

PRACTICA **PROFESIONAL**

INTEGRANDO LA EXTENSIÓN A LA PRÁCTICA PROFESIONAL DIRIGIDA A EMPREENDEDORES



Alumna: Garcia Cynthia Noelia
Tutoras: Mg. Fagre Liliana
CPN. Giannini Raquel
Año: 2018

INDICE

Datos Generales.....	Pág. 3
Informe Final del Trabajo.....	Pág. 3
Resumen de actividades desarrolladas	
Cumplimiento del Plan de trabajo Original.....	Pág. 4
Plan de Trabajo.....	Pág. 5
Informes Mensuales.....	Pág. 17
Divulgación.....	Pág. 30
Certificado Capacitación.....	Pág. 31
Balance de la experiencia.....	Pág. 32
Documentación Probatoria.....	Pág. 33
Apéndice.....	Pág. 37
Comentario del Director.....	Pág. 80

INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION
--

1.- DATOS GENERALES:

Apellido y Nombres Alumno: Garcia Cynthia Noelia DNI: 35548111	Apellido y Nombres del director/es: Mg. Fagre Liliana – CPN Giannini Raquel
Tema: INTEGRANDO LA EXTENSIÓN A LA PRÁCTICA PROFESIONAL DIRIGIDA A EMPRENDEDORES	
Opción de Práctica Profesional: Proyecto de extensión	
Lugar de Trabajo: Facultad de Ciencias Económicas.	

2.- INFORME FINAL DE SU TRABAJO DE PRACTICA PROFESIONAL

Para el desarrollo de la materia Práctica Profesional de la Licenciatura en Administración, espacio destinado para poner en juego todo lo aprendido durante la carrera, se realizó en actividades de Extensión de la Facultad de Ciencias Económicas.

En un principio se participó en un taller de capacitación sobre “Herramientas para mejorar las prácticas sociales” desde una perspectiva más participativa y solidaria, en donde se incorporó diversos conocimientos para lograr una mejor relación Universidad-Comunidad a partir de proyectos de Extensión. Esos nuevos saberes fueron de mucha utilidad para luego intervenir en el proyecto de Extensión de la Facultad orientado hacia Cocinas comunitarias, asistidas por Desarrollo Social y para intervenir en otro Programa ejecutiva desde la Secretaría de Extensión que consistió en la asistencia en la formulación de planes de negocios de emprendedores del Programa Alumbra Tus ganas de Emprender.

El propósito del Proyecto de Extensión estuvo orientado en brindar capacitaciones a los equipos técnicos de Desarrollo Social y capacitaciones a integrantes de Cocinas Comunitarias con actividades productivas para que estas últimas sean gestionadas mejor y logren ser sustentables.

Para definir los contenidos de las capacitaciones, se realizaron entrevistas a los técnicos, indagando sobre los temas que son necesarios para que éstos mejoren sus

INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

intervenciones. También se realizó relevamiento de información, de bibliografía tanto para el diseño del cuestionario como para las propuestas de capacitaciones.

Finalmente para cumplimentar las horas de Práctica Profesional, se trabajó con emprendedores del “Programa Alumbra tu ganas de Emprender”, asistiéndoles en la conformación de sus Planes de Negocios, en un rol de tutor, guiándolos por un lado y aprendiendo mucho de ellos. Además, para adquirir más conocimientos sobre la temática Emprendedorismo, se participó de las jornadas de TUCUMAN EMPRENDE” en la Universidad del Norte Santo Tomás de Aquino y en “Experiencia ENDEAVOR” realizada en Termas de Rio Hondo, Santiago del Estero.

Para concluir, el balance sobre el paso por esta enriquecedora experiencia es muy positivo para la culminación de mis estudios puesto que, por un lado, se pudo aplicar muchos de los conocimientos adquiridos a lo largo de la Carrera y por el otro, aprender de las problemáticas a las que se enfrentan los emprendedores, y en particular emprendedores que no pueden acceder a determinados conocimientos que les ayudarían a generar emprendimientos sustentables en el tiempo.

3.- CUMPLIMIENTO DEL PLAN DE TRABAJO ORIGINAL:

100%	75%	50%	25%	menos del 25%
	X			

El plan de trabajo original no logro cumplirse en un 100% pero si se recurrió a otras actividades para complementar y cumplir las 400 horas previstas.

Es decir, en un principio se planteó participar de un Proyecto de Extensión en particular, pero como éste no pudo iniciarse en el tiempo programado por razones ajenas a la Práctica Profesional, se decidió reorientar a la misma hacia un nuevo proyecto del área de Extensión. Por lo cual se agregaron y replantearon algunas actividades. Una de las actividades programadas y que no se pudo llevar a cabo fue dictar y presentar las capacitaciones propuestas a los técnicos y miembros de la cocina comunitarias. No obstante, para cumplimentar con la Práctica Profesional se optó por brindar apoyo y asistencia a emprendedores del “Programa Alumbra tus ganas de emprender” en la elaboración de sus planes de negocios.

Además, se realización ciertas actividades no especificadas, como la participación en jornadas de temática emprendedorismo, como ser Tucumán Emprende y Experiencia Endeavor para aprender respecto a dicha temática.

A continuación, se adjunta el plan de trabajo original:

PLAN DE TRABAJO



Proyecto de extensión hacia Cocinas Comunitarias – microemprendedores a través de Desarrollo Social

Alumna: García Cynthia Noelia

DNI: 35548111

Tutoras:

- Mag. Liliana Fagre
- CPN Raquel Giannini

Año: 2018

INDICE

Resumen.....	Pagina 2
Introducción.....	Pagina 3
Problema.....	Pagina 4
Objetivos.....	Pagina 5
Marco Teórico.....	Pagina 6- 8
Metodología.....	Pagina 8
Cronograma de actividades.....	Pagina 9
Bibliografía.....	Pagina 10

INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

RESUMEN

En la actualidad, por la situación económica que atraviesa el país, muchas personas son asistidas a través de “cocinas comunitarias” para cubrir las necesidades de alimentación. Por otro lado, quienes participan de las cocinas tampoco cuentan con un trabajo formal por lo cual desarrollan microemprendimientos para generar un ingreso para su núcleo familiar que le permita cubrir sus necesidades básicas.

Por tal motivo es sumamente importante contar con asistencia por parte del Estado, que les permita funcionar a las cocinas como así también generar emprendimientos sustentables por parte de sus integrantes emprendedores. Es a partir de ello que las Universidades en su función de “extensión universitaria”, pueden aportar a través de sus prácticas, conocimientos, herramientas específicas de gestión para mejorar la administración tanto de las cocinas como de los emprendimientos.

De esta manera, mediante este proyecto en el marco de la Práctica Profesional de la Facultad de Ciencias Económicas, se busca trabajar en forma conjunta con los técnicos del Ministerio de Desarrollo Social brindándoles capacitaciones y desarrollando diferentes actividades de manera conjunta de modo tal que las cocinas sean autosustentables y para quienes quieran emprender lo puedan hacer logrando éxito en los mismos.

Palabras Claves: Extensión Universitaria – Emprendedores – Cocinas Comunitarias.

INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

INTRODUCCION



Día a día, es muy frecuente observar como cientos de personas se ven imposibilitadas de solventar sus necesidades más básicas debido a que no cuentan con una fuente de empleo, es por esto que en muchas situaciones estas personas, a pesar de no poseer una formación adecuada que los ampare, tienden a emprender su propio negocio. Pero para ello es fundamental contar con herramientas y conocimientos para que el negocio sea un éxito.

Es por esto, que desde el Ministerio de Desarrollo Social se busca contribuir a la aplicación de diversos planes y programas, destinados especialmente a estas personas pertenecientes a grupos vulnerables con el fin de brindar protección social y erradicar la pobreza. Uno de los puntos que se destaca es promover espacios de participación en las comunidades a través de la creación y/o fortalecimiento de cocinas comunitarias con el objetivo que las mismas tiendan a la auto-sustentabilidad tomando como ejes de trabajo los principios de “economía social”.

Este concepto se define como un modelo económico basado en valores de igualdad, cooperación, compromiso con la comunidad, solidaridad, comercio justo, principios éticos, cuidado del medio ambiente, auto-sustentabilidad, etc., con el objetivo de mejorar la calidad de vida de todos, en base a un desarrollo social justo.

Asimismo, desde Extensión Universitaria, a partir de proyectos que vinculan a la Universidad con la Comunidad, la Facultad de Ciencias Económicas busca acercar sus conocimientos para procurar iniciativas hacia el desarrollo e inclusión de la población en situación de riesgo social, a través de capacitaciones y actividades en conjunto con técnicos del Ministerio de Desarrollo Social - Cocinas Comunitarias, para que éstas puedan auto-sustentarse desarrollando emprendimientos y/o que sus integrantes con potencial puedan ser emprendedores.

Por otro lado, desde el Proyecto de Extensión, se busca dar apoyo a los técnicos que forman parte del Ministerio de Desarrollo Social, los cuales, si bien son trabajadores sociales y saben cómo realizar el trabajo comunitario, lo esencial es poder brindarles herramientas respecto a cómo gestionar mejor los emprendimientos de quienes concurren a las cocinas comunitarias.

PROBLEMA

En un contexto de constante incertidumbre económica y falta de trabajo genuino, es común que muchas personas en situaciones de vulnerabilidad no logren cubrir sus necesidades y por esto se incorporan al proyecto de cocinas comunitarias para lograr satisfacer sus necesidades de alimentación.

El Ministerio de Desarrollo Social ayuda a las personas brindando los insumos a las cocinas, pero una problemática muy frecuente es que no saben llevar a cabo una buena gestión de las mismas, debido a la falta de herramientas y conocimientos para obtener una buena administración.

Por otra parte, muchas de las familias que asisten a las cocinas no tienen un empleo formal, no tienen un ingreso para cubrir sus necesidades básicas, aunque si poseen un oficio, tienen diferentes habilidades y conocimientos para generar un producto y/o servicio faltándoles capital para iniciar un negocio y conocimientos para desarrollar un emprendimiento sustentable.

Otra problemática que se presenta es que los técnicos del Ministerio de Desarrollo Social son trabajadores sociales que desconocen sobre administración de negocios. Por estos motivos es que se quiere lograr un acompañamiento desde la Universidad y a través del marco de extensión universitaria, con el apoyo de docentes y alumnos brindando charlas, capacitaciones y acompañando junto con la Dirección de Economía Social apuntalar a los sectores vulnerables, brindándoles herramientas e insumos, y por parte de la Facultad conocimientos, herramientas de gestión para poder generar emprendimientos, auto empleo, incentivando a estas personas en situación compleja a emprender y aportándole todos los conocimientos para el logro eficiente de sus negocios.



INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

OBJETIVOS



El **objetivo general** es el enriquecimiento a partir de la Práctica aplicando todos los conocimientos adquiridos durante la formación académica para la gestión de las cocinas y sus emprendimientos brindando asistencia, capacitaciones tanto para el equipo técnico como para los miembros de las cocinas comunitarias.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

Transmitir conocimientos a micro emprendedores promoviendo trabajo en equipo, motivación, liderazgo para que puedan llevar a cabo sus proyectos.

Interactuar con los técnicos del Ministerio logrando un intercambio de conocimientos y experiencias.

Capacitar y Asistir en la gestión de las cocinas comunitarias aportando todos los conocimientos adquiridos en la facultad.

MARCO TEORICO

Con el fin de dar un marco teórico a la importancia del proyecto, es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos:

La **Extensión Universitaria** es una de las funciones sustantivas de la Educación Superior, ya que aporta a la formación de profesionales y a la transformación de la sociedad.

El ejercicio de la extensión universitaria tiene el propósito de enriquecer la formación académica a través de la sistematización de sus prácticas, colaborar en detectar problemas para la agenda de investigación y crear espacios de acción conjunta con distintos actores sociales. Al mismo tiempo, conforma un ejercicio de permanente intercambio y reciprocidad en la relación entre la Universidad y su contexto, para la atención de interrogantes, sus necesidades, sus prioridades y sus demandas, con el fin de mejorar la calidad de vida de la población a escala local, regional y nacional, priorizando a los grupos sociales excluidos.

Las **cocinas comunitarias** son un proyecto en funcionamiento y constante reevaluación y desarrollo que busca, por medio de dinámicas horizontales, colaborativas y procesos simplificados, que, a escala de setenta personas aproximadamente, cada participante reciba porciones del menú diario de la Cocina. Estas cocinas existen en diferentes puntos de la provincia y tienen como objetivo principal garantizar una alimentación sana, promover el almuerzo en familia y la participación social para mejorar el entorno comunitario.

Se denomina **Micro emprendimiento** a la actividad económica acometida por uno o varios emprendedores, que, a su vez son dueños, socios y administradores.

Se caracterizan por ser negocios pequeños, individuales o familiares, que no cuentan con empleados. Los productos o servicios que comercializan se basan en las aptitudes, conocimientos u oficios que puedan aportar sus miembros.

Tanto sus recursos como su capital y sus niveles de venta suelen ser limitados, por lo que tampoco requieren de gran inversión para su funcionamiento.

Tienen como objetivo generar ingresos suficientes para mantener la actividad microempresaria y servir de sustento a sus miembros y a sus familias.

Los microemprendimientos pueden ofrecer una gran variedad de productos o servicios, como artesanía, bisutería, panadería, pastelería, carpintería, etc.

Diferencias entre emprendedor y emprendimiento

Un **emprendedor** es una persona que diseña, lanza y pone en funcionamiento un nuevo negocio.

El **emprendimiento** es la capacidad y el deseo de desarrollar, organizar y manejar un negocio junto con sus respectivos riesgos, y con el fin de obtener una ganancia.

Para *Andy Freire*, emprendedor argentino, y autor de diversos libros sobre emprendimiento “es *hacer que las cosas sucedan*” y comparte que “el secreto es despertar, apagar el piloto automático que todos por momentos tenemos encendido y decidimos a ser plenamente”.

Así, Freire describe al emprendedor como aquel que tiene una **filosofía**, una forma de plantearse frente a la realidad con **dinamismo** provocativo y la certeza de que entender quiénes somos y cómo miramos el mundo es fundamental para alcanzar lo que deseamos.

Según *Peter Druker* un **emprendedor** busca el camino, responde a él y explota sus oportunidades; la innovación es una herramienta específica de un emprendedor, por ende, el emprendedor efectivo convierte una fuente en un recurso.

El término de la palabra **emprendedor** deriva de la voz castellana emprender, que proviene del latín, tomar, aplicándose originalmente-tanto en España como en otros países- a los que entonces eran considerados aventureros, principalmente militares, término que posteriormente pasó a tener connotaciones comerciales.

Características de un buen emprendedor

VISIÓN

Un emprendedor ha de tener una visión de negocio especial. Un olfato que le permita anticiparse al mercado para poner en marcha un negocio que realmente satisfaga las necesidades de su público objetivo.

INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

INICIATIVA

De la misma manera, un emprendedor debe llevar la iniciativa por bandera. Una persona que se plantee continuamente nuevas propuestas, mejoras y oportunidades. Esto es determinante para que el producto o servicio que desarrolle sea totalmente innovador.

PASIÓN

Un emprendedor sin pasión por lo que hace no tiene ningún sentido. Al emprendedor tienen que entusiasmarle lo que está llevando a cabo y creer en su proyecto ya que de ello también dependerá su éxito o fracaso. Debe tener una firme apuesta y defender con pasión su idea.

CAPACIDAD DE APRENDIZAJE

Es necesario tener una buena actitud, tanto para lo bueno que vendrá, como para lo malo. Aprender día a día de los aciertos y de los errores es otra de las grandes cualidades que ha de tener un buen emprendedor.

LIDERAZGO

Una start-up o proyecto emprendedor necesita de un buen líder que tenga una capacidad de influencia especial y que sepa conectar con sus trabajadores. Ello significa que el líder de equipo será capaz de comunicar las ideas de manera brillante hasta el punto de generar motivación, así como explotar las mejores virtudes de cada uno de los que forman parte del equipo.

RESOLUTIVO

Otra cualidad del buen líder y, por tanto, del emprendedor es la capacidad de resolver los inconvenientes o problemas de una manera rápida y eficaz. Esto es muy importante ya que en un proyecto que acaba de nacer lo normal es que vayan apareciendo diferentes situaciones que pondrán de manifiesto la necesidad de alguien que tenga esta cualidad.

CREATIVO

El emprendedor también tiene que tener una mente innovadora y creativa. Un profesional cuya inspiración no tenga límites precisamente para idear un proyecto innovador, resolver con cierta creatividad posibles problemas o, incluso, plantear alternativas que nada tengan que ver con lo comúnmente conocido.

METODOLOGIA

El presente proyecto se encuadra dentro **del enfoque cualitativo** y se caracteriza por tener un **paradigma sociocrítico** ya que el objetivo del mismo es formar personas que desarrollen su capacidad de reflexión crítica y les permita analizar su propio contexto y realidad cotidiana.

Se recurrirá a la **investigación acción participativa** como método de investigación ya que su enfoque se aplica a estudios sobre realidades humanas, también podemos destacar que la misma se basa en un proceso por el cual miembros de una comunidad colectan y analizan información y actúan sobre sus problemas con el propósito de encontrarles soluciones y promover transformaciones políticas y sociales.

Esto será fundamental para poder comprender y analizar las fallas que se presentan como así también ayudar a encontrar todas las herramientas necesarias para el éxito del proyecto.

De esta manera para que se logre con eficacia y eficiencia se utilizarán las siguientes técnicas:

- Observación
- Entrevistas
- Cuestionarios
- Encuestas

INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Para la realización del presente proyecto se llevarán a cabo las siguientes actividades:

✓ Trabajo Académico Personal:

- Elaboración del Plan de trabajo
- Capacitación en temática de proyectos de extensión
- Presentación de Informes Parciales
- Elaboración de Informe Final
- Defensa del Trabajo Final

✓ Trabajo Interno:

- Investigación bibliográfica para el preparado de las capacitaciones
- Diseño de encuestas para el relevamiento de las diversas problemáticas que presentan los micro emprendimientos
- Preparación de presentaciones y material a entregar.

✓ Trabajo Externo:

- Reuniones para relevar las necesidades de las cocinas y el área técnica.
- Reuniones para acordar el contenido de las charlas y capacitaciones
- Reuniones para evaluar la actuación realizada
- Actividades de divulgación (congresos, jornadas, reuniones de discusión)

Cronograma de							
Actividad	Hora						
Trabajo Académico	20		4		2	2	2
Trabajo	2	2			4		2
Trabajo			5		4	4	5

BIBLIOGRAFIA

- ✓ “Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva”. (1989) Stephen Covey
- ✓ “Metodología de la Investigación”. (1991) Hernández Sampieri
- ✓ “Pasión por emprender” (2005). Andy Freire.
- ✓ “Desarrollo emprendedor” (2004). Hugo Kantis.
- ✓ “Claves para emprender. Conceptos básicos para planificar y desarrollar tu proyecto”. Ministerio de Desarrollo económico. Buenos Aires Ciudad. Programa desarrollo emprendedor.

Internet:

- ✓ <https://www.eude.es/10-caracteristicas-del-buen-emprendedor/>

<https://economianivelusuario.com/2013/05/21/que-es-emprender/>

ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Para el cumplimiento de las 400 horas reglamentadas para el desarrollo de la Práctica Profesional, se llevaron a cabo las siguientes actividades detalladas en los informes mensuales presentados a continuación:

INFORME MENSUAL DE PRACTICA PROFESIONAL

- **Alumno:** Garcia Cynthia Noelia
- **Profesoras:** Mg. Fagre Liliana – CPN Giannini Raquel
- **Proyecto de extensión:** INTEGRANDO LA EXTENSIÓN A LA PRÁCTICA PROFESIONAL DIRIGIDA A EMPRENDEDORES
- **Periodo informado:** Junio – Julio y Agosto 2018
- **Actividades desarrolladas:**

1. Participación en reunión:

Reunión entre las tutoras y alumnas de la Práctica Profesional en el marco de proyectos de Extensión hacia cocinas comunitarias – microemprendedores a través de desarrollo social. En la misma se informó sobre el proyecto y se acordó las diferentes actividades que se llevaran a cabo en función de las horas de la Práctica Profesional a cubrir.

Reunión mensual de la Práctica Profesional llevada a cabo en el mes de Junio del 2018 en la cual se informó las diferentes pautas a seguir y además se pudo resolver dudas e inconvenientes presentados tanto en el desarrollo de los planes como avances de los trabajos.

2. Presentación del plan de trabajo:

Elaboración del Plan de Trabajo para la Práctica Profesional bajo el proyecto de extensión, el cual debía detallar: modalidad, tema del trabajo, problema, objetivos, marco teórico y cronograma de actividades justificando las 400 horas.

INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

Cabe recordar que el propósito del proyecto es poder aplicar todos los conocimientos adquiridos durante la carrera para la gestión de las cocinas y sus emprendimientos brindando capacitaciones y asistencia tanto para el equipo técnico como para los miembros de las cocinas comunitarias

3. Desarrollo de actividades:

Participación en Capacitación orientada en proyecto de extensión: ***“Herramientas para mejorar las prácticas sociales”***

La misma fue desarrollada por el programa PUEDES (Programa Universitario de Extensión y Desarrollo social) el cual es un organismo con funciones específicas para desarrollar el vínculo de la universidad con la comunidad, desde una perspectiva interdisciplinaria, participativa y solidaria, con el propósito de procurar iniciativas hacia el desarrollo y la inclusión de la población en situación de riesgo social.

