**Consigna 1**

**a)**

Correcta: C. Crear una forma de producción o una herramienta no conocida hasta el momento

**b)**

El poder informal hace referencia a las relaciones e interacciones cotidianas dentro de la organización que pueden diferir de la concepción formal de la estructura de poder de la misma organización. Por ejemplo, una organización donde quien es jefe en nombre y cuenta teóricamente con las atribuciones del cargo puede no ser quien está tomando las decisiones en el momento y quizás se toman por el conjunto de personas en otros rangos o bien una sola persona que obtuvo legitimidad para dirigir y es escuchada particularmente a la hora de decidir. Esto es algo que solamente puede identificarse al inmiscuirse dentro de la organización para conocer su realidad.

**Consigna 2**

**a)**

Falso. El grupo estratégico es el conjunto de empresas dentro de *la misma* industria con iguales estrategias de negocios. Son las partes de la industria entre las cuales hay mayor competencia.

**b)**

Verdadera. En las industrias fragmentadas hay muchos actores participando en el mismo mercado con fácil acceso para participar por un actor externo. Algunas de estas industrias dejan de serlo si se descubre como distinguir productos y/O producir en economía de escala, así, un ejemplo de esto puede ser la industria del software que durante su florecimiento conoció una gran cantidad de oferta porque era fácil acceder a crear un producto y la demanda se correspondía. Con el tiempo algunas empresas desarrollaron tanto economías de escala, por ejemplo, Microsoft, Apple o Google, cuya que pudo fundar infraestructuras masivas para proveer el servicio a escala como también lealtad a la marca volviéndose de los nombres y el estilo más reconocido. Hay muchos más oferentes por las bajas barreras en sí, pero gracias a su desempeño. Otro ejemplo pueden ser los automóviles, donde es muy difícil diferenciar un producto en la mirada del consumidor y tampoco es muy común la lealtad a la marca.

**Consigna 3**

**a)**

La empresa Té José es una empresa pequeña y se da entre los miembros del ápice estratégico la adaptación mutua que entre ellos toman decisiones, mediante la comunicación ya informal, de todos los asuntos de la empresa. Puede decirse que el tipo de operaciones que realiza inevitablemente requiere que exista cierta normalización de resultados por la relación inestable con proveedores que necesitan resultados exactos para no abandonarlos, pero no tanta normalización de procesos porque, como explica Pablo, la logística y la participación extranjera era caótica y difícil de manejar por si mismos lo que traía problemas. Además, se menciona que a su cargo directo había 6 empleados, lo que puede significar la presencia de supervisión directa como método de coordinación

**b)**

Falsa. La contratación de Alicia para optimizar los trabajos de tal forma que obtengan la calificación ISO indica una descentralización porque decisiones de los cargos más altos se difieren a ella y es selectiva porque se selecciona un área donde alguien externo tiene autonomía de decisión. Pero difícilmente puede ser horizontal porque se da una descentralización hacia un ámbito de menor rango jerárquico dentro de la empresa y con relación a los procesos productivos y actividades principales de la organización (no se descentralizó el mantenimiento, por ejemplo).

**Consigna 4**

**1)**

La estrategia de negocio de Eidico se basaba en abandonar la forma típica de una cooperativa para el desarrollo de tierras y pensar en un modelo de subscripciones donde la financiación es la totalidad de las contribuciones y solo esto permite el comienzo de las operaciones. Esto los pone tanto en distinción de sus competidores como lideres en costos, el lineamiento de la estrategia corporativa. Además ofrecer una inversión a los interesados en la renta a futuro de la posesión de tierras.

**2)**

Los socios debatían dos estrategias corporativas posibles para el futuro de la empresa. Por un lado, consideran insertarse en una industria diferente, los servicios financieros, y diversificar sus ofrecimientos, y por otro lado expandir las mismas operaciones que ya tienen dentro de la misma industria, hacia el interior donde no habían trabajado tanto.

**3)**

La segmentación de la industria para las operaciones de Eidico se da en tres frentes. Primero, en lo geográfico la empresa tiene operaciones en la zona norte de la provincia del país, por lo que apuntan principalmente a los habitantes de esta región. En segundo lugar, en lo psicográfico se da un análisis del mercado con relación a su preferencia por inversiones inmobiliarias sobre otros medios y además gente dispuesta a vivir al lado del río y lejos de la capital. Por último, sobre la variable demográfica, el objetivo es un segmento de ingresos medios y altos, con suficiente capacidad para enfrentar el costo de la suscripción y pagarlo a tiempo.

**4)**

La empresa se ve afectada por la estacionalidad seriamente, llegando a considerar abandonar sus operaciones en el periodo de dificultad económica, como en 2001, y teniendo dificultad para enfrentar la crecida demanda del posterior resurgimiento económico.

**5)**

La industria estaba razonablemente fragmentada, con muchos actores pequeños y algunos grandes, todos compitiendo por el interés de compradores de casas y desarrollos. La rivalidad era, entonces, moderada tendiendo a alta, situación desventajosa si no fuera por el esfuerzo de distinguirse en su modelo de participación y en los precios que ofrecían.