

UNIVERSIDAD PRIVADA BOLIVIANA
MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS
FINANZAS CORPORATIVAS



**CAMBIANDO LA CULTURA DE BRITISH
AIRWAYS**

GRUPO 2:

1. Bertha Cusi
2. Carlos Choque
3. Martin Conde
4. Joaquin Callisaya

La Paz – Bolivia

29 de agosto de 2021

Antecedentes	Diagnóstico	Actores y Objetivos	Problema Central	Alternativas	Pros	Contras	Plan de Acción
<p>1990: BA reportó récords de utilidades por 3er año consecutivo.</p> <p>1981 – 1982: Pérdidas millonarias antes de impuestos.</p> <p>1990: BA ganó el premio “Atención al Pasajero”.</p> <p>1981: La peor crisis de la historia de BA.</p> <p>1979: BA llegó al estado de ineficiencia.</p> <p>1952: BOAC inició oficialmente el servicio de jet para pasajeros.</p> <p>1974: Fusión de BOAC con divisiones domésticas y europeas de la BEA.</p> <p>1981: Crisis financiera.</p>	<p>Fortalezas:</p> <p>Experiencia profesional</p> <p>Innovación en los programas viajeros.</p> <p>Debilidades:</p> <p>Limitación en los lugares de destino.</p> <p>Oportunidades:</p> <p>Alianzas con aereolinas conocidas.</p> <p>Innovación en los servicios</p> <p>Amenazas:</p> <p>Costos altos</p> <p>Guerra de precios por la competencia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ British Airways (BA) ➤ British Overseas Airways Corporation (BOAC) ➤ Clientes ➤ Personal ➤ Sir John King (Presidente) ➤ Gordon Dunlop (Director Financiero) ➤ Colin Marshall (Presidente Ejecutivo) 	<p>Mala funcionalidad en la estructura organizativa, falta de enfoques y estrategias con miras a adaptación a los lineamientos para una nueva década.</p>	<p>Reestructuración organizativa desde los altos cargos.</p> <p>Evaluación del personal y a sus habilidades.</p> <p>Reestructuración de los parámetros enfocados a los objetivos, visión y misión.</p> <p>Nuevas estrategias económicas de escala.</p>	<p>Mejoras en el rendimiento de la organización.</p> <p>Personal capacitado.</p> <p>Objetivos claros.</p> <p>Disminución de costos.</p>	<p>Tiempo que llevará la reestructuración.</p> <p>Personal sin motivación.</p> <p>Cambios radicales.</p> <p>Factor tiempo.</p>	<p>Establecieron nuevos parámetros y una meta hacia donde enfocarse y estar alineados con los lineamientos de marketing globalizado enfocado en el cliente y tomando especial atención en el personal para que sientan a British Airways como parte de ellos.</p>