En la capacitación se trataron los siguientes módulos:

- a) Fundamentos de la extensión universitaria
- b) Metodologías de Intervención Social
- c) Participación Comunitaria
- d) Comunicación y Educación Popular
- e) Diagnóstico Participativo
- f) Abordaje Socio – Comunitario
- g) Formulación de Proyectos
- h) La evaluación como herramienta en las prácticas de Extensión Universitaria
- i) Módulo de Integración Conceptual

Cada Módulo tenía una duración de cuatro horas, el mismo tenía contenido tanto teórico como actividades prácticas, en total el curso fue de cuarenta horas.

En cuanto a la parte teórica cada profesor que dictaba el módulo daba una introducción del tema, tanto en presentación de diapositivas como también por medio de actividades dinámicas. En cuanto a la parte práctica se armó grupos para trabajar, luego de desarrollar el tema en forma teórica se daba un tiempo para una actividad la cual debía plasmarse en afiches y luego exponerlas, también requería de lectura de material.

INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

El último módulo cada grupo tuvo que hacer una representación integrando todos los contenidos del curso como trabajo final. A continuación, algunas fotos de los afiches que se realizaron y del grupo en el cual formé parte:



Otra de las actividades que se llevaron a cabo fue el encuentro con emprendedores que participan del Programa “Alumbra tus ganas de emprender” quienes se postulaban para acceder a financiamiento. En dichos encuentros se brindó asistencia y guía en la elaboración de Plan de Negocios basados en el Modelo Canvas.

A continuación se presenta el lienzo Canvas:

INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

Modelo de Lienzo Modelo Canvas:

<p>Socio Clave</p> <p>¿Quién es el socio clave? ¿Por qué es un socio clave? ¿Qué necesita el socio clave? ¿Cómo se puede atraer al socio clave? ¿Cómo se puede mantener al socio clave? ¿Cómo se puede monetizar al socio clave?</p>	<p>Actividades Clave</p> <p>¿Qué actividades clave debe realizar? ¿Por qué son actividades clave? ¿Cómo se pueden realizar las actividades clave? ¿Cómo se puede mejorar las actividades clave?</p>	<p>Propuesta de Valor</p> <p>¿Qué propuesta de valor ofrece? ¿Por qué es una propuesta de valor? ¿Cómo se puede atraer a los clientes? ¿Cómo se puede mantener a los clientes? ¿Cómo se puede monetizar a los clientes?</p>	<p>Relación con Clientes</p> <p>¿Qué relación con clientes ofrece? ¿Por qué es una relación con clientes? ¿Cómo se puede atraer a los clientes? ¿Cómo se puede mantener a los clientes? ¿Cómo se puede monetizar a los clientes?</p>	<p>Segmentos De Clientes</p> <p>¿Qué segmentos de clientes ofrece? ¿Por qué son segmentos de clientes? ¿Cómo se puede atraer a los clientes? ¿Cómo se puede mantener a los clientes? ¿Cómo se puede monetizar a los clientes?</p>
<p>Recursos Clave</p> <p>¿Qué recursos clave debe tener? ¿Por qué son recursos clave? ¿Cómo se pueden obtener los recursos clave? ¿Cómo se pueden mejorar los recursos clave?</p>		<p>Canales</p> <p>¿Qué canales debe utilizar? ¿Por qué son canales? ¿Cómo se pueden utilizar los canales? ¿Cómo se pueden mejorar los canales?</p>		
<p>Estructura De Costos</p> <p>¿Qué estructura de costos debe tener? ¿Por qué es una estructura de costos? ¿Cómo se pueden reducir los costos? ¿Cómo se pueden mejorar los costos?</p>			<p>Fuente De Ingresos</p> <p>¿Qué fuente de ingresos debe tener? ¿Por qué es una fuente de ingresos? ¿Cómo se pueden aumentar los ingresos? ¿Cómo se pueden mejorar los ingresos?</p>	

Además, se hizo un relevamiento y lectura de material bibliográfico para la elaboración del Plan de Trabajo de la Práctica Profesional.

Datos de Profesoras Tutores: Mg. Liliana Fagre – CPN Raquel Giannini

Firmas de Profesoras Tutores:

Datos del alumno: Garcia Cynthia Noelia

Firma del alumno

Fecha: Agosto de 2018

INFORME MENSUAL DE PRÁCTICA PROFESIONAL

Alumno: Garcia Cynthia Noelia

Profesoras: Mg. Fagre Liliana – CPN Giannini Raquel

Proyecto de extensión: INTEGRANDO LA EXTENSIÓN A LA PRÁCTICA PROFESIONAL DIRIGIDA A EMPRENDEDORES

Periodo informado: Septiembre – Octubre 2018

Actividades desarrolladas

1. Participación en reunión

Reunión llevada a cabo el día 14 de Septiembre del 2018 en el cual se presentaron los avances realizados desde el inicio de la Práctica Profesional hasta la fecha.

La presentación de los avances de las distintas actividades realizadas para la Práctica Profesional fue muy beneficiosa ya que permitió dar a conocer el modo en cada alumno estuvo trabajando junto a su tutor durante este tiempo, y también lograr que el resto de los participantes brinden su opinión y consejo para mejorar el trabajo para la presentación final.

En dicha presentación se tuvo en cuenta el formato de las diapositivas, contenido del trabajo, diversas técnicas de exposición, oratoria, etc

Se adjuntan imágenes de dichas presentaciones



INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

Reunión con otra integrante de la Práctica Profesional, Madozzo Marina, con quién se participa de proyectos de extensión, en dicha reunión se diseñó el cuestionario que se realizaría a los técnicos de Desarrollo Social para recabar información.

También en la reunión llevada a cabo se analizó diferentes propuestas para avanzar con las actividades de la práctica profesional recabando información, lectura bibliográfica y todo lo aprendido en las diferentes capacitaciones y jornadas para ponerlo en práctica con los emprendedores.

2. Desarrollo de Actividades

Diseño de diapositivas para exponer los avances de la Práctica Profesional en la reunión de discusión que se mencionó anteriormente.

En estas diapositivas se incluyó el problema en cuestión, objetivos, la metodología de trabajo, el marco teórico y también las actividades concretas que se llevaron a cabo para justificar las 400 horas requeridas.

Relevamiento y lectura de material bibliográfico para la elaboración y diseño de entrevista a los técnicos de las cocinas comunitarias.

Participación Jornada Tucumán Emprende:

El día 27 de septiembre se participó de la jornada Tucumán Emprende llevada a cabo en la UNSTA. En la misma hubo diversos disertantes:

- Sara Lía Tolosa: dio un testimonio sobre su vida, como paso de un accidente y perder la memoria y quedar con una discapacidad a tener hoy en su propio emprendimiento de tejidos.
- Juego simulador: se formaron grupos de 2 a 3 personas y en la sala de informática de la UNSTA se llevó a cabo un juego simulador en la computadora. Había que vender bicicletas, rolles, hubo que elegir el local, la cantidad de empleados, la publicidad del negocio, todo como si fuera en la vida real. Aprender simulando. GAME ROI.
- Emprendedor y ONG FU.SER.SOL: Fundación de servicio solidario, tiene autonomía sustentable, genera recursos económicos a través de facturación por las distintas prestaciones que realiza. Prestación de rehabilitación para personas con discapacidad para personas de bajos recursos y que no cuentan con una obra social.

INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

- Eduardo Avellaneda: conto su paso de ser emprendedor a ser empresario. Empezó con una verdulería y hoy en día es dueño de MYA y tiene un programa en canal 8 “Viajes y vidas” con el cual ganaron un Martín Fierro. Su meta es Ponerse un objetivo “Ser el Numero 1” De ser emprendedor y un luchador a hoy en día ser empresario y tener un equipo.
“No son las condiciones sino las decisiones las que te llevan al éxito”
“Antes de emprender es necesario soñar”
Clave: Capacitarnos – Leer – Aprender

Como evaluación de la jornada, fue de mucha utilidad, con el juego simulador fue una forma de abrir un poco más la cabeza y aprender los errores que se cometen en la vida real, desde contratar de más empleados a no promocionar mucho el producto. También fue muy bueno poder escuchar testimonios de emprendedores, ya que ayuda a crecer como profesional, y saber que si se puede emprender y tener éxito; y de esta forma también asistir a emprendedores.

A continuación, adjunto algunas imágenes de la jornada:



En la sala de
informática

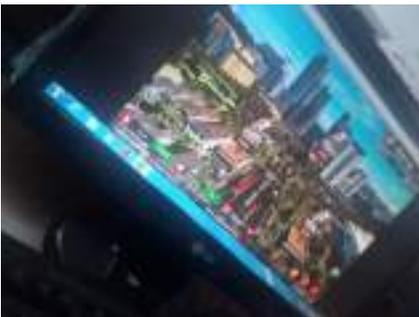


**INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL
LICENCIATURA EN ADMINISTRACION**

Eduardo
Avellaneda.
Dueño de
MYA



Sara Lía
Tolosa



Juego
Simulador
GAME ROI



Datos de Profesoras Tutores: Mg. Liliana Fagre – CPN Raquel Giannini

Firmas de Profesoras Tutores:

Datos del alumno: Garcia Cynthia Noelia

Firma del alumno

Fecha: Octubre de 2018

INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

INFORME MENSUAL DE PRACTICA PROFESIONAL

- **Alumno:** Garcia Cynthia Noelia
- **Profesoras:** Raquel Gianini - Liliana Fagre
- **Proyecto de extensión:** INTEGRANDO LA EXTENSIÓN A LA PRÁCTICA PROFESIONAL DIRIGIDA A EMPRENDEDORES
- **Periodo informado:** Octubre - Noviembre 2018
- **Actividades desarrolladas:**

1. Participación en reunión

Reunión con la Profesora Liliana Fagre el día 8 de octubre, en la cual se informó las actividades que se llevaran a cabo en dicho mes. En esta se acordó trabajar con emprendedores del Programa Alumbra, colaborando con un proyecto de plan de negocio, ya que dicho programa consiste en promover el desarrollo de nuevos emprendimientos, ya sean ideas de negocio, empresas nacientes o emprendimientos de más de dos años.

Los días 16, 18, 23, 31 de octubre y 5 de noviembre se llevaron a cabo las reuniones con los emprendedores de Alumbra (Fernando, Julieta y Nelson). Ellos contaron de qué se trataban sus proyectos. Fernando y Julieta cuentan con un taller propio en el cual se dedican a la producción de indumentaria femenina (Leggings, bikinis, tops) y su objetivo es expandir sus ventas a través del e-commerce.

