



### Cronograma Cuarta Reunión de Discusión

En el marco de la Práctica Profesional, se desarrolla la Cuarta Reunión de Discusión del Instituto de Administración

La misma se llevará a cabo este Miércoles 15 de Junio, de 19:00 a 21:00hs en el aula 16 y por la plataforma Zoom

Invitamos a docentes, alumnos, y todas las personas interesadas a sumarse a este encuentro

Los esperamos

Se discutirán los avances de los siguientes trabajos:

Miércoles 15/06/2022 Cuarta Reunión de Discusión	
19:00hs	Alumno: Pamela Cantos Nombre del Trabajo: "Plan de Negocios – Emprendimiento Familiar ESD" Modalidad: Plan de Negocios Tutor: Lourdes Quinteros
19:20hs	Alumno: Agustina Humaran Nombre del Trabajo: "Plan de Negocio para la Construcción y Apertura de una Playa de Estacionamiento" Modalidad: Plan de Negocios Tutor: Lourdes Quinteros
19:40hs	Alumno: Gabriela Aguirre Nombre del Trabajo: "Aplicación de herramientas de gestión de inventario en Pyme" Modalidad: Trabajo de aplicación de conceptos y técnicas de administración en situación laboral o ambiente real Tutor: Javier García
20:00hs	Alumno: Juan Velazco Nombre del Trabajo: "Investigación de Segmentación y Comportamiento del Consumidor en la Industria del Anime, Mangas y Comics" Modalidad: Trabajo de aplicación de conceptos y técnicas de administración en situación laboral o ambiente real Tutor: José Martin Gonçalves
20:20hs	Alumno: Romina Farías Lazarte Nombre del Trabajo: "Propuesta de un Plan de Marketing Digital para la fábrica "PB Cerveza Artesanal" ubicada en San Miguel de Tucumán" Modalidad: Trabajo de aplicación de conceptos y técnicas de administración en situación laboral o ambiente real Tutor: Marcelo García



20:40hs	Alumno: Cecilia Camila Reilly Nombre del Trabajo: "Propuesta de mejora estructural para una organización privada basada en la descripción y análisis de cargos" Modalidad: Trabajo de aplicación de conceptos y técnicas de administración en situación laboral o ambiente real Tutor: Florencia Villaverde Galindez
---------	---

Se adjuntan los Resúmenes de los Trabajos:

Los esperamos

Prof. Marcelo Medina

Prof. Ingrid Serón



## “Plan de Negocios – Emprendimiento Familiar ESD”

**Alumno/a:** Cantos, Pamela Rosario

**Tutor/a:** Quinteros Fernández María Lourdes

### Resumen

Un plan de negocios es un documento que sirve como ayuda y guía para cumplir ciertos objetivos establecidos en una empresa o emprendimiento, brindando información que incluye el análisis de mercado o del sector específicamente analizado, consumidores, competidores, factibilidad financiera de la iniciativa o del análisis al que lleve el problema y objetivos que los mismos determinen importantes en esta situación.

El desarrollo de este plan de trabajo está enfocado en un emprendimiento familiar, cuyo nombre ficticio es “ESD”, tiene como objetivo brindar un servicio de comida al estilo casera, permitiendo a los clientes retirar sus pedidos del local o recibiendo lo solicitado en sus respectivos domicilios para su mayor comodidad y seguridad.

Como problemática se identificó que ESD cuenta con un solo local de ventas y tienen una gran cantidad de clientes, tanto los cocineros como los cadetes están sobrecargados, es decir, que en su estructura actual no están logrando cubrir con la demanda. Clientes de otras zonas céntricas y de Lomas de Tafí específicamente van al local a retirar sus pedidos sin la posibilidad de enviarlos a sus domicilios por la distancia.

Se establece como objetivo general, realizar un plan de negocios evaluando la factibilidad, para impulsar el crecimiento de “ESD” con la expansión de un nuevo punto de venta situado en Lomas de Tafí, San Miguel de Tucumán.

Este plan de negocios tendrá un enfoque metodológico mixto con tipo de diseño secuencial, se busca recolectar datos cualitativos aplicando el diseño investigación-acción, y datos cuantitativos con un alcance no experimental con diseños transaccionales (transversales) descriptivos. Las herramientas aplicadas para la investigación cualitativa, lectura de bibliografía, observaciones en el negocio y en la zona donde se considera ubicar el local, entrevistas de expertos al dueño del emprendimiento y a empleados, cuestionarios a habitantes de la zona, y es más íntegro realizar además una investigación cuantitativa, se utilizará con el fin de determinar los costos, ingresos y las inversiones que se requerirán para la realización del proyecto.

Hasta el momento se realizó una descripción y análisis de la situación actual de la empresa, se identificó los gustos y preferencias de los consumidores y la intención de compra, se efectuó un FODA y las 5 fuerzas de Porter, además con la búsqueda de costos y con la información de la Base de Datos del emprendimiento se realiza un Flujo de Fondos para saber si es rentable el Proyecto de Inversión.

Tópicos de Discusión: Sugerencias sobre el enfoque de análisis - ¿Qué estudios complementarios se podrían aplicar a este análisis? - Importancia de involucrar a las personas para que participen en la idea de poner un nuevo punto de ventas.

**Palabras Claves:** Plan de Negocios - Negocio de Comida - Expansión.



---

## “Plan de Negocio para la Construcción y Apertura de una Playa de Estacionamiento”

**Alumno/a:** Humarán, Victoria Agustina

**Tutor/a:** Quinteros Fernández, María de Lourdes

### Resumen

La formulación del plan de negocio a desarrollar en el presente trabajo es el de una playa de estacionamiento de vehículos en Zona Norte del Centro de San Miguel de Tucumán. La finalidad del mismo es efectuar un análisis integral que permita tomar una decisión fundada acerca de la inversión que se quiere realizar.

No se elaboró un estudio que fundamente la realización del proyecto por lo que el problema planteado es que se desconoce la viabilidad y factibilidad del mismo, y por lo tanto si la inversión es conveniente.

El objetivo general del plan de negocio es evaluar la conveniencia de realizar un proyecto de inversión para la construcción y apertura de una playa de estacionamiento.

Debido a la necesidad de abarcar la problemática de manera integral para poder alcanzar el objetivo planteado, la metodología de la investigación se realizará con un enfoque mixto y el diseño de la misma será exploratorio secuencial (DEXPLOS) en su modalidad comparativa.

El plan de negocios no se encuentra finalizado. Los resultados sobre los potenciales clientes obtenidos a través de la observación directa no fueron concluyentes. Se extrajeron datos de múltiples fuentes secundarias relacionados a los patentamientos de vehículos y la flota vehicular circulante para conocer la cantidad y composición de la misma con el fin de realizar una estimación de la demanda futura de la manera más confiable. Asimismo, se consultó la normativa vigente para tomar conocimiento de los requisitos legales para la construcción de playas de estacionamiento.

Tópicos de discusión: Elección del horizonte de planeación. Porcentaje de ocupación para distintos escenarios. Obtención de datos para la estimación de los costos fijos y variables anuales.

**Palabras Claves:** playa de estacionamiento, proyecto de inversión, conveniencia



## “Aplicación de herramientas de gestión de inventario en Pyme”

**Alumna:** Aguirre, María Gabriela

**Tutor:** García, Javier Antonio

### Resumen

Es muy común escuchar a los administradores, gerentes, emprendedores y analistas afirmar que uno de sus principales problemas a los que se deben enfrentar es la administración de los inventarios. Según Holguín (2010) es claro que el problema de control y gestión de inventarios es complejo. Sin embargo, nos podemos ayudar con una serie de técnicas cuantitativas que permiten facilitar dicho control. La mayoría de las técnicas cuantitativas se basan en técnicas de optimización y modelos matemáticos, los cuales se convierten en herramientas poderosas de apoyo a la toma de decisiones en inventarios.

El presente trabajo está enfocado en un pequeño emprendimiento familiar conocido como “EG Drugstore”.

Actualmente es un emprendimiento donde la toma de decisiones por parte de los dueños es meramente intuitiva, debido a que la información con la que cuentan es mínima. El registro de datos es desordenado y no es constante. Esta situación provoca faltantes o excesos de mercadería, les impide cumplir con la demanda y desconocen la rentabilidad del negocio.

El objetivo general de esta investigación es proponer y diseñar herramientas de profesionalización para la gestión de inventarios del pequeño emprendimiento. Se plantean como objetivos específicos: identificar los elementos críticos del inventario para llevar un control de la mercadería, determinar la mezcla óptima de productos más rentables y establecer una política de compras.

El desafío no radica en reducir los inventarios a su mínima expresión para abatir los costos, sino en mantener la cantidad adecuada para que la empresa alcance sus prioridades competitivas de la manera más eficiente posible. (Krajewski et al., 2008, p. 462).

En este caso se decidió utilizar el enfoque mixto con diseño exploratorio secuencial. Las técnicas consisten en la revisión documental del negocio, observación y entrevistas con los dueños. La población bajo estudio estará compuesta por los productos a la venta presentes en el mes de abril del año 2022 en el drugstore. Para el enfoque cualitativo, al igual que para el cuantitativo, la recolección de datos resulta fundamental. Se recolectan con el fin de analizarlos y comprenderlos y así responder a las preguntas de investigación. Ocurren en ambientes naturales y cotidianos de una organización.

