# Taules etapa 3

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **SITUACIÓN ACTUAL** | **VISIÓN FUTURA** |
| **Propósito general de la UN** |  |  |
| **Filosofía de la UN** |  |  |
| **Clientes** |  |  |
| **Ámbito de mercado** |  |  |
| **Productos y servicios** |  |  |
| **Tecnología** |  |  |
| **Proveedores** |  |  |
| **Empleados** |  |  |
| **Propietarios y accionistas** |  |  |
| **Imagen pública** |  |  |

Taula 54: descripció formal de la missió de negoci

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | **ESTRATEGIA GENÉRICA**  **DIFERENCIACIÓN** | | | | | | | |  |
|  |  | **Diversificación concéntrica** | **Diversificación horizontal** | **Diversificación conglomerada** | **Fidelización** | **Cooperación Estratégica** | **Concentración en clientes** | **Desarrollo de productos** | **Concentración geográfica** |  |
| **SITUACIÓN ACTUAL** | **VISIÓN FUTURA** |
| **Propósito general de la UN** | Desarrollo de productos y equipos de alta calidad |  |  |  |  |  |  |  |  | Desarrollo de productos y equipos de alta calidad |
| **Filosofía de la UN** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Clientes** | Trato personalizado de los clientes |  |  |  | **X** |  |  |  |  | Mantener el trato personalizado con nuestro clientes actuales y ganar el afecto de nuevos clientes |
| **Ámbito de mercado** | Amplia cuota de mercado |  |  |  |  |  |  |  | **X** | Convertirse en los líderes del mercado local |
| **Productos y servicios** | Ofrecer productos de calidad |  |  |  |  |  |  |  |  | Ofrecer productos de máxima calidad y servicios que faciliten su utilización |
| **Tecnología** | Tecnología adecuada para las necesidades de producción |  |  |  |  | **X** |  | **X** |  | Conseguir nueva tecnología punta para aumentar nuestra eficacia |
| **Proveedores** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Empleados** | Ofrecer una vida laboral de alta calidad |  |  |  |  | **X** |  | **X** |  | Ofrecer una vida laboral de alta calidad |
| **Propietarios y accionistas** | Satisfacer los objetivos financieros |  |  |  |  |  |  |  |  | Satisfacer los objetivos financieros y hacerles sentir orgullosos de la forma en que lo hacemos |
| **Imagen pública** | Ser considerada una empresa de prestigio |  |  |  |  | **X** |  |  |  | Ser considerada una empresa de prestigio |

Taula 55: selecció d'accions estratègiques genèriques de negoci

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **A.E.G. DE DIFERENCIACIÓN SELECCIONADAS** | | | | |
|  | | **Fidelización** | **Cooperación Estratégica** | **Desarrollo de productos** | **Concentración geográfica** |
| **ACCIONES ESTRATÉGICAS GENÉRICAS DE SI**  **ESTRATEGIA GENÉRICA : LANZAMIENTO** | |
| Apoyarse en los SI para utilizar canales de distribución existentes para nuevos propósitos. | |  |  |  |  |
| Aprovechar los SI para aproximarnos y estar cerca de clientes. | | **X** |  |  | **X** |
| Aprovechar los SI para que el cliente trabaje para nosotros. | | **X** |  |  | **X** |
| Captar la atención de nuevos clientes a través de Sistemas Expertos | |  | **X** |  |  |
| Combinar los productos o servicios ofrecidos a través de los SI | |  |  |  |  |
| Crear nuevos productos o servicios a partir de la información almacenada en el SI | |  |  | **X** |  |
| Incrementar el contenido de información de los productos y servicios a través de los SI | |  |  |  |  |
| Personalizar productos y servicios a través del SI | | **X** |  |  |  |
| Utilizar Sistemas Expertos para impedir que los clientes dejen de serlo | |  | **X** |  |  |
| Utilizar los SI para aumentar el control de los canales de distribución existentes | |  |  | **X** | **X** |
| Utilizar los SI para mejora la imagen de los productos y/o servicios | |  |  |  |  |
| Utilizar los SI para trabajar por el cliente. | | **X** |  |  |  |

