



Segunda Reunión de Discusión – Primer Cuatrimestre 2023

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 lunes 12 de junio, de 18:30 a 21:30hs 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 12/06/2023 Segunda Reunión de Discusión	
18:30hs	Alumno: Francisco Villavicencio Nombre del Trabajo: Propuesta de sistematización en la cadena de suministro de una empresa gastronómica familiar Modalidad: Trabajo de aplicación de conceptos y técnicas de administración en situación laboral o ambiente real Tutor: Pablo Aguilar
18:50hs	Alumno: Ariana María Haskour Nombre del Trabajo: Teoría vs Realidad: Utilización de metodologías ágiles en una empresa de desarrollo de software Modalidad: Trabajo de aplicación de conceptos y técnicas de administración en situación laboral o ambiente real Tutor: Esteban Mulki
19:10hs	Alumno: Julieta Cornalba Nombre del Trabajo: Uso de Inteligencia Artificial para el desarrollo de un plan de marketing digital Modalidad: Trabajo de aplicación de conceptos y técnicas de administración en situación laboral o ambiente real Tutor: Esteban Mulki
19:30hs	Alumno: Sofía de Chazal Nombre del Trabajo: Diseño de un dashboard para la gestión de compras de una empresa agrícola



	Modalidad: Trabajo de aplicación de conceptos y técnicas de administración en situación laboral o ambiente real Tutor: Javier García
19:50hs	Alumno: Sirio Facundo Arabia Nombre del Trabajo: Formulación de un plan estratégico para una escuela de taekwondo Modalidad: Trabajo de aplicación de conceptos y técnicas de administración en situación laboral o ambiente real Tutor: Virginia Abbas
20:10hs	Alumno: Ángel Osmar González Nombre del Trabajo: Rediseño Organizacional para una PYMES Modalidad: Trabajo de aplicación de conceptos y técnicas de administración en situación laboral o ambiente real Tutor: Cristian Rocha
20:30hs	Alumno: Alvaro García Nombre del Trabajo: Mejora Continua en una empresa familiar: Aplicación en Gestión de Inventarios Modalidad: Trabajo de aplicación de conceptos y técnicas de administración en situación laboral o ambiente real Tutor: Cristian Rocha
20:50hs	Alumno: Facundo Paz Nombre del Trabajo: Análítica de negocios aplicada a una empresa de servicios Modalidad: Trabajo de aplicación de conceptos y técnicas de administración en situación laboral o ambiente real Tutor: Marcelo Medina Galván

Se adjuntan los Resúmenes de los Trabajos:



“Propuesta de sistematización en la cadena de suministro de una empresa gastronómica familiar”

Alumno/a: Francisco Villavicencio

Tutor/a: Pablo Aguilar

Resumen

“La Red” es una empresa gastronómica familiar que sufre frecuentes quiebres en el stock del depósito central, encargado de abastecer internamente a cuatro unidades de venta y de confeccionar los requerimientos de producción para la Cocina Central. En consecuencia, las unidades se encuentran con faltantes de productos al vender y los requerimientos enviados no contemplan el tiempo adecuado de producción y enfriamiento de los semielaborados.

El objetivo general de la investigación es proponer la sistematización en los procesos dentro de la cadena de suministro, para poder garantizar el abastecimiento y trazabilidad de los productos. Para ello, se optó por el enfoque metodológico cualitativo de tipo investigación – acción.

Dentro del marco teórico, se destacan los aportes generados por “Gemba Kaizen” de Masaaki Imai e “Introducción a las tecnologías de gestión” del Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI).

Como resultado de la inmersión de campo con observación directa sobre los procesos del depósito, se representaron los mismos dentro de un cursograma y, por otro lado, se destacaron observaciones críticas, utilizadas como Input para la creación de la entrevista aplicada al personal. Con respecto a la entrevista, se confeccionó un mapa de calor para identificar las problemáticas de mayor ponderación según el punto de vista de los participantes.

