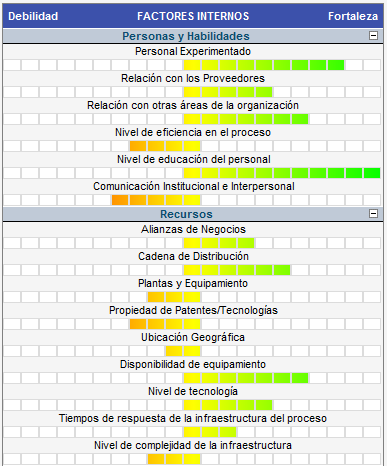
**TRABAJO PRÁCTICO INTEGRADOR Nº 4: “***Estrategias competitivas, comunicación y negociación”*

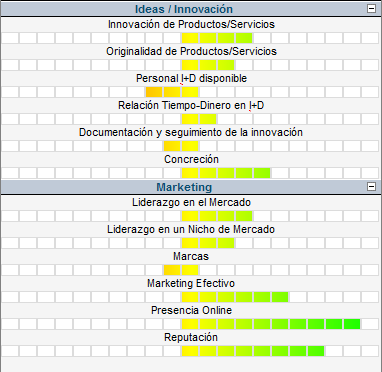
Para realizar el análisis FODA, herramienta estratégica por excelencia más utilizada para conocer la situación real en que se encuentra la organización, se tuvieron en cuenta criterios diversos. También se utilizó tecnología de punta para agilizar su análisis, a través de una herramienta que hizo más eficiente el estudio en su totalidad.

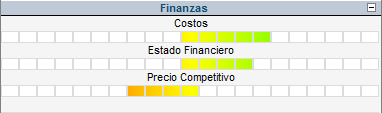
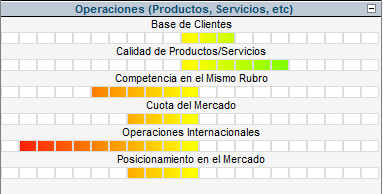
La siguiente pantalla muestra los criterios a tener en cuenta para nuestra área de Producción. Los mismos son variados y de diversa naturaleza, dejando explícito que factores de cualquier tipo son los que pueden afectar el desempeño y desenvolvimiento en el medio de nuestra actividad organizacional.

**Factores Internos**



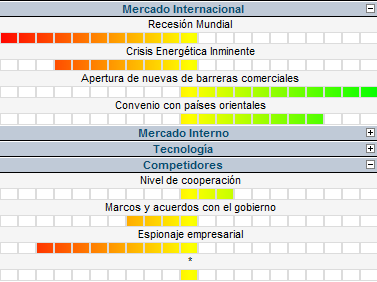
Todos aquellos criterios mencionados se califican en una escala horizontal puntuando del 1-10 según su orientación sea hacia el extremo de fortaleza o hacia el de debilidad.



