



**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 18 de noviembre de 2020, de 17:00 a 19:00 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 18/11	
Hora	Título del Trabajo
17:00	"Propuesta de Mejora Estructural para una Empresa Estatal Basada en la Descripción y Análisis de Cargos" Alumna: Acosta, Julieta María Tutora: Abbas, Virginia.
17:20	"Descripción de un plan de marketing tradicional y confección de un Plan de Social Media" Alumno: Gomez Proto, Juan Ignacio Tutor: Ríos, Raúl Ernesto
17:40	"Evaluación e implementación de un Software "MIS" en Farmacia del Medio, para una eficiente gestión de inventario" Alumno: Amran, Daniel Eduardo García, Marcelo Adrián
18:00	"Aplicación de herramientas de control en la logística hospitalaria" Alumna: Araoz, María Jimena. Tutor: Assaf, Diego.



18:20	“Elaboración de Plan de Negocios para emprendimiento” Alumna: Carrasco, María Paula Tutor: Pérez Vides, Luis
18:40	“Desarrollo de una plataforma de e-commerce para Jorrat Hnos. S.A.: oportunidad en un contexto de incertidumbre” Alumno: Jorrat Mirande, Victoria María Tutora: Cra. María Alejandra Masclef

Se adjuntan los Resúmenes de los Trabajos.

Esperamos contar con su presencia.

Mg. Jorge Rospide

Lic. Marcelo Medina

Instituto de Administración



“Propuesta de mejora estructural para una Organización Estatal basada en la Descripción y Análisis de cargos”

Alumno: Acosta, Julieta Maria

Tutor: Abbas, Virginia

Resumen

La Administración Pública debe redefinir su orientación en términos de un cliente-ciudadano a quien debe servicio y atención en términos de calidad y competitividad. Como organización elige ciertas formas de diseñar el trabajo que no suelen ser las mejores y esto afecta los puestos de quienes se desempeñan en ella. La aplicación del descriptivo y análisis de puestos para la formalización del nuevo Manual de funciones y procedimientos lo realizo en el marco de una pasantía aplicado en la Unidad de Control Previsional dependiente de la Subsecretaria de Gestión previsional, Ministerio de Economía, tomando como base lo estudiando a lo largo de la carrera, pero enfocándome más precisamente en la materia Recursos Humanos y Dirección Estratégica.

Explicado esto, **la problemática** bajo estudio se puede definir como “el desconocimiento de ciertas funciones específicas desempeñadas en cada cargo, junto a una falta de formalización de un Manual de Funciones y Procedimientos que identifique el propósito del cargo y explique la necesidad de su existencia o su razón de ser dentro de la estructura y misión del área a la que pertenecen, de igual forma se desconoce el perfil educativo y ocupacional exigido por cada cargo”.

Por ello mismo el **objetivo** planteado consiste en “proporcionar una dirección y claridad al colaborador sobre las tareas a desempeñar a través de la implementación y formalización de un Descriptivo y análisis de puestos y un manual de funciones y procedimientos. Para llegar al mismo a continuación enlisto los objetivos específicos que hasta el momento voy cumpliendo:

- Analizar la estructura actual e identificar el propósito principal de los puestos, que explique la necesidad de su existencia o su razón de ser dentro de la estructura, procesos y misión del área a la que pertenece.
- Confeccionar un Descriptivo de puestos que permita identificar funciones, tareas y responsabilidades en la empresa simplificando el trabajo y evitando duplicidad de mandos, así como reconocer cual es el rol que ocupa ese puesto dentro de la estructura de la organización.
- Formalizar el organigrama para que puedan identificarse plenamente las líneas de autoridad y delimitar los roles de los cargos por niveles.

Como **metodología** se plantea el uso de un enfoque cualitativo y como aporte significativo, se empleó una triangulación entres 3 instrumentos de recolección: entrevistas semi estructuradas, observación y revisión de documentos facilitados por los gatekeepers.



