



Primera Reunión de Discusión – Segundo Cuatrimestre

En el marco de la Práctica Profesional, se desarrollará la Primera Reunión de Discusión del Instituto de Administración

La misma se llevará a cabo este Lunes 17 de Octubre, de 18:30 a 20:30hs en el aula 15 y por la plataforma Zoom

ID de reunión: 829 2294 2827

Código de acceso: pplea

<https://us06web.zoom.us/j/82922942827?pwd=OGtSenRxSWJKQ0tGRm12WkFXR2VQUt09>

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

Los esperamos

Se discutirán los avances de los siguientes trabajos:

| Lunes 17/10/2022 Primera Reunión de Discusión | |
|--|---|
| 18:30hs | Alumno: Antonella Berarducci Nombre del Trabajo: Plan de negocio de un emprendimiento de indumentaria infantil Modalidad: Plan de Negocios Tutor: Liliana Fagre |
| 18:50hs | Alumno: Cinthia Romina Álvarez Nombre del Trabajo: Aplicación de herramientas de Control de Gestión en la marmolería “Granito” Modalidad: Trabajo de aplicación de conceptos y técnicas de administración en situación laboral o ambiente real Tutor: Javier Antonio García |
| 19:10hs | Alumno: Camila Ruiz Nombre del Trabajo: Indagación de las posibilidades de mejora en la Gestión de RRHH para la empresa tucumana “El Gran Hormigón S.A.” en el año 2022 Modalidad: Seminario de Investigación y/o profundización sobre temas específicos Tutor: Humberto D’Arterio |



| | |
|---------|---|
| 19:30hs | Alumno: Gabriela Elizabeth Salvatierra Nombre del Trabajo: Plan de mejora basado en el people analytics para la gestión de Recursos Humanos en una empresa comercial Modalidad: Trabajo de aplicación de conceptos y técnicas de administración en situación laboral o ambiente real Tutor: Humberto D'Arterio |
| 19:50hs | Alumno: María Alejandra Rodriguez Nombre del Trabajo: Formulación de un plan estratégico para un emprendimiento de indumentaria Modalidad: Trabajo de aplicación de conceptos y técnicas de administración en situación laboral o ambiente real Tutor: María de Lourdes Quinteros Fernández |
| 20:10hs | Alumno: Micaela Carbone Nombre del Trabajo: Investigación de oportunidades de mercado sostenible en emprendimientos y empresas de moda en Tucumán Modalidad: Seminario de Investigación y/o profundización sobre temas específicos Tutor: Mariana Delgado Cordomí |

Se adjuntan los Resúmenes de los Trabajos:



Plan de Negocio para la incorporación de una línea de prendas para niña en un emprendimiento de indumentaria infantil

Alumno/a: Antonella Berarducci

Tutor/a: Liliana Fagre

Resumen

Ante un entorno cambiante y muy competitivo, genera que emprendimientos como baby boutique definan una estrategia de integración hacia atrás con el objetivo de crear ventajas competitivas basadas en diferenciación y reducción en costos. El presente trabajo tiene como objeto de estudio un emprendimiento dedicado a la indumentaria infantil ubicado en la ciudad de Alderetes, provincia de Tucumán. Con el objetivo de afianzarse a aun más en sector y acaparar más participación de mercado es que el mismo proyecta incorporar, a los productos que ya ofrece una línea de indumentaria para niñas con el diseño y producción propia de la marca.

Debido a que en gestión del emprendimiento las decisiones se toman de acuerdo a la intuición y experiencia de quien la dirige y no en base a datos e información que la respalden, es que se detecta que existe escasa información sobre cuáles son los recursos adicionales, proveedores, plan de marketing y procesos necesarios para lograr que la nueva línea de prendas para niñas, resulte viable económica y financieramente.

Por lo que el objetivo general de este trabajo es elaborar un plan de negocios para el emprendimiento que permita determinar la viabilidad económica/financiera al incorporar una cápsula propia de prendas para niñas integrando todo lo aprendido en la carrera.