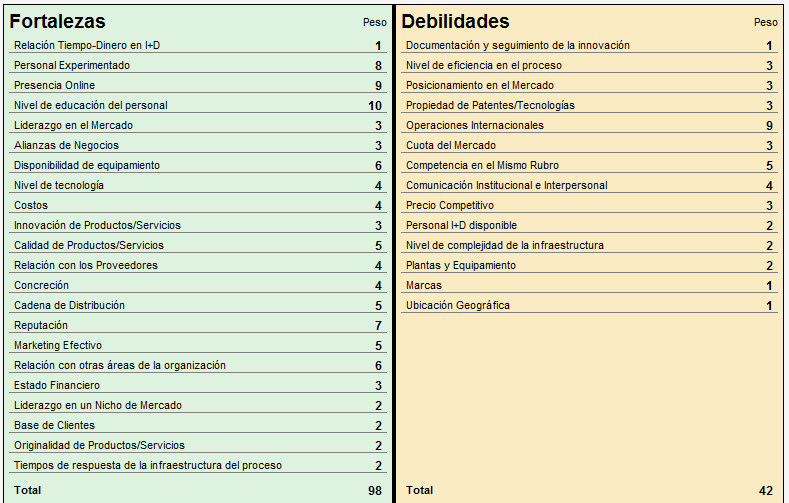


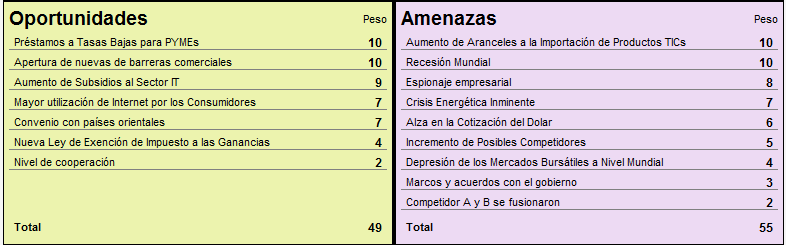
**Factores Externos**



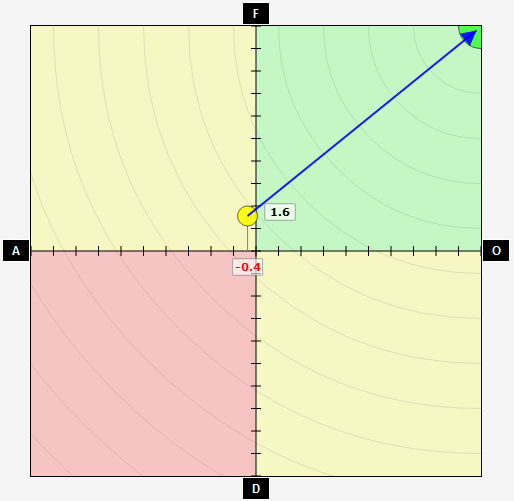


La matriz por cuadrantes puede verse resumida y completa de la siguiente manera:





**Grafico FODA**



El gráfico muestra el promedio de los factores para el eje Debilidades - Fortalezas (eje vertical) y Amenazas-Oportunidades (eje horizontal).

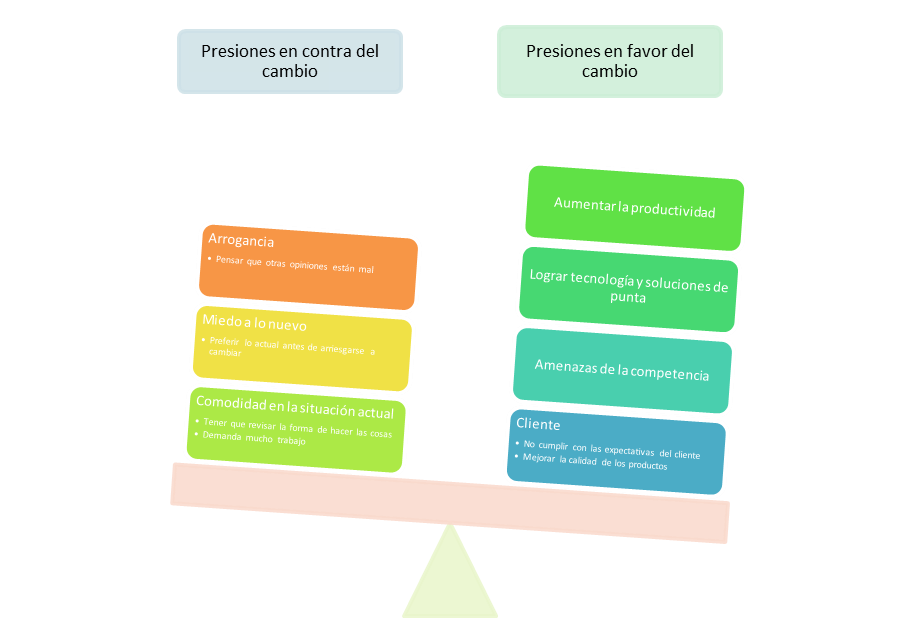
La flecha azul indica el vector estratégico hacia la situación óptima, marcada con el círculo verde en el ángulo superior derecho del diagrama.