Mi trabajo se dividirá en 3 etapas: Etapa de planeación, etapa de preparación y etapa de realización en donde en esta reunión de discusión presentare las dos primeras con los respectivos resultados de las entrevistas y sus descriptivos listos y dejando la totalidad de las conclusiones para la última.

Como tópicos de discusión enumero los siguientes:

- ¿Hasta qué punto se encuentran alineados los KASs en cada puesto? Entendiendo por KASs: knowledge - abilities - skills (conocimientos, habilidades, capacidades/destrezas) ¿se pueden analizar desde un punto de vista de un descriptivo y no desde la evaluación de desempeño?
- ¿Qué tan amplio es el *gap* de esquizofrenia organizacional presente en el primer nivel de la estructura? Como medirlo?
- Octógono (explayarme en la parte soft del tercer nivel a través de la encuesta de satisfacción laboral)
- Como medir las encuestas y cuestionarios?
- Diagrama de flujo o cursograma para el manual de procedimientos?

Palabras Claves:

Análisis y Descriptivo de puestos - Manual de Funciones y procedimientos – Administración Pública- Estructura



“Descripción de un plan de marketing tradicional y confección de un Plan de Social Media”

Alumno: Gomez Proto, Juan Ignacio

Tutor: Ríos, Raúl Ernesto

El marketing tradicional ha estado presente en las organizaciones siempre, quizás sin tomarlo en consideración, pero tuvo protagonismo, el marketing a lo largo de la historia influyó y se vio influenciado por el mundo empresarial, debe ser la base para el actual “marketing digital”, el cuál trae consigo diversas estrategias y herramientas que son de vital importancia.

Una herramienta muy relevante y de las más utilizadas son las Redes Sociales.

La empresa objeto de estudio es “DS-GLOBOS”, un emprendimiento dedicado a la venta de globos con helio, que comenzó con su dueño hace cinco años, y que actualmente cuenta con un equipo de 12 personas, y dos sucursales en el interior de la provincia.

DS GLOBOS mantiene un crecimiento sostenido hace años, y se observa un aspecto a mejorar en sus Redes Sociales, una problemática que está relacionada a la ausencia de un Plan de Social Media.

El presente trabajo de investigación tendrá como objetivo general la descripción del plan de marketing tradicional de “DS- TIENDA DE GLOBOS” y la formulación de un plan de social media, para de esa manera incrementar la eficiencia de los canales de comunicación digital lo cual podría tener como resultado una profesionalización de la empresa.

Se detallan los objetivos específicos:

- Diagnóstico de la situación actual del negocio en sus procesos y formas de realizar publicaciones, tanto orgánicas como no.
- Identificar las fallas que se presentan en cada red social a la hora de comunicar.
- Realizar un seguimiento del plan de social media que se formulará.

A continuación, se plantearon las siguientes preguntas de investigación:

- ¿Cuál es la verdadera importancia de un plan de marketing en las empresas?
- ¿Deberían realizarse inversiones continuas en dicha área?
- ¿Marketing tradicional vs digital?

El trabajo tendrá un enfoque cualitativo, donde por un lado mediante métodos cualitativos se buscará principalmente identificar la forma en que el negocio se comunica a través de cada red social, y mediante la observación, se podrá tomar en consideración la estrategia de comunicación de cada canal (en caso de contar con una estrategia).

Los resultados que se lograron hasta el momento son:

- Análisis interno y externo de DS- TIENDA DE GLOBOS (mediante matriz FODA y sus posteriores estrategias propuestas)
- Análisis de competidores actuales del negocio, tomando en cuenta dos herramientas digitales: Instagram y Facebook.
- Elaboración de encuestas a consumidores actuales y potenciales del emprendimiento.



-
- Realización de entrevistas a expertos en el tema de “Marketing Digital enfocado en Social Media”
 - Realización de encuestas a emprendedores, para conocer aspectos de herramientas digitales y “Plan de Social Media”

Tópicos de discusión: la importancia del plan de social media; administración de social media de manera externa o interna; como se planean los objetivos de un plan de social media.

