



**REUNION DE DISCUSIÓN
AVANCES DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL DE LA
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN**

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 25 de noviembre de 2020, de 17:00 a 20:00 horas** en forma virtual por la plataforma Zoom.

(<https://us04web.zoom.us/j/2865708616?pwd=WXoxcEVtZlpyQUoyYzVNV0M1c1d2dz09>)

ID de reunión: **286 570 8616** Contraseña: **MIERCOLES**

Se discutirán los avances de los siguientes trabajos:

MIERCOLES 25/11	
Hora	Título del Trabajo
17:00	“Plan de Negocios: “Tulum Bikinis & More” Alumno: Ricci, Victoria María Tutora: Abbás, Virginia
17:20	“Plan de Negocios: Producción de biofertilizantes con bionanopartículas.” Alumno: Pillitteri, Antonella Tutor: Rospide Jorge
17:40	“Análisis e Implementación de un Software tipo CRM de gestión en una Empresa Inmobiliaria” Alumno: Najimov, Martín Tutora: Rodríguez, María Fernanda
18:00	“Análisis y Evaluación de Alternativas de Software en Empresa de soluciones industriales “PRONOA INGENIERÍA” Alumno: Pacífico, Gastón Cayetano Tutora: Rodríguez, María Fernanda



18:20	“Diseño de un Plan de Mejora para el Área productiva de la panadería <i>La Madrileña</i>”. Alumno: Sangenis Blazquez, Valentina Tutora: Gor, Natalia
18:40	“Reorganización de Procesos del Departamento Fiscalización en Rentas <i>Yerba Buena</i>” Alumno: Lobo Figueroa Suarez, Ariadna Tutor: Assaf, Diego
19:00	“Plan de negocio de <i>Concepto Store</i> tras la pandemia” Alumno: Pochat, Manuela Tutora: Mg. Fagre, Liliana
19:20	“Plan de Negocios: <i>GREEN</i>” Alumno: Laborda Delacroix, Agostina Tutor: Mg. Fagre, Liliana
19:40	“Modelo de Negocios: <i>ESTILO DECO</i>” Alumno: Hirth, Felicitas. Tutor: Mg. Fagre Liliana.

Se adjuntan los Resúmenes de los Trabajos.

Esperamos contar con su presencia.

Mg. Jorge Rospide

Lic. Marcelo Medina

Instituto de Administración



“Plan de Negocios: “Tulum Bikinis & More””

Alumno: Ricci, Victoria
María Tutor: Abbás,
Virginia **Resumen**

Introducción:

El emprendimiento creado por dos hermanas, Victoria y Paulina Ricci, actualmente se dedica a comercialización de bikinis, lencería femenina y velas aromáticas.

Tulum Bikinis & More se originó hace cuatro años y desde ese momento no para de crecer. En sus inicios comenzó con un stock muy reducido y vendiendo por encargo solo bikinis. Hoy, cuenta con un stock permanente, con un gran número de clientes fieles y seguidores en sus redes sociales. Recientemente incorporó su propia línea de lencería femenina y Velas aromáticas. El presente trabajo está orientado a la realización de un Plan de Negocios de Tulum Bikinis, que va a servir como guía para administrar el emprendimiento, desde la planeación, organización, control y evaluación.

Problema:

El emprendimiento inició en 2016 año a año fue creciendo. Sin embargo, el crecimiento del emprendimiento no es aprovechado en su totalidad, puesto que existe el problema de falta de una estructura formal de administración. Esto se ve favorecido por la falta de control de los procesos de este emprendimiento y falta de profesionalización.

Objetivos:

Objetivo general diseñar y desarrollar un plan de negocios para gestionar los procesos del emprendimiento estructurándolos y profesionalizándolos, para así lograr que no todo quede en el aire. Esto permitirá a Tulum bikinis conocer de manera transparente la situación actual y, así proyectar una situación futura.

