



## Segunda Reunión de Discusión – Segundo Cuatrimestre

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

La misma se llevará a cabo este Miércoles 19 de Octubre, de 18:30 a 20:30hs en el aula 15 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:

<b>Miércoles 19/10/2022</b> <b>Segunda Reunión de Discusión</b>	
<b>18:30hs</b>	<b>Alumno:</b> Karina Elizabeth Rojas <b>Nombre del Trabajo:</b> Evaluación de un proyecto de inversión "Canchita de Futbol 5" <b>Modalidad:</b> Plan de Negocios <b>Tutor:</b> Lourdes Quinteros
<b>18:50hs</b>	<b>Alumno:</b> María Lucia Bottini <b>Nombre del Trabajo:</b> Plan de Negocios para la apertura de una clínica odontológica <b>Modalidad:</b> Plan de Negocios <b>Tutor:</b> Jorge Alul
<b>19:10hs</b>	<b>Alumno:</b> Esteban Alcaide <b>Nombre del Trabajo:</b> Apertura de un distribuidor de alimentos frescos y congelados <b>Modalidad:</b> Plan de Negocios <b>Tutor:</b> Mercedes Ortiz
<b>19:30hs</b>	<b>Alumno:</b> Luz Belén Delgado <b>Nombre del Trabajo:</b> Plan de Negocios para la Apertura de una Tienda de Indumentaria <b>Modalidad:</b> Plan de Negocios <b>Tutor:</b> Lourdes Quinteros
<b>19:50hs</b>	<b>Alumno:</b> Joaquín Sebastián Romero <b>Nombre del Trabajo:</b> Plan de Negocio para Emprendimiento de Impresión 3D <b>Modalidad:</b> Plan de Negocios <b>Tutor:</b> Lourdes Quinteros
<b>20:10hs</b>	<b>Alumno:</b> Bruno Benjamín Giordano <b>Nombre del Trabajo:</b> Plan de Marketing Friday Shoes <b>Modalidad:</b> Plan de Negocios <b>Tutor:</b> Sergio Tomsic

Se adjuntan los Resúmenes de los Trabajos:



## “Evaluación de un Proyecto de inversión: Canchita de Fútbol 5”

Alumna: Karina Elizabeth Rojas  
Tutora: Lourdes Quinteros

### Resumen

El plan de negocios es un concepto tan amplio que abarca por un lado la formulación de un proyecto y por otro lado su evaluación. En la formulación se llevan a cabo los estudios de mercado, estudios técnicos, estudios administrativos y legales del proyecto. En la etapa de evaluación se llevan a cabo los estudios económicos financieros. Por lo tanto, podemos interpretar un proyecto de inversión como un proceso que comienza con la identificación de los problemas o las oportunidades a partir del planteo de necesidades insatisfechas; continúa con la formulación o diseño interdisciplinario de las diferentes opciones técnicas, tecnológicas, organizativas, legales, de mercado, que pueden implementarse para solucionar el problema que da origen al proyecto, y culmina en la evaluación, que es la selección de la mejor opción desde el punto de vista económico-financiero.

El plan de negocios a desarrollar para la Práctica Profesional comprende la evaluación económica financiera de un proyecto de inversión referente a la instalación de una canchita de futbol 5, en una localidad en la provincia de Tucumán. El objetivo planteado surge a través de la siguiente problemática que en realidad no resulta ser un problema, sino una oportunidad: “El desconocimiento de la viabilidad económica financiera de llevar a cabo un proyecto de inversión para la creación de una canchita de futbol 5 en una localidad de la provincia de Tucumán”

El plan de trabajo será abordado desde un enfoque cuantitativo, con alcance exploratorio del tipo no experimental longitudinal y transversal. Los datos sobre los costos de la inversión se obtendrán a través de fuentes primarias y entrevistas de profundidad con el inversionista. A partir de la información recogida se podrá calcular el Flujo de Fondos de la inversión y así obtener los distintos indicadores financieros como el valor actual neto (VAN), la tasa interna de retorno (TIR) y el Plazo de Recuperación de la Inversión (PR). Con estos cálculos que se realizarán, utilizando Excel, se pretende determinar la rentabilidad del proyecto y realizar una proyección con un horizonte temporal de cinco años.

