquetado, la política de pagos, la gestión, seguimiento de pedidos así como la comunicación de la empresa apuntan de manera coherente en una misma dirección para así demostrar al cliente una imagen consolidada y fiable de empresa.

5.2. Herramientas del Marketing operativo.

Para ejemplificar las herramientas del Marketing Operativo de las que se sirve Fénix Stage, he seleccionado el producto principal con mayor volumen de ventas del

catálogo. Se trata de una torre elevadora telescópica denominada “Megara 300”, mostrada a continuación:



El precio indicado del producto es de 1.794 €.

La marca se da a conocer mediante la participación en ferias tanto nacionales como internacionales del sector del metal, así como del sector del espectáculo, que son en los cuales opera. En estas ferias se muestran los productos más vendidos de la marca, y aquellos que más la representan. Además, utiliza canales publicitarios como revistas, foros, blogs y promoción en redes sociales.

Estas últimas, incluyen además promoción de sus últimos trabajos y colaboraciones para demostrar el alcance de la marca. De esta manera, es posible llegar a nuevos clientes y crear vínculos profesionales que den lugar a nuevas colaboraciones.

Para distribuir sus productos, Fénix Stage utiliza canales de distribución como lo son los intermediarios; mayoristas y minoristas a nivel internacional que cumplen la función de distribuidores de la marca y de esta manera llegar a su consumidor final. A nivel nacional, no consta con representantes o distribuidores, sino que es la misma empresa matriz la que opera.

6. Definición del puesto de trabajo.

6.1. Objetivos del puesto.

Durante mis prácticas formativas en Fénix Stage, estuve dentro del departamento de Logística, formando parte de todo el proceso logístico y asistiendo a las diferentes partes del proceso de la entidad.

Dentro de los objetivos a cumplir dentro de este, los principales incluyen:

- Contactar con los clientes, proveedores de la empresa, además de los distribuidores de la misma, cumpliendo con las normativa interna y protocolo de la empresa.
- Aprender a gestionar el tiempo y vías de comunicación con las personas dentro del departamento para garantizar el correcto funcionamiento de estos.
- Entender e interpretar las relaciones jerárquicas dentro de la empresa, así como las relaciones externas.
- Cumplir con los procesos administrativos en tiempo y forma.
- Identificar situaciones de riesgos en el proceso logístico y saber aplicar las normas de actuación correspondientes para garantizar así el correcto funcionamiento del departamento.

6.2. Descripción de tareas.

La primera tarea dentro del departamento fue familiarizarse con el catálogo de productos de la empresa, así como la metodología, formas y protocolos de comunicación interna y externas que utiliza la empresa y, de esta manera, aprender a identificar las características más importantes de los productos. De esta forma a la hora de hablar con los clientes es posible la resolución de dudas de forma eficaz así como el correcto asesoramiento de estos.

A continuación, una vez familiarizada con los productos y protocolos, se pasó a la explicación de la gestión de datos de los clientes, proveedores y distribuidores a nivel nacional como internacional, todo esto bajo la utilización de bases de datos.

Las primeras semanas fueron dedicadas a la corrección y actualización de las distintas bases de datos de la empresa (actualización de información de contacto, tipo de cliente, así como la relación con el mismo, etc..) y, en caso de encontrar algún error en estas, se pasaba a investigar sobre dicho cliente para contrastar la información; en última instancia se procede a contactar con él para corroborar los datos.

Es imprescindible identificar el grado de importancia del cliente según su nivel de demanda dentro de la organización, de esta manera se puede evitar invertir demasiado tiempo en estas tareas que puede ser utilizado para otras de distinta importancia.

Una vez pasado el proceso de aprendizaje, se dio paso a tareas propias del departamento de logística, las cuales incluyen:

- Procesamiento de órdenes de compra y presupuestos.

Cuando es recibida una llamada por parte de un cliente interesado en la realización de compra de algún producto Fénix, es entonces cuando comienza el proceso de orden de compra. En el mismo, es identificado la necesidad del cliente para poder ofrecerle el producto adecuado, si es bien a nivel nacional o internacional para transferir al responsable geográfico.

En caso de tratarse de un presupuesto, se realiza el mismo teniendo en cuenta la necesidad del cliente y sus especificaciones y, una vez realizado se pasa al jefe de departamento para que sea o no aprobado y firmado. En caso de que el presupuesto sea aprobado, se procede entonces a enviarlo al cliente.

- Preparación de libros de especificación y detalle de los productos.

Cada uno de los pedidos realizados incluyen libros que contienen detalles y descripción del producto, así como sus componentes, métodos de montaje, y correcta utilización.

El producto debe ser localizado dentro de los archivos informáticos de la empresa, y el libro correspondiente a este debe ser impreso, cumplimentado, y etiquetado para luego pasar a ser firmado por el jefe de departamento. Una vez terminado este proceso se pasa a incluir el etiquetado del producto, que incluye el número de serie, logo de la empresa y normativa. Dichas etiquetas han de ser buscadas y seleccionadas dentro de los archivos físicos del departamento.

Una vez preparadas las etiquetas y los libros de especificaciones del producto, es pasado al departamento de producción, en donde se termina de preparar el pedido.

- Preparación y cumplimentación de documentación relativa a pedidos.

En cuanto a la cumplimentación y preparación de documentación relativa a pedidos utilizada de durante el transcurso de las prácticas se encuentran:

- Presupuestos para potenciales clientes y para productos de obras nuevas o personalizadas.
- Facturas para compras producidas.
- Albaranes para la entrega de mercancías

Dicha documentación se organiza en los archivos electrónicos de la empresa, en concreto en los del departamento de logística. Cabe destacar que aunque cada persona dispone de un usuario y contraseña propio para acceder a este sistema, existen carpetas y archivos compartidos por la mayoría de los departamentos para que los responsables de los mismos puedan realizar consultas en caso de ser necesario.