Se plantean los siguientes objetivos específicos:

- Formalizar los procesos del emprendimiento
- Diseñar un programa para llevar un control de las ventas, que especifique que productos y talles se venden, para así poder crear una tendencia de cuáles son los talles más vendidos.
- Realizar informes con información relevante disponible capturada por los sistemas que se implementen.
- Formular estrategias de largo y corto plazo
- Establecer un control de inventarios.
- Analizar la frecuencia con la que se realizan los pedidos de productos.
- Registrar los egresos de las dueñas y establecer un límite mensual.
- Detectar cuáles son los productos más vendidos para poder asegurar su stock permanente.
- Aprovechar el auge del emprendimiento para seguir creciendo.



Metodología

Esta investigación se abordará desde un enfoque mixto. Positivista debido a que su principal objetivo es medir, evaluar y analizar variables cuantitativas. También se utilizará un enfoque cualitativo mediante entrevistas a las dueñas.

Resultados:

Hasta el momento los resultados obtenidos fueron los siguientes:

- Entrevistas a las dueñas donde se conoció la situación actual del emprendimiento.
- Se Definió la Visión, Misión y Valores del emprendimiento.
- Se realizó un Análisis FODA.
- el diagnóstico de la situación actual del emprendimiento, se detectaron ciertas falencias debido a la falta de profesionalización y formalización del emprendimiento.
- Se identificó la necesidad de implementar ciertas actividades de control y se procedió al diseño de planillas para registrar las ventas, compras y gastos para la realización futura de estados de resultados.
- Se desarrolló el modelo canvas.
- Se analizó el mercado, compañía, competencia y las distintas ramas de productos.

Palabras Claves: emprender – formalizar – profesionalización



“Plan de Negocios: Producción de biofertilizantes con bionanopartículas.”

Alumno: Pillitteri Antonella

Tutor: Rospide Jorge

Resumen

En este proyecto se realiza una participación con el PROIMI Instituto dependiente del CONICET en el marco de la convocatoria de presentación de proyectos PICT Start Up, el cual tiene como finalidad presentar proyectos de grupos de investigación para la biotransformación de residuos de agroindustriales con la finalidad de obtener un **biofertilizante** orgánico, destinado a la recuperación de suelos agotados. Como tal, el proceso de compostaje es sumamente conocido. Pero en este caso, se busca trabajar directamente con residuos industriales crudos, ensamblando la producción agrícola con el tratamiento de sus desechos para generar un producto de valor agregado; optimizar la biotransformación de los residuos a través del diseño de un catalizador orgánico que disminuya el tiempo del compostaje. Mediante metagenómica, identificar los géneros bacterianos y fúngicos cultivables predominantes durante la fase termófila del proceso de compostaje con la finalidad de llevar a cabo una bioaumentación; y por último complementar el biofertilizante producido con **bionanopartículas** que mejorarían la captación de nutrientes por la planta y/o ejercerían un control eco-amigable contra fitopatógenos.

El respectivo **plan de negocios** surge ante el desconocimiento y la oportunidad de transferir investigaciones, evaluar y orientar el posicionamiento del producto en el mercado, y para determinar las funciones tanto internas como externas del negocio.

Objetivo general: El objetivo general del trabajo de práctica profesional se enfoca en el análisis, evaluación y elaboración de un plan de negocios para el desarrollo de un producto innovador sobre biofertilizantes a base de bionanopartículas realizado por el CONICET a través del PROIMI.

Objetivos específicos: Para llevar a cabo el cumplimiento del objetivo general se plantearon los objetivos específicos.

- Aplicación de los conocimientos adquiridos en las materias Comercialización I, Comercialización II, Formulación y Evaluación de Proyectos, Dirección Estratégica I.
- Determinar un plan estratégico para el negocio.
- Definir un plan de marketing para el lanzamiento del producto.
- Detallar el plan financiero a seguir.

El procedimiento de análisis sobre el negocio se hará desde una metodología con enfoque mixto ya que procesaremos y analizaremos datos cuantitativos como cualitativos.