El plan de negocios no se encuentra terminado. Se realizó la obtención de datos de costos y posibles ingresos, de manera exitosa, a través de entrevista de profundidad, los cuales están siendo analizados y clasificados para la obtención del flujo de fondo y posteriormente calcular los distintos índices financieros.

**Tópicos de discusión:** Metodología seleccionada para el proyecto. Elección del horizonte temporal. La inflación en el cálculo del flujo de fondos.

**Palabras claves:** Plan de negocio – Evaluación – Proyecto – Inversión



## “Plan de negocios para la apertura de una Clínica Odontológica”

Alumno/a: María Lucía Bottini

Tutor/a: Jorge Eduardo Alul

### Resumen

La formulación del plan de negocios que actualmente está en proceso de desarrollo es para la apertura de una clínica Odontológica en la provincia de San Miguel de Tucumán.

Este tiene como finalidad tener una base de datos e información para poder tomar una decisión fundamentada sobre la inversión que se pretende realizar.

Se planteó la problemática que tienen los odontólogos que se debe a la falta de información acerca de los ingresos y costos que incurren cada uno de los mismos ya que toman sus decisiones de compra de materiales u otros requerimientos del consultorio y precios cobrados a los pacientes basándose en la intuición y no cuentan con registros formales sobre este tipo de cosas, por lo que desconocen la viabilidad y factibilidad de la inversión que pretenden realizar.

El objetivo principal de este trabajo será proponer un plan de negocios para la apertura de una clínica odontológica integral.

El diseño que se va a utilizar es el DEXPLOS-Exploratorio secuencial. Este implica una fase inicial de recolección y análisis de datos cualitativos y luego cuantitativos para pasar después a un análisis de los dos en su conjunto.

El desarrollo de este plan de trabajo todavía no se ha concluido, pero se avanzó con el marco legal necesario para la apertura de la clínica, la estructura organizacional y la estructura operativa. También se hizo un análisis de mercado a través del modelo de Porter y se realizaron encuestas a un grupo de 55 personas de las cuáles se pudo obtener resultados que luego ayudarán a poder hacer un análisis más completo junto con los siguientes datos que se pretende obtener.

**Tópicos de discusión:** Herramientas de análisis, obtención de datos.

**Palabras claves:** Inversión – análisis de datos – clínica



## “Plan de negocios: apertura de un distribuidor de alimentos frescos y congelados”

Alumno/a: Esteban Alcaide  
Tutor/a: Mercedes Ortiz

### Resumen

Un plan de negocios es la exteriorización de un proceso de decisión en la cual consiste en la recolección de información, evaluar alternativas para luego tomar la mejor decisión posible. En el mismo se analizará la implementación y maduración de las operaciones, posteriormente se evaluará la rentabilidad, riesgos y la creación de valor. Este plan consta de un análisis contextual, análisis comercial y un plan financiero. La idea de negocio surge ante la oportunidad de la apertura de una distribuidora de alimentos frescos y congelados (pollos y sus derivados) en la localidad de Cafayate provincia de Salta, ya que dicho lugar no cuenta con una instalada.

Como problemática principal es que se carece de la información necesaria y relevante que permita respaldar la misma, y no evaluar el proyecto de manera intuitiva.

De esta manera se destaca como objetivo principal la realización de un plan de negocios que me facilite evaluar la viabilidad económica financiera del proyecto.

Para abarcar un enfoque cualitativo y cuantitativo se llevará a cabo una metodología mixta con un diseño de triangulación concurrente; se realizarán entrevistas informales a un empresario de Cafayate (propietario de un súper mayorista), observación directa y entrevista a un experto en el negocio de la distribución de pollo en San Miguel de Tucumán con el fin de introducirse en el mercado como también familiarizarse con los clientes potenciales de la localidad objetiva.

Se presentan como avances el diseño de las entrevistas y la recolección de la información de la misma; utilizando las herramientas del análisis FODA y 5 fuerzas de Porter evaluando el ambiente interno y externo del negocio, el mercado y la competencia.

