



### Tercera Reunión de Discusión – Segundo Cuatrimestre

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

La misma se llevará a cabo este Lunes 24 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:

Lunes 24/10/2022 Tercera Reunión de Discusión	
18:30hs	<b>Alumno:</b> Eliana Natali Lizárraga <b>Nombre del Trabajo:</b> Investigación de mercados para llevar a cabo un plan de expansión de negocios para “Peques S.R.L.” <b>Modalidad:</b> Trabajo de aplicación de conceptos y técnicas de administración en situación laboral o ambiente real <b>Tutor:</b> Sergio Tomsic
18:50hs	<b>Alumno:</b> Milagros Beatriz Busema <b>Nombre del Trabajo:</b> La brecha de género en el sector transporte desde la perspectiva biográfica <b>Modalidad:</b> Seminario de Investigación y/o profundización sobre temas específicos <b>Tutor:</b> Marcelo Medina Galván
19:10hs	<b>Alumno:</b> Carolina Gutiérrez <b>Nombre del Trabajo:</b> Beneficios de un nuevo sistema ERP para la mejora de la gestión en Sanatorio ubicado en S.M de Tucumán <b>Modalidad:</b> Trabajo de aplicación de conceptos y técnicas de administración en situación laboral o ambiente real <b>Tutor:</b> Marcelo García
19:30hs	<b>Alumno:</b> Santiago Nicolás Rivero <b>Nombre del Trabajo:</b> Modelización de Procesos en una Empresa Comercial <b>Modalidad:</b> Trabajo de aplicación de conceptos y técnicas de administración en situación laboral o ambiente real <b>Tutor:</b> Natalia Gor
19:50hs	<b>Alumno:</b> Brenda Denisse Garcia



	<p><b>Nombre del Trabajo:</b> Rotación de choferes en empresas de Logística: Un caso de Estudio</p> <p><b>Modalidad:</b> Seminario de Investigación y/o profundización sobre temas específicos</p> <p><b>Tutor:</b> Humberto D´Arterio</p>
20:10hs	<p><b>Alumno:</b> Elías Andrés Albarracín</p> <p><b>Nombre del Trabajo:</b> Formulación de un Plan estratégico para Tucma construcciones</p> <p><b>Modalidad:</b> Trabajo de aplicación de conceptos y técnicas de administración en situación laboral o ambiente real</p> <p><b>Tutor:</b> Virginia Abbas</p>

Se adjuntan los Resúmenes de los Trabajos:



## Investigación de Mercados para llevar a cabo un plan de expansión de negocios para Peques S.R.L

Alumno/a: Eliana Natali Lizárraga  
Tutor/a: Sergio Tomsic

### Resumen

La investigación de mercados consiste en la recolección y análisis de la información de modo que se pueda identificar cuáles son las tendencias, expectativas, necesidades de los clientes y sus hábitos de compra como así también conocer que está haciendo la competencia por lo que se debe elaborar una buena estrategia de marketing para hacer frente a posibles reacciones de la competencia.

La siguiente investigación de mercados se llevará a cabo en “Peques S.R.L”, es una empresa familiar ubicada en San Miguel de Tucumán, actualmente está siendo dirigida por su segunda generación y lleva más de 54 años en el rubro, por lo que es considerada líder en la comercialización de juguetes y artículos de primera infancia.

A los fines de expandir el negocio y generar mayores beneficios, la firma considera necesario la apertura de una nueva sucursal en la localidad de Tafí Viejo, Tucumán. Dicho plan de expansión tiene diversas dificultades para ser puesto en marcha ya que se toman decisiones basadas en la intuición por el hecho de que desconoce cuáles son las preferencias de los clientes, ubicación estratégica, acciones de los competidores, etc. Que la pondrían en ventaja competitiva en relación a la competencia local.

El objetivo general de esta investigación consiste en determinar si es factible la apertura de la nueva sucursal, a través de la evaluación de las tendencias del mercado, conociendo en profundidad el segmento que se pretende conquistar (preferencias de los consumidores, actuación de la competencia, etc.). Para ello es importante poder determinar una ubicación estratégica para la colocación del nuevo local, desarrollar una estrategia de posicionamiento frente a la competencia local, obtener información específica de los clientes del nuevo segmento con el propósito de identificar sus necesidades y ser satisfechas con éxito.

En cuanto al marco metodológico para abordar la investigación, se opta por tomar un enfoque cualitativo con diseño de triangulación concurrente (DITRIAC).