Resultados: Se realizó una descripción detallada del producto y sus aspectos diferenciales del mercado. En cuanto al **estudio de Mercado** se realizó un análisis del mercado, de la demanda y de sus respectivos productos competitivos, dentro del plan comercial se fijaron los precios y una estrategia de distribución y promoción. En cuanto a la **evaluación económica - financiera** se estimó un flujo de fondos que demuestra la rentabilidad del



producto. También se realizó un análisis de la demanda social debido al impacto positivo que genera el producto.

Se plantearon algunos aspectos del Plan de Negocios donde se podría mejorar y sacar dudas en la reunión de discusión sobre en los tópicos de discusión.

Tópicos de discusión:

- Características de la oferta.
- Demanda social.
- Flujo de Fondos.

Palabras claves: biofertilizante, bionanopartículas, plan de negocio, estudio de mercado, evaluación económica – financiera.



“Análisis e Implementación de un Software tipo CRM de gestión en una Empresa Inmobiliaria”

Alumno: Najimov, Martín

Tutor: Prof. María Fernanda Rodríguez

Resumen

En un mercado de constante crecimiento y alto nivel de competitividad como el mercado inmobiliario tucumano, es fundamental contar con los procesos y procedimientos internos a un alto nivel de rendimiento para poder hacer frente a la demanda y la competencia existente.

Analizando a mayor nivel de profundidad las operaciones de la empresa inmobiliaria, se encontró que existen varios “cuellos de botella” en los procedimientos actuales, como así también sistemas inadecuados, incorrecto seguimiento de los pedidos de los clientes y otros, relacionados en general, con las operatorias comerciales de atención al cliente que afectan el nivel de efectividad de la empresa a la hora de concretar operaciones de compra-venta o alquiler, provocando que la cantidad de operaciones concretadas actualmente sean inferiores al mínimo esperado por la empresa.

Para mejorar la eficiencia y eficacia en dichas operaciones y dar solución al problema, se planteó como objetivo, determinar e implementar un software haciendo énfasis en el área comercial. A continuación, se determinaron los requisitos y requerimientos del software, en donde, analizando y evaluando las alternativas encontradas, entre ellas, el desarrollo a medida, adquisición de un sistema On-Premise o la contratación de un Saas (Software as a service). Con un análisis de factibilidad y viabilidad, el cual incluye un análisis económico, técnico y operativo, se determinó que el Saas “INMOSOFT” es el software que responde al problema, los requerimientos planteados, las pretensiones de la empresa y que, además, ofrece una gran cantidad de funcionalidades adicionales que aportan a la gestión y operatorias de la empresa.

Para llevar a cabo su implementación, se armó un plan de acción e implementación, que sirve de guía y abarca los pasos a seguir, capacitaciones, los tiempos a tener en cuenta, estrategia que se utilizará, accesos de los usuarios, como así también información relativa a la seguridad de los datos y, por último, se determinó cómo será la prueba de “éxito” del sistema.

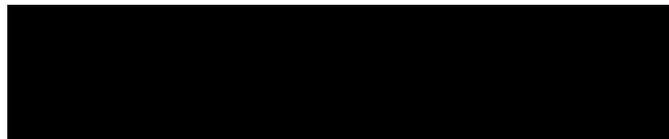
Con dicha implementación y uso del sistema en la empresa, se buscará cumplir con los objetivos y nivel de operatoria mínimos deseados por la empresa, con lo cual, se analizará al finalizar el periodo de evaluación, el grado de éxito logrado de la alternativa seleccionada.

Palabras Claves: Empresa inmobiliaria – Sistema de información – Operaciones – Eficiencia.



