

Marsans Argentina

Grupo R2

25 de noviembre de 2009

1 Información General de la Empresa

2 Problemas identificados

3 Propuesta de Cambio

4 Conclusiones



Historia de la empresa

- Marsans internacional es fundada en 1908 en la ciudad de Barcelona, Espania.

Historia de la empresa

- Marsans internacional es fundada en 1908 en la ciudad de Barcelona, España.
- Comienza siendo una empresa viajes y turismo minorista.

Historia de la empresa

- Marsans internacional es fundada en 1908 en la ciudad de Barcelona, España.
- Comienza siendo una empresa viajes y turismo minorista.
- Con los años comienza a expandirse por el mundo, fundando filiales.

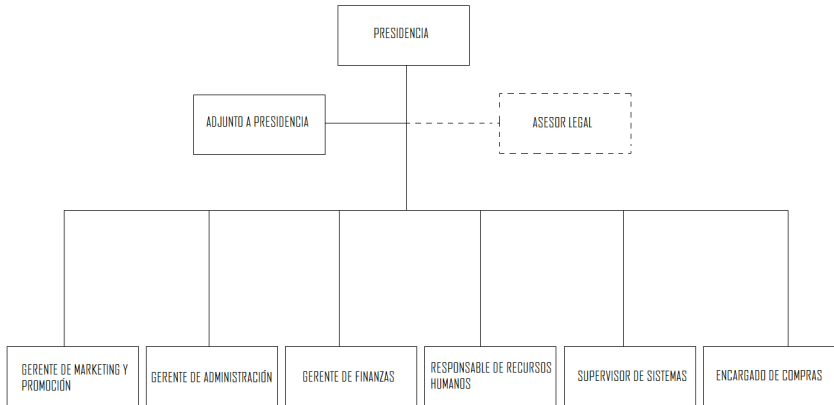
Historia de la empresa

- Marsans internacional es fundada en 1908 en la ciudad de Barcelona, España.
- Comienza siendo una empresa viajes y turismo minorista.
- Con los años comienza a expandirse por el mundo, fundando filiales.
- Llega a la Argentina y comienza a tener mucho éxito. Este llega a su pico máximo durante el período de convertibilidad.

Historia de la empresa

- Marsans internacional es fundada en 1908 en la ciudad de Barcelona, España.
- Comienza siendo una empresa viajes y turismo minorista.
- Con los años comienza a expandirse por el mundo, fundando filiales.
- Llega a la Argentina y comienza a tener mucho éxito. Este llega a su pico máximo durante el período de convertibilidad.
- En los últimos años, más precisamente en el 2008, Marsans Argentina atraviesa una crisis, la cual pone en jaque su existencia.

Organigrama de la Empresa



Diseño y Cambio Organizacional

Necesidad de Reestructuración

Manejo Departamental

Falta de Confianza en la dirección General

Diseño y Cambio Organizacional

Necesidad de Reestructuración

- Estrato directivo sobredimensionado.
- Estructura inadecuada luego de importantes recortes de personal
- Incertidumbre de los empleados en cuanto a las funciones que deben desempeñar

Manejo Departamental

Falta de Confianza en la dirección General

Diseño y Cambio Organizacional

Necesidad de Reestructuración

- Estrato directivo sobredimensionado.
- Estructura inadecuada luego de importantes recortes de personal
- Incertidumbre de los empleados en cuanto a las funciones que deben desempeñar

Manejo Departamental

- Falta de comunicación y colaboración entre las distintas áreas y utilización de canales informales

Falta de Confianza en la dirección General

Diseño y Cambio Organizacional

Necesidad de Reestructuración

- Estrato directivo sobredimensionado.
- Estructura inadecuada luego de importantes recortes de personal
- Incertidumbre de los empleados en cuanto a las funciones que deben desempeñar

Manejo Departamental

- Falta de comunicación y colaboración entre las distintas áreas y utilización de canales informales

Falta de Confianza en la dirección General

- Falta de conducción y estrategia indefinida

Ingeniería del Producto

Problemas para generar valor agregado

Malas inversiones comerciales

Falta de flexibilidad Frente a las fluctuaciones del mercado.

Ingeniería del Producto

Problemas para generar valor agregado

- No se utilizan los resultados de Investigaciones de Marketing.
- Falta de integración entre los trabajos de distintos departamentos

Malas inversiones comerciales

Falta de flexibilidad Frente a las fluctuaciones del mercado.

Ingeniería del Producto

Problemas para generar valor agregado

- No se utilizan los resultados de Investigaciones de Marketing.
- Falta de integración entre los trabajos de distintos departamentos

Malas inversiones comerciales

- Esfuerzos dispersos en demasiados productos

Falta de flexibilidad Frente a las fluctuaciones del mercado.

Ingeniería del Producto

Problemas para generar valor agregado

- No se utilizan los resultados de Investigaciones de Marketing.
- Falta de integración entre los trabajos de distintos departamentos

Malas inversiones comerciales

- Esfuerzos dispersos en demasiados productos

Falta de flexibilidad Frente a las fluctuaciones del mercado.

- No se implementaron cambios en los productos ofrecidos a pesar de la crisis.

Marketing

Imagen Comercial

Mal concepto de la empresa luego del escándalo de Aerolíneas Argentinas



Inestabilidad Financiera

Atraso en el pago de sueldos.

Disconformidad de los recursos

Inestabilidad Financiera

Atraso en el pago de sueldos.

Disconformidad de los recursos

Despidos masivos para reducir costos.