Tópicos de discusión: - Importancia e impacto de las herramientas de control de inventario en pequeños emprendimientos. - Análisis de los elementos críticos del inventario y de la mezcla óptima de productos más rentables. - Considerar aspectos a mejorar de las herramientas propuestas.

Para poder obtener resultados se realizaron entrevistas a los dueños, observación en el negocio y recolección de datos cuantitativos lo que permitió cumplir con los dos primeros objetivos específicos: identificar los elementos críticos del inventario para llevar un control de la mercadería y determinar la mezcla óptima de productos más rentables. Luego, se analizarán posibles mejoras a implementar y se propondrán herramientas que contribuyan a las mismas.

**Palabras Claves:** inventario, emprendimiento, sistema, control, stock.



## “INVESTIGACION DE SEGMENTACION Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN LA INDUSTRIA DEL ANIME, MANGAS Y COMICS”

**Alumno/a:** Velasco, Juan Horacio

**Tutor/a:** Gonçalves, José Martin

### Resumen

La cultura oriental japonesa, ha crecido significativamente en distintos países de todo el mundo. Generando así fans del comics, mangas y anime (otakus), que consumen masivamente productos originarios de dicho país. Los otakus se caracterizan por imitar la cultura japonesa, sus prácticas de cosplay, realización de eventos, karaoke, entre otras cosas. En Argentina, la creciente nueva demanda de costumbres japonesas ha crecido mucho en este último tiempo. Se puede apreciar en algunas partes del país, tiendas, parques, entre otros con diseño y arquitectura japonesa. Lo que ha permitido una apertura y la incursión de nuevos mercados.

En este proyecto de investigación se tomará como objeto de estudio a los consumidores del anime, mangas y comics de la provincia de Jujuy, debido a la falta de opciones que tienen los consumidores de este estilo de vida y ante el creciente mercado, ya que existe el desconocimiento sobre características, comportamientos y preferencias del segmento consumidor de productos de mangas, comics y anime en la provincia de Jujuy.

Para ello buscaremos conocer el segmento de mercado de los consumidores de comics, mangas y anime, mediante el análisis del comportamiento, actitudes y preferencias de los adolescentes y adultos jóvenes, con la finalidad de obtener información relevante para el entendimiento del mercado.

Además, el trabajo buscara conocer las sensaciones que buscan los adolescentes y adultos jóvenes consumidores a la hora de comprar el producto; obtener información acerca de los medios que poseen los consumidores para adquirir los productos y; entender el perfil que tienen los consumidores de este tipo de tiendas.

Esta investigación, se desarrolla bajo enfoque mixto con diseño exploratorio secuencial. Cualitativamente la información se obtiene en las preferencias, gustos y expectativas de los consumidores. Mediante un proceso inductivo, analizando a los adolescentes y adultos jóvenes de tal forma de llegar a una conclusión generalista de sus opiniones. Cuantitativamente la información extraída de los datos cualitativos, será analizada a través de herramientas cuantitativas, con el fin de demostrar las relaciones de las variables analizadas.

La investigación, no se encuentra finalizada en su totalidad. Hasta el momento, a fines de la reunión de discusión, se presentan como avances, la implementación de una investigación exploratoria, además se utilizaron herramientas de recolección de datos como entrevistas semiestructuradas a más de cuarenta personas y se realizó un focus group con seis personas fans, con preguntas abiertas. Se han obtenido resultados, con conclusiones encaminadas a la consecución de los objetivos, ayudando a poder determinar los canales con los que cuentan actualmente los consumidores de estos productos, las sensaciones que les genera comprar un manga saliente, además se va encontrando el perfil que se va adaptando al mismo, pudiendo darnos pie al desarrollo de la última herramienta de análisis a utilizar con la población encontrada para el estudio. Tópicos de discusión: Herramienta de análisis; presentación de información.

**Palabras Claves:** anime, manga, comics, otakus, cultura, Japón



## “Propuesta de un Plan de Marketing Digital para la fábrica “PB Cerveza Artesanal” ubicada en San Miguel de Tucumán”

**Alumno/a:** Farías Lazarte, Romina Daniela

**Tutor/a:** García, Marcelo Adrián

### Resumen

Un plan de Marketing Digital es un documento que contiene toda la información necesaria para llegar a cumplir la meta de la empresa. Es importante tener presente que el plan de marketing digital es solo una parte del plan de marketing y debe estar alineado con los objetivos del negocio. La estrategia la entenderemos como el análisis de la situación o la comprensión del entorno, identificamos el marketing como la piel de la empresa, el espacio en el que se produce el contacto de ésta con la realidad en la que está inmersa y en el que se detecta una necesidad del entorno y se toma como objetivo su satisfacción. El proceso de planeación comienza con un análisis a profundidad de los entornos interno y externo de la organización. La empresa bajo estudio es “PB Cerveza Artesanal”, una fábrica de cerveza.

