

PRÁCTICA PROFESIONAL 2014

DIAGNÓSTICO

Las presentes pautas son un modelo de referencia, pudiendo adaptarse o enriquecerse con la información recabada en el contacto con cada una de las organizaciones.

El objetivo general del diagnóstico es determinar las características del microentorno en el que se desarrollará el proyecto de la PP.

Al finalizar el diagnóstico se estará en condiciones de decidir cual será el Planteamiento del problema (proyecto/ intervención a desarrollar por el estudiante).

Contenido (sugerido)

Este diagnóstico se presentará en una primera instancia en una carpeta A4, luego se incluirá un resumen de cada uno de los puntos del mismo en la carpeta A3 de informe final.

En lo posible incluir imágenes y diagramas que faciliten la rápida comprensión de los elementos presentados.

1. Breve historia de la organización (y programa dentro de la organización si corresponde)

Cuando fue creada, con que objetivos, por quienes, con que apoyo, evolución reciente, etc.

2. Funcionamiento de la organización:

¿Como se gobierna la empresa/ organización? (organigrama)

¿Como se toman las decisiones importantes?

¿Cual es el nivel de formalización?

¿Cuales son los principales "clientes¹" de lo que la organización hace?

¿Cuales son los públicos importantes para la organización?

Comunicaciones internas y externas.

Características culturales de las personas que trabajan en la organización.

Cultura organizacional. Cantidad de personas que trabajan y sus modalidades de vínculo (contratados, voluntarios, etc.).

Planificación estratégica (misión, visión, ciclo-plazo, renovación, quienes participan, etc.)

Nuevos proyectos. ¿Como se elaboran? Criterios a cumplir para nuevos proyectos.

3. Contexto de la organización:

Elementos principales del ambiente en el que la organización desarrolla sus actividades², especialmente si significa una oportunidad o una amenaza para la organización y sus productos.

Regional - geográfico

Ambiental

Social

¹ Los clientes son quienes reciben lo que la organización produce. No necesariamente son compradores o usuarios directos.

² En los casos que corresponda, a los efectos de estudiar problemáticas complejas se sugiere la utilización del modelo "árbol de problemas", intentando aclarar cuales son las causas y los efectos vinculados a la misma.

Económico
Político-institucional
Legal (Reglamentaciones o legislación relevante)

4. Entorno productivo:

¿Cuales son los principales productos que ha hecho y hace la organización?
¿Qué tecnologías usan y han usado (línea de tiempo)?
¿Tienen asociaciones o vínculos con otras organizaciones?
Relacionamiento con proveedores (mecanismos de compra, recepción de donaciones, criterios utilizados)
¿Como se gestionan los procesos productivos? (gestión de la calidad, documentación de procesos, planes operativos)
Disponibilidad / calidad de los recursos existentes.
Recursos físicos.
Recursos humanos.
Principales materias primas /insumos utilizados.
Desperdicios generados en el proceso productivo.
Nivel de aprovechamiento de los materiales utilizados.
Problemas/oportunidades detectados.

5. Entorno de marketing:

¿Quienes son los usuarios de los productos o servicios de la organización?
¿Cuántos son? (evolución y previsiones)
¿Como se comunican con ellos? (posicionamiento, marcas, nivel de reconocimiento, etc.)
(tipos de medios utilizados, gasto realizado)
¿Cual es el grado de satisfacción de los usuarios con el producto/servicio actual?
¿Como acceden al producto/servicio?
Precio, políticas y estrategias (si corresponde)
Sustitutos – Competencia (ventajas, desventajas)
Problemas/ oportunidades detectados.

6. Opcional- Entorno Económico financiero:

Volumen de transacciones por año
Origen del financiamiento
Evolución pasada y prevista
Nivel de disponibilidad de recursos (¿es una restricción importante?)
Posibles fuentes de financiamiento para nuevos proyectos.
Proyectos en curso, criterios a cumplir para la toma de decisiones.
Problemas /oportunidades detectados

7. Conclusiones:

FODA
Oportunidades de intervención detectadas
Requisitos generales y/o particulares de algunos productos