Por lo tanto, para abordar la problemática de manera íntegra y alcanzar el objetivo planteado, es que se plantea como metodología de investigación seguir un enfoque mixto y el diseño de la misma será exploratorio secuencial (DEXPLOS) en su modalidad derivativa. El plan de negocios no se encuentra finalizado en su totalidad. Hasta el momento, se presentan como avances la utilización de las siguientes herramientas: Matriz FODA- Estrategias FOFADODA y modelo CANVAS para conocer la situación actual del emprendimiento y definir su modelo de negocio por el cual entrega valor, Se llevó a cabo el estudio legal, y las normativas que rige el emprendimiento, se hizo una evaluación del entorno utilizando como herramientas la cruz de porter y análisis PESTEL, se procedió a llevar a cabo la investigación de mercado, se elaboraron el modelo de cuestionarios a los clientes actuales y potenciales, las entrevistas a los proveedores potenciales de materia y producto terminado y entrevistas a clientes actuales.

Tópicos de discusión: Herramientas para análisis de entrevistas, herramienta para proyectar la demanda para los 5 años e Información sobre la tasa de crecimiento y tasa de descuento.

Palabras claves: Plan de negocio – Viabilidad económica – Modelo de negocio



Aplicación de herramientas de Control de Gestión en la marmolería “Granito”

Alumno/a: Cinthia Romina Álvarez
Tutor/a: Javier Antonio García

Resumen

Cabe destacar que en la actualidad existe un gran porcentaje de empresas familiares, las cuales se debe reconocer que son la que mayor empleo generan en la Argentina esto genera que dichas empresas permanezcan a lo largo de las generaciones familiares.

El presente trabajo será llevado a cabo en la marmolería “Granito”, ubicado en la ciudad de San Miguel de Tucumán, una empresa familiar dedicada a la venta de mármol como así también el servicio de post venta que consiste en la colocación de los mismo realizado por los mismos empleados de la organización. Se puede destacar que es una empresa compuesta por poco personal, es familiar y no presenta un adecuado control ni seguimiento de los procesos operativos que se llevan a cabo.

En la empresa en la cual se trabajará, se puede observar que está atravesando por un gran crecimiento debido a la cantidad de demanda por parte de sus clientes y lo que eso implica poder conseguir también los materiales que requieren.

A su vez también en la empresa hoy por hoy no cuenta con el personal suficiente para sobrellevar este tipo de demanda por lo que esto ocasiona retrasos en las entregas de los pedidos, retrasos en las tareas a realizar y además genera desperdicios, esto lleva a que se genere un cuello de botella al momento de la producción.

Además, las tareas administrativas y de control de las mismas se encuentran centralizadas, ya que todos realizan todo tipo de tareas y eso dificulta la toma de decisiones y un desempeño eficaz y eficiente de la misma por lo tanto se presume que la organización no posee un registro sobre su verdadero crecimiento a nivel estructural de sus años de trayectoria.

Es por ello que el problema principal a estudiar en el presente trabajo es dicha carencia de estructuración, formalización y de objetivos definidos dentro la empresa

El objetivo general es identificar y desarrollar las 4 palancas de control. El enfoque metodológico del trabajo a abordar se llevará a cabo bajo un método Mixto, con diseño exploratorio (DEXPLOS), en el cual en una primera instancia se hará la recolección y análisis de datos cualitativos y luego recabar y analizar los datos cuantitativos d el mismo. 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 las herramientas en la etapa de diagnóstico: Diagrama de Ishikawa o Espina de pescado, Matriz FODA, Estrategias FO-FA-DO-DA y encuesta realizada al dueño de la empresa las cuales nos sirvió para conocer la situación actual de la organización.

Como **tópico de discusión**, me gustaría debatir la posibilidad de agregar a la investigación un enfoque cuantitativo, a través de Índices de Rentabilidad respecto a su stock, y por otro lado, siguiendo el enfoque cualitativo viendo si ¿es posible trabajar en la implantación de un sistema de gestión?