Por otro lado, Nelson se dedica a la producción y venta de macetas, comercialización de plantas como cactus, crasas, y su objetivo a través de este programa es ampliar su emprendimiento a través del asesoramiento personalizado y decoración en ambientación de murales y plantas. Dentro de estas reuniones se hizo un seguimiento y corrección sobre los avances de sus proyectos. Dichos encuentros se llevaron a cabo en la Facultad de Ciencias Económicas UNT.

El día 24 de octubre se llevó a cabo una reunión con el equipo técnico de Desarrollo y Economía Social, donde se realizó una entrevista con el objetivo de relevar información y detectar necesidades para luego elaborar propuesta de capacitación. A la reunión asistieron además las docentes Liliana Fagre y Raquel Giannini y la alumna Marina Madozzo.

INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

En dicha reunión se pudo obtener los siguientes datos:

- Composición y organización del Ministerio de Desarrollo Social, dentro del mismo se encuentra la secretaria de coordinación social, la cual se divide en dos secciones: Microcréditos y Dirección de Economía Social.
- Dentro de la Dirección de Economía Social se encuentran los asistentes técnicos los cuales se dividen en dos equipos: equipo de técnicos sociales y equipos de técnicos de proyectos productivos.
- Experiencia profesional de los entrevistados, se destacan la existencia de profesionales en: Licenciados en Nutrición, Licenciados en Trabajo Social, Contador Público Nacional, además comentaron su rol dentro de las cocinas y la trayectoria en el ministerio, algunos recién ingresados y otros con antigüedad de cuatro años.
- Información sobre las cocinas comunitarias: cantidad de cocinas que existen en la provincia, 105 cocinas con emprendimientos clasificándolas en distintos estadios para distinguir el grado de avance de los emprendimientos (inicio – estable y de superación), dinámica de trabajo dentro de las mismas (Contribuciones del Ministerio, aportes de los miembros de las cocinas), gestión de los emprendimientos por parte de los miembros de las cocinas, percepción por parte de los asistentes técnicos acerca de cuáles creen que son las problemáticas que pueden tener los miembros de las cocinas.
- Temáticas en las cuales creen que necesitan capacitarse tanto el equipo técnico como miembros de las cocinas (Liderazgo, Motivación, Trabajo en equipo, Comercialización)

2. Desarrollo de actividades

- ✓ Diseño y reformulación de la entrevista realizada a los técnicos del ministerio de desarrollo social.
- ✓ Recolección de información extraída en la reunión con los técnicos, así como el relevamiento de la bibliografía correspondiente para llevar a cabo la elaboración de las propuestas de capacitación.
- ✓ Planificación de propuesta de capacitación de acuerdo a contenidos necesarios que manifestaron los técnicos en dicha entrevista y que se observó cierta carencia de conocimientos (liderazgo, trabajo en equipo, motivación y comercialización).

INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

- ✓ Elaboración de propuesta de capacitación: en la misma se detalla fundamentación, objetivo general y específico, propuesta de contenidos teóricos, metodología a emplear, material bibliográfico a ser utilizado en la misma, además quien puede tomar dicha capacitación (destinatarios).
- ✓ Colaboración con los emprendedores del Programa Alumbra, tus ganas de emprender, se brindó asistencia para la elaboración de planes de negocios en los siguientes ítems:
 - a) Análisis del mercado consumidor y la demanda, en el mismo se colaboró en el diseño de una encuesta para analizar y proyectar la demanda.
 - b) Análisis de la competencia y la oferta (competidores directos, indirectos, productos sustitutos)
 - c) Análisis de los proveedores (precios, beneficios) y análisis de la comercialización
 - d) Análisis estratégico: misión, visión, objetivos, análisis FODA (estrategias FO – DO)
 - e) Actividades de promoción, publicidad, puntos de venta, alternativas de localización.
 - f) Análisis técnico: procesos críticos, materia prima e insumos, equipos y maquinarias.
 - g) Organización (diseño de organigrama)
 - h) Análisis económico financiero: inversiones, recursos a adquirir, ingresos por ventas estimados, costos variables y fijos, costos de mano de obra, análisis de flujo de fondos, cálculo del VAN y la TIR, utilizando una planilla de cálculos en el programa Microsoft Excel.



INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION



Participación en experiencia ENDEAVOR:

Dicho encuentro fue realizado el 25 de octubre en Termas de Rio Hondo, Santiago del Estero, en el mismo hubo diversos disertantes los cuales contaron sus historias de cómo llegaron a ser emprendedor, se dictaron asesorías con expertos y talleres de capacitación.

Fue muy enriquecedor en lo personal ya que cada historia de los disertantes generaba las ganas de emprender y saber que, si se puede lograr, como así también poder plasmarlo con los emprendedores del proyecto Alumbra en el que se viene trabajando brindándoles más conocimientos y herramientas aprendidas en dicha jornada.



INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

3. Trabajo de campo:

En lo personal considero que estos dos últimos meses al reunirme con los emprendedores de Alumbra pude aprender mucho, no solo de su propuesta de valor, y los productos y servicios que ofrecen, sino también en indagar sobre sus ideas de negocios, los desafíos que enfrentan y lo que los motiva a emprender y seguir adelante a pesar de circunstancias, inconvenientes que se puedan presentar en el camino.

Además, interiorizarme en el tema, lectura de material bibliográfico para poder guiarlos y llevar a cabo con éxito el proyecto de inversión.

Datos de Profesoras Tutores: Mg. Liliana Fagre – CPN Raquel Giannini

Firmas de Profesoras Tutores:

Datos del alumno: Garcia Cynthia Noelia

Firma del alumno

Fecha: Noviembre de 2018

INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

4.- DIVULGACIÓN

El día 15 de noviembre del 2018 se llevó a cabo en la Facultad de Ciencias Económicas, la IV Muestra Académica de Trabajos de Investigación de la Licenciatura en administración, organizada por el Instituto de Administración, en dicha muestra se expuso el trabajo de la Práctica Profesional, en el cual se dio a conocer todo lo trabajado en una exposición oral con presentación en powerpoint, además de exponer un Poster a modo ilustrativo.



INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

5.- CURSOS Y/O ESTADÍAS DE CAPACITACIÓN:

Se participó de una capacitación para estudiantes en extensión universitaria “Herramientas para mejorar las prácticas sociales” llevada a cabo en el Centro Cultural Virla, con un total de cuarenta horas.

A continuación, se adjunta certificado de dicha capacitación.



INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

6.- REALICE UN BALANCE DE SU EXPERIENCIA EN LA PRACTICA PROFESIONAL:

Considero que la Práctica Profesional fue un espacio muy útil para poder aplicar todos los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera, como así también una buena oportunidad de crecimiento en lo personal y como futura profesional.

Decidí unirme a este proyecto ya que sentí que era una buena opción para acercarme un poco a la realidad con personas que buscan emprender sus propios negocios, muchas por necesidad ya que no cuentan con una fuente de empleo que los sustente, también me tocó trabajar con personas que les apasiona emprender, con ideas claras de proyectos, pero en ambos casos sin las herramientas y conocimientos necesarios para llevarlos a cabo con éxito y que sean sostenibles en el tiempo.

Es por esto que, ponerme en el rol de tutor, poder resolver dudas e interactuar con los emprendedores resultó ser un gran desafío y aprendizaje en cada encuentro.

Además, trabajar con emprendedores en asistencia y colaboración para la elaboración de sus planes de negocios fue una experiencia muy gratificante ya que no solo pude aprender sobre características de sus proyectos, como ser producto, servicio, propuesta de valor, estudio del mercado, estudio estratégico, ingresos y costos sino también conocer lo que los motiva emprender, como seguir adelante a pesar de todo, hacerle frente a los inconvenientes que se les presenta en el camino, el modo de llevar adelante sus emprendimientos, entre otras cosas.

Por otro lado, al reunirme con los Técnicos de Desarrollo Social, para conocer cuáles son las problemáticas que aquejan a los miembros de las cocinas comunitarias y de esta manera usar todas las herramientas para armar una propuesta de capacitación en temáticas que más necesitan para que el negocio sea sustentable fue muy útil ya que se pudo plasmar los conceptos, metodologías a utilizar para luego ser puesto en acción en las futuras capacitaciones.

También tuve la oportunidad de participar en distintos encuentros y capacitaciones en temática de emprendedorismo y considero que fue muy enriquecedor ya que pude ampliar conocimientos adquiridos en mi formación como profesional, interiorizarme más en el tema conociendo historias de diversos disertantes y saber que es un camino muy lindo ser emprendedor y que con ganas, esfuerzo y las adecuadas herramientas si se puede lograr emprender con éxito.

Para finalizar y por todo lo expresado anteriormente considero muy valorable la posibilidad de este espacio que nos brinda la Facultad de Ciencias Económicas para poder aprender desde otro ámbito, acercándonos a la realidad y desempeñándonos como futuros profesionales.

7.- DOCUMENTACIÓN PROBATORIA

A continuación, se expone toda la documentación de lo que se fue realizando para la Práctica Profesional.

En primer lugar, la entrevista realizada a los técnicos de Desarrollo Social para recabar datos sobre problemáticas y necesidades que aquejan los miembros de las cocinas comunitarias y sus necesidades de capacitación para ejercer su trabajo con las cocinas más eficientemente. Cabe aclarar que dicha entrevista en el diseño del cuestionario se trabajó de manera conjunta con la alumna Marina Madozzo Romay. De la información obtenida, para este informe se trabajó en una propuesta de capacitación orientada a los emprendedores de las cocinas comunitarias.

En segundo lugar, la propuesta de capacitación armada de acuerdo al relevamiento y recolección de la información de la entrevista llevada a cabo con los técnicos.

Por último, se hace mención que en cada informe se fueron adjuntando fotos de las actividades realizadas.

En cuanto a los planes de negocios de los emprendedores de Programa Alumbra, en los cuales se asistió en su formulación, se adjuntan en el **apéndice** del presente informe final.

ENTREVISTA A MIEMBROS DEL EQUIPO DE PROYECTOS PRODUCTIVOS DEL MINISTERIO DE DESARROLLO SOCIAL

1. ¿Hace cuánto tiempo se encuentra trabajando en vinculación con las cocinas comunitarias? ¿Cuál es su rol dentro de las mismas?
2. ¿Podría comentarme acerca del funcionamiento y manejo de las cocinas?
3. En relación con las cocinas comunitarias emprendedoras, ¿Cuál es la información más importante y útil que podría brindar sobre las mismas?
4. ¿Qué debilidades o problemáticas cree usted que presentan estas últimas?
5. Suponga que las cocinas contaran con el capital necesario para las inversiones, ¿Cuál cree usted que es la problemática siguiente que deberían afrontar?
6. ¿Ha recibido capacitación sobre aspectos relacionados con el emprendedorismo? Indique temática y contenido.
7. ¿En qué temas considera que necesita recibir capacitación?
8. Con respecto a los emprendedores de las cocinas, ¿en qué tema cree usted que necesiten capacitarse? ¿Cuáles son sus mayores puntos débiles?