Analizados los datos emergentes del enfoque cualitativo, se generó y aplicó un documento de observación sobre los envíos del depósito, en el cual los clientes internos registraron las inconsistencias detectadas sobre los pedidos recibidos

De esta manera, se canalizaron las distintas observaciones para luego detectar con el método de Pareto las de mayor frecuencia, y representarlas dentro de un diagrama de Ishikawa. Posteriormente, se valorizaron las inconsistencias de alta frecuencia con el objetivo de identificar el 20% que representa el 80% de los costos.

Actualmente, la investigación se encuentra en el armado de la propuesta sobre dicho 20/80. La misma, implica el cálculo de un stock crítico para el depósito central sobre los faltantes de mayor relevancia y la confección de un circuito sistematizado para generar, mediante el flujo de la mercadería, un requerimiento de producción para la Cocina Central, y las solicitudes de abastecimiento interno de las unidades. De esta manera, se garantizaría el cumplimiento en el aprovisionamiento y la trazabilidad sobre cada producto.

Tópicos de discusión: ¿Cuál es el método de investigación más apropiado para la investigación? ¿La valorización de las inconsistencias debe realizarse sobre el costo de oportunidad de no vender? ¿La empresa cuenta con un sistema de gestión para su stock? ¿Dicho sistema permite aplicar las modificaciones que se proponen?

Palabras claves: Sistematización – Abastecimiento – Stock



“Teoría vs Realidad: Utilización de metodologías ágiles en una empresa de desarrollo de software”

Alumno/a: Ariana María Haskour

Tutor/a: Esteban Mulki

Resumen

A menudo, las metodologías ágiles se enseñan en un contexto teórico, pero la aplicación práctica es muy diferente, lo que puede afectar negativamente los resultados del proyecto. El presente trabajo se enfoca en la aplicación y técnicas de administración en un ambiente real, tomando como caso de estudio a la empresa "Agility", la cual brinda servicios de desarrollo de software para clientes externos bajo distintas modalidades contractuales y con equipos remotos y distribuidos, utilizando diferentes metodologías ágiles en la creación de sus proyectos. La finalidad del trabajo es realizar un análisis de la brecha entre la teoría y la práctica en la utilización de las metodologías ágiles "Scrum" y "Kanban", así como identificar las causas que la generan y su impacto en los resultados del proyecto.

El objetivo general consiste en evaluar y proponer soluciones para reducir la brecha mencionada en la utilización de las metodologías ágiles en la empresa Agility, con el fin de mejorar la eficiencia del equipo y la calidad del producto final. Se ha seleccionado un enfoque cualitativo como metodología de investigación, utilizando el método inductivo de la "teoría fundamentada". A través de la recopilación y análisis de datos, se contrastan las teorías existentes con las prácticas emergentes en la realidad empresarial. Además, se emplea un diseño de investigación-acción para proponer soluciones que ayuden a la empresa a superar las dificultades identificadas.

El análisis de la utilización de las metodologías ágiles en la empresa en estudio se encuentra en proceso. En primera instancia, se realizaron entrevistas semiestructuradas con los "project managers" de la empresa. Mediante un proceso de codificación, se identificaron categorías y subcategorías relacionadas con los posibles factores que generan la brecha mencionada. A partir de estas, se realizaron comparaciones entre la teoría y la práctica, respaldadas por bibliografía y documentación seleccionada para este trabajo.

En segunda instancia, se llevó a cabo la revisión de informes sobre el proceso Scrum en dos proyectos distintos a cargo de la empresa en estudio. Con la ayuda de uno de los "project managers" entrevistados, se logró comprender dichos informes, utilizando la gráfica de "velocity chart", herramienta clave utilizada por la empresa para reflejar los resultados del proyecto, destacando las causas y consecuencias de los mismos.

En tercer lugar, se participó como "observador" en los eventos propios de la metodología Scrum, como las reuniones diarias ("daily meetings") y de planificación ("pre-planning").