Palabras claves: Control de Gestión - Procesos – Estructura – Palancas de Control



Plan de mejora en la Gestión de Recursos Humanos para la empresa tucumana El Gran Hormigón S.A. en el año 2022

Alumno/a: Camila Ruiz
Tutor/a: Humberto D´Arterio

Resumen

Las organizaciones se adaptan al entorno mediante las estrategias y políticas empresariales. La gestión de la fuerza laboral es clave a la hora de adaptarse a las demandas del entorno y esto puede llevar en muchas ocasiones al éxito o el fracaso de la empresa. La gestión de la fuerza laboral se realiza mediante el sistema de gestión de recursos humanos. Las prácticas de recursos humanos influyen sobre las percepciones y actitudes de los empleados a nivel individual y a nivel organizacional. Asimismo, estas percepciones y actitudes influyen sobre el desempeño en la organización. Los recursos humanos son de gran importancia como personas o colaboradores en las organizaciones porque las empresas operan a través de los individuos, por lo tanto, dependen de estos para alcanzar sus objetivos y misión.

Dentro de los problemas que se identificaron, principalmente se observa una alta rotación de personal y que existe un descontento en cuanto la labor de los colaboradores. El objetivo general es indagar y realizar propuestas de estrategias de gestión de Recursos Humanos para mejorar la gestión de “El gran Hormigón S.A.” Se opta por un enfoque metodológico de investigación del tipo cualitativo, el diseño de tipo investigación – acción ya que se buscará entender y resolver problemáticas de una organización mediante una propuesta de técnicas y estrategias adecuadas para la organización. Para complementar al diseño, también se implementará el estudio de caso ya que se busca conocer y comprender la particularidad del ambiente real de trabajo. La instrumentación con la que se recolecta los datos para la situación actual involucra la observación directa, ya que es brindada la oportunidad de ser parte del ambiente; entrevistas a directivos y jefes; y cuestionarios a los empleados.

Se presentan como avances la recolección de información a través de los métodos antes mencionados. Principalmente se habló y discutió con la jefa del área de Recursos Humanos, en donde comenta que el descriptivo de puestos no se actualiza desde hace un tiempo, por lo que esta entrevista permite hacer una extensión en el marco teórico en lo que respecta a la descripción y análisis de cargos, el cual sirve de apoyo para poder realizar una actualización de los descriptivos del puesto de la organización, ya que se van a seguir los pasos y métodos adecuados de acuerdo con Chiavenato (2011).

Tópicos de discusión: ¿Representa un problema para la empresa o para los colaboradores que no haya un descriptivo de puestos actualizados? ¿Influye en la motivación de los colaboradores no tener en claro lo que respecta su puesto?

Palabras clave: Gestión de Recursos Humanos – Percepciones y actitudes – Descriptivo de puesto



Plan de mejora basado en el people analytics para la gestión de Recursos Humanos en una empresa comercial

Alumna: Gabriela Elizabeth Salvatierra

Tutor: Humberto D'arterio

Consultores: Marcelo Medina Galván y Javier Antonio García

Resumen

El presente trabajo se realizará en una empresa comercial dedicada a la comercialización de electrodomésticos y productos para el hogar con sede en la provincia de Tucumán, la cual denominaremos "La Mentora S.A" para preservar su identidad e información. En la misma, la gerencia de recursos humanos destina poca relevancia al análisis de los datos que se recolectan del personal, los cuales son una fuente de información valiosa que está siendo desaprovechada y en la que podría otorgar puntos de partida para contribuir a la mejora de la Gestión de Recursos Humanos. En base al problema planteado, el principal objetivo de este trabajo es identificar a través del People Analytics aspectos a mejorar que contribuyan a una mejor Gestión de Recursos Humanos.