Taula 56: selecció d'accions estratègiques genèriques de SI

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **A.E.G. DE DIFERENCIACIÓN SELECCIONADAS** | | | | |
|  | | **Fidelización** | **Cooperación Estratégica** | **Desarrollo de productos** | **Concentración geográfica** |
| **ACCIONES ESTRATÉGICAS GENÉRICAS DE TI**  **ESTRATEGIA GENÉRICA DE TI : DEPENDENCIA** | |
| Permitir que los datos centralizados puedan ser compartidos por toda la unidad de negocio | |  |  | **X** |  |
| Aprovechar la arquitectura tecnológica disponible para desarrollar servicios compartidos para toda la U.N. | |  |  |  |  |
| Crear bancos de datos centralizados para almacenar conocimiento y rentabilizar la experiencia acumulada | |  | **X** |  |  |
| Desarrollar todos los componentes de TI en base a una plataforma tecnológica abierta y basada en estándares | |  |  |  |  |
| Desarrollar y establecer planes de seguridad/ recuperación ante posibles caídas de servicio | |  |  |  |  |
| Satisfacer necesidades de comunicación el personal de TI y el de negocio a través de las redes | | **X** |  | **X** |  |
| Formalizar un entorno de desarrollo estable de aplicaciones y servicios informáticos | | **X** |  |  | **X** |
| Garantizar a los usuarios remotos el acceso a la misma información que en local | |  |  |  |  |
| Garantizar el acceso a Internet de la red principal de la U.N. | | **X** |  |  |  |

Taula 57: selecció d'accions estratègiques genèriques de TI

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **ACCIONES ESTRATÉGICAS GENÉRICAS DE SI (A.E.G.S.I.)** | | | | | | | | | **ACCIONES ESTRATÉGICAS GENÉRICAS DE TI (A.E.G.T.I.)** | | | | |
|  | Aprovechar los SI para aprox. y estar cerca de clientes. | Aprovechar los SI para que el cliente trabaje para nosotros. | Captar la atención de nuevos clientes a través de Sist. Exp. | Crear nuevos prod / servic. a partir de la información almacenada en el SI | Personalizar productos y servicios a través del SI | Utilizar Sist. Exp para impedir que los clientes dejen de serlo | Utilizar SI para aumentar control de canales distribución existentes | Utilizar los SI para trabajar por el cliente. | Permitir que datos centraliz. sean compartidos por la unidad de negocio | | Bancos de datos centraliz para almacenar conocimim. Y exper. | Satisfacer necesidades de comunicación el personal de TI y el de negocio a través de las redes | Formaliz. entorno dedesarrollo estable de aplicaciones y servicios informáticos | Garantizar el acceso a Internet de la red principal de la U.N |
| **DEBILIDADES / AMENAZAS** |
| Aceso a Internet limitado a empleados de TI |  |  |  |  |  |  |  |  | **A** | |  | **A** |  | **A** |
| Entrada de nuevas empresas competidoras en el sector |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |
| Prácticas de marketing intensivo en tecnología por la competencia | **D** |  |  |  |  |  |  | **D** |  | |  |  |  | **D** |
| Base de datos de productos replicadas |  |  |  |  |  |  |  |  |  | | **B** |  |  |  |
| Exceso de comunicación informal entre los empleados |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |  | **A** |  |  |
| Ato grado de satisfacción de los clientes con nuestros productos |  |  |  |  |  | **C** |  |  |  | |  |  |  |  |
| Disponibilidad de un equipo de comerciales altamente competente |  |  |  |  |  |  |  |  | **A** | |  |  |  |  |
| Arquitectura de TI facilmente ampliable |  |  |  |  |  |  |  |  |  | | **B** |  |  |  |
| Sector competitivo en claro proceso de expansión y crecimiento |  |  | **C** |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |
| **FORTALEZAS / OPORTUNIDADES** |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |

Taula 58: sintetització de projectes de SI/TI