



Dédalo
FUNDACIÓN

**FUNDACIÓN DÉDALO PARA LA SOCIEDAD DE LA
INFORMACIÓN**

- Diagnóstico de Posicionamiento Digital -

Tudela, mayo de 2008

1 ÍNDICE

1	ÍNDICE	2
2	INTRODUCCIÓN	3
3	OBJETIVOS	4
4	EL SERVICIO	6
4.1	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	6
4.2	EJEMPLOS DE APLICACIÓN	7
4.2.1	<i>La empresa TuRegalo</i>	7
4.2.2	<i>La empresa MaderinaS</i>	9
5	BENEFICIARIOS	10

2 INTRODUCCIÓN

Es fácil que en su empresa se encuentre con ordenadores, tal vez conectados en red, a Internet, e incluso con banda ancha, compartiendo datos, impresoras, o utilizando sistemas de gestión, hasta ERP, CRM, o muchos otros, pero... ¿sabe realmente por qué tiene esa infraestructura?

Todas las empresas evolucionan, es más, necesitan evolucionar, para adaptarse a nuevas situaciones, crecer. Las herramientas basadas en las TIC (tecnologías de la información y la comunicación) han demostrado sobradamente su eficacia en la mejora de la productividad y competitividad en las empresas.

A la hora de plantearse la implantación de una solución basada en herramientas TIC se debe seguir un proceso similar al que se produce al plantearse adquirir cualquier otro bien o servicio, desde el análisis de las necesidades de la empresa, la adecuación con su estrategia empresarial, etc., a pesar de lo cual se implantan tecnologías sin alinear con la estrategia, desaprovechando buena parte de su potencial.

En el día a día de nuestra empresa nos falta tiempo para pararnos a pensar, por eso Fundación Dédalo ha desarrollado este diagnóstico de posicionamiento digital, para ayudarte a pensar sobre tu empresa, sus necesidades, su estrategia y como le pueden ayudar las herramientas TIC.

¿No tienes tiempo para pensar? Nosotros te ayudamos.

3 OBJETIVOS

Hoy en día todas las empresas se ven influidas por numerosos factores, desde la legislación aplicable o la relación con los proveedores, clientes, hasta por su propia estructura y gestión interna.

Es así que se considere fundamental el análisis de las necesidades y demandas de los grupos de referencia para la empresa, como por ejemplo sus clientes, proveedores, empleados, etc., para realizar un correcto diagnóstico de posicionamiento digital de la misma.

De esta manera, y apoyándose en la información aportada por la empresa, profundizando en las necesidades y demandas de sus grupos de referencia, detallando la estrategia empresarial actual, se pretende llegar a un doble objetivo:

1. **Realizar un análisis inicial de la empresa**, sus procesos, sus relaciones con clientes, proveedores, etc., con el objeto de encontrar sus principales carencias y oportunidades de mejora.
2. Facilitar que la tecnología sea una **herramienta de mejora de la competitividad** de la empresa. Consecuentemente, en este campo no existen recetas únicas ni transferibles. Lo bueno para una empresa no tiene por qué ser lo mejor para otra.

Por todo ello Fundación Dédalo ha desarrollado una herramienta de trabajo para ayudar a las PYMES en la selección de aquellas iniciativas de implantación de las TICs que mejor apoyen a sus necesidades de negocio.

Esta metodología permitirá a las empresas:

- Garantizar el enfoque de negocio en la adopción de las TICs.
- Identificar las mejores iniciativas para cada empresa según el diagnóstico de sus oportunidades y sus objetivos de negocio.
- Realizar un ejercicio participativo, requiriendo el trabajo conjunto de todas las personas involucradas.
- Disponer de un análisis sencillo pero completo.

Resumiendo, este método de análisis facilitará a la empresa “re-descubrir lo que ya sabe”, como por ejemplo sus carencias u oportunidades de mejora, pero que en la vorágine del día a día no encuentra tiempo para detenerse a analizar.

Para el desarrollo del servicio Fundación Dédalo ha trabajado conjuntamente con Iniciativas Innovadoras s.a.l., empresa de consultoría de gestión, especialmente orientada a promover la innovación y facilitar la cooperación, como principales factores para el desarrollo de las organizaciones.

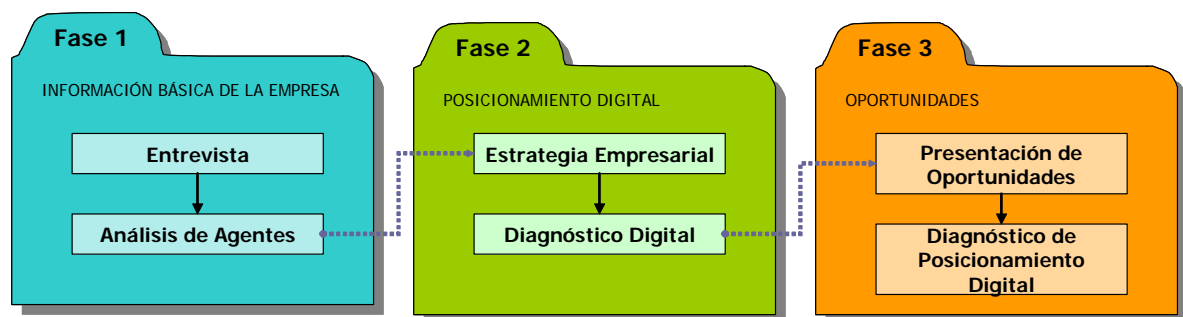


www.iniciativas-innovadoras.es

4 EL SERVICIO

4.1 Descripción del servicio

El servicio está dividido en 3 fases de ejecución que se muestran en la siguiente figura:



Fase 1

OBJETIVOS

- Presentar el Método.
- Tomar contacto con la realidad de la empresa.
- Identificar los grupos de demanda relevantes en la empresa

RESULTADOS

- Plan General de Trabajo.
 - Conocimiento de la situación empresarial actual.
- Áreas de actuación según los grupos de demanda.