TOPICOS DE DISCUSIÓN:

- Que alternativa se considera mejor y más adecuada para la empresa, la situación actual y sus necesidades (Desarrollo a medida vs On-Premise vs Saas)?
- Se considera que una interfaz anticuada de un software que cumple con todos los requisitos del sistema planteados es un gran inconveniente a la hora de determinar si es la alternativa aplicable o no? Y a su vez, es mejor sacrificar funcionalidades de gestión de dicho caso para obtener una interfaz más nueva y reportes de gestión, seguimiento y estadísticas?
- Desarrollo de cursograma; al implementar el software cuenta con mínimas o nulas variaciones, inconveniente o ventaja a favor de la implementación?



Análisis y Evaluación de Alternativas de Software en Empresa de soluciones

industriales “PRONOA INGENIERÍA”

Alumno: Pacífico Gastón Cayetano

DNI: 38.745.594

Tutora: Rodríguez María Fernanda

Resumen

Los sistemas de información se han convertido en herramientas muy involucradas en las operaciones minuto a minuto y en el proceso de toma de decisiones de las organizaciones. Los mismos han producido cambios en las empresas, que van desde la gestión de sus recursos hasta la reducción de costos de operación.

Todas las empresas buscan de manera continua mejorar la eficiencia en sus operaciones y de esta manera obtener una mayor rentabilidad. Los Sistemas y tecnologías de información son algunas de las herramientas que los gerentes pueden utilizar para elevar sus niveles de eficiencia y productividad.

El desarrollo y aplicación de un nuevo sistema de información consiste en un cambio organizacional el cual involucra aspectos como: la forma en que las empresas realizan sus actividades, las habilidades de los usuarios, la administración de la empresa y su estructura organizacional.

Este trabajo tiene como objetivo analizar y evaluar distintas opciones de sistemas de gestión que le permitan a “Pronoa Ingeniería”, gestionar y planificar los trabajos a realizar, con la finalidad de ser más eficientes y eficaces en la asignación de sus recursos.

Encontrar la alternativa de software que se adapte de la mejor manera a Pronoa, tanto a su estructura, al presupuesto para este proyecto y a su plantilla de personal, es vital para mejorar sus operaciones y redefinir cuál es su capacidad operativa al momento de aceptar nuevas solicitudes de trabajo.

Para determinar qué tipo de sistema se adecua de mejor manera, se realizó un rediseño en algunos de sus procesos de negocios para eliminar cuellos de botella. Además, se detectó que existen tareas que requieren de registros y anotaciones, los cuales no se realizan de manera óptima y que pueden ser pasados por alto.

Lograr la identificación de estas ineficiencias requirió de una investigación llevada a cabo bajo un enfoque cualitativo de diseño Investigación-Acción. La misma consistió en recolectar datos de la empresa en cuestión y proponer una serie de cambios al gerente.

Durante la búsqueda y análisis de alternativas se definió que el sistema adecuado para solucionar el problema de Pronoa debía ser un Software as a Service (SaaS) en conjunto de una aplicación móvil. Esto debería permitir la carga de nuevas solicitudes de trabajo y ser capaz de enviar notificaciones a los teléfonos móviles de los técnicos a través de una aplicación instalada en los mismos, con el



detalle de toda la información requerida para un óptimo cumplimiento del trabajo solicitado.

La búsqueda de alternativas concluyó en la selección de cuatro opciones viables donde se tuvo en cuenta los aspectos económicos, técnicos y operativos. Estas alternativas son:

- 1) Persat: es un Saas desarrollado en Argentina y que cobra sus servicios en pesos argentinos.
- 2) Synchroteam: es un Saas desarrollado en Estados Unidos y cobra sus servicios en dólares.
- 3) Outsmart: es un Saas desarrollado en Holanda y cobra sus servicios en Euros.
- 4) Desarrollo de un Saas y una App Mobile que cumpla con las especificaciones de Pronoa, los ingenieros cobrarán en Pesos.

PALABRAS CLAVE

Software as a Service (SaaS) - Eficiencia - Productividad - Planificación



Nombre del trabajo: DISEÑO DE UN PLAN DE MEJORA PARA EL ÁREA PRODUCTIVA DE LA PANADERÍA “LA MADRILEÑA”.

Alumno: Valentina Sangenis Blazquez - DNI: 39.360.283

Tutor: Natalia Gor

RESUMEN

La panadería “La Madrileña” ubicada en la ciudad de Aguilares, carece de un diseño adecuado en el área de producción, obteniendo así altos costos de operación, problemas de calidad que afectan la productividad, fallas en los tiempos de entregas y falta de compromiso en los colaboradores de la empresa.

El presente trabajo plantea un modelo de manufactura esbelta, con el fin de lograr el aprovechamiento de los recursos y mejorar la situación actual de la empresa.

- ¿Permitirá el diseño de procesos de Producción en el marco Lean Manufacturing, reducir costos de producción en la Panadería?
- ¿Cuál será el impacto en el desempeño en la panadería al usar herramientas de Lean manufacturing?
- ¿Cuáles serán los planes de acción necesarios para la mejora en el área de producción basado en principios y herramientas Lean?

A partir de los resultados de encuestas, entrevistas, observación directa, lista de chequeo y diagrama de procesos, se realizó un diagnóstico de la situación actual de la panadería. De la información anterior, se plantearon los siguientes problemas:

- ✓ No utilizan instrumentos como basculas o balanzas para pedir las porciones de
- ✓ masa, o para pesar ingredientes como la sal, azúcar, levadura, en su mayoría
- ✓ realizan esto con la mano o “al cálculo”.
- ✓ No cuentan con inventario de materia prima.
- ✓ No revisan sus equipos, detectan las fallas solo cuando están suceden.
- ✓ El horno no es utilizado a su máxima capacidad.
- ✓ Los utensilios están cerca del área de trabajo, pero en forma desordenada y
- ✓ mezclada con otros utensilios no necesarios.

Los Indicadores Clave de Desempeño son necesarios para poder mejorar. “Lo que no se mide no se puede controlar, y lo que no se controla no se puede gestionar”.



PRODUCTIVIDAD = producción obtenida/hsMO

Sirve para evaluar el rendimiento de los empleados

UTILIZACION DEL TRABAJADOR % = Tiempo productivo del trabajador / tiempo total

utilizar el tiempo de inactividad para aumentar la retribución del operario y mejorar la eficiencia de la producción

EFICIENCIA = tiempo productivo / tiempo total

A modo de conclusión, se plantean los siguientes tópicos de discusión:

- ✓ Resistencia al cambio por parte de antiguos trabajadores al aplicar nuevos procedimientos
- ✓ La importancia de la aplicación de un plan de mantenimiento preventivo
- ✓ Pérdidas de tiempo por falta de orden en los puestos de trabajo

Palabras Claves:

Problemas, Lean manufacturing, desempeño, indicadores



“Reorganización de Procesos del Departamento Fiscalización en Rentas Yerba Buena”

Alumno: Lobo Figueroa Suarez, Ariadna

Tutor: Assaf, Diego

Resumen

El presente trabajo se desarrolla en el Departamento de Fiscalización perteneciente a la Dirección de Rentas Municipales Yerba Buena, Yerba Buena, Tucumán-Argentina en el año 2020. Dicho departamento se encarga del control en las determinaciones tributarias municipales de los contribuyentes, su finalidad es lograr que la información tributaria declarada y abonada refleje la realidad económica de las organizaciones e inmuebles ubicados en el Municipio de Yerba Buena.

Ante el reciente cambio de Director de Rentas, en conjunto con la necesidad a futuro de incorporar más personal, se detectó y definió el problema a analizar como la ausencia de documentación respaldatoria de los sistemas de administración que describan los procesos, tareas, cargos y funciones desarrollados en el departamento. El objetivo general del estudio es formalizar y optimizar los procesos desempeñados en el departamento, disponiendo con un personal más capacitado, mejorando así la eficiencia y calidad en la prestación de servicios. Algunos de los objetivos específicos son: identificar los principales procesos, diseño de cursogramas, manuales de procedimientos, proponer un organigrama actualizado y presentar propuestas de mejoras en aquellos procesos que se identifique.

El estudio se abordó desde un enfoque cualitativo, dado su naturaleza descriptiva, contando con una participación constante por parte del personal y los cargos directivos. El diseño de investigación corresponde a un estudio de Investigación- Acción. Los datos se recolectaron mediante la observación en los espacios laborales a través de una pasantía, documentación proporcionada y entrevistas semiestructuradas online al personal.

Las etapas que se llevaron a cabo durante el desarrollo del trabajo fueron: un diagnóstico de situación actual del departamento, reconociéndose la importancia de contar con procesos formalizados y los beneficios que estos conllevan; un relevamiento mediante el análisis de los documentos proporcionados como ser organigramas, bosquejos de manuales de funciones, ordenanzas, también se realizaron entrevistas vía zoom con el personal de Fiscalización y Subdirector de Rentas Municipales, por último se consideró la observación bajo vivencia personal en pasantía llevada a cabo dentro del departamento; se continuó con las propuestas de mejora, proponiéndose un nuevo organigrama que refleja el flujo de trabajo actual dentro del departamento. A su vez se definió, como resultado del relevamiento, los procesos principales siendo los que, con sus acciones, impactan más en la recaudación municipal, el objetivo primordial del organismo. Definidos los procesos, se procedió a la fragmentación facilitando los pasos de descripción de los manuales de procedimientos y diseño de los cursogramas. Una



vez formalizados los procesos tras las correcciones por parte del Departamento reflejando la realidad presente, se continuara proponiendo aspectos de mejora volviéndolos más flexibles y eficientes, recalcando los puntos a mejorar de la gestión considerando el entorno del departamento y las consecuencias futuras.

Palabras Claves: Manual de Procedimientos – Procesos – Procedimientos – Departamento de Fiscalización – Cursogramas.



“Plan de negocio de *Concepto Store* tras la pandemia”

Alumno: Pochat, Manuela

Tutora: Mg. Liliana Fagre

Resumen

A raíz del brote de COVID-19, comenzaron a analizarse los nuevos comportamientos de la sociedad con respecto al consumo. No quedan dudas que el mundo está atravesando un cambio de paradigma y que el reto al que deberán enfrentarse las marcas es al de adaptar sus canales y la manera de comercialización de sus productos y servicios, así como también la forma de relacionarse con sus segmentos de clientes.

El presente trabajo se enfoca en la elaboración de un **plan de negocio** para *Concepto Store*, un emprendimiento que ha entendido la necesidad de reinventarse tras la pandemia. El plan ayudará a encontrar la manera de definir un **modelo de negocio** adaptado a la “nueva normalidad”.

El objetivo general consiste en elaborar un plan de negocio que permita llevar a la práctica todo lo aprendido a lo largo del cursado de la carrera para lograr el crecimiento del emprendimiento.

Para dar soporte al cumplimiento de este objetivo, se plantearon las siguientes preguntas de investigación:

- ¿Qué protagonismo ha tomado el mundo digital en los negocios?
- ¿Cuál ha sido el impacto de la pandemia del COVID-19 en el comportamiento de compra de las personas?
- ¿Cuál es el mercado meta del emprendimiento?
- ¿Cómo crea, distribuye y captura valor el emprendimiento?
- ¿Cuáles son las estrategias de marketing que ayudarán al emprendimiento a crecer?

El estudio comenzó teniendo un alcance exploratorio, donde se recurrió a fuentes de datos secundarios para investigar sobre los efectos de la pandemia en el comportamiento de compra de los consumidores. Esto fue completado con información que se obtuvo de entrevistas aplicadas a expertos en el área de Marketing Digital y Social Media Management, quienes compartieron sus opiniones y conocimientos acerca de cómo las marcas se han visto obligadas a cambiar la manera en que se relacionan con sus clientes.

Luego de haber explorado el planteamiento en la fase cualitativa, se dio lugar a una investigación cuantitativa, aplicando una encuesta a clientes actuales y potenciales del emprendimiento, con el objetivo de conocer los efectos de la pandemia en sus hábitos de consumo en relación a productos pertenecientes a la categoría de los accesorios.

A partir de las investigaciones y del diagnóstico estratégico realizado al analizar interna y externamente el negocio, se obtuvieron los siguientes resultados:



- Se diagnosticaron las debilidades del emprendimiento en relación a las cinco fuerzas competitivas de su entorno y se elaboraron propuestas para contrarrestar las mismas.
- Se definieron propuestas para rediseñar el modelo de negocio del emprendimiento partiendo de la elaboración y análisis de un Modelo Canvas que describe su situación actual.
- Se definió el perfil del “Buyer Persona” de la marca.
- Se establecieron los objetivos del Plan de Marketing.
- Se elaboró una propuesta para la **estrategia** de comunicación de la marca.

Para profundizar en los aspectos de este trabajo, se considera de gran utilidad debatir acerca de las nuevas tendencias en el mundo de los negocios, marcado por una aceleración digital en la manera de operar.

Palabras clave: plan de negocio, modelo de negocio, Plan de Marketing, estrategia.



PLAN DE NEGOCIOS GREEN

Alumno: Laborda Delacroix, Agostina
Tutor: Mg. Fagre Liliana

Resumen

La cervecería y pizzería Green es un emprendimiento familiar, ubicado en Av. Perón 2200, Yerba Buena, Tucumán. Ofrece pizzas, calzones, empanadas, tartas y sándwiches al horno de piedra napolitano, los cuales pueden ser acompañados por fresca cerveza artesanal tirada.

Lo que el emprendimiento busca, principalmente, es generar una experiencia reconfortante y de calidad para sus clientes. Por eso mismo, Green se destaca por la atención personalizada de sus dueños, quienes atienden las mesas, y entablan conversaciones y relaciones con los clientes, lo que busca generar fidelidad de los mismos.

El problema que se enfrenta es el desconocimiento de un plan estratégico y de negocios adecuado para el cumplimiento de los objetivos de la pizzería.

El objetivo general del trabajo es poner en práctica los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera en la formulación de un Plan de Negocios que impulse el crecimiento y fortalecimientos de Green.

Para el alcance de dicho objetivo y solución del problema se plantean las siguientes preguntas:

- ¿Qué variables del entorno podrían afectar negativa o positivamente la idea de negocio y el desempeño de la empresa?
- ¿Cuál es la estrategia competitiva de Green? ¿Quiénes son sus los competidores?
- ¿Cuál es el plan comercial de la pizzería?
- ¿Cuál es su estructura de negocios?
- ¿Cómo se desarrollaran los procesos para que se puedan satisfacer las necesidades de los clientes?

Se utiliza un enfoque de investigación mixto. Cualitativo, para examinar el mundo real, analizando el entorno y el mercado. Cuantitativo para la identificación correcta del segmento de clientes y competidores directos e indirectos.

El trabajo comenzó con un análisis del contexto para definir los factores que contribuyen al éxito o fracaso del emprendimiento; y un análisis del sector, centrándose en las fuerzas que afectan a Green.



Para completar, se realizó un FODA. Y también, una investigación de mercado para identificar correctamente el segmento de mercado, competidores directos e indirectos.

Además, se describió la cartera de productos ofrecidos en Green. La propuesta de valor que brinda comprende productos con buena relación precio-calidad, atención personalizada de sus dueños y lugar agradable.

En cuanto al plan comercial, se definieron estrategias de precios, comunicación y distribución. La primera consiste en la fijación basada en el valor para el cliente. La de comunicación está afectada directamente por la creciente globalización y la de distribución puede ser a través de canales directos o tercerizada en caso de que sea pedido por una plataforma.