PROGRAMA DE CAPACITACION

“Liderazgo – Motivación – Trabajo en Equipo”

FUNDAMENTACION:

Actualmente, el tema liderazgo en las organizaciones es de vital importancia y resulta un factor determinante para el buen funcionamiento y desempeño de esta.

A su vez, toda organización está conformada por personas, por lo cual es esencial que las mismas logren trabajar en equipo posibilitando la cooperación de todos sus miembros y el aprovechamiento de las fortalezas de cada uno, logrando así generar entusiasmo y satisfacción en las tareas a realizar, es decir, estar motivados para el logro de los objetivos.

Este programa busca brindar herramientas que contribuyan al crecimiento tanto personal como grupal de los integrantes del equipo, generando un buen clima laboral y que se sientan motivados, más comprometidos para el cumplimiento de las metas.

OBJETIVO GENERAL:

Comprender la importancia del liderazgo, motivación y trabajo en equipo para el logro de los objetivos organizacionales e individuales.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Generar un espacio para reflexionar y dar a conocer conceptos, alcance y desafíos sobre temáticas de liderazgo, motivación y trabajo en equipo.
- Proporcionar conceptos, herramientas y prácticas para ser más eficientes.
- Comprender las diferentes teorías de Motivación
- Identificar los distintos estilos de liderazgos, para adoptar el más apropiado.
- Reconocer las diferencias entre grupos y equipos.

TEMARIO

1. LIDERAZGO:

- ✓ ¿Administración o liderazgo?
- ✓ Concepto: líder, Liderazgo
- ✓ Teorías sobre liderazgo
- ✓ Liderazgo situacional.

2. MOTIVACION

- ✓ Concepto de Motivación
- ✓ Diferentes Teorías
- ✓ Motivación y Cultura
- ✓ Sugerencias para motivar al equipo

3. EQUIPOS VS GRUPOS

- ✓ Grupos y equipos de trabajo. La construcción de un equipo dinámico.
- ✓ Factores que dificultan el trabajo en equipo.
- ✓ Los tiempos individuales y grupales. La distribución de tareas: complementación y cooperación.

METODOLOGIA

Uso de diapositivas, como guía de temas y contenido.

También se trabajará con videos, diversas técnicas de trabajo grupal, fragmento de películas, casos prácticos, rol playing para contribuir al logro de un aprendizaje continuo de todos los participantes desde la práctica a la experiencia.

DESTINATARIOS

El programa está destinado a los emprendedores integrantes de las cocinas comunitarias.

INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION
--

BIBLIOGRAFIA

- ✓ Comportamiento Organizacional. “La dinámica del éxito en las organizaciones”. Idalberto Chiavenato.
- ✓ “Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva” Stephen R.Covey.
- ✓ Robbins y Coulter “Administración”. Ed.10°
- ✓ Claves para emprender. Conceptos básicos para planificar y desarrollar tu proyecto. Ministerio de desarrollo económico. Buenos Aires Ciudad. Programa desarrollo emprendedor.
- ✓ El Sueño del Negocio Propio Hecho Realidad. Lecuona, María Laura y Terragno, Danila. Paragraph, Buenos Aires, 1997.

APÉNDICE

PLAN DE NEGOCIOS

Amarella

L E G G I N G S

Producción de indumentaria femenina.

ACTIVIDAD

Materia prima.

DESTINO PRINCIPAL DE LA INVERSIÓN

\$117.538,60

MONTO SOLICITADO

INTRODUCCIÓN

Breve reseña sobre el negocio

En los comienzos de nuestro emprendimiento, en 2014, empezamos produciendo bolsos y carteras, fue allí donde nos capacitamos en diseño, corte, confección y moldería. Al poco tiempo nos dimos cuenta de lo difícil que era para las mujeres conseguir leggings con diseños innovadores y exclusivos, lo que nos motivó para desarrollar ésta marca “Amarella” a mediados de 2015.

En un principio toda nuestra producción estaba destinada a revendedores, lo que nos permitió equipar nuestro taller y ganar experiencia.

Nos propusimos como meta inmediata potenciar la venta por menor a través de nuestro e-commerce WWW.AMARELLASHOP.COM y posicionar la marca, transmitiendo nuestros valores a los clientes desde un primer contacto con nosotros.

Actualmente tenemos como desafío conseguir financiamiento y así poder poner en marcha nuestra MISION como marca.

Nuestros próximos desafíos son: aprovechar las oportunidades que nos da el mercado en cuanto a los cambios de hábitos, gustos y preferencias de la imagen personal, las personas que componen éste sector de mercado invierten tiempo y dinero en el gimnasio y en la indumentaria que usarán “AMARELLA FIT”.

Los productos que ofrecemos son Leggings (calzas), Tops, Polleras (largas y cortas) y Bikinis. A medida que fuimos sumando experiencias también fuimos incrementando la calidad, cambiando las maquinas, telas y moldes.

Descripción del producto/servicio

Nuestros productos principales son las Leggings (chupin, oxford, estampadas, lisas y combinadas), Tops, Polleras (largas y cortas), Bikinis y Mallas. Son confeccionadas con la mejor Lycra fabricada en Argentina, ésta tela tiene una composición de Poliamida 85% y Elastano 15%, por lo cual las prendas luego de estirarse vuelven a su forma original, no se transparenta con el uso, no se arruga, no pierde brillo ni color, es respirable y tiene secado rápido. Como productos complementarios o alternativos son las remeras, remerones, gorras, bolsos, ropa para perros en composé con las leggings, accesorios; esto nos permitiría brindar una solución integral a la imagen del cliente.

En otra fase de inversión para poder competir con las marcas deportivas de primera línea, necesitaríamos adquirir una máquina de coser “Flat Seamer”.

El Packaging es considerado por nosotros de suma importancia para acompañar nuestros productos, queremos destacarnos diseñándolo y produciéndolo nosotros mismos, por ej: un bolso estilo “playero” de lienzo, con nuestra marca estampada.

ESTUDIO DE MERCADO

Análisis del mercado consumidor y la demanda

Las mujeres que componen el sector de mercado que queremos conquistar tienen entre 15 a 50 años, priorizan la calidad y diseño por sobre el precio, son extrovertidas, no temen usar colores llamativos ni estampados arriesgados, gustan de la vida sana y al aire libre, mantienen una continua presencia en las redes sociales y ponen especial cuidado en la indumentaria que usaran tanto en la vida social como deportiva. Ellas, tienen como filosofía de vida, verse bien y sentirse realizadas.

Comportamiento de la demanda

Artículos:

El comercio electrónico creció casi un 60% en sólo seis meses

“De acuerdo a un informe difundido por la consultora Kantar TNS los usuarios se muestran cada vez más activos en los sitios de e-commerce. De hecho, el tráfico alcanzó 1.827 millones en este año.

02 Sep 2018

AGENCIA DYN. En la primera mitad del año, el comercio electrónico en la Argentina registró un crecimiento del 59% de las órdenes de compra en comparación con el mismo periodo de 2017. La facturación alcanzó los \$ 97.892 millones, lo que representa el 66% de la facturación del mismo período pero del año anterior, según el reporte elaborado por la consultora Kantar TNS.

Cada vez los usuarios se muestran más activos en los sitios de *e-Commerce*: el tráfico incrementó un 30% alcanzando 1.827 millones en lo que va del año. Asimismo el *mobile* tomó relevancia contando con un crecimiento en búsqueda y compra: el tráfico a través de esta herramienta fue de un 59%, mientras que las compras efectuadas representaron un 36%. Asimismo, 9 de cada 10 personas ya compraron online alguna vez.

Esto refleja un mercado cada vez más maduro y confiable siendo que el 98% de los compradores finalizan su experiencia con un altísimo nivel de satisfacción”.

INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

Fuente: <https://www.lagaceta.com.ar/nota/782248/economia/comercio-electronico-crecio-casi-60porciento-solo-seis-meses.html>

Tres de cada cuatro jóvenes compran desde el celular

“El mundo que viene será cada vez más móvil, vaticina Carrier y Asociados respecto de las operaciones electrónicas.

El comercio electrónico forma parte de las actividades habituales de los usuarios de Internet en la Argentina. Cerca de un 70% de los internautas del país alguna vez compró productos y servicios a través de la web y un 54% que lo hizo en el último mes. Lo que está cambiando es el mix de dispositivos utilizado para hacer esas compras, advierte el último reporte de la consultora Carrier y Asociados.

De hecho, un 53% de los usuarios argentinos de Internet hizo una compra desde el celular en los últimos 30 días, casi el doble de lo hallado un año atrás. En la primera mitad del año, se registró un crecimiento del 59% de las órdenes de compra en comparación con el mismo período de 2017, de acuerdo con los datos difundidos por la Cámara Argentina del Comercio Electrónico (CACE). La facturación alcanzó los \$ 97.892 millones, lo que representa el 66% de la facturación del mismo período pero del año anterior. Cada vez los usuarios se muestran más activos en los sitios de e-Commerce: el tráfico incrementó un 30% alcanzando 1.827 millones en lo que va del año”.

Fuente: <https://www.lagaceta.com.ar/nota/783748/economia/tres-cada-cuatro-jovenes-compran-desde-celular.html>

Proyección de la demanda

CANTIDAD ESTIMADA POR AÑO			
PRODUCTOS/ SERVICIOS	Actual	Año 1 *	Año 2 *
LEGG ESTAMPADA (bf)	0	220	260
POLLERA SIRE LISA	0	160	189
TOP LISO	0	130	153
LEGG OXFORD LISA	0	150	177
POLLER CORTA ESTAM	0	130	153
LEGG CHUPIN LISA	0	180	212
LEGG ESTAMP Y NEGRO ATRÁS	0	140	165
DESCRIPCIÓN 8	0	0	0
DESCRIPCIÓN 9	0	0	0
DESCRIPCIÓN 10	0	0	0
TOTAL ANUAL (unidades)	0	1110	1310

INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

*Se prevee un crecimiento mínimo del número de unidades en un 18%, basándonos en historial de ventas de años anteriores, en aquel entonces el inconveniente no era la demanda sino la oferta, teníamos inconvenientes de capital de trabajo, sumado a que no contábamos con asesoría administrativa.

Análisis de la competencia y la oferta

Principales competidores directos

*Consideramos competidores directos empresas con nuestra misma modalidad de comercialización.