Palabras Claves: Marketing, Marketing Digital, Redes Sociales, DS GLOBOS



"Evaluación e implementación de un software "ERP" en Farmacia del medio, para una eficiente gestión de inventarios"
--

Alumno: Amran, Daniel Eduardo

Tutor: Prof. García, Marcelo Adrián

RESUMEN

A lo largo del tiempo la gestión de inventarios fue tomando mayor relevancia y ocupando un lugar importante dentro de las organizaciones. Esta es una actividad fundamental en las empresas en la actualidad, ya que permite tomar mejores decisiones. El trabajo tiene como objeto de estudio a la empresa "Farmacia Santa María", ubicada en la localidad de Monteros, Tucumán, la cual actualmente no cuenta con un software que le permita optimizar la gestión de sus inventarios. Como consecuencia de esto, la farmacia no es eficiente en la venta de sus productos, lo que trae perjuicios económicos y pérdidas eventuales de clientes. El objetivo de este trabajo está focalizado en definir, proponer e implementar un software adecuado, que permita corregir las deficiencias derivadas de un inadecuado manejo de inventarios.

Para cumplir el objetivo anteriormente mencionado, se realizó un diagnóstico situacional de la Farmacia, entrevistando a cada uno de los participantes (dueño, farmacéutica encargada y empleados), lo que permitió, junto con la observación directa, comprender el flujo de proceso completo y luego establecer las exigencias que debía cumplir el software. A continuación se investigaron y evaluaron las distintas opciones existentes y se escogió el software que más satisfizo las exigencias antes establecidas. Se realizó un plan de implementación el cual se está llevando a cabo actualmente. Es importante destacar que se hará un seguimiento periódico de la implementación, lo que permitirá plantear acciones correctivas y verificar el correcto cumplimiento de los objetivos propuestos.

El estudio se abordó mediante un enfoque cualitativo con un diseño de investigación-acción participativa, buscando propiciar un cambio cultural, que permita la implementación de un sistema de gestión y la concientización de las personas respecto a su rol en este proceso de transformación.

TÓPICOS A DEBATIR

- ¿Qué herramientas propondría para la evaluación de las alternativas?
- ¿Considera correcta la elección del software? ¿Por qué?
- ¿Es adecuada la herramienta utilizada para desarrollar los nuevos procesos de venta y alta de mercadería?
- ¿Considera que el software satisface las exigencias planteadas?



“Aplicación de herramientas de control en la logística hospitalaria”

Alumna: Araoz, María Jimena.

Tutor: Assaf, Diego.

Introducción

El presente trabajo está dirigido a evaluar el procedimiento de logística de un Hospital Pediátrico ubicado en la ciudad de San Miguel de Tucumán.

Los distintos sectores evaluados, son los responsables en la institución de la adquisición, recepción y dispensación de los insumos médicos (Medicación y material descartable).

El motivo de desarrollo de este trabajo, se basa en la creación de manuales de procedimientos formales para los distintos sectores, proponiendo mejoras en cada uno de los circuitos observados, para optimizar las tareas de los mismos.

La investigación posee un enfoque cualitativo, utilizando como instrumento de recolección de datos, la observación, entrevistas con los respectivos referentes de cada sector, análisis de datos secundarios (resoluciones ministeriales, gubernamentales, contenido en la web, etc) y bibliografía referente a herramientas de Control.

Palabras clave: Logística, procesos, control, funciones, organización.

Problema

Del primer relevamiento de las tareas de los distintos sectores, se observa la falta de la formalización de los procesos.

Este problema genera que las tareas que realiza el personal que interviene en los procesos no se lleve a cabo de manera homogénea, por la falta de orden; o que las mismas no se realicen el tiempo necesario para un resultado óptimo, siempre teniendo en cuenta que se está trabajando en una entidad cuya finalidad es el cuidado de la salud de los niños.