Incertidumbre, falta de entusiasmo y responsabilidad

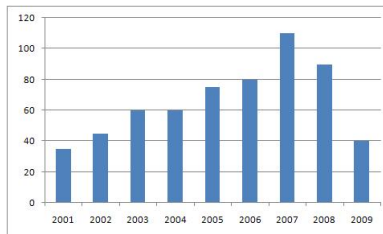


Figura: Empleados Efectivos

Estrategia Propuesta

- Reducir la estructura de la empresa.

Estrategia Propuesta

- Reducir la estructura de la empresa.
- Centrar a la empresa en pocos productos.

Estrategia Propuesta

- Reducir la estructura de la empresa.
- Centrar a la empresa en pocos productos.
- Motivar al personal.

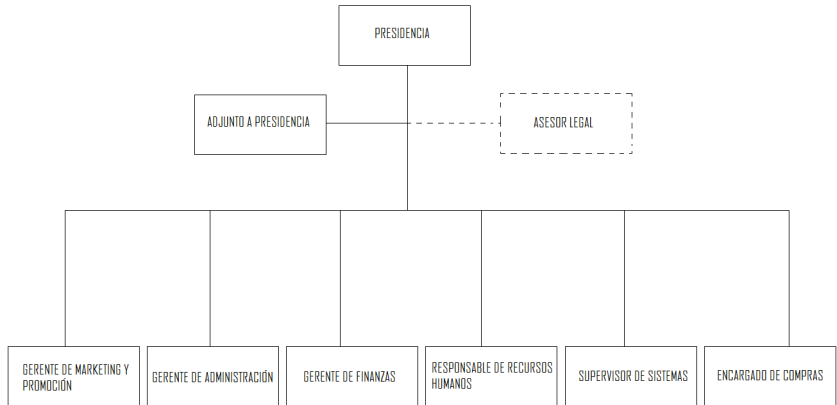
Estrategia Propuesta

- Reducir la estructura de la empresa.
- Centrar a la empresa en pocos productos.
- Motivar al personal.
- Redistribuir la fuerza de trabajo entre las distintas áreas.

Estrategia Propuesta

- Reducir la estructura de la empresa.
- Centrar a la empresa en pocos productos.
- Motivar al personal.
- Redistribuir la fuerza de trabajo entre las distintas áreas.
- Evitar la pérdida de personal con inducción y la contratación de personal poco capacitado y/o sin experiencia.

Organigrama de la Empresa



Propuestas respecto el diseño organizacional

- Fusión de la Gerencia de Finanzas y la de Administración en una que abarcaría las áreas de Recursos Humanos, Sistemas y Finanzas

Propuestas respecto el diseño organizacional

- Fusión de la Gerencia de Finanzas y la de Administración en una que abarcaría las áreas de Recursos Humanos, Sistemas y Finanzas
- Creación de una Gerencia de Producto que abarque las áreas de Planificación y compras.

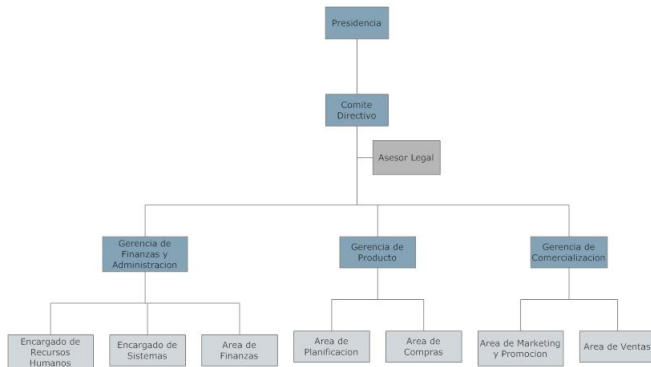
Propuestas respecto el diseño organizacional

- Fusión de la Gerencia de Finanzas y la de Administración en una que abarcaría las áreas de Recursos Humanos, Sistemas y Finanzas
- Creación de una Gerencia de Producto que abarque las áreas de Planificación y compras.
- Creación de una Gerencia de Comercialización que nucleee el área de Marketing y Promoción y la de Ventas.

Propuestas respecto el diseño organizacional

- Fusión de la Gerencia de Finanzas y la de Administración en una que abarcaría las áreas de Recursos Humanos, Sistemas y Finanzas
- Creación de una Gerencia de Producto que abarque las áreas de Planificación y compras.
- Creación de una Gerencia de Comercialización que nucleee el área de Marketing y Promoción y la de Ventas.
- Creación de un Comité Directivo para mejorar el proceso de toma de decisiones. El Asesor Legal esta vinculado con el comité, perdiendo comunicación directa con la presidencia.

Organigrama Propuesto para la Empresa



Cambios no estructurales propuestos

Ingeniería de Producto

Imagen Comercial.

Cambios no estructurales propuestos

Ingeniería de Producto

- Integración del trabajo del area de ventas y del de Marketing y promoción dentro de la Gerencia de Comercialización.
- Análisis intensivo de mercado para crear nuevos productos.
- Concentrar esfuerzos en pocos productos

Imagen Comercial.

Cambios no estructurales propuestos

Ingeniería de Producto

- Integración del trabajo del area de ventas y del de Marketing y promoción dentro de la Gerencia de Comercialización.
- Análisis intensivo de mercado para crear nuevos productos.
- Concentrar esfuerzos en pocos productos

Imagen Comercial.

- Cambio de nombre de la empresa.

Conclusiones

1 Consistencia

Conclusiones

- 1 Consistencia
- 2 Dinamismo

Conclusiones

- 1 Consistencia
- 2 Dinamismo
- 3 Motivación

Conclusiones

- 1 Consistencia
- 2 Dinamismo
- 3 Motivación
- 4 Planeamiento