Nombre del negocio	Distancia / Ubicación	Principales productos en los que compete	Precios	Fortalezas	Debilidades	Característica diferencial
RENEE	B°Palermo, Buenos Aires	Leggings, Polleras, Bikinis	\$1660	Presencia en redes sociales, Calidad de producción fotográfica	Demora el envío.	Imagen como marca
Long Legs	B°Palermo, Buenos Aires	Leggings, Bikinis	\$1400	Presencia en redes sociales	Mala política de devolución.	Estrategia con "influencers" para promocionar la marca
Kowloon	B°Palermo, Buenos Aires	Leggings, Bikinis	\$1400		Demora en la atención.	

INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

Principales productos sustitutos

Producto	Aspectos que sobresalen en relación a nuestros productos	Aspectos en los que nuestros productos sobresalen
Pantalón de Jean o Pantalón de vestir.	Es una prenda clásica, que ya tiene su público.	Nuestros productos al ser elásticos es fácil atinarle al talle, que es el miedo principal de la compra por internet. Mayor variedad de colores y estampados. No se arruga, no se descolora ni se deforma y tiene mayor durabilidad.
Pantalón tipo Palazzo	Es un producto donde se prioriza la comodidad.	Las leggings tiene un público mucho más amplio y se pueden usar en distintos momentos (eventos sociales, actividad física, vida urbana).

Principales competidores indirectos

Nombre del negocio	Distancia / Ubicación	Principales productos en los que compite	Precios	Fortalezas	Debilidades	Característica diferencial
Paco García S.R.L	A 3 km de nuestro taller.	Leggings deportivas	\$1900	Multimarca con mucha variedad	Mala atención.	Muchos años en el mercado.
Kinetic	A 3 km de nuestro taller.	Leggings deportivas, tops deportivos	\$1200	Buena atención al cliente.	Poca variedad en prendas.	Atendida por deportistas
La cajonera	A 2 km de nuestro taller.	Lleggings urbanas	\$1350	Variedad de productos y mucho tiempo en el mercado	Es un showroom sin vidriera al público y situado en una zona residencial.	Otorgan créditos personales sólo con DNI y cuentas corrientes.

INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

Análisis de los proveedores

Nombre del negocio	Distancia / Ubicación	Principales productos a adquirir	Precios	Transporte de los insumos	Beneficios	Inconvenientes
AlbiTex S.A.	Buenos Aires	Tejidos de punto, Lycra	\$959 por Kilo (\$330.70 por metro)	Mercado Envío, Vía Cargo o se despacha al transporte que se elige.	Se especializan en tejido de punto, muy buena calidad, excelente atención, rápido despacho y precio.	Cuando algún color es muy demandado, se demoran en enviar.
BF Sublimación	Ruta 2 y Strobel, Mar del Plata	Lycra y el servicio de estampar (sublimación) con nuestros diseños	\$1192 por kilo (tela + stampado), \$442 por metro.	Vía Cargo o se despacha al transporte que se elige.	En el mismo lugar se puede comprar la tela e imprimirla con nuestros diseños.	
Próximo Siglo	Buenos Aires	Tejidos de punto, Lycra	Lycra color liso \$990 y Lycra estampada \$1500	se despacha al transporte que se elige.	Buena atención.	Precio poco competitivo.

Análisis de la comercialización

Los canales que utilizamos para que nuestro producto llegue a nuestros clientes sería "Mercado Envíos", Vía Cargo S.R.L., Bus Pack S.A., exceptuando Tucumán, en nuestra provincia usaremos recursos nuestros.

ANÁLISIS ESTRATÉGICO

Misión: Buscamos ser parte esencial en la construcción de la imagen de toda mujer activa, audaz, en constante movimiento, brindándole leggings de las más alta calidad con diseños exclusivos, para que pueda resaltar, estar cómoda y diferenciarse en cualquier momento de su día a día.

Visión: Ser reconocidos a nivel nacional en la venta de indumentaria como sinónimo de calidad, distinción y seriedad, posicionando la marca del negocio vía online (e-commerce) proporcionando cada día un servicio de excelencia a nuestros clientes.

Objetivos

- Conquistar que nuestros clientes y que experimenten nuestros valores desde un primer contacto con nosotros; tengan un sentimiento de pertenencia a “Amarella” y su comunidad.
- Ser una empresa líder en indumentaria femenina de Argentina en un plazo máximo de 5 años.
- Lograr sustentabilidad del negocio en el tiempo.
- Poder comercializar en toda la república, armando alianzas estratégicas (con empresas de envíos) para la distribución desde el 2020 en adelante.

Análisis FODA

Fortalezas:

- Producción propia: tiene como principal beneficio bajar los costos en el producto final, mayor libertad en diseños, el desarrollo de nuevos productos es mucho más rápido y nos permite tener mayor control de calidad.
- Sitio web: el tener un sitio web propio nos permite:
 - contribuir al posicionamiento e imagen de la marca.
 - modificarlo según las tendencias en el modo de navegar de las personas.
 - obtener datos y mediciones de los productos que son más visitados con respecto a otros.
 - crear una base de datos de los clientes que compran a través de la página, mediante distintas estrategias se les solicita brindar mail, número de teléfono, etc.
- Captar las tendencias y llevarla a la acción en tiempos cortos.

INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

- Tener conformado el equipo de trabajo con un diseñador.
- Costos Fijos no elevados.
- Propio contenido fotográfico: un aspecto muy importante en la venta de indumentaria por internet, es la calidad de las imágenes, contamos con los conocimientos necesarios en fotografía y los elementos necesarios (cámara, lentes, flashes, fondos, etc) para producir fotos de nivel profesional, así abarataremos costos en publicidad.
- Diseños propios de estampados: una de las armas más importantes de diferenciación con nuestra competencia, son los diseños exclusivos, pretendemos que nuestros clientes puedan identificar un producto Amarella, tan sólo viendo el estampado.

Oportunidades:

- Los cambios en los hábitos de consumo de indumentaria, prendas adaptables y cómodas.
- Incentivos con políticas y organismos para emprendedores
- La baja del poder adquisitivo por lo cual las mujeres buscan prendas prácticas y de utilización en diferentes ámbitos.
- Pocas empresas en la región que trabajan con E-commerce para la comercialización de indumentaria.
- Tendencia de los jóvenes de comprar por internet.

Debilidades:

- Reducido tamaño del taller, falta de espacio físico
- Capital financiero limitado
- No tener alianzas con proveedores críticos
- Poco reconocimiento marca (emprendimiento casi nuevo)
- Limitación de recursos para desarrollo de promociones

Amenazas:

- Inestabilidad del Dólar/ Alta inflación
- Costos impositivos
- Poder adquisitivo de las personas
- Alta informalidad en la comercialización de la indumentaria

INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

ESTRATEGIAS Y/O ACCIONES EN RELACIÓN AL FODA:

Estrategia DO:

- Desarrollo intenso de publicidad para generar rápido reconocimiento de la marca, aprovechando el auge de las redes sociales.
- Aprovechar mayor versatilidad en la moda para ofrecer prendas innovadoras con el fin de generar impacto visual en el mercado y de esta manera ayude al posicionamiento de la marca.

Estrategias FO:

- Aprovechar nuestro taller propio que de esta manera nos permitiría introducirnos a otros nichos de mercado insatisfechos.
- Desarrollo de productos personalizados captando las tendencias del mercado y logrando la producción en tiempos cortos.

Plaza donde se ubicará el punto de venta

Nuestro modelo de negocio, en principio, es venta por internet, a través del e-commerce. Planeamos dirigir todas nuestras estrategias de marketing a Tucumán, en una primera etapa y sirva como prueba piloto para recabar datos, hacer ajustes necesarios para expandir nuestro campo geográfico luego a nivel nacional.

Actividades de promoción, publicidad y actividades de fidelización de clientes

Actividad	Impacto sobre las ventas (bajo – medio – alto)	Observaciones
FACEBOOK, INSTAGRAM	Alto	Es publicidad paga y la usaremos para posicionar la marca, dar a conocer nuevos productos y colecciones.
GOOGLE	ALTO	Esta actividad de publicidad la usaremos para ser la primera opción de búsqueda.
POP-Ups	Medio	Se pautarán pop-ups en principales páginas y vlogs de moda.
CARTELERIA VÍA PUBLICA	Bajo	Contribuye a la imagen y posicionamiento de la marca.
PACKAGING	Bajo	Tendrá doble función: contener nuestro producto e importante elemento de publicidad. Sera producido por nosotros, durable y reutilizable.
MAILING	Alto	Usaremos para fidelizar, comunicaremos promociones, lanzamientos de nuevos

INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

		productos y tips de modas.
RELACIONES PUBLICAS	Bajo	Para desarrollar la imagen como marca participaremos, patrocinaremos eventos a beneficios y deportivos , desfile de moda, ferias de diseño, etc.

Actividades de Post Venta

Actividad	Impacto sobre las reputación del negocio (bajo – medio – alto)	Observaciones
Habilitar un “Buzón de sugerencias” en el e-commerce	Medio	Este espacio sirve para mejorar la experiencia del cliente con nosotros.
Calificar la experiencia	Alto	Al igual que en Google y Facebook, también brindaremos la opción en nuestra web, de que el público califique su experiencia con nosotros.
Manejo de Quejas y Sugerencias	Alto	Desarrollaremos un manual interno de procedimiento para el manejo de quejas y sugerencias.
Política de devolución	Alto	En todo caso que el producto tenga una falla en su fabricación y/o no cumpla con las expectativas del cliente, se le sustituirá o se le devolverá el dinero lo más breve posible.

LOCALIZACIÓN Y TAMAÑO

Ubicación inicial del emprendimiento

Nuestro taller está ubicado en calle Corrientes 2400 - San Miguel de Tucumán, es un inmueble familiar, contamos con todos los servicios necesarios (luz, agua, internet, etc.). Los aspectos positivos de ésta localización son principalmente el costo, en la actualidad no pagamos alquiler, sólo abonamos las facturas de Luz y la del Agua. Tenemos cerca las principales empresas de “envíos” como Vía Cargo, Correo Argentino, Andreani, OCA.

Un aspecto negativo del lugar, es el espacio reducido, que tenemos planeado resolverlo en un futuro intermedio, alquilando una localización más amplia que albergue tanto el taller, como un sector destinado a “showroom”.

INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

Factores de localización importantes para el negocio

Los factores principales a tener en cuenta para una reubicación serían:

Tamaño: éste tendría que ser suficiente para que funcione el taller con al menos 4 operarios, esto aumentaría nuestra capacidad productiva notablemente, y se pueda instalar también un espacio dedicado a la venta personalizada (Showroom).

Ubicación: ésta debería ser cercana a las Av. Principales y con lugares en las inmediaciones donde los clientes puedan estacionar sus vehículos.

Servicios: que tenga a disposición todos los servicios, internet, agua, luz, gas, etc.

