



REUNION DE DISCUSION DE AVANCES DE LA PRACTICA PROFESIONAL DE LA

En el marco de la **Práctica Profesional de la Licenciatura en Administración**, se invita a docentes, estudiantes y personas interesadas a la **Reunión de Discusión del Instituto de Administración** que se realizará el día **Miércoles 30 de Octubre de 2019 de 20:00 a 21:30 horas en el Aula 15** de la Facultad de Ciencias Económicas. Se discutirán los avances de los siguientes trabajos:

Hora	Título del Trabajo
20:00	“Diseño e implementación de metodología para la optimización del Go To Market (G2M) basada en el Costo de Servir (C2S)” Alumno: Heluani, Matias Tutor: Medina Galvan, Marcelo Enrique
20:15	“Implementación de un nuevo sistema de información para una clínica oncológica” Alumno: Guyot, José Agustín Tutora: Rodríguez, Fernanda
20:30	“Formalización y Estandarización del Departamento de Respuestas” Alumno: Novillo, Agustín Tutor: Assaf, Diego
20:45	“Big Data y Analítica de Negocios en la Gestión Organizacional y Empresarial: aplicaciones y casos de estudio” Alumna: Passini, Rosario Lourdes Tutor: Medina Galván, Marcelo Enrique
21:00	“Herramientas estadísticas para la toma de decisiones” Alumno: Arnone, Miguel Tutor: García, Javier

Se adjuntan los Resúmenes de los Trabajos. Esperamos contar con su presencia.

Mg. Jorge Rospide
Lic. Marcelo Medina
Instituto de Administración



“Diseño e implementación de metodología para la optimización del Go To Market (G2M) basada en el Costo de Servir (C2S)”

Alumno: Heluani, Matias

Tutor: Medina Galvan, Marcelo Enrique

Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo la elaboración y aplicación de una metodología que permita realizar el control de gestión del Cost to serve de PepsiCo Uruguay, una importante empresa de snacks con sede en Montevideo, en vistas de optimizar el desempeño de su estrategia de Go to Market.

En este sentido, se entiende por Go to Market al *“plan estratégico que lleva a cabo una organización que busca, mediante el uso de sus recursos, el entregar una propuesta de valor única para sus clientes para conseguir una ventaja competitiva y mejorar su consecuente market share”*. En cuanto a Cost to serve, es una metodología de costeo para medir la rentabilidad de los clientes a partir de las actividades llevadas a cabo para llevar la propuesta de valor a dichos clientes y los costos derivados de dichas actividades.

Motiva este estudio de caso la inexistencia de un sistema que permita medir el desempeño de la gestión de Go to Market que llevan a cabo en PepsiCo. Por lo que el objetivo final de este trabajo es lograr no solo el desarrollo de un cuadro de mando con sus respectivos indicadores, sino también implementarlos y provocar en la organización un cambio cultural orientado hacia los objetivos para el Go to Market, lo cual supone un gran desafío para cualquier organización.

Para el desarrollo de dicho trabajo, se utilizará una metodología de investigación de enfoque mixto de diseño concurrente, con preponderancia en la investigación-acción, puesto que lo que se busca es comprender y resolver una problemática presente en la empresa bajo estudio. Esencialmente lo que se pretende es aportar la información que propicie la mejora en la toma de decisiones, los procesos y estructuras organizacionales, a partir de la aplicación de teorías y mejores prácticas.

Bajo este marco, se plantea realizar dicho trabajo bajo una perspectiva técnico-científica, integrada por tres etapas o fases principales.

En una primera instancia se procedió con la inmersión inicial para comprender a fondo la estructura y diseño de las operaciones actuales de PepsiCo Uruguay, con el fin de entender la cadena de valor hacia sus clientes. A su vez se realizó la recolección de datos necesarios para lograr una correcta conceptualización de la problemática actual. Dicha recolección de datos se llevó a cabo a partir de entrevistas con los principales actores.

En una segunda etapa se procederá a la elaboración de un reporte con la modelización de la operatoria de la empresa, se analizará la información y se realizará un documento con la propuesta del sistema de control de gestión para llevar a cabo.

Por último, se llevará a cabo una evaluación de la implementación del plan y se analizarán los resultados obtenidos para realizar una devolución final a los stakeholders.