Tópicos de discusión: Herramientas de análisis de datos cualitativos. Herramientas para visualización de datos cualitativos. Métodos para evaluar el impacto de la brecha teórica-práctica en el producto final.

Palabras claves: Metodologías ágiles, Brecha entre lo teórico y lo práctico, Scrum, Kanban.



“Uso de Inteligencia Artificial para el desarrollo de un plan de marketing digital”

Alumno/a: Julieta Cornalba

Tutor/a: Esteban Mulki

Resumen

La tecnología desempeña un papel fundamental en la vida cotidiana de las personas. La inteligencia artificial (IA), en particular, está revolucionando la manera en que se llevan a cabo diversas tareas en distintas áreas, especialmente el campo del marketing. En este sentido, la IA puede facilitar e incluso intentar reemplazar labores de marketing, ofreciendo información y análisis más precisos en tiempo real.

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo comprender y explorar el uso de la inteligencia artificial en el campo del marketing digital, con el fin de elaborar un plan de marketing digital utilizando IA para "Lucila & Co". El emprendimiento se dedica a la venta de productos de arte, diseño y decoración mediante una modalidad de venta online y presencial a través de un showroom. Se busca identificar los beneficios, desafíos y dificultades que surgen al emplear la IA en el desarrollo de dicho plan de marketing.

Para llevar a cabo este trabajo de investigación, se adopta un enfoque cualitativo con un diseño basado en la teoría fundamentada. El objetivo es comprender la perspectiva de expertos en marketing digital sobre el uso de la inteligencia artificial en esta área, cómo se está implementando y cuáles son sus implicaciones, desafíos y limitaciones. Además, se utiliza un diseño de investigación-acción con el propósito de desarrollar un plan de marketing digital para su aplicación en la gestión actual de la empresa en estudio. Las herramientas utilizadas para la recolección de datos incluyen entrevistas, revisión bibliográfica y análisis de métricas e información de redes sociales de "Lucila & Co".

El trabajo de campo se inició con dos secciones: "Adentrándonos en el mundo del marketing digital" y "La nueva era de la inteligencia artificial". Estas buscan proporcionar al lector una mayor comprensión acerca de temas como: los pasos para desarrollar un plan de marketing digital, soluciones que la IA ofrece en el ámbito del marketing, aplicaciones de IA existentes y sus funcionalidades, entre otros aspectos relevantes. Chat Gpt se empleó como inteligencia artificial elegida para el desarrollo del plan. Se realizaron pruebas/conversaciones con la IA, las cuales representaron un período de aprendizaje y mejora continua, con el objetivo de generar preguntas más efectivas para obtener información pertinente. Se fueron obteniendo conclusiones parciales y se profundizó en el primer paso del plan de marketing, el cual se refiere al análisis interno y externo. Se desarrollaron así aspectos como la situación actual del emprendimiento, el análisis del cliente objetivo y su comportamiento, deseos y frustraciones, así como el análisis de la industria y de los competidores, entre otros aspectos relevantes. A la fecha actual, el desarrollo completo del plan de marketing digital y la elaboración de las conclusiones finales se encuentran en proceso.

Tópicos de discusión: Ideas innovadoras y creativas para el plan de marketing digital - Propuestas de mejora

Palabras claves: Marketing Digital, Inteligencia Artificial



“Diseño de un dashboard para la gestión de compras de una empresa agrícola”

Alumno/a: Sofía de Chazal

Tutor/a: Javier García

Resumen

La presente investigación se centra en el caso de estudio de AgroTuc SA, una pequeña y prometedora empresa agrícola dedicada a la producción y comercialización de granos y caña de azúcar en las provincias de Tucumán y Catamarca.

El objetivo principal de este estudio es mejorar el proceso de compras de AgroTuc SA, implementando un panel de control en Power BI que permita visualizar de forma clara y precisa los datos relevantes. Además, se propone la utilización de indicadores estratégicos para evaluar y medir el desempeño de dicho proceso. De esta manera, la empresa podrá tomar decisiones más informadas, optimizando su eficiencia y logrando una mayor rentabilidad.