Alternativas de localización

En el futuro se analizará de acuerdo a las proyecciones del negocio y de las condiciones de contratación, la alternativa para relocalizar el negocio en algún punto estratégico, que sea una zona de venta de indumentaria femenina. La dificultad actual para una relocalización es lo referido a la parte financiera. Nuestra expectativa con vistas a futuro es, aparte de la venta on-line sumar un local de venta.

Estimación de la capacidad del negocio

De acuerdo a datos históricos de ventas en años anteriores, la inversión proporcionada por “Alumbra” y con lo aprendido durante la capacitación, estamos en condiciones de estimar que podemos ofrecer al mercado, operando a máxima capacidad, 600 (seiscientos) productos por mes.

ESTUDIO TÉCNICO

Descripción de materia prima e insumos

El principal material utilizado en la confección de nuestros productos son las telas de Lycra, que para alcanzar la calidad que buscamos tienen que tener una composición de no menos de 85% de Poliamida y el resto Elastano.

Otros elementos necesarios para el funcionamiento del emprendimiento son hilos (de distintos colores), elásticos, cierres, etc. pero no son significativos en cuanto costos.

INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

Descripción de procesos críticos

Los procesos críticos de nuestro emprendimiento los de producción en el taller y las fotografías para publicar on-line. Son éstos dos, donde ponemos especial cuidado y atención al realizarlos, pues los consideramos cruciales.

Fotografía: creemos que es de vital importancia, transmitir con las imágenes la calidad y el porte de nuestra marca. Queremos desarrollar un estilo de fotos que sea propio, se asocie rápidamente con nosotros y mantenerlo en el tiempo. Esto realizan las marcas de primer nivel, por ejemplo, fotos siempre en exteriores o con fondos infinitos de colores llamativos.



Descripción de equipos y máquinas

OVERLOCK INDUSTRIAL DE 4 HILOS: esta máquina corta el borde de las telas, las encapsula y une las piezas, las máquinas *overlock* por lo general funcionan a altas velocidades, típicamente 1000 a 9000 [rpm](#). Es un tipo de costura elástica, indicada para tejidos de punto.

COLLARETA Y TAPACOSTURA INDUSTRIAL: esta máquina también conocida como Collarín o Collaretera, usa dos o tres agujas y uno o dos ganchos. Al igual que las puntadas plana y de cadeneta se pueden realizar en cualquier parte de la prenda que está siendo cosida. Formando una puntada de cobertura junto a los cabos de las agujas. Usa 5 hilos. La usamos para los ruedos y para las cinturas que llevan elástico.

INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

RECTA PLANA INDUSTRIAL: también conocida como puntada recta o respunte, es la puntada más común, realizada por la mayoría de máquinas de coser comunes e industriales. La puntada plana puede ser realizada en cualquier parte del material que se está cosiendo, no necesariamente cerca del borde. La usamos para adherir cierres y las etiquetas de tela con información de talle, como lavar, etc.

CORTADORA DE TELA: luego del tizado se corta la tela, la cual se tiende en capas, que no superen los 8 cm. de alto sobre el mesón de corte. Esta máquina tiene una cuchilla circular de 5" ¼ pulgadas.

RECTA INDUSTRIAL DOBLE ARRASTRE: máquina de costura recta con 1 aguja, doble arrastre (arrastre con el prensatela y con el diente) para coser y transportar materiales pesados como :cuerinas, cueros, lonas. Ideal para tapicería, bolsos, cintos, mochilas, etc. Con esta máquina producimos nuestra línea de bolsos y carteras (Amarella Bags) y también nuestro propio packaging, por ejemplo bolsos simples estilo playero de Lienzo.

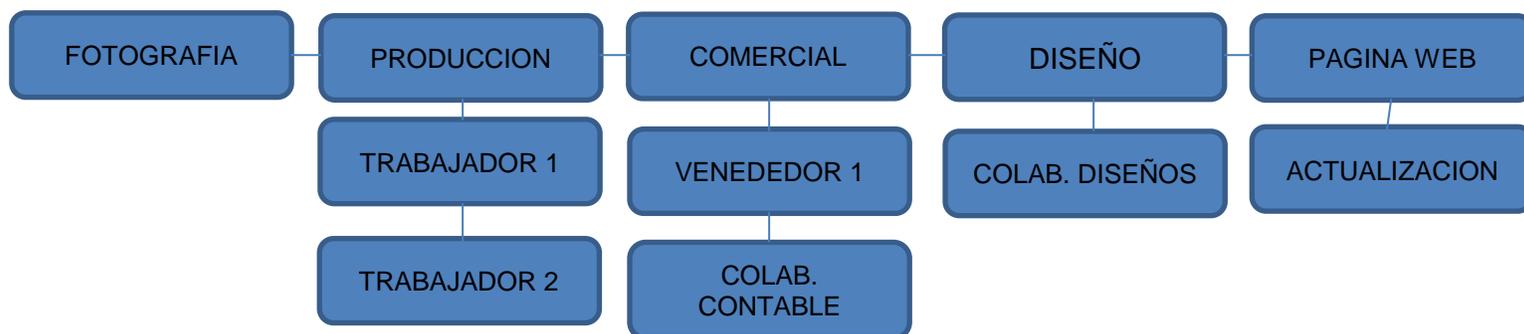
EQUIPO FOTOGRAFICO: Camara fotográfica nikon D3300 (réflex), lente 18-55 mm f3.5-5.7, lente 50 mm f 1.4, flash yongnuo, pie de flash, fondo infinito blanco, sombrillas difusoras, pantallas refractarias.

Servicios auxiliares

Contamos actualmente con todos los servicios necesarios para poder operar con normalidad, ellos son: Electricidad, Cloacas e Internet.

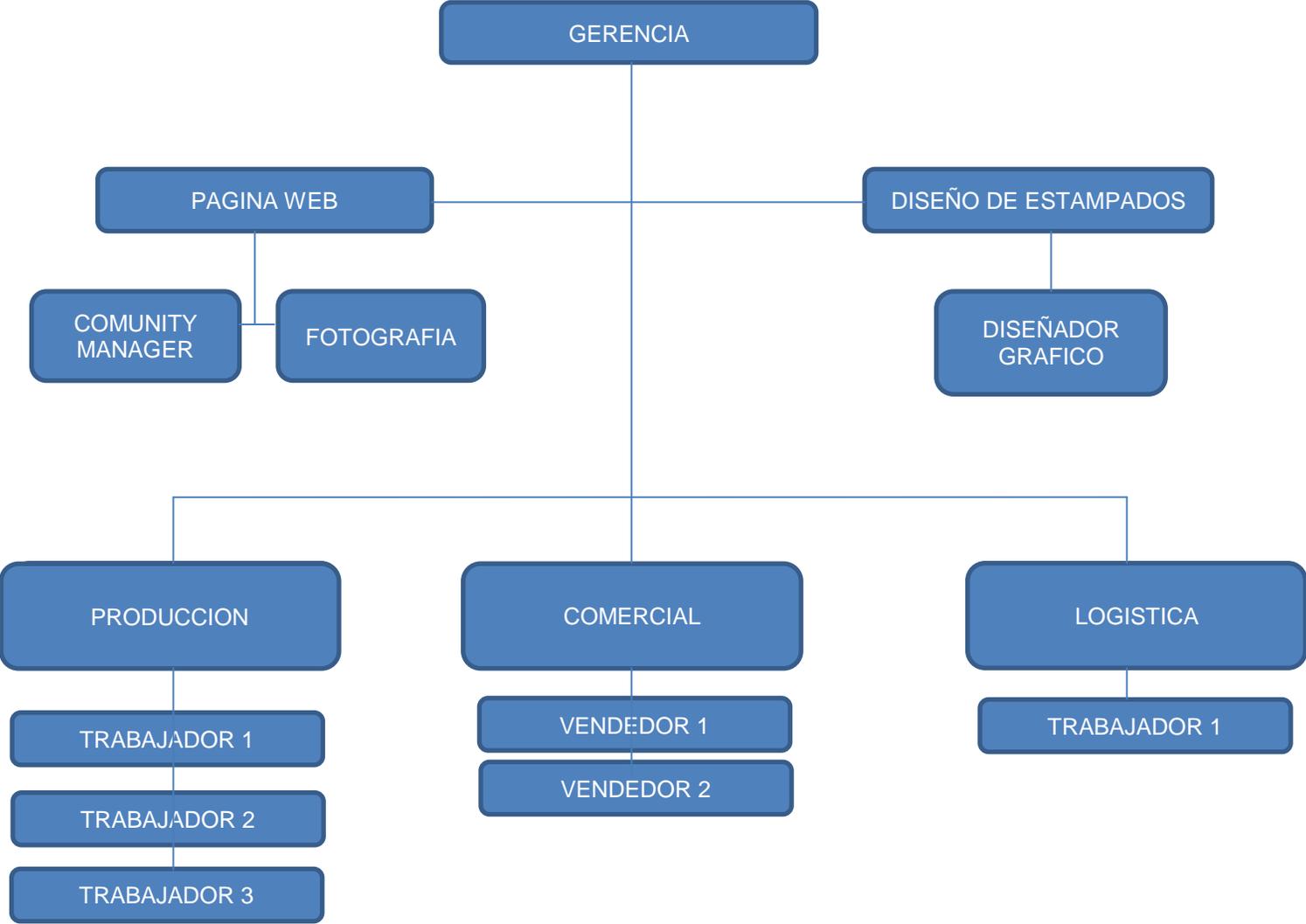
Organización

ORGANIGRAMA ACTUAL: la mayoría de las tareas son desarrolladas por Julieta Arias y Fernando Aráoz, salvo las colaboraciones contables y de diseños.