Palabras Claves: Gestión - Go To Market - Cost to Serve - Indicadores - Desempeño



“Implementación de un nuevo sistema de información para una clínica oncológica”

Alumno: Guyot, José Agustín

Tutora: Rodríguez, Fernanda

Resumen

Este trabajo consiste en la implementación de un sistema de información para una clínica oncológica, donde se observa actividades en el área de recepción que buscaremos poner foco con el objetivo de tener un mayor control en los procesos. Por lo tanto, el problema principal es la deficiencia en la realización de los procedimientos básicos de la administración general de la empresa. Es por ello que considero necesario definirlos claramente para que, a partir de estos, sea posible mejorarlos.

El objetivo general del trabajo es **planear e implementar un nuevo sistema de información en la Clínica Exelsus** con el fin de eficientizar y optimizar los procesos y la organización de la empresa.

Los objetivos específicos son.

- Realizar un diagnóstico de la situación actual de la empresa en sus procesos y formas de operar.
- Identificar las fallas que se presentan en los procesos de la empresa.
- Realizar una propuesta a la gerencia sobre la implementación de un sistema de información a modo de integrar todos los procesos dentro de la empresa.
- Desarrollar herramientas para estandarizar procesos dentro del sistema

El trabajo tendrá un enfoque cualitativo, donde se aplicarán métodos tanto generales como específicos. Dentro de los métodos específicos se optará por el método observacional. Utilizando técnicas como la entrevista y la observación directa.

El diseño metodológico del trabajo es el de investigación-acción, diseño basado en el posicionamiento de intervención donde se busca transformar la realidad a través de dos procesos: conocer y actuar.

En cuanto a los resultados que vamos obteniendo, se completaron 3 de los objetivos específicos planteados ya habiendo realizado un diagnóstico de la situación actual de la empresa, posteriormente se detectaron las fallas en los diferentes procesos y por último se realizó una propuesta formal a la gerencia. Para finalizar el trabajo, se deberán realizar los manuales correspondientes de los procesos para estandarizar y formalizar los mismos.

Palabras Clave: Optimizar – Procesos – Implementar – Manual de procedimientos.



“Formalización y Estandarización del Departamento de Respuestos”

Alumno: Novillo, Agustín

Tutor: Assaf, Diego

Resumen

En estos días tener un proceso estandarizado es una herramienta que da ventajas competitivas a emprendedores y empresas de todos los tamaños. No sólo permite conocer a fondo el negocio, sino también a establecer indicadores que guiarán todas sus actividades.

La idea principal de este trabajo es formalizar y estandarizar el departamento de Repuestos de la empresa Zafra S.A. Esto se debe a que encontramos como problema la falta de formalización de las funciones de los distintos puestos y de los procedimientos del sector. Lo que generaba como consecuencia una ineficiencia en la actividad de la organización.

El objetivo general es identificar y definir las funciones de los distintos empleados del área de Repuesto y estandarizar el proceso de compras, ventas y almacén de repuestos. Los objetivos específicos son:

- Identificar las diferentes actividades del área comercial.
- Realizar entrevistas a los distintos empleados del departamento de Repuestos para conocer las tareas que llevan a cabo.
- Redactar un manual de funciones. Que sirva de guía y capacitador en el desarrollo de las tareas.
- Redactar un manual de procedimientos de compras, ventas y almacén de repuestos.
- Modelar el proceso de compras.
- Desarrollar un paso a paso de las tareas del auxiliar de compras.

Este trabajo será de enfoque cualitativo. El método específico más apropiado es el observacional ya que las técnicas a utilizar serán la observación directa y las entrevistas semi- estructuradas.

El diseño metodológico es fenomenológico ya que buscamos capturar la forma en que las personas en contextos naturales experimentan sus vidas y los significados que le atribuyen. Sin buscar una explicación.

Hasta el momento se llevo adelante el relevamiento de datos a través de entrevistas semi estructuradas a los empleados correspondientes. Con esta información se pudo conocer las distintas tareas que llevan a cabo y elaborar los manuales de funciones. Por consiguiente, se detectaron y definieron los procesos de compra, venta y almacén de repuestos. Los cuales serán formalizados, estandarizados y modelados.

PALABRAS CLAVES: Formalizar- Estandarizar- Funciones- Procedimientos- Cualitativo.