- Prestar ayuda al proceso de gestión de Stock de los productos.

A pesar de que el proceso de gestión de Stock en Fénix Stage se lleve a cabo mediante un ERP y no de forma manual, al momento de comprobación de Stock o de gestión de mismo, el responsable del departamento de producción y almacén suele solicitar a los auxiliares logísticos los libros de registro de entrada y salida de inventario, los cuales se encuentran dentro de los archivos del departamento de logística.

- Recepción de llamadas de la empresa.

Además de haber prestado soporte al departamento de logística, estuve a cargo de recepción. Es decir, haciéndome cargo de todas las llamadas entrantes en la empresa, identificando el departamento al que va dirigido así como la persona a quien va dirigida la llamada, el tipo de solicitud de llamada y la debida gestión de la misma. En caso de que la persona a quien fuese dirigida la llamada estuviese ausente u ocupada, se pasaba a tomar nota debidamente de la solicitud deseada, los datos del cliente, teléfono o forma de contacto deseada y ficha era pasada al destinatario mediante el sistema interno de la empresa.

Por último, de forma más ocasional se realizan tareas tales como brindar soporte a incidencias durante el proceso de facturación y contactar con proveedores y transportistas.

6.3. Relaciones.

Durante el tiempo que desempeñé mi puesto en la empresa, me he relacionado con distintos departamentos, destacando la relación con el departamento de exportación, departamento de importación y compras nacionales y el departamento de producción cuyo contacto se producía de forma habitual.

También mencionar la relación con el departamento de marketing de carácter más ocasional, produciéndose para comunicar en caso haber pocas unidades de etiquetas de producto.

6.4. Disponibilidad

Las distintas tareas llevadas a cabo durante el periodo de prácticas fueron presenciales en la oficina. Si bien Fénix realiza tareas de manera deslocalizada como puede ser la asistencia a ferias del sector explicadas en puntos anteriores, el

departamento de logística, en el cual yo me encontraba, no participaba de estos eventos.

6.5. Ambiente.

El trabajo se realiza en las oficinas de Fénix Stage, cumpliendo con las reglas de seguridad en el entorno del trabajo: Iluminación adecuada, temperatura y humedad entre 23°C y 25°C en verano y entre 21°C y 23°C en invierno.

Además, los monitores se encontraban a la altura de la vista con la intención de evitar futuros problemas de cuello y espalda.

6.6. Riesgos.

El momento de mayor riesgo se producía al acceder a la zona de fábrica para realizar el traslado de libros y etiquetas de especificación de producto. No obstante, la empresa dispone de un protocolo con medidas de protección, que consta de casco de seguridad, gafas de protección y ropa adecuada por parte del empleado para así evitar lesiones en un posible accidente.

6.7. Dedicación.

Las prácticas formativas se desempeñaron bajo horario parcial, de 8:30 a 13:30 de lunes a viernes, con un descanso de 15 minutos entre 10:30 y 10:45, teniendo siempre en cuenta la incorporación puntual al puesto de trabajo, respetando los descansos permitidos.

6.8. Integración.

En cuanto a la formación inicial requerida para cubrir las exigencias del puesto de trabajo, como forma general, Fénix Stage utiliza el mismo programa de asesoramiento e indicaciones independientemente del departamento al que vaya destinado la persona.

Cada una de las personas que se incorporan a la empresa han de familiarizarse con la gama de productos que fabrica la empresa, sus especificaciones (tamaño, peso, capacidad de carga..) así como de sus componentes. Como norma general, cada persona cuenta con dos semanas desde su incorporación para cumplir con este plan, el cual termina con un examen teórico para demostrar los conocimientos adquiridos.

7. Conclusión personal

Durante los meses que estuve en Fénix Stage S.L., tuve la oportunidad de aplicar los conocimientos y fortalecer las habilidades adquiridas durante los dos años del Ciclo Formativo de Grado Superior de Administración y Finanzas en la Universidad Europea de Valencia.

Si bien mi periodo de formación en entorno de trabajo inició antes del periodo ordinario común, pude compaginar las clases con las prácticas y realizar un buen desempeño en ambos aspectos.

He podido comprobar en la práctica la manera en la que se realiza el trabajo diario en una empresa real, que con sus muchas virtudes como por ejemplo la pasión en el trabajo que ponen todos sus trabajadores, las cuales se ven plasmadas en la calidad final de sus productos, he tenido la ocasión de realizar un análisis exhaustivo de la empresa y así lograr detectar las áreas de mejora en las que se podría trabajar:

- La escasez de delegación de los responsables hacia el resto de las personas del departamento, lo que causa que en el momento en que estos responsables no se encuentran disponibles, las tareas del departamento con necesidad de autorización o firma se ven paralizadas, interviniendo así con el funcionamiento adecuado de la empresa.
- Sobrecarga de trabajo a los trabajadores, un claro síntoma de la necesidad de ampliar la plantilla para repartir las tareas entre más trabajadores.
- La falta de organización y coordinación entre departamentos a la hora de realizar las tareas.

A pesar de ello, es una empresa que ha conseguido posicionarse positivamente en los mercados nacional e internacional gracias al esfuerzo de sus profesionales. Para concluir, he de poner en valor a todas las personas que me han acompañado en este proceso, que de manera altruista me han transmitido sus conocimientos, sus apoyos y me han guiado a través de esta experiencia.

8. Bibliografía

[Instituto Nacional de estadística](#)

[Observatorio de RRHH](#)

[Escuela de Negocios y dirección: nuevas tendencias en las estructuras organizativas](#)

[Elementos financieros FENIX STAGE SL.](#)