En la etapa de diagnóstico, las herramientas utilizadas son: Matriz FODA, Estrategias FOFADODA, entrevistas a los directivos, observación participativa activa y pasiva. Las mismas ayudan a determinar los factores claves que se deben tener en cuenta al momento de poner en marcha el plan de expansión, ya que en gran medida se pudo establecer que hay información clave con la que la firma no contaba. Actualmente se está trabajando en el análisis de la información.

Como **tópicos**, se discutió la necesidad de incluir herramientas de posicionamiento geográfico y segmentación, ya que se considera como un factor clave de éxito para el plan de expansión.

**Palabras claves:** Plan de expansión – Investigación de mercados – Clientes – Estrategia de Marketing.



## La brecha de género en el sector transporte desde la perspectiva biográfica

Alumno/a: Milagros Busema  
Tutor/a: Marcelo Medina Galván

### Resumen

En la actualidad las mujeres se encuentran luchando constantemente para tener acceso a puestos de trabajos y oportunidades de crecimiento, a esta disparidad entre géneros se denomina brecha de género, y esta se profundiza aún más cuando se trata de rubros a los que se los asume como “masculinos” tal es el caso del sector transporte que además existen muchas estigmatizaciones como “las mujeres conducen mal” o “las mujeres no entienden de motores”.

La brecha de género es mayormente medida con un enfoque cuantitativo, a través de la comparación entre la cantidad de mujeres y hombres que se encuentran en un cargo, la brecha salarial existente en los puestos de trabajo o desde el punto de vista cualitativo con el techo de cristal. Es por ello que se decidió hacer la presente investigación con enfoque cualitativo de diseño narrativo con perspectiva biográfica, en la que se centrará en las historias de vida de mujeres que se encuentran en el sector transporte con el objetivo general de caracterizar el rol de la mujer en los distintos sectores del transporte de carga para comprender la brecha de género existente. Se considera que al tener acceso a la historia de vida de estas mujeres que supieron tener una visión más global desde sus vivencias.

En primera instancia se hizo una profundización del marco teórico para poder tener una perspectiva de género acertada. Se destaca como aspectos importantes la diversidad que para muchos es considerada una ventaja comparativa para las organizaciones, la brecha de género con los factores en los que inciden en ella y la perspectiva biográfica para poder llevar a cabo de manera correctas las entrevistas.

Durante el trabajo de campo se realizan las entrevistas biográficas, utilizando grabaciones de voz, con anotaciones en la bitácora sobre las observaciones del ambiente y las sensaciones del momento. Para el análisis se consideran dos focos, el primero en los sucesos temporales y el segundo en los puntos de inflexión en la vida de las personas.

**Tópicos de discusión:** Como tópico de discusión se plantea el tratamiento de los datos cualitativos y la teoría de la representación social.

**Palabras claves:** Mujeres- Brecha de Género- Perspectiva Biográfica



## Beneficios de un nuevo sistema ERP para la mejora de la gestión en Sanatorio ubicado en S.M de Tucumán

Alumno/a: Carolina Gutiérrez

Tutor/a: Marcelo García

### Resumen

En la actualidad, los sistemas de información están cambiando la forma en que se gestionan las organizaciones. Su utilización puede proveer grandes beneficios, como la automatización de los procesos operativos o la obtención de información como apoyo al proceso de toma de decisiones y el descubrimiento de ventajas competitivas.

En el mes de octubre del año 2021, el "Sanatorio SA", ubicado en San Miguel de Tucumán, experimentó un cambio en su Gerencia. Una de las decisiones de la misma fue la implementación de un nuevo sistema informático de tipo ERP. Esta decisión se origina por la detección de múltiples inconsistencias y falencias del sistema actual, el cual se utiliza desde el mes de noviembre del año 2014, y es el mismo que se usa actualmente en la mayoría de los sanatorios y hospitales de la provincia. Entre ellas se pueden mencionar la ineficiencia para identificar consumos de medicamentos de pacientes, falta de trazabilidad en la operatoria de consumos de medicamentos versus indicaciones médicas, saldos incorrectos de cuentas corrientes de clientes, inconsistencias en circuito de pagos, posibilidad de pagar dos veces una factura de proveedores, entre otros.

El objetivo general del trabajo es caracterizar los problemas y falencias del sistema actual utilizado en Sanatorio SA para presentar los beneficios y ventajas que aporta el nuevo sistema informático, utilizando un enfoque cualitativo de diseño etnográfico.

La información se recopilará mediante los métodos de observación del procedimiento de implementación y se complementará mediante entrevistas con algunos sectores involucrados.