El trabajo surge a raíz de la necesidad de aprovechar y procesar datos existentes en el proceso de compras que hasta ahora no han sido debidamente explotados. Como así también identificar posibles deficiencias en dicho proceso, detectando oportunidades de mejora.

En cuanto a la metodología empleada, se ha optado por una investigación mixta, utilizando un enfoque de diseño DEXPLOS. Esto implica que se ha llevado a cabo una recolección de datos cualitativos en primera instancia, para posteriormente dar paso a la parte cuantitativa del estudio.

Si bien el trabajo no se encuentra finalizado, para llevarlo adelante se procedió a relevar el proceso de compras y realizar la trazabilidad del mismo. Se identificaron factores claves de éxito del proceso y los aspectos que para la empresa significan “comprar bien”. Luego se extrajo la información disponible de la base de datos de la empresa, se buscaron indicadores para el área, y se procedió al desarrollo del tablero en Power BI.

Tópicos de discusión: gestión de inventarios en pymes agrícolas que no cuentan con un sistema informático.

Palabras claves: Proceso de Compras, Factores claves de Éxito, Dashboard



“Formulación de un plan estratégico para una escuela de taekwondo”

Alumno/a: Sirio Facundo Arabia

Tutor/a: Virginia Abbas

Resumen

Los servicios, al igual que los productos buscan satisfacer una necesidad o resolver un problema existente. Son embargo, el verdadero desafío para brindar un valor diferencial, está en captar aquellas necesidades insatisfechas, pero a la vez no expresadas, también determinadas como “latentes”.

Es por esto que si bien al momento de iniciar con un servicio es importante tener en cuenta las capacidades y habilidades de quienes lo brindan, es sumamente importante tener una mirada objetiva de que es lo que está buscando el mercado, enfocando la atención en las necesidades de los clientes.

El propósito de este trabajo es analizar puntualmente una Escuela de Taekwondo, utilizando datos que nos brinda el mercado de los deportes y el segmento apuntado por los instructores, generar a partir de herramientas estratégicas información relevante que nos ayude a establecer un Plan Estratégico acorde al valor que se quiere transmitir y que permita a la organización establecer un plan de acción.

Si bien, contar con un excelente Plan estratégico no sirve de nada si el mismo no cuenta con un Plan Operativo o cursos de acción determinados, el plan operativo no será rentable ni eficaz si no se cuentan con unas bases estratégicas sólidas. Por eso es que buscamos encontrar primero una estrategia adecuada pero también haremos propuestas para los cursos de acción a llevar a cabo.

La metodología de recolección de datos que se utilizaron fueron mediante entrevistas a los dueños (instructores de la escuela), observación directa, grupo de enfoque y encuestas de satisfacción a clientes actuales y a familias que ya no forman parte de la escuela. Dichos datos fueron triangulados para poder aplicar herramientas de una manera más certera y completa.

Hasta el momento se hizo un diagnóstico de la Institución para conocer su historia y situación actual. Con la información obtenida a partir de la entrevista con los dueños, junto con las entrevistas a familias que actualmente no forman parte de las prácticas y la observación directa, se pudo formalizar los factores claves de la organización para los instructores y en qué medida están siendo comunicados.

Se realizó un análisis FODA, un VRIO y las 5 fuerzas de Porter, para reconocer la situación en la que se encuentra la organización y a la vez analizar cuáles de los recursos debería cuidar o mantener y cuáles debería reforzar y trabajar para aprovecharlos con cursos de acción posibles.

Utilizando esta información se realizó un grupo de enfoque y encuestas anónimas para las familias que integran la escuela. Con la triangulación de datos se pudieron completar las herramientas y destacar conceptos relevantes a atender.

Tópicos de discusión: Comunicación efectiva del trabajo, Metodologías para la toma de acción y hacerle seguimiento, Posibles mejoras para futuros trabajos relacionados.