El mismo estará bajo un enfoque mixto, con un diseño etnográfico, estudio de caso y explicativo secuencial (DEXPLIS) en el cual se abordará en una primera instancia de manera cuantitativa y de acuerdo a los datos que se obtendrán se trabajara con el enfoque cualitativo, para profundizar y lograr una mayor interpretación de la información obtenida. Las técnicas de recolección de datos serán a través de la observación directa participativa, revisión de dos bases de datos con las que cuenta la empresa (la primera contiene las novedades del personal de los últimos cinco años, y la segunda cuenta con las fichadas del personal de los dos últimos meses agosto y septiembre). Como ultima técnica, serán las entrevistas en profundidad con diferentes colaboradores.

Las técnicas de análisis para la base de datos de novedades serán a través del análisis de correspondencia, y para la base de datos de fichadas se usará herramientas propias de Excel (tablas dinámicas).

Como avances del trabajo, se analizó las fichadas del mes de agosto, con la información obtenida en primera instancia se procedió a indagar sobre el motivo de las llegadas tardes de estos colaboradores con lo que arrojó los siguientes resultados: patrones de conducta, llegadas tardes colectivas en una misma sucursal, acuerdos personales, entre otras. Ahora se procede al análisis del mes de septiembre y se comparara con los resultados obtenidos en el mes anterior para ver si existen correcciones en los desvíos o aparecen nuevos patrones. Con respecto a la base de datos de novedades, se encuentra en proceso de data cleaning para continuar posteriormente con el análisis de correspondencia. Este proceso es el que llevo más tiempo puesto que para la confección de esta base datos se extrajo de diferentes secciones de Excel la información. Una vez unificada se procedió a codificar los motivos de las licencias que presentaba la base, posteriormente, se cruzó la base con otras para complementar la información, como fue la fecha de ingreso, nacimiento, puesto, etc.

Tópicos de discusión: Presentación de información, identificación de variables para la tabla de contingencias previo al análisis de correspondencia.

Palabras claves: People analytics – Recursos Humanos – Análisis de correspondencia – Plan de mejora



Formulación de un plan estratégico para un emprendimiento de indumentaria

Alumno/a: María Alejandra Rodríguez

Tutor/a: María de Lourdes Quinteros Fernández

Resumen

La formulación del plan estratégico a desarrollar es de un emprendimiento de indumentaria que se dedica a la comercialización de indumentaria de segunda mano en Yerba Buena y San Miguel de Tucumán.

El emprendimiento tuvo sus inicios hace menos de dos años, su dueña comenzó sin ningún conocimiento previo de negocios, pero si conociendo al público al cual se dirigía, al no poseer conocimientos de negocio no cuenta tareas debidamente planificadas, no establece un orden, ni un rumbo establecido, ni pautas de control, lo que hace que no exista eficacia y eficiencia en las actividades que lleva a cabo.

Por lo tanto, el objetivo general del trabajo es diseñar un plan estratégico para el emprendimiento de indumentaria que contribuya a potenciar su crecimiento, mejorar su desempeño y asegurar el cumplimiento de sus metas.

Para ello se pretende examinar el entorno en el cual está inserto el emprendimiento, definir la visión estratégica, la declaración de misión y valores fundamentales para el emprendimiento, elaborar una estrategia que permita alcanzar los objetivos y la visión del emprendimiento de indumentaria.

El trabajo se realiza bajo un enfoque cualitativo, con un diseño investigación-acción, fenomenológico y estudio de caso. Utilizando como herramientas para el diagnóstico, análisis FODA, la matriz FODA, análisis de las 5 fuerzas de portes y análisis VRIO.

El plan estratégico no se encuentra finalizado, se realizó una entrevista semiestructurada a la dueña y a 15 clientas que visitaron el están del emprendimiento, algunas de ellas adquirieron algún producto y otras no. Además, se concluyó con el diagnóstico del mismo obteniendo conclusiones parciales de las herramientas utilizadas.