**Tópicos de discusión:** ¿Qué cantidad de recursos (humanos y tecnológicos) serán necesarios? ¿Se contará con la capacidad para efectuar la venta minorista? ¿Cuál es el tiempo óptimo de planeación? ¿Cómo estimo los ingresos y los costos?

**Palabras claves:** Plan de negocios – Distribución – Mercado – Viabilidad económica



## “Plan de Negocios para la apertura de una Tienda de Indumentaria”

Alumno/a: Luz Belén Delgado

Tutor/a: Lourdes Quinteros

### Resumen

Debido a la fuerte tendencia que existe entre los jóvenes de la provincia de Tucumán hacia el concepto de moda, la formulación del plan de negocios a desarrollar en el presente trabajo es el de la apertura de una tienda de diseño dedicado a la venta de indumentaria y accesorios femeninos. La finalidad del mismo es efectuar un análisis integral que permita tomar una decisión fundada acerca de la inversión que se quiere realizar.

Ya que no se realizó un estudio que fundamente la realización del proyecto, el problema que se plantea es uno relacionado con la toma de decisiones basado en la intuición ya que no se cuenta con la información necesaria para conocer el mercado meta, sus gustos y preferencias, el comportamiento de la competencia y la inversión requerida.

El objetivo general es evaluar la viabilidad económico / financiera para la apertura de una tienda dedicada a la venta de indumentaria y accesorios femeninos en San Miguel de Tucumán mediante un plan de negocios. Para ello, se ejecutará un análisis del entorno que permitirá identificar aquellos factores que pueden influir en la tienda de indumentaria; se elaborará un estudio de mercado que aporte la información requerida y así conocer el mercado meta y por último, se ejecutará un análisis de rentabilidad del proyecto para analizar y determinar la viabilidad del mismo.

El estudio se desarrollará bajo un enfoque mixto con un diseño exploratorio secuencial (DEXPLOS) ya que los datos con los cuales se va a trabajar son tanto cualitativos como cuantitativos.

Para el desarrollo del trabajo se utilizaron las siguientes herramientas en la etapa de diagnóstico: Matriz FODA – Cuestionarios Autoadministrados a través de Google Forms y la Cruz de Porter. Los cuales demostraron el contexto al cual se enfrentará la tienda de diseño, permitió conocer los gustos y preferencias del mercado meta.

El plan de negocios no se encuentra finalizada en su totalidad ya que aún falta realizar el análisis económico financiero para determinar la viabilidad del proyecto.

Hasta el momento, a fines de la reunión de discusión, se presentan como avances los resultados de la investigación cualitativa. Además de los datos obtenidos del cuestionario realizado y de la matriz FODA, se analizó el mercado proveedor y el competidor. Este último mediante la elaboración de una cruz de Porter. Así mismo, se consultó la normativa vigente para tomar conocimiento de los requisitos legales para el inicio en la actividad comercial.

**Tópicos de discusión:** quisiera debatir la posibilidad de agregar otra herramienta de análisis: un modelo Canvas, el cual permitirá identificar los aspectos esenciales del negocio presentándolos de manera estructurada.

**Palabras claves:** Tienda de Diseño – Proyecto de Inversión – Moda – San Miguel de Tucumán



## “Plan de Negocio para emprendimiento de impresión 3D”

Alumno/a: Joaquín Sebastián Romero  
Tutor/a: Lourdes Quinteros

### Resumen

Un plan de negocios es un documento empresarial básico que permite reunir en un solo lugar toda la información relacionada con la planificación de tu proyecto: cuál es la idea, cuáles son sus factores críticos de éxito, cómo lo pondrás en marcha, cuánta inversión se requiere, cuándo y cómo va a hacerte ganar dinero.

El presente plan de trabajo se lleva a cabo en un emprendimiento de impresión 3D que se especializa en el diseño, fabricación y comercialización de productos hechos con impresión 3D, fundada por un estudiante de Ingeniería Eléctrica en Santa Bárbara, Jujuy. El fundador tuvo que trasladar el negocio a San Miguel de Tucumán, lugar donde actualmente lleva a cabo sus actividades. Como problemática se identifica que esta nueva localización genera un alto grado de incertidumbre sobre la viabilidad del emprendimiento debido a la escasa información que poseen del entorno.

