

**ESTRATEGIA DE MARKETING ORGANIZACIONAL PARA EL
DESARROLLO Y FORTALECIMIENTO DEL SENASA**

**Trabajo científico libre para la obtención del grado de Magíster
en Marketing Internacional de la Escuela de Posgrado de
Marketing Internacional de – Facultad de Ciencias Económicas –
Universidad Nacional de La Plata**

**Profesor Director de Tesis:
Prof. Dr. Eduardo Rafael Pons**

**Presentado por:
Julián Bover**

**Calle 63 N° 943
(1900) La Plata**

Fecha de entrega: 15 de septiembre de 2004

➤ INDICE TEMATICO

ALCANCE	4
Introducción	5
Análisis FODA	15
TRANSFERENCIA DEL KNOW HOW EN EL SENASA.	19
Fundamento y Justificación del proyecto	19
Consideraciones Generales.....	22
Objetivos	25
Condiciones necesarias previas	25
Metodología de la implementación	26
Selección de líderes	26
Monitoreo, control y Evaluación	30
Impacto esperado de la aplicación del Programa	31
MODERNIZACION DE LA BUROCRACIA	32
Fundamento y Justificación.....	32
Objetivos	33
Informatización Inteligente.....	33
Gestión.ar.....	33
Reingeniería de la concepción administrativa	34
Metodología de la Implementación	34
Instrumentos Necesarios	39
DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA	41
Comunic@R.....	41
Fundamentos y Justificación.....	41
Consideraciones Generales.....	42
Instrumentos Necesarios	43
Objetivos	44
Comunicación Estratégica.....	44
Soportes	44
Comunicar para integrar	44
Identidad Corporativa	44
Metodología de la Implementación	45
Modelo de Comunicación Institucional. Ejemplo	45
Plan de Comunicación Interna. Metodología	46
Las Instancias Presenciales	48
Instancias de divulgación presencial:	49
Desarrollo de un dispositivo de integración regional	50
CRONOGRAMA Y ASIGNACION DE RECURSOS.....	51
Fuente de Recursos.....	51

INSTANCIA DE SENSIBILIZACION	51
ETAPA I	52
ETAPA II	53
Programa “Transferencia del Know how SENASA”	53
Programa “Modernización de la Burocracia”	54
Programa “Desarrollo de la Comunicación Interna”	55
Programa “Transferencia del Know how SENASA”. Segundo período	56
Programa “Modernización de la Burocracia”. Segundo período	57
Programa “Desarrollo de la Comunicación Interna”. Segundo período	58
OBSERVACIONES:	60
BIBLIOGRAFÍA	61