**“Big Data y Analítica de Negocios en la Gestión Organizacional y Empresarial:
aplicaciones y casos de estudio”**

Alumna: Passini, Rosario Lourdes
Tutor: Medina Galván, Marcelo Enrique

Resumen

Analizar datos permite a las organizaciones enriquecer la información que tienen disponible con la finalidad de poder comprender el porqué de determinados comportamientos y mejorar la capacidad para poder predecirlos, el análisis y la gestión de esta información facilitan la toma de decisiones y la creación de ventajas competitivas. Por esta razón, resulta necesario contar con herramientas que ayuden a examinar los datos existentes que posibiliten establecer ciertas relaciones y comparaciones entre diversas variables que permitan al interesado adelantarse al futuro. En este trabajo se hace uso de una base de datos que contiene una recopilación de encuestas de satisfacción de usuarios de los cursos de extensión del Instituto de Administración en la Facultad de Ciencias Económicas de la UNT donde se pretende aplicar herramientas tanto cualitativas como cuantitativas para la gestión de la información. Con respecto a los métodos cuantitativos se prevé el empleo del análisis univariado, bivariado y/o multivariado para la recopilación y evaluación de los datos. Como método cualitativo se dispone la utilización de la etnografía, estudio de casos e investigación documental. El cumplimiento de este proyecto estima el paso por las siguientes etapas: lectura del material bibliográfico, revisión de la base de datos y definición del problema, recolección de la información, identificación y aplicación de técnicas, análisis e interpretación de los resultados, presentación de los resultados

Resultado parciales para discutir:

- Aplicación de análisis factorial (con 5 factores) en la base de datos del curso “Desarrollo de habilidades gerenciales”
- Se examinan las percepciones sobre 10 atributos para: comprender si estas percepciones pueden ser agrupadas y reducir las variables a un número menor.
- Finalidad: comprender lo que los usuarios piensan del curso.
- Se muestra que las variables más importantes son: Calificación del taller en general, diferencia de conocimiento entre inicio y final, lugar del taller, ritmo y dinámica del taller, utilidad práctica del curso, temas tratados en el curso, cantidad de horas del taller
- Los 5 factores explican un 68,2% la variación de los datos

Palabras Claves: Analítica de Negocios, Big Data, Minería de Datos, Estadística



“Herramientas estadísticas para la toma de decisiones”

Alumno: Arnone, Miguel

Tutor: García, Javier

Resumen

Con el presente estudio se busca integrar una herramienta estadística para la toma de decisiones relacionadas con la mezcla de productos y con el mercado meta del negocio de comercialización de calzado femenino “ALMA”.

El problema surge a partir de la falencia de una estrategia comercial, lo que desemboca en decisiones relacionadas a la mezcla de productos (compra de calzado) basadas en la intuición y no en los verdaderos gustos de los consumidores. Es por ello que el objetivo planteado es generar, procesar e interpretar información relevante referida a los gustos, preferencias y características de los consumidores para fundamentar la toma de decisiones estratégicas y comerciales.

Para cumplir dicho objetivo general, se plantean los siguientes objetivos específicos: determinar las características relevantes de los consumidores, determinar los atributos del calzado de mayor influencia en la compra de los mismos, e identificar si existe relación entre ambos conceptos mediante el empleo de un análisis de correspondencia múltiple.

El estudio tiene un enfoque cuantitativo, en donde se analizarán variables categóricas a partir de un cuestionario autoadministrado.

En base a lo planteado anteriormente, se procedió a determinar cuáles eran las características relevantes de los consumidores, basándose principalmente en las características demográficas de los mismos. Acto seguido, se establecieron las medidas para cada variable para luego ser procesadas. En cuanto a los atributos del calzado, se actuó de la misma manera, determinando primero cuales son aquellas características que los consumidores consideran relevantes y, asimismo, la forma de medirlas para su posterior procesamiento.

Al establecer todas las variables, se redactó la encuesta piloto, la cual será provista a los consumidores de la Provincia de Tucumán mediante redes sociales, tales como facebook, instagram, whatsapp y demás por un tiempo determinado. Al terminar dicha encuesta, se procederá a conformar la encuesta definitiva, con la cual se obtendrá la información que el estudio precisa.

Palabras clave: variables, características, cuestionario, consumidores, TTDD.