Como problemática se identificó que “PB Cerveza Artesanal”, cuenta con numerosos y experimentados competidores fabricantes de cerveza. La fábrica experimenta dificultades para definir una estrategia de marketing que le ayude a diferenciarse de la competencia.

En base al problema planteado se establece como objetivo desarrollar el plan de marketing con la idea de brindar claridad sobre la manera de diferenciarse de los competidores e intentar agregar valor al producto.

Esta investigación utilizará un enfoque metodológico mixto, se busca recolectar datos cualitativos y cuantitativos aplicando el diseño exploratorio secuencial (DEXPLOS).

Como primera medida se realizará una investigación cualitativa, observaciones en el campo y en potenciales lugares donde ubicar la fábrica, cuestionarios, focus group a consumidores, pudiendo determinar los gustos, preferencias, actitudes, sentimientos y motivaciones. También serán llevados a cabo, cuestionarios autoadministrados a potenciales clientes se utilizarán con el fin de determinar los costos y las inversiones que se requerirán para la realización del proyecto.

Se presentan como avances la recolección de datos a través de las fuentes anteriormente mencionadas. A partir de ello, se definió el segmento de mercado en el cuál va a operar inicialmente. Se efectuó un análisis estratégico mediante la utilización de dos herramientas: Análisis FODA (para evaluar ambiente interno y externo) y Triciclo de Levy (se mide en función del punto de vista del consumidor). Se definió Misión, Visión y valores que servirán de guía para cumplir los objetivos organizacionales.

Tópicos de discusión: ¿Será recomendable para la fábrica la implementación de una página web?, ¿Se debe enfocar la investigación en los dueños de bares, en los consumidores finales o en ambos?

**Palabras Claves:** emprendimiento, cerveza, artesanal, fábrica.



---

## “Propuesta de mejora estructural para una organización privada basada en la descripción y análisis de cargos”

**Alumno/a:** Reilly, Cecilia Camila

**Tutor/a:** Villaverde Galindez, Florencia

### Resumen

El entorno cambiante y dinámico al cual se enfrentan las organizaciones en la actualidad ha llevado a reajustar las estructuras anticuadas y rígidas por sistemas flexibles. La gestión de Recursos Humanos pasó a ser especialmente estratégica al proyectar el factor humano como una potencial ventaja competitiva. Ello obliga a las Gerencias a establecer sistemas y procesos adaptativos donde el recurso humano es la clave para potenciar el crecimiento de la empresa.

El presente trabajo de investigación se lleva a cabo en una empresa privada ubicada en Tucumán, fundada en 1880 por capitales franceses, especializada en la producción y procesamiento de minerales industriales.

Se hará foco en el área de Compras, la cual posee una considerable demanda de pedidos internos, exigiendo una estructura organizacional adecuada y recursos humanos idóneos para la atención de dichas demandas.

Actualmente el equipo está conformado por el Coordinador de Compras y el Analista de Compras, los cuales reciben la totalidad de pedidos provenientes de los usuarios de Argentina.

Lo mencionado anteriormente provoca quejas y reclamos por parte de los solicitantes, estrés y fatiga en el equipo de Compras acompañado de sentimientos de desmotivación al no alcanzar las metas, y por último retrasos en la empresa al no contar con los elementos necesarios para la producción.

El objetivo general es elaborar una propuesta de mejora estructural en el área de Compras, a través de la revisión y actualización del Manual de Puestos actual.

Para ello, se deberá identificar las necesidades de modificación y/o actualización del mismo que permita mejorar la gestión del área y así poder proveer a la organización de un modelo para el Análisis y Descripción de Puestos que sea compatible con su situación actual.

La metodología del presente trabajo tendrá un enfoque cualitativo con diseño de investigación-acción.

Para el desarrollo del trabajo se utilizaron las siguientes herramientas en la etapa de diagnóstico: Matriz FODA – Estrategias FOFADODA, encuestas al personal, flujograma. Las cuales demostraron la situación actual de la organización, que indica, entre otras cuestiones, la necesidad de incluir un nuevo puesto para que el alcance del área quede cubierto. Para ello se está trabajando en el análisis y descripción del nuevo puesto.

Como tópico de discusión, quisiera debatir la posibilidad de agregar a la investigación un enfoque cuantitativo, a través de Filas de Espera, y por otro lado, siguiendo el enfoque cualitativo, evaluar necesidades de capacitación en la empresa.

**Palabras Claves:** Revisión - Análisis y descripción de puestos – Gestión de recursos humanos