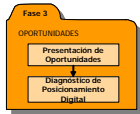
Fase 2

OBJETIVOS

- Identificación de la estrategia empresarial.
- Identificar la situación actual de la empresa en lo que a las TICs se refiere.

RESULTADOS

- Necesidades estratégicas por grupos de demanda.
- Primer acercamiento a la situación de la empresa en cuanto al uso de las TICs.



Fase 3

OBJETIVOS

- Identificar oportunidades relacionadas con las TICs.
- Orientar la(s) estrategia(s) potenciales a desarrollar

RESULTADOS

- Listado de oportunidades.
- Diagnóstico de Posicionamiento Digital.

La ejecución del servicio se lleva a cabo en cuatro tiempos:

- | | |
|---|-----------|
| 1. Contacto inicial y planificación. | |
| 2. Reunión de recogida de información. | 2-3 horas |
| 3. Análisis por parte del personal de Fundación Dédalo. | 1 semana |
| 4. Reunión de presentación de resultados. | 1 hora |

Con esta estructura de trabajo se logra minimizar el tiempo invertido por parte de la empresa beneficiaria, logrando así el efecto “*¿No tienes tiempo para pensar? Nosotros te ayudamos*”.

4.2 Ejemplos de aplicación

Ya, pero *¿cómo se aplicaría este método a mi empresa?*

A continuación se muestran dos ejemplos de aplicación de la metodología de trabajo del Diagnóstico de Posicionamiento Digital a casos reales.

4.2.1 La empresa TuRegalo

En el primer ejemplo consideraremos la empresa *TuRegalo* dedicada a la comercialización de productos al por menor, con cierta experiencia dentro de su sector.

La empresa *TuRegalo* dispone de un sistema de información integral mediante el que gestionan la contabilidad, facturación, ventas y almacén.

Asimismo, disponen de una página Web corporativa con información básica de la empresa y algunas cuentas de correo electrónico que utilizan para recibir boletines de información y comunicarse con sus proveedores.

En estos momentos, *TuRegalo* busca **diferenciarse** en la relación con sus **clientes**, ampliando la difusión de sus productos y su presencia tanto geográficamente como en un segmento concreto de población.

De este modo se identifican las 2 oportunidades y 3 posibles proyectos a ejecutar para potenciar la estrategia empresarial de *TuRegalo*, y que se muestran en la siguiente figura.

		Enfoque de NEGOCIO			Enfoque de RELACIÓN						
		Reducción Costes	Crecimiento	Diferenciación	Clientes	Proveedores	Accionistas	Empleados	Otros		
		"TuRegalo"									
NUEVAS OPORTUNIDADES	Op1	Potenciar uso de Internet									
	P1.1	Implantar en la web un catálogo de productos			•	•	X				
	P1.2	Modificar el diseño y contenidos convirtiéndose en página referente para su público objetivo				•	X	X	X	X	
	Op2	Mejorar los procesos de venta									
	P2.1	Implantar un sistema de pedidos vía web			•	•	X				

4.2.2 La empresa MaderinaS

Como segundo ejemplo se muestra el análisis de la empresa *MaderinaS*, dedicada a la fabricación de una serie de productos bajo pedido y con una amplia experiencia en su sector.

La empresa *MaderinaS* dispone de sistemas informáticos en administración para la gestión de contabilidad y facturación, así como de acceso a Internet y dos cuentas de correo electrónico que usan de forma esporádica.

Su funcionamiento diario está estructurado a partir de 3 elementos principales: la lista de órdenes de trabajo derivadas de los pedidos recibidos (en su mayoría por vía telefónica o fax), la gestión del stock de productos finalizados y materias primas realizada en el almacén, y la distribución de los pedidos.

Desde la propia empresa se ha detectado el empleo de un tiempo elevado en la gestión de los pedidos recibidos, desde el estado de los mismos de cara a informar sus clientes, como la gestión del stock de materias primas de cara a realizar pedidos a sus proveedores.

Tras el análisis, se observa que *MaderinaS* busca **reducir costes** a través de sus **empleados**, identificándose 2 oportunidades y 4 proyectos a acometer, tal y como se muestra en el siguiente gráfico.

		"MaderinaS"	Enfoque de NEGOCIO			Enfoque de RELACIÓN				
			Reducción Costes	Crecimiento	Diferenciación	Clientes	Proveedores	Accionistas	Empleados	Otros
NUEVAS OPORTUNIDADES	Op1	Optimización de la gestión								
	P1.1	Implantación de un sistema electrónico de gestión de pedidos	•						X	
	P1.2	Actualización del equipamiento informático	•						X	
	P1.3	Implantación de un sistema informático de gestión integral	•						X	
	Op2	Mejora de las comunicaciones								
	P2.1	Ampliación del equipamiento informático y de comunicaciones	•						X	

5 BENEFICIARIOS

Este servicio de Diagnóstico de Posicionamiento Digital está pensado para todos aquellos autónomos, microempresas y pequeñas o medianas empresas, PYMEs, de la Ribera de Navarra.

El mayor beneficio en la aplicación del método se obtiene en empresas que ocupen a menos de 50 personas y cuyo volumen de negocios anual o cuyo balance general anual no supere los 10 millones de euros, incluyendo asimismo los empresarios autónomos.

El coste del servicio es de 300€, **subvencionado al 50%** para las empresas con sede social en Tudela.

Para más información puede contactar con Fundación Dédalo en:

T. 948 088 044

E. info@fundaciondedalo.org