Palabras claves: Plan estratégico, Curso de acción, Enfoque en el cliente, Diagnóstico.



“Rediseño Organizacional para una PYMES”

Alumno/a: Angel Osmar González

Tutor/a: Cristina Emanuel Rocha

Resumen

El presente trabajo se centra en el Bar "MT", ubicado en la ciudad de San Miguel de Tucumán, el cual ofrece servicios de gastronomía y bebidas desde el año 2013. El objetivo principal de este estudio es proponer un rediseño organizacional para mejorar la eficiencia y efectividad en la implementación de la estrategia empresarial. Se empleó un enfoque metodológico cualitativo que permitió obtener información, comprender y analizar todos los procesos presentes en la empresa, partiendo de lo particular hacia lo general. Esto se hizo gracias a la participación activa del dueño y los empleados de "MT", quienes aportaron información valiosa sobre los procesos internos de la empresa. El enfoque fenomenológico fue utilizado como base para explorar, describir y comprender los procesos organizacionales, así como las experiencias de las personas en relación con sus funciones. Se llevó a cabo observaciones, encuestas y reuniones con el dueño para obtener información relevante sobre el funcionamiento de la empresa y la ejecución de los procesos internos. Hasta el momento, se encuentra en la etapa final de las actividades descritas en el plan de trabajo, se han obtenido algunas conclusiones parciales sin embargo aún no ha sido concluido. En primer lugar, es fundamental que las empresas cuenten con un diseño organizacional óptimo que sirva de soporte para una implementación eficaz de la estrategia empresarial. Esto implica disponer de herramientas formales que contribuyan a la gestión eficiente de los procesos y al funcionamiento integral de la empresa. Las propuestas de mejora presentadas hacen hincapié en las relaciones humanas y en la toma de decisiones conjuntas para descentralizar las funciones dentro de la empresa. Esto implica fomentar una cultura empresarial que valore el trabajo en equipo y la colaboración en aras de alcanzar los objetivos de la organización. Asimismo, se debe tener en cuenta el papel fundamental que juega la cultura en el proceso de reorganización empresarial, ya que puede afectar la disposición de los miembros de la organización ante el cambio. Como resultado de la propuesta de rediseño organizacional, se ha presentado un organigrama que refleja de manera más precisa la estructura interna de la empresa. Esto resulta importante, ya que el organigrama actual no representa adecuadamente dicha estructura. Al presentar un organigrama más preciso, se podrá mejorar la eficiencia y eficacia en la implementación de la estrategia empresarial. Se destaca la importancia de contar con un diseño organizacional óptimo que respalde la implementación efectiva de la estrategia empresarial. Además, se han presentado propuestas para mejorar las relaciones humanas y optimizar las funciones y tareas. Asimismo, se ha resaltado el papel fundamental de la cultura en cualquier proceso de reorganización empresarial. Se espera que las propuestas presentadas resulten útiles para mejorar el funcionamiento interno de la organización.

Tópicos de discusión: Cultura organizacional-Procesos y procedimientos-Tipos de diseño organizacional- Estructura organizacional-Elementos estratégicos fundamentales-Recursos Humanos.

Palabras claves: Rediseño Organizacional, Procesos, Estrategia, Control de Gestión



“Mejora Continua en una empresa familiar: Aplicación en Gestión de Inventarios”

Alumno/a: Alvaro García

Tutor/a: Cristian Rocha

Resumen

Este estudio de caso está realizado sobre una empresa familiar, la cual entra en la categoría de Pyme, que tiene como finalidad la venta y colocación de baterías para autos/camionetas/camiones/aviones, denominada “NDR” (nombre pseudónimo para preservar la confidencialidad).

La empresa bajo análisis está en el rubro hace más de 50 años, donde intervienen 3 personas en su funcionamiento además de un único dueño, el cual tiene gran conocimiento tanto de la empresa como del mercado, pero no sobre las adecuadas técnicas para administrar la misma.