Éste problema genera también inconvenientes en el manejo de los insumos hospitalarios con más habitualidad; debido a la falta de delimitación de responsabilidades entre los participantes.

Por este motivo, resulta importante definir y documentar los procesos con el objetivo de ordenar las tareas, asignar responsabilidades y establecer mecanismos de control.

Objetivo General

El principal objetivo de en este trabajo consiste en proponer un esquema formal para la aplicación de herramientas de control a fin de optimizar el funcionamiento de la organización.



Metodología

La investigación posee un enfoque cualitativo, ya que se enfoca en comprender un fenómeno, es decir, el fenómeno organizacional, las perspectivas y puntos de vista de los participantes de la organización. Por otra parte, se producirán datos en forma de diagramas y organigramas, para generar descripciones bastante detalladas, característicos de la investigación cualitativa.

Además, presenta un diseño etnográfico, ya que se busca describir, comprender y explicar un sistema social, en este caso, una organización. Como instrumento de recolección de datos, se utilizará el método de observación y entrevistas.

Resultados

El trabajo realizado se llevó a cabo a través de tres etapas bien diferenciadas. En un primer momento se realizó la etapa de **Relevamiento** en la cual se realizaron entrevista a referentes de los distintos sectores con objetivo conocer los procesos actuales de Compras, Farmacia y Depósito.

Luego, en la etapa de **Diagnóstico**, se identificaron posibles riesgos en los distintos procesos de cada servicio clasificándolos en “Riesgos en los procesos”, “Riesgos de estructura” y “Riesgos de sistemas”.

Y por último, en la tercera etapa se describen **Propuestas de mejoras**, en donde se realizaron propuestas de reorganización, desarrollo de manuales de procedimientos, matrices de control con el objetivo de determinar un buen sistema de límites, que aseguren el cumplimiento de los objetivos organizacionales.



“ELABORACION DE PLAN DE NEGOCIOS PARA EMPRENDIMIENTO”

Alumno: Carrasco, María Paula

Tutor: Pérez Vides, Luis

El plan de negocios es un documento que describe, de manera general, un negocio y el conjunto de estrategias que se implementarán para su éxito. En este sentido, presenta un análisis del mercado y establece el plan de acción que seguirá para alcanzar el conjunto de objetivos que se ha propuesto. Sirve de brújula para el emprendedor.

PAUPI - Ropita Unisex pretende traer a Tucumán un concepto innovador en vestimenta de niños/as pero para sacar provecho de la propuesta de valor será necesario la definición del modelo de negocio y su plan estratégico, la determinación de la viabilidad económico-financiera y definir la imagen del emprendimiento ante terceras personas, a través de la elaboración de un Plan de Negocios.

La moda unisex, a-sex, gender neutral o multisex es el término con el que se conoce a la ropa que diluye la diferencia entre géneros. A la ropa que pueden usar mujeres y hombres sin distinción.

En este contexto, existe un desconocimiento de las preferencias del mercado de Tucumán en lo referido a moda unisex para niños de 0 a 3 años.

El objetivo general de este trabajo será la elaboración de un Plan de Negocios para analizar la viabilidad y rentabilidad del proyecto de emprendimiento.

Será necesario tener en cuenta determinados objetivos específicos como ser:

- Definir el modelo de negocio de PAUPI
- Llevar a cabo un estudio de mercado
- Formular la Misión, visión y valores del emprendimiento
- Formular objetivos tanto a corto como a largo plazo para el mismo
- Formalizar un plan estratégico para el logro de los objetivos
- Llevar a cabo un análisis financiero de inversión, costos y gastos

El trabajo de investigación se abordará desde un enfoque mixto. Será necesario un enfoque cualitativo para llevar a cabo el análisis del mercado, del producto y del modelo de negocio a través de técnicas como la observación y encuestas para conocer una realidad, construirla e interpretarla.