Tópicos de discusión: cantidad de personas entrevistadas, nuevas herramientas para realizar promoción, considerar la aplicación de otras herramientas, incorporar sugerencias para la incorporación de mejoras.

Palabras claves: Plan Estratégico – Emprendimiento – Indumentaria



Investigación de oportunidades de mercado sostenible en emprendimientos y empresas de moda en Tucumán

Alumno/a: Micaela Carbone

Tutor/a: Mariana Delgado Cordomí

Resumen:

Toda investigación empieza con una idea que se desarrolla paulatinamente dice Hernandez Sampieri. La responsabilidad social es un tema muy actual, novedoso e interesante. Es por eso que elegí esta idea. Si bien la responsabilidad social es un compromiso de cada uno como personas, en el contexto empresarial también es un compromiso corporativo, es decir, de cada persona que interviene en la empresa, pero también una visión de negocios que debe ser tan importante como la evolución económica de la misma. Me concentré en la moda, un concepto bastante superficial para algunos, pero para otros, un concepto fascinante, novedoso y que lo percibimos como un fenómeno social, histórico y cultural. Por consiguiente, me interesé mucho en esta industria y la relación con la responsabilidad social.

Se planteó como problemática, teniendo en cuenta que la industria textil es una de las más contaminantes del mundo, es por eso que me surgió la inquietud de investigar la manera en la que este tipo de empresas llevan a cabo la responsabilidad social y de qué manera lo hacen en la provincia de Tucumán y la perspectiva de los consumidores ante esta problemática.

Como propósito general de la investigación se propuso conocer las oportunidades de mercado sustentable en emprendimientos y empresas de moda en la provincia de Tucumán, la manera en la que lo comunican y la perspectiva de los consumidores.

En cuanto al marco teórico, se desarrolló por un lado el concepto de investigación, de investigación cualitativa. Luego se explicó algunos conceptos específicos de esta investigación, comencé con una definición de Principios de gestión en empresas de moda, explicando que es la moda y sus antecedentes. Luego aspectos generales como la Economía Circular, la responsabilidad social, y como se aplica en las empresas. Se explicó también de lo que se trata la moda sustentable y el marketing sostenible como para un mejor entendimiento del tema. Y como antecedentes se plantearon investigaciones anteriores.

Para el marco metodológico se llevará a cabo una investigación de tipo cualitativo, ya que su punto de partida es interpretar, conocer y descubrir. Se implementarán diseño fenomenológico con enfoque en la hermenéutica y también un diseño etnográfico. Ser utilizará un muestreo no probabilístico por conveniencia.

Para comenzar el desarrollo del trabajo se comenzó con el primer instrumento que se planteó como recolección de datos, el análisis de fuentes secundarias. Se investigó sobre el impacto ambiental provocado por las empresas en general, donde se expuso la manera en la que se clasifican las empresas de acuerdo a la percepción de esta nueva variable y la actitud frente a esta. Luego se explicaron que existen diferentes vectores fundamentales de este cambio, como el ahorro de costos, cumplimiento de normas, reducción del riesgo, apuesta a futuro, entre otras. Para continuar se investigó el impacto ambiental específicamente en las empresas y emprendimientos de moda. En esta oportunidad investigué sobre la huella de carbono y huella hídrica de la industria de la moda.



Luego investigué si en Tucumán había empresas que aplicaban la moda sustentable, o circular como la llaman algunos. Y lo último que se realizó fue comenzar a desarrollar el segundo instrumento de recolección de datos expuesto, pactar entrevistas con algunos de los emprendimientos para contar con más información y conocer como lo llevan a cabo.

Tópicos de discusión: ¿Será conveniente realizar cuestionarios a los consumidores, siendo Tucumán una provincia que no cuenta con muchas empresas u oportunidades de empresas donde comprar teniendo en cuenta la responsabilidad social? ¿Es realmente rentable para los emprendimientos aplicar la sustentabilidad?

Palabras claves: Responsabilidad Social – Consumidores – Empresas – Sustentabilidad