Se establece como objetivo general elaborar un plan de negocio que propicie una orientación adecuada para la toma de decisiones del emprendimiento.

Este trabajo tiene un enfoque metodológico mixto con diseño anidado o incrustado de modelo dominante (DIAC), siendo el método cuantitativo el predominante que guiará a la investigación. Para la recolección de datos cuantitativos se implementarán un cuestionario autoadministrado y datos secundarios del negocio.

Los datos cualitativos se obtendrán a través de observaciones no participativas, observaciones pasivas y una entrevista semiestructurada al fundador del emprendimiento. El trabajo de investigación aún se encuentra en proceso. Hasta el momento se llevó a cabo el cuestionario a los actuales clientes y potenciales, y las distintas observaciones con el fin de obtener datos importantes del consumidor y realizar una estimación de la demanda futura de la forma más concreta.

Para el desarrollo del trabajo se utilizaron las siguientes herramientas de análisis en la etapa de diagnóstico: Matriz FODA con sus respectivas estrategias FO-FA-DO-DA, Análisis de las 5 Fuerzas de Porter, y el Diagrama de Gantt para los productos seleccionados por su contribución marginal.

**Tópicos de discusión:** Sugerencia sobre otra técnica de análisis para aplicar - Importancia de la formalización del proceso de ventas.

**Palabras clave:** Plan de negocio - Emprendimiento – Tecnología - Impresión 3D



## “Plan de Marketing Friday Shoes”

Alumno/a: Bruno Benjamín Giordano

Tutor/a: Sergio Tomsic

### Resumen

Este trabajo tiene como propósito desarrollar un plan de marketing para posicionar en el mercado de Tucumán, Argentina una nueva marca de zapatillas hechas a partir de botellas de plástico recicladas llamada “Friday Shoes”. La idea de este proyecto surge luego de observar en redes sociales la campaña publicitaria de la colaboración entre Adidas y Parley for the Oceans, en la cual se lanzaron camisetas de fútbol hechas a base de plástico marino para los clubes Juventus, Manchester United, Real Madrid y FC Bayern.

El mismo apunta a ser reconocido en el mercado local tanto por sus diseños clásicos e informales, así como también por su concientización ambiental. A fin de impulsar este proyecto será necesario conocer al mercado de Tucumán para así poder determinar el público objetivo adecuado y la mejor manera de dirigirse hacia ellos.

Friday Shoes es un proyecto que surge “de cero” y busca establecerse en la provincia de Tucumán, Argentina con el objetivo de proveer calzado “eco-friendly” pero al mismo tiempo “fashion-friendly”. Actualmente, en la provincia no se encuentran empresas con una propuesta similar en el rubro de calzado. Por lo tanto, hay incertidumbre respecto del público objetivo de la empresa y qué estrategias de posicionamiento son las más indicadas para el mismo.

Según Philip Kotler (2006), el plan de marketing es un “documento escrito que resume lo que el especialista de marketing ha aprendido sobre el mercado, que indica cómo la empresa pretende alcanzar sus objetivos de marketing y que facilita, dirige y coordina los esfuerzos de marketing”.

El presente trabajo tiene un enfoque mixto, ya que se precisan datos tanto cualitativos como cuantitativos; diseño no experimental de corte transeccional. Se hará uso de análisis de datos secundarios, entrevistas a expertos y encuestas auto administradas. El muestreo es no probabilístico de tipo bola de nieve.

Para el desarrollo del trabajo se establecieron misión, visión y valores de la empresa para guiar futuras acciones; se hizo uso de herramientas de análisis externo (análisis PEST y análisis de 5 fuerzas competitivas de Porter). Se llevó a cabo un análisis de datos secundarios en internet, entrevistas a expertos y actualmente se está diseñando un cuestionario auto administrado con el objetivo de conocer hábitos y preferencias de los consumidores de la provincia de Tucumán.

Como próximos pasos se destacan la finalización y distribución del cuestionario y la formulación de planes de acción en cuanto a políticas de producto, precio, distribución y promoción.

**Tópicos de discusión:** Diseño de cuestionario, herramientas de análisis externo.

**Palabras claves:** zapatillas – plan de marketing – preferencias de consumo – marketing