Un enfoque cuantitativo permitirá interpretar de forma estructurada y objetiva las proyecciones financieras y de inversión y costos para conocer otra realidad, única y objetiva que permitirá analizar la viabilidad del negocio.

La investigación, será descriptiva y correlacional ya que se estudiarán las características de un mercado específico para conocer variables y determinar patrones de comportamiento del mercado objetivo.



Hasta el momento se ha llevado a cabo un estudio del mercado a través de una encuesta y la adaptación de diferentes modelos para conocer la realidad del mercado y del emprendimiento en sí como ser Cruz de Porter, análisis PEST, FODA, Canvas y se ha analizado el producto a ofrecer. Por último, se inició un posible plan de comercialización.

Palabras Claves: Plan – Mercado – Estrategia – Propuesta de Valor

Tópicos de discusión:

- Propuesta de valor
- Canales de venta
- Mercado objetivo



“Desarrollo de una plataforma de e-commerce para Jorrat Hnos. S.A.: oportunidad en un contexto de incertidumbre”

Alumno: Jorrat Mirande, Victoria María

Tutor: Cra. María Alejandra Masclef

Resumen

A partir del contexto de pandemia durante el año 2020, las personas, al encontrarse imposibilitadas para salir de sus hogares por el confinamiento social obligatorio, se vieron obligadas a modificar sus rutinas, costumbres, experiencias, pero sobre todo, sus hábitos de compra. Por tal motivo, se detectó una fuerte tendencia a reemplazar las compras presenciales por compras online. Es entonces que surge como una oportunidad de cambio, la necesidad de contar con un sistema de ventas de este tipo por parte de la juguetería Jorrat Hnos.

El presente trabajo tiene como principal objetivo evaluar la posibilidad de implementación de una plataforma de comercio electrónico en la empresa mencionada anteriormente, en miras de adaptarse a las nuevas tendencias y de expandir su negocio. Se pretende dar respuesta a las siguientes preguntas: ¿En qué situación se encuentra actualmente la empresa? ¿Es factible el desarrollo de este sistema? ¿Cuál es la alternativa adecuada para llevar a cabo su implementación en caso de que sea factible? ¿Cómo podría impactar esto en la organización? Para ello se definieron como objetivos específicos:

- Elaborar un análisis o diagnóstico sobre la situación en la que se encuentra actualmente la empresa.
- Identificar y analizar a competidores que ya cuenten con sistemas de venta online.
- Realizar propuestas de distintas alternativas para el desarrollo de la plataforma.
- Evaluar la factibilidad técnica, económica y operativa de dichas alternativas.
- Establecer los pasos necesarios para el desarrollo de este canal en caso de que resultara factible su desarrollo e implementación.

El paradigma del trabajo es socio-crítico debido a la intención que se tiene de transformar la realidad organizacional mediante la posible implementación de un nuevo sistema. Se utilizó un enfoque de investigación cualitativo mediante un diseño de investigación-acción, debido a que se plantearon distintas alternativas para aprovechar la oportunidad existente. Las técnicas utilizadas fueron: entrevistas de experto con los dueños de la empresa y observaciones en el lugar de trabajo para realizar un diagnóstico de la situación actual. Luego, se efectuó un análisis de aquellos competidores que cuentan con la modalidad de venta que se evalúa en esta ocasión. Por último, se llevaron a cabo los pasos correspondientes al proceso de desarrollo de sistemas de información.

A partir de la utilización de las herramientas mencionadas anteriormente, se obtuvieron posibles planes de acción para la empresa, se arribó a la conclusión de que es factible la implementación de este canal de ventas y que la alternativa más adecuada para llevarla a cabo es el desarrollo de una plataforma a medida ya que es la opción que más se adecúa a las necesidades de la empresa. Además se elaboraron algunas propuestas o sugerencias para el sitio web.



En esta oportunidad se considera relevante debatir sobre la diferenciación de la competencia, la demostración de la factibilidad económica y los cambios organizacionales a futuro.

Palabras clave: e-commerce, oportunidad, juguetería, canal de venta.