En esta primera instancia, se identificaron las actividades relacionadas con el proceso de implementación y la estructura de capacitaciones realizada en Sanatorio SA. Se realiza un cuadro comparativo de las actividades y hechos sucedidos durante el mismo procedimiento y se compara contra los principios de metodologías ágiles a manera de definir y caracterizar el tipo de metodología utilizada.

**Tópicos de discusión:** metodología aplicada durante el proceso de implementación y actividades o procesos críticos durante la capacitación. ¿Las entrevistas a realizar con las áreas involucradas proveerán información objetiva de los hechos? ¿Qué orientación deberán tener estas entrevistas?

**Palabras claves:** Sistemas de Información, Implementación, Gestión, Información



## Modelización de Procesos en una Empresa Comercial

Alumno/a: Santiago Rivero  
Tutor/a: Natalia Gor

### Resumen

Cuando hablamos de procesos, la definición amplia nos dice que un proceso es todo lo que hacemos, cada acción que llevamos a cabo para llegar a un resultado, forma parte de un proceso. En el mundo de las empresas y las organizaciones, gestionar por procesos es una forma de manejar la empresa, es una metodología que se utiliza para alcanzar la máxima eficiencia en los objetivos que se hayan planteado.

La empresa en cuestión no tiene documentados sus procesos, por tal motivo la gestión del trabajo depende de las personas que están en ese momento. Esto ocasiona que se presenten algunos problemas como:

- Complejiza la gestión de los recursos de la empresa. Ya sean recursos humanos o materiales. Tener los procesos formalizados ayuda en la organización y esto repercute siempre en los grados de eficiencia;
- Poner en riesgo la buena atención al cliente. Si los procesos están desordenados los clientes van a ver ese resultado y será evidente frente a ellos la falla;
- Caer en el error de darle mucha importancia a procesos que en realidad no generan valor para el cliente ni para la empresa;
- Contratar sistemas de gestión que realmente no se necesitan o que no se podrán implementar correctamente hasta no formalizar los procesos para hacerlo. Esto se traduce en malgasto de recursos.

En base a los problemas planteados se estableció como finalidad Modelizar los procesos de la empresa en cuestión, con el motivo de lograr la eficiencia de los mismos.

Para el análisis del presente trabajo se implementó un enfoque cualitativo de diseño Investigación – Acción. Este tipo de metodología se ocupa del estudio de una problemática social específica que requiere solución y que afecta a un determinado grupo de personas, sea una comunidad, asociación, escuela o empresa.

Las técnicas que utilizadas para recopilar la información pertinente al estudio fueron: Datos de la empresa suministrados por los empleados; dichos datos se encontraban en el Sistema informático con el que trabaja el negocio, también la Charla con empleados fue una fuente valiosa de datos para entender la situación, como así también la Entrevista con el dueño del negocio fue realmente importante.

De las fuentes mencionadas anteriormente se logró identificar a las personas intervinientes en los procesos, como así también las tareas y responsabilidades de cada uno; los riesgos y las posibles recomendaciones para mejorar.

Se presenta como avances los manuales de funciones propuestos y los datos proporcionados desde el sistema. Cabe aclarar que el centro de la investigación estuvo limitado a los procesos que poseen influencia directa sobre el stock de la empresa (Compra, Venta, Recepción de mercadería y Movimientos entre depósitos).

**Tópicos de discusión:** ¿Sería operativamente viable aplicar a otras sucursales lo realizado? ¿Qué otros circuitos son considerables para el negocio?

**Palabras claves:** Manuales de Procesos – Definición de Puestos – Stock.



## Rotación de choferes en empresas de Logística: Un caso de Estudio

Alumno/a: Brenda Denisse García  
Tutor/a: Humberto D'arterio

### Resumen

La rotación de personal en las empresas es un tema fundamental y de suma importancia; el área de recursos humanos centra su interés y estudio en múltiples aspectos de la gestión de personas como elemento esencial para el logro de los objetivos de la organización.

En empresas del rubro logística es crucial que lo planificado se pueda cumplir en tiempo y forma, y en ello los choferes ocupan un rol clave. Por esto es de gran importancia que las empresas no posean un índice de rotación muy elevado, ya que esto conlleva a consecuencias negativas como fuga de conocimientos, costos y tiempos de contratación y capacitación del personal, entre otros.

El presente trabajo de investigación se lleva a cabo en una empresa dedicada a la logística fundada en marzo de 2021, cuya casa central se ubica en Tucumán, con sucursal en Buenos Aires, con un total de 12 choferes.

En este proyecto se pondrá atención a los choferes, debido a que actualmente la empresa presenta una excesiva rotación de los mismos, su índice de rotación en el período de octubre de 2021 a octubre de 2022 es de 63,6%.

El objetivo general es caracterizar la Gestión de Recursos Humanos de la empresa para proponer distintos cursos de acción que mitiguen el impacto negativo de este fenómeno. Para ello, se procederá a identificar las causas o motivos que generan la rotación de choferes en la empresa y luego compararlas con los de la industria para proponer mejoras en la gestión de Recursos Humanos de la empresa.

La metodología del presente trabajo tendrá un enfoque cualitativo con una triangulación de diseño que incluye: etnográfico, estudio de caso, e investigación-acción.

Para el desarrollo del trabajo se utilizaron las siguientes herramientas en la etapa de diagnóstico: entrevistas con el dueño, relevamiento de documentación de la empresa como manual de funciones y Política de RRHH, entrevista al encargado del proceso de reclutamiento y selección, y entrevistas a los choferes de la empresa. Como resultado de esto quedó demostrado las distintas perspectivas sobre la gestión de recursos humanos actual y posibles razones por las cuales se genera la rotación en la empresa.

El trabajo de investigación no se encuentra finalizado. Para ello se procederá a realizar entrevistas con responsables de RRHH de otras empresas de la industria.

**Tópicos de discusión:** Presentación de Información

**Palabras claves:** Gestión de RRHH – Choferes – Rotación – Causas



## Formulación de un Plan Estratégico para Tucma construcciones

Alumno: Elías Andrés Albarracín  
Tutor: Virginia Abbas

### Resumen

Muchas veces las Pymes suelen decir que no tienen una estrategia, la verdad es que toda empresa u organización tiene una estrategia, una estrategia no formal que es parte de su ADN o razón de su existencia. Por lo tanto, toda empresa tiene una estrategia, que quizás no es formal, no está explícita o no es clara, pero está presente en el día a día de la empresa.

Tucma es una empresa constructora que se desempeña en el rubro constructivo en el área pública y privada. Realiza proyectos de manera simultánea a lo largo del país los cuales son asignados a los 4 arquitectos con los que cuenta la organización. Sus principales clientes son bancos, centros comerciales, entidades públicas y viviendas particulares. La empresa fue evolucionando pasando por etapas de gran crecimiento y otras de estancamiento en las que tuvo que salir a buscar clientes alternativos y competir en otros mercados con competencia bien establecida. Actualmente existen proyectos que no se ejecutan de manera eficiente y esto suele observarse cuando los compromisos de obras aumentan y se requiere de mayor exigencia de recursos. Por este motivo contar con un plan estratégico le ayudara a la empresa Planificar de manera clara y precisa el rumbo de la organización.

Para abordar el problema se planteó como objetivo general: Explicitar la estrategia de la organización Tucma construcciones a través de un plan estratégico que permita establecer la dirección futura de la empresa., y como objetivos específicos: -explorar el entorno interno y externo para identificar los factores que influyen en el negocio. -

Comprender las necesidades de la gerencia para formalizar sus objetivos y por ultimo Desarrollar planes de acción que le ayuden a la empresa alcanzar su visión y los objetivos definidos.

Para esta investigación se utilizará un enfoque cualitativo, mediante un estudio de caso con diseño fenomenológico y de investigación-acción participativo. La finalidad de este diseño es comprender y resolver una problemática. Se utilizarán los siguientes instrumentos de recolección de datos: Observación activa: en la empresa Entrevistas individuales al personal y al gerente, Focus Group y análisis de documentos organizacionales. Como técnica de análisis de Datos se utilizarán mapas cognitivos/conceptuales. A partir de los datos recolectados se realizó el diagnostico estratégico de la empresa, se desarrolló el análisis FODA y se concretó la matriz de las cinco fuerzas de Porter, también se implementó el análisis VRIO. Se establecieron objetivos estratégicos a partir de la técnica de triangulación de las dimensiones del FODA en estrategias FO, FA, DO, DA. Los siguientes pasos a seguir son la reunión con el gerente y los empleados para discutir las estrategias que emergieron de la investigación y las estrategias que se crean necesarias adicionar.

Los **tópicos de discusión** son: planes de acción para el cumplimiento de los objetivos de marketing, ¿por dónde creen que debería avanzar la empresa? Establecer objetivos y métricas para la evaluación de la gestión del conocimiento

**Palabras clave:** Planeación estratégica - Pyme – Construcción