Se comenzó con un diagnóstico inicial de la situación actual de la empresa, en el cual se identificaron los problemas y debilidades en cuanto al manejo de recursos de la organización. Posterior a ello se formularon propuestas de mejora para la gestión de inventarios de la Pyme haciendo énfasis en la correcta utilización de la infraestructura actual e implantar técnicas para el manejo de los mismos.

El objetivo general del siguiente trabajo es proponer mejoras en la gestión de inventarios de la empresa, basándose en un enfoque de mejora continua para lograr la eficiencia operativa,

Según lo expuesto anteriormente, el presente trabajo sigue un enfoque mixto el cual facilitará el análisis tanto de la parte cualitativa como cuantitativa de la investigación, con un diseño de Investigación-Acción para adentrarse en la situación actual de la empresa y proponer mejoras para su funcionamiento.

Las propuestas de mejora no se encuentran finalizadas, se realizó casi en su totalidad la parte cualitativa donde se procedió a describir la organización y analizarla mediante la aplicación de herramientas como el análisis VRIO, FODA y la cadena de valor de Porter, obteniendo muchas conclusiones sobre las características de la empresa y los aspectos más importantes en los que se encuentra afectada. En esta primera parte se propusieron mejoras en la estructura y los procesos actuales.

En cuanto a la parte cuantitativa se recolectaron los datos y se analizaron obteniendo un análisis ABC del inventario, que mediante gráficos se procedió a interpretarlos y concluir sobre los aspectos más críticos en los que debe centrarse la empresa.

Tópicos de discusión: Indicadores para gestión – obtención de más datos cuantitativos – mejoras cualitativas – estructura de las propuestas

Palabras claves: empresa familiar, gestión de inventarios, mejora continua



“Analítica de negocios aplicada a una empresa de servicios”

Alumno/a: Facundo Paz

Tutor/a: Marcelo Medina Galván

Resumen

PH es una empresa de servicios B2B ubicada en San Miguel de Tucumán. La empresa utiliza un software de gestión a través del cual se registran todas las operaciones de la empresa, desde el seguimiento de ventas hasta facturación, cobranzas, logística, etc. En dicho sistema se encuentra almacenado un gran volumen de datos, el cual puede ser una valiosa fuente de información para la empresa en caso de explotarse. Sin embargo, el principal impedimento para la empresa es que no dispone de empleados dedicados al estudio de estos, por lo que se identifica el análisis de los datos como una importante oportunidad para PH.

El objetivo del presente trabajo es la implementación de técnicas de análisis de datos a las bases de datos almacenadas por el sistema de PH.

Las bases se obtuvieron a través del sistema de la empresa con autorización del gerente, de donde se extrajeron 13 archivos XML. La primera etapa de la investigación consistió en aprender a manipular y utilizar los archivos XML, transformándolos en formatos compatibles con las hojas de cálculo de Excel, y la comprensión de los datos disponibles en los mismos archivos. Estas fueron las actividades que más tiempo requirieron.

Una vez identificados los datos, se buscaron distintas técnicas de análisis que puedan aplicarse a las bases que se tenían disponibles. Finalmente se optó por aplicar un Análisis de Correspondencias Múltiples, el cual es una herramienta de análisis estadístico multivariado para variables cualitativas y categóricas, que permite detectar relaciones en los comportamientos de distintas variables. Para el tratamiento de los datos se procederá a utilizar la base de “Maestro de clientes” y “Deuda por cliente”, de las cuales se extraerán los campos “Tamaño”, “Rubro” y “Tiempo Deuda Pendiente”. Una hipótesis inicial es que los clientes más pequeños tienen una tendencia a deber más que las empresas más grandes. Para el ACM se planea utilizar el software estadístico R.

Tópicos de discusión: Elección de los datos a utilizar. ¿Son los adecuados?

Características de los campos a utilizar. Alternativas para el tratamiento de los datos cuantitativos.

Palabras claves: Datos, Estadística, Análisis de Correspondencias Múltiples