La situación actual de la organización se muestra con el círculo amarillo. Los objetivos estratégicos que se establezcan apuntarán a mejorar la situación paulatinamente.

Los círculos concéntricos sirven para visualizar mejor el avance a lo largo del tiempo.

**1.2. Presiones a favor y en contra del cambio**

Los siguientes son los ítems y razones generales, que creemos importantes analizar y tener en cuenta a la hora de evaluar el “cambio”. Por cambio entendemos la transición de un estado a otro ya sea en términos de recursos, situación económica-financiera, medidas de producción, etc. Lo más importante puede verse descripto muy en general en el siguiente gráfico, que pone en evidencia de una manera agradable al usuario final o gerente qué cosas intervienen, como motivos o consecuencias, a la hora de hablar de cambio.



**1.3.**

Como 3er ítem previo a la definición de la estrategia competitiva, se realiza un estudio analítico de los clientes tanto externos como internos. Esto nos permitirá en un futuro redefinir metas u objetivos o bien ajustar nuestra manera de hacer las cosas en base a las necesidades del cliente.

**1.4.**

**Relación con otras áreas de la organización**

**Nota:** Se plasma la relación con otras áreas tabularmente y con una escala del 1-5 siendo 1: relación nula y 5: relación fuerte.

|  |  |
| --- | --- |
| Área | Relación |
| Teleinformática | **2** |
| Desarrollo y mantenimiento de sistemas | **4** |
| Hardware y equipamiento | **3** |
| Soporte a usuarios | **2** |
| Nuevos proyectos TI | **5** |
| Administración | **4** |
| Seguridad TI | **3** |
| Auditoría | **5** |
| Gestión de datos | **3** |
| Nuevas TI | **4** |
| Dirección TI | **5** |

Se ha elegido el área de Auditoría para dejar plasmado la siguiente estrategia de negociación.

Antes de presentarla, esta es la información previa que manejamos como área de producción antes de asistir a la sesión. Ésta es vital para poder sacar provecho de toda oportunidad o ventaja que descubramos en el trato con la otra persona y así poder lograr un acuerdo que nos beneficie lo más posible.

|  |  |
| --- | --- |
| Ítem | Información |
| Contraparte |  |
| ¿Gustos y Preferencias Personales? |  |
| Relaciones Internas |  |
| Horario de la Negociación |  |

**Situación Problemática:**

**Guía de Resolución (Paso a Paso):**

**Conclusiones:**

# Estrategias Competitivas

De los 3 tipos de estrategias competitivas descriptas por Michael Porter, Profesor de la Harvard Business School en 1980 (de costos, diferenciación y enfoque), se ha concluido aplicar una estrategia de costos.

* Hacer una inversión inteligente y estudiada en I+D para obtener la última tecnología en asistencia a la producción, con el objetivo de mejorar las metodologías y sistemas de producción y con esto consecuentemente reducir los costos, poder bajar los precios para posicionarnos como competidores a nivel de precios, y ofrecer un producto-servicio de última generación, novedoso y atractivo para el cliente.

Estos 3 items pueden desglosarse más específicamente en las siguientes actividades.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tarea | Fecha Inicio | Fecha Fin |
| Análisis de las metas iniciales del área |  |  |
| Estudio de los resultados |  |  |
| Fijación de metas y objetivos nuevos relacionados con la nueva estrategia competitiva |  |  |
| Encuestas y evaluación del personal |  |  |
| Estudio de Costo – Beneficio del área completa |  |  |
| Elección de Proveedor |  |  |
| Revisión de la infraestructura actual (Hardware) |  |  |
| Revisión de la infraestructura actual (Edilicia) |  |  |
| Selección de Estrategia de Producción |  |  |
| Evaluación de Posible Reingeniería (Área) |  |  |
| Revisión del Stock necesario para el proceso |  |  |
| Implementación de Reingeniería |  |  |
| Documentación del nuevo proceso |  |  |
| Implementación de nueva estrategia de costos |  |  |
| Control y análisis continuo |  |  |