Por último, se desarrolló el plan operativo de la pizzería. En el mismo se indicaron las materias primas e insumos; los procesos claves, destacando compras, producción y atención al cliente; y las maquinarias, equipos e instalaciones entre otros.

Para indagar más sobre la investigación, se podría debatir sobre cuáles son las nuevas tendencias que Green podría aprovechar, ya sea en productos o servicios, o bien, en hábitos responsables. Y también, hacia dónde van los cambios de hábitos de consumo en lo que respecta al mercado gastronómico.

Palabras Claves: Plan de negocios, emprendimiento familiar, pizzería y cervecería



MODELO DE NEGOCIOS “ESTILO DECO”

ALUMNO: FELICITAS HIRTH
TUTOR: MG. LILIANA FAGRE

Resumen

Analizar el mercado es una tarea fundamental para las empresas, ya que en el mismo se encuentran sus posibles compradores. Sin embargo, el mercado agrupa un conjunto muy heterogéneo de consumidores con diferentes deseos y necesidades por satisfacer. Es por eso que resulta imprescindible llevar a cabo una segmentación de mercado adecuada para ofrecer una oferta diferenciada y adaptada a las necesidades del cliente.

Actualmente “Estilo Deco”, un emprendimiento dedicado a la fabricación y comercialización de muebles, desconoce su/s **segmento/s de mercado** meta y, en consecuencia, de adecuadas propuestas de valor para los mismos, generando incertidumbre en cuanto a la viabilidad económica del emprendimiento. Acompañando a dicho problema, se presentan las siguientes preguntas de investigación:

- ¿Cuál es el/los potenciales segmento/s de mercado de Estilo Deco?
- ¿Cuáles son los hábitos de consumo y compra de los potenciales clientes del emprendimiento?
- ¿Cuáles son los gustos y preferencias de los potenciales clientes de Estilo Deco?
- ¿Qué atributos influyen en la decisión de compra de un mueble en los potenciales clientes del emprendimiento?

Es por eso que el objetivo del presente trabajo es el de establecer un **plan de negocio** para determinar la **viabilidad económica financiera** del emprendimiento.

Debido a la naturaleza del problema a abordar, se utilizó un enfoque mixto. El estudio comenzó con un enfoque cualitativo, donde se realizó una entrevista semi estructurada al dueño del negocio para tener un profundo conocimiento sobre el emprendimiento y el rubro de muebles. Esto fue complementado posteriormente con un enfoque cuantitativo, donde se llevaron a cabo 355 cuestionarios auto administrados tanto a clientes actuales como potenciales, con el objetivo de conocer sus hábitos de consumo, compra, gustos y preferencias y, en consecuencia, identificar el mercado meta.

A partir de la **investigación de mercado** y diagnóstico interno y externo realizado sobre el emprendimiento, se obtuvieron los siguientes resultados:

- Se identificaron y analizaron las fortalezas y debilidades del emprendimiento, así como también las oportunidades y amenazas, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso del negocio.
- Se identificaron los atributos que son relevantes para las decisiones de compra de muebles en los consumidores.



- Se identificaron dos segmentos de clientes: mujeres y hombres de 31 a 50 años, y mujeres y hombres de 51 a 60 años. Ambos difieren en estilo de vida, hábitos de consumo, gustos, preferencias y hábitos de compra.
- Se reformuló la visión, misión y valores del negocio.
- Se elaboró un diagnóstico comercial que, junto con el análisis FODA, permitió proponer acciones comerciales para lograr un mayor posicionamiento y participación en el mercado y aprovechar las oportunidades identificadas.

Tópico de discusión: Se considera de gran utilidad debatir sobre la manera en la que el mercado de los muebles puede aportar al cuidado del medio ambiente.

Palabras clave: Plan de negocios, investigación de mercado, segmento de mercado, viabilidad económica financiera.