

Herramienta de Análisis de Redes

-Documento interno público-

La idea es desarrollar una metodología para analizar las relaciones entre la empresa y terceros (personas o empresas) relacionadas con importancia estratégica.

Definir quien es quien a la hora de negociar o conceder condiciones es sumamente importante para medir el posible impacto –ya sea positivo o negativo- de nuestras decisiones.

PRIMERO -Grupos

En primer lugar debemos definir cuales son los “grupos o categorías” de empresas y personas relacionadas, de importancia estratégica.

Para esto puede comenzarse analizando la cadena de valor del sector, definiendo los eslabones inmediatamente superiores e inferiores para lograr una primera idea de quienes pueden ser nuestros aliados importantes para agregar valor a nuestra función dentro de la cadena.

En general, los grupos podrían ser

a-Accionistas o Inversores

Entiendase por accionistas o inversores todas aquellas empresas o personas que participan financieramente del nuestro negocio, cuyo aporte es significativo para el funcionamiento de nuestra empresa.

b-Proveedores Hard

Estas serían todas aquellas empresas o personas que aportan bienes, materias primas, componentes, cuyas acciones o voluntades impactan sobre los resultados de nuestra función en la cadena.

c-Proveedores Soft

Estos son empresas o personas que aportan servicios con contenido intelectual “Conocimientos”.-

d-Cadena Comercial

Estos están compuestos por todas las empresas o personas que directa o indirectamente participan de la venta de nuestro producto final. Sean comerciantes independientes, consecionarios, distribuidores, procesadores, y todos aquellos que hacen posible la llegada de nuestro producto final al usuario. La mayoría de las empresas o personas de este grupo, en base a sus voluntades y predisposición, tienen un gran impacto sobre nuestros resultados puesto que el fin de todo es hacer llegar lo que hacemos al usuario final en condiciones convenientes.

SEGUNDO - Conocimientos:

En todos los casos, las empresas o personas relacionadas poseen conocimientos que vuelcan a sus actividades. Ya sea un producto o un servicio, este contiene los conocimientos de quien lo desarrolló y/o quien lo provee. Este es un punto importante que afecta el valor actual del producto o servicio y seguramente impactará sobre la

evolución del valor (valor de ese componente dentro de nuestras actividades) de ese producto o servicio. La calidad de los productos y servicios de las empresas o personas relacionadas tienen un impacto directo en nuestras actividades puesto que componen nuestro producto final o bien, la eficiencia con la que se logra ese producto. Desde este punto de vista se evalúan todas las empresas relacionadas analizando los conocimientos aplicados y los posibles desarrollos futuros.

TERCERO – Predisposición / estabilidad

Existe la posibilidad de que haya empresas con mucho conocimiento, que provean elementos esenciales, y que aún así no tengan la voluntad de perseguir un fin común de manera constante. En general, el fin de todas las empresas es crecer. Cuando este crecimiento se va dando genera mejor predisposición y mayor estabilidad pero aún así, hay que evaluar y proyectar quienes son los apoyos firmes que aportarán al crecimiento.

CUARTO – Clasificación

Basándonos en los análisis anteriores, podemos clasificar la importancia relativa de todas las empresas relacionadas, subdivididas en grupos, considerando el conocimiento y la predisposición. Esto podría resumirse en “Grado de Relación” puesto que seguramente a mayor conocimiento para ofrecer y mayor predisposición para ofrecerlo generará una relación más intensa, así como bajos conocimientos, mala predisposición o inestabilidad generarán una relación sin muchas perspectivas.

Tomando una escala de 1 a 10 (siendo 10 una relación muy intensa), se le asigna un valor a cada empresa dentro de los grupos predefinidos previamente. Esto debe realizarse con la mayor celeridad posible, considerando todos los aspectos relevantes, considerando todos los aportes (realizados o proyectados) de cada empresa o persona. El análisis sobre cada empresa debe ser amplio sin limitarse al producto o servicio brindado ni la intencionalidad de los aportes.

QUINTO - Volumen

Cambiando de óptica, el otro aspecto a considerar es el volumen relativo que cada una de las empresas o personas. Qué participación tienen sus actividades en nuestra empresa. Para esto habrá que valorar los aportes, en este caso considerando los bienes y servicios como tales, midiéndolos contra nuestro producto final y definiendo que qué grado estos confirman nuestro producto.

Utilizando una escala de 1 a 10 (siendo 10 el 100 %) se clasifican todas las empresas en base al volumen relativo que representan dentro de nuestras actividades.

SEXTO – Gráfico de relaciones entre empresas

De esta forma, se obtiene una clara imagen de las empresas más cercanas y estratégicamente importantes (las empresas más importantes son las localizadas en el centro del gráfico). Esta información es vital para tener claro con quien se está negociando, sabiendo cuáles son los aportes reales de la contraparte.

.- PENDIENTE DE CONCLUSION .- 8/2007

Gráfico de relaciones entre empresas