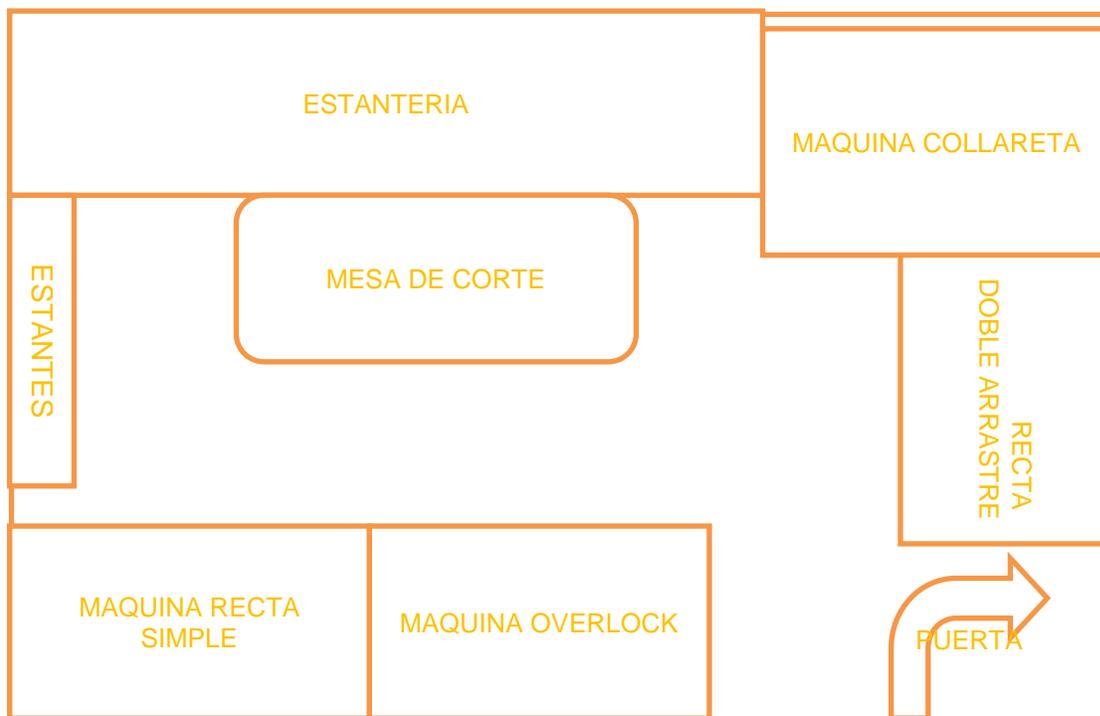
**INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL
LICENCIATURA EN ADMINISTRACION**

ORGANIGRAMA PROYECTADO A DOS AÑOS:



INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

Distribución en planta



ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO

TOTAL DE INVERSION DEL PROYECTO

INVERSIONES A REALIZAR	MONTO	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	
		Total de ACTIVOS + Capital de Trabajo (D)	\$117.538,60
	Otras fuentes	\$ 0,00	
	Monto crédito Alumbra	\$ 117.538,60	
Total de INVERSIONES previas en valor actual de mercado	\$56.700,00		

INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

COSTOS VARIABLES POR PRODUCTO

PROD. 1		LEGG ESTAMPADA (bf)		
LEGG ESTAMP BF	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo variab.
LYCRA BF ESTAMPADA	1,00	M	\$ 301,17	\$ 301,17
AVIOS	1,00		\$ 14,05	\$ 14,05
PACKAGING	1,00		\$ 25,00	\$ 25,00
				\$ -
				\$ -
Total costo variable directo del prod				\$ 340,22

PROD. 2		POLLERA SIRE LISA		
POLLE SIRE LISA	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo variab.
LYCRA LISA ALBITEX	1,00	M	\$ 289,07	\$ 289,07
AVIOS	1,00		\$ 14,05	\$ 14,05
PACKAGING	1,00		\$ 25,00	\$ 25,00
				\$ -
				\$ -
Total costo de prod				\$ 328,12

PROD. 3		TOP LISO		
TOPS COLOR LISO	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo variab.
LYCRA LISA ALBITEX	1,00	M	\$ 96,36	\$ 96,36
AVIOS	1,00		\$ 14,05	\$ 14,05
PACKAGING	1,00		\$ 25,00	\$ 25,00
				\$ -
				\$ -
Total costo de prod				\$ 135,41

PROD. 4		LEGG OXFORD LISA		
LEGG OXFORD LISA	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo variab.
LYCRA LISA ALBITEX	1,00	M	\$ 259,53	\$ 259,53
AVIOS	1,00		\$ 14,05	\$ 14,05
PACKAGING	1,00		\$ 25,00	\$ 25,00
				\$ -
				\$ -
Total costo de prod				\$ 298,58

INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

COSTOS DE MANO DE OBRA

*Considerar SMVM. \$8860 para 44 h semanales

* Sueldos anuales con aguinaldo

Planilla empleados									
N°	Función principal	Sueldo Mensual año 1	Hs. por día año 1	Sueldos Año Actual	Cargas Sociales Actual	Sueldos Año 1	Cargas Sociales Año 1	Sueldos Año 2	Cargas Sociales Año 2
1	Producción	\$15.000,00	8,0	\$0,00	\$0,00	\$195.000,00	\$72.000,00	\$195.000,00	\$72.000,00
2		\$0,00	8,0	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
3		\$0,00	8,0	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
TOTAL				\$0,00	\$0,00	\$195.000,00	\$72.000,00	\$195.000,00	\$72.000,00
				\$0,00		\$267.000,00		\$267.000,00	

INGRESOS POR VENTAS ESTIMADOS

INGRESOS VENTAS ESTIMADOS						
PRODUCTOS/ SERVICIOS	Precio venta unitario Año 0	Cantidad a vender Año 0	Precio venta unitario Año 1	Cantidad a vender Año 1	Precio venta unitario Año 2	Cantidad a vender Año 2
LEGG ESTAMPADA (bf)	\$1.150,00	0	\$1.150,00	220	\$1.150,00	260
POLLERA SIRE LISA	\$1.550,00	0	\$1.550,00	160	\$1.550,00	189
TOP LISO	\$490,00	0	\$490,00	130	\$490,00	153
LEGG OXFORD LISA	\$1.260,00	0	\$1.260,00	150	\$1.260,00	177
POLLER CORTA ESTAM	\$500,00	0	\$500,00	130	\$500,00	153
LEGG CHUPIN LISA	\$750,00	0	\$750,00	180	\$750,00	212
DESCRIPCIÓN 7	\$0,00	0	\$0,00	0	\$0,00	0
DESCRIPCIÓN 8	\$0,00	0	\$0,00	0	\$0,00	0
DESCRIPCIÓN 9	\$0,00	0	\$0,00	0	\$0,00	0
TOTAL DE INGRESOS POR VENTAS \$	\$0,00				\$1.090.900,00	\$1.287.262,00

INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

Planilla socios		*Igual o mayor al que se le pagará a los empleados		
N°	Función principal	RETIRO ANUAL		
		Actual	Año 1	Año 2
1	PRODUCCION	\$0,00	\$240.000,00	\$285.600,00
2		\$0,00	\$0,00	\$0,00
3				
TOTAL		\$0,00	\$240.000,00	\$285.600,00

Punto de equilibrio

DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO ECONÓMICO Y MARGEN DE CONTRIBUCIÓN DE CADA PRODUCTO

Descripción	Mezcla de ventas	Precio de venta unitario	Costos variables unitarios	Margen contr. unitario	Margen contr. ponderado	Punto de Equi. Global	Pto. Equi. Prod. (un.)	Pto. Equi. Prod. (\$)	Diferencia con producción estimada
LEGG ESTAMPADA (bf)	20%	\$1.150,00	\$340,22	\$810	\$160,50	1038	206	\$236.900,00	14
POLLERA SIRE LISA	14%	\$1.550,00	\$328,12	\$1.222	\$176,13		150	\$232.500,00	10
TOP LISO	12%	\$490,00	\$135,41	\$355	\$41,53		122	\$59.780,00	8
LEGG OXFORD LISA	14%	\$1.260,00	\$298,58	\$961	\$129,92		140	\$176.400,00	10
POLLER CORTA ESTAM	12%	\$500,00	\$228,68	\$271	\$31,78		122	\$61.000,00	8
LEGG CHUPIN LISA	16%	\$750,00	\$270,76	\$479	\$77,71		168	\$126.000,00	12
LEGG ESTAMP NEGRO ATRÁS	13%	\$980,00	\$335,38	\$645	\$81,30		131	\$128.380,00	9
DESCRIPCIÓN 8	0%	\$0,00	\$0,00	\$0	\$0,00		0	\$0,00	0
DESCRIPCIÓN 9	0%	\$0,00	\$0,00	\$0	\$0,00		0	\$0,00	0
DESCRIPCIÓN 10	0%	\$0,00	\$0,00	\$0	\$0,00		0	\$0,00	0
					Margen ponderado total	\$698,87	Punto Eq. Monetario	\$1.020.960,00	\$1.090.900,00

INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

FLUJO DE FONDOS

	Año 0	Año 1	Año 2
INGRESOS AFECTADOS A IMPUESTOS			
Ingresos por Ventas	\$ -	\$ 1.090.900,00	\$ 1.287.262,00
EGRESOS AFECTADOS A IMPUESTOS			
Materias primas e insumos	\$ -	\$ 315.156,30	\$ 371.884,43
Costos de Mano de Obra	\$ -	\$ 267.000,00	\$ 267.000,00
Electricidad	\$ -	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00
Gas	\$ -	\$ -	\$ -
Agua	\$ -	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00
Teléfono / Internet	\$ -	\$ 7.200,00	\$ 7.200,00
Transporte y combustible	\$ -	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
Seguros	\$ -	\$ -	\$ -
Alquiler	\$ -	\$ -	\$ -
Otros gastos afectos a impuestos (especificar. Ej. Impuestos municipales)	\$ -	\$ -	\$ -
Publicidad y/o Promoción	\$ -	\$ 50.000,00	\$ 52.000,00
Amortizaciones y depreciaciones	\$ -	\$ 31.916,67	\$ 20.416,67
Intereses crédito	\$ -	\$ 26.517,90	\$ 11.169,43
Impuestos Act. Económicas	\$ -	\$ 32.727,00	\$ 38.617,86
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ -	\$ 340.582,14	\$ 499.173,61
Otros Impuestos	\$ -	\$ -	\$ -
Impuestos monotributo	\$ -	\$ 80.541,00	\$ 90.968,28
Ganancias Netas Imponibles Anuales	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTOS	\$ -	\$ 260.041,14	\$ 408.205,33
Ajuste por amortizaciones y depreciaciones	\$ -	\$ 31.916,67	\$ 20.416,67
Otros gastos no afectos a impuestos	\$ -	\$ -	\$ -
Retiro del Emprendedor	\$ -	\$ 240.000,00	\$ 285.600,00
Valor Crédito Solicitado	\$ 117.538,60	\$ -	\$ -
Amortización de la deuda	\$ -	\$ 34.627,17	\$ 82.911,43
Inversiones en activos	\$ 46.000,00	\$ -	\$ -
Inversiones en capital de trabajo	\$ 71.538,60	\$ -	\$ -
Valor de desecho de inversiones	\$ -	\$ -	\$ 35.366,67
FLUJO DE FONDOS PROYECTO	\$ -117.538,60	\$ 51.957,80	\$ 178.388,67
FLUJO DE FONDOS INVERSIONISTA	\$ -	\$ 17.330,64	\$ 95.477,23

INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

Resumen de la información del proyecto

Nombre del proyecto	<u>AMARELLASHOP.COM</u>
Sector del proyecto	Producción
Actividad	INDUMENTARIA FEMENINA
Situación actual del proyecto	Proyecto en marcha
Crédito solicitado para inversión	\$117.538,60
Otras fuentes de financiamiento	\$0,00
Aporte emprendedor	\$0,00
Inversiones previas	\$56.700,00
VAN INVERSIONISTA (20%)	\$75.968,75
VAