



**REUNION DE DISCUSIÓN  
AVANCES DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL DE LA  
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN**

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

La misma se llevará a cabo este lunes 27 de febrero, de 19:00 a 20:00hs por la plataforma Zoom

ID de reunión: 829 2294 2827

Código de acceso: pplea

Link: <https://us06web.zoom.us/j/82922942827?pwd=OGtSenRxSWJKQ0tGRm12WkFXR2VQUT09>

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

Se discutirán los avances de los siguientes trabajos:

<b>Lunes 27/02/2023 Reunión de Discusión</b>	
<b>19:00hs</b>	Alumno: Mauricio Cuozzo Nombre del Trabajo: Diseño de un dashboard para la gestión económica financiera de una unidad académica Modalidad: Participación en proyectos de investigación Tutor: Marcelo Medina Galván
<b>19:15hs</b>	Alumno: Valentina Gargiulo Nombre del Trabajo: Evaluación económica en el microemprendimiento de indumentaria femenina Nicoletta Modalidad: Trabajo de aplicación de conceptos y técnicas de administración en situación laboral o ambiente real Tutor: Marcelo Medina Galván
<b>19:30hs</b>	Alumno: Marina Missaglia Nombre del Trabajo: Marketing Sustentable, Medio Ambiente, Green Change Modalidad: Trabajo de aplicación de conceptos y técnicas de administración en situación laboral o ambiente real Tutor: Mariana Delgado Cordomi



<b>19:45hs</b>	Alumno: María Lourdes Álvarez Nombre del Trabajo: Investigación de mercado para el diseño de la estrategia comercial de una agencia de viajes Modalidad: Seminario de Investigación y/o profundización sobre temas específicos Tutor: Ingrid Serón
----------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Se adjuntan los Resúmenes de los Trabajos:



## **Diseño de un dashboard para la gestión económica financiera de una unidad académica**

Alumno/a: Mauricio Cuozzo

Tutor/a: Marcelo Enrique Medina Galván

### **Resumen**

Nos encontramos actualmente en la era del conocimiento donde la información es uno de los pilares fundamentales en la sociedad y se ha convertido en el recurso más valioso de cada empresa, organización, fundación, etc. Los avances tecnológicos permiten almacenar y procesar grandes volúmenes de información en las instituciones con o sin fines de lucro, para lograr soporte de las decisiones financieras, administrativas y económicas.

La tendencia actual es analizar la información histórica para descubrir conocimiento que ayude a optimizar el proceso de toma de decisiones. Si un gerente está bien informado de lo que sucede en la empresa con datos reales, puede tomar decisiones mucho más acertadas y lograr que su empresa sea competitiva en el mercado y más eficiente internamente.

Las universidades e instituciones académicas no tienen un fin lucrativo, pero cumplen la finalidad de formar mejores profesionales y de esta manera contribuir con la sociedad. Los procesos educativos cuentan con sistemas que les permiten captar una enorme cantidad de datos, pero no es tarea fácil procesar esos datos para generar información valiosa que termine escalando en conocimiento y sabiduría para quienes toman decisiones en este tipo de organizaciones.

El propósito de este trabajo es analizar los datos y procesos económicos-financieros de la organización y proponer un esquema formal para la aplicación de herramientas de control, que permita mejorar la eficiencia y eficacia en las operaciones de la organización, como así también detectar fallas y deficiencias que nos permitan proponer recomendaciones para la gestión de la organización bajo análisis.

Se define como objeto de estudio a una unidad académica de nivel superior, se plantea una investigación con enfoque mixto bajo un diseño del tipo exploratorio secuencial que brinda las herramientas necesarias para el análisis y formalización de herramientas de control de gestión.

La metodología de recolección de datos a utilizar será mediante entrevistas al personal de la unidad académica y se analizarán registros de datos cuantitativos de las bases de datos de la institución.

Con el presente trabajo se pretende diseñar un dashboard operativo que contribuya a una gestión financiera más eficiente y eficaz del objeto de estudio.

**Tópicos de discusión:** Mantener actualizados los tableros de manera automática y la importancia del dashboard como herramienta para movilizar la organización.

**Palabras claves:** Unidad académica, dashboard operativo, analítica organizacional.



## Evaluación económica en el microemprendimiento de indumentaria femenina Nicoletta

Alumno/a: María Valentina Gargiulo  
Tutor/a: Marcelo Medina Galván

### **Resumen**

El emprendimiento propuesto para su estudio se dedica a la comercialización de indumentaria femenina desde el año 2015. Ésta funciona bajo la modalidad de Showroom, es decir que no cuenta con salida directamente a la calle, por lo que sus canales de atracción de clientes son sobre todo las redes sociales, en específico Instagram. La mayoría de los emprendimientos desconocen completamente cual es la rentabilidad real de su negocio, impidiendo tomar decisiones estratégicas que tienen una importancia vital en el futuro de cualquier negocio. En muchos casos las empresas calculan de manera incorrecta sus márgenes impidiendo utilizar eficientemente algunas de las herramientas más básicas de gestión.

El objetivo general es evaluar la situación económica-financiera del Micro emprendimiento para favorecer las decisiones basadas en datos.

Esta investigación se aborda bajo un enfoque cuantitativo, con un diseño explicativo. La recolección de los datos se llevará a cabo en el ambiente laboral mediante entrevistas y del sistema, documentación, comprobantes, necesarios para el análisis. Dichos datos fueron volcados en un balance, en un estado de costos, estado de resultado, e índices financieros.

Se realizó un Modelo Canvas, metodología que permite desarrollar, visualizar, evaluar y alterar modelos de negocios nuevos o existentes. Se utilizó esta herramienta con el fin de detectar fundamentalmente la estructura de costos e ingresos del caso de estudio. Se realizaron entrevistas al público objetivo para completar el modelo antes mencionado.

Una nube de palabras (figura) donde se observan algunos de los aspectos y temas abordados en la entrevista que se tuvo con la dueña del showroom junto con el sistema de gestión. En la misma se contemplan los temas que preocupan al emprendimiento en el cual es consiente que necesitan adoptar un cambio para revertir la situación. Entre ellos los conceptos que más se repitieron son: Viabilidad económica, Decisión basada en la intuición, Registro de datos, falta de control, análisis de datos, etc.

Se desarrolló la situación patrimonial de Nicoletta entre los periodos de Mayo-Octubre, un estado de resultado con los mismos periodos. Se calcularon ratios, análisis vertical y horizontal, para finalmente obtener conclusiones y recomendaciones.

**Palabras claves:** Rentabilidad – Rotación – Base de datos – Análisis – Costo de oportunidad – Indumentaria



## Marketing Sustentable, Medio Ambiente, Green Change

Alumno/a: Marina Missaglia

Tutor/a: Mariana Delgado Cordero

### **Resumen**

Es necesario que como sociedad tomemos conciencia de que cada día el planeta está siendo degradado por cada una de las actividades humanas que alteran las condiciones ambientales y los recursos naturales que son vitales para el desarrollo de la vida. Cuidar el medio ambiente es una necesidad prioritaria e inmediata ante la cantidad de problemas ambientales que amenazan con la calidad de vida, por eso es urgente fomentar y promover acciones relacionadas al cambio.

La Empresa “Green Change” busca innovar para afrontar los retos del mañana. Es una empresa que invita a las personas a sumarse a la revolución para el cuidado del medio ambiente.

El problema principal que se tuvo en cuenta es que debido al poco conocimiento de la sociedad acerca de los daños que le hacemos al medio ambiente todos los días, no hay mucho interés por los productos que ofrece la Empresa y todos los beneficios que éstos generan tanto al medio ambiente como a las personas.

El objetivo general de este trabajo es identificar la forma en que las personas puedan comprender mejor, de manera clara y sencilla los productos de Green Change, sus funciones y los beneficios de éstos con respecto al medio ambiente.

En cuanto al Marco Metodológico, se utilizó un Enfoque Cualitativo con Diseño Fenomenológico (Fenomenología Empírica) e Investigación Acción (Participativo) con visión emancipadora.

Dentro de lo que es el Marco teórico se desarrollaron temas claves relacionados a la empresa como ser: producto sustentable, desarrollo sustentable, marketing sostenible, benchmarking, bienes de lujo, servicio postventa.

Para iniciar la investigación se procedió a realizar una entrevista a uno de los dueños de la empresa, luego se realizó un diagnóstico de la situación actual de la empresa, para ello se realizó un análisis FODA. También, se entrevistó a un arquitecto y dueño de un estudio de arquitectura, quien brindó un panorama más amplio acerca de todos los temas tratados en el marco teórico relacionados con la arquitectura actual. Además, se realizaron encuestas a un segmento determinado de personas acerca de la sustentabilidad, climatización sustentable, productos sustentables y temas relacionados a éstos. El objetivo de estas encuestas fue conocer aún más al segmento al que está dirigida la empresa, teniendo en cuenta las diferentes opiniones de sus clientes actuales y/o futuros clientes potenciales.

Como conclusiones parciales se puede decir que antes de tomar una decisión de compra debemos tener en cuenta las “3P”: Planeta: “¿La decisión causa algún impacto ambiental?” Personas: “¿La decisión cumple con sus necesidades? ¿Beneficia a los demás también?” Provecho: “¿La decisión beneficia al cliente económicamente?”. Por otro lado, cabe destacar la importancia de las empresas hoy en día, ya que tienen un papel muy importante a la hora de resolver problemas sociales y ambientales.

**Tópicos de discusión:** Recomendaciones para que la empresa pueda cuidar aún más el medio ambiente y concientizar a las personas, como, por ejemplo, en cada compra realizada por el cliente, se le entregará una semilla para plantar un árbol.

**Palabras claves:** Conciencia; Medio Ambiente; Producto Sustentable; Innovación.



## Investigación de mercado para el diseño de la estrategia comercial de una agencia de viajes

Alumno/a: María Lourdes Álvarez  
Tutor/a: Ingrid Serón

### **Resumen**

El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y por otros motivos turísticos, siempre y cuando no sea desarrollar una actividad remunerada en el lugar visitado.

Hoy en día no es posible diseñar una oferta atractiva si no se conocen debidamente las características del mercado que se desea atender. Se hace imprescindible conocer cuáles son los rasgos que caracterizan al turista actual ya que, en base a este conocimiento, las EVyT podrán tomar decisiones con mayores probabilidades de poder incrementar sus ventas. En este sentido, se debe tener en cuenta que los cambios en los hábitos y estilos de vida de los turistas, ha originado nuevas exigencias en los productos y servicios turísticos, haciendo que la oferta sea más diferenciada y variada en el aporte de experiencias.

En el presente trabajo se llevará a cabo una investigación de mercado sobre el mercado objetivo de una empresa de viajes y turismo ubicada en la ciudad de Tafi Viejo, la misma ofrece paquetes de viajes tanto grupales como individuales.

Se define el problema de investigación como la toma de decisiones basada en la intuición respecto a la oferta de paquetes de viajes.

El objetivo general de la investigación va a ser identificar el comportamiento del público objetivo con el fin de obtener información relevante para la formulación de una estrategia comercial óptima. La misma tendrá como metodología un enfoque mixto con diseño exploratorio secuencial, con una fase inicial de recolección y análisis de datos cualitativos seguida de otra donde se recaban y analizan datos cuantitativos.

Para el desarrollo del trabajo se utilizaron las siguientes herramientas en la etapa de diagnóstico: matriz FODA, análisis CAME, 5 fuerzas de Porter y entrevistas con los dueños, las cuales demostraron la situación actual de la organización que indica, entre otras cuestiones, que no cuenta con una estrategia comercial y que tiene un escaso conocimiento sobre el mercado objetivo. Finalmente se llevó a cabo una encuesta online con el propósito de obtener información de primera mano sobre el mercado objetivo y a través de la misma poder utilizar herramientas para encontrar relaciones entre diversas variables. Con la base de datos de la encuesta se realizó clúster y se pudieron sacar las primeras conclusiones

**Tópicos de discusión:** ¿Existe alguna forma de relacionar clúster con análisis de correspondencia ya que una utiliza variables cuantitativas y la otra cualitativas?

**Palabras claves:** Turismo, Comportamiento de compra, Empresas de viajes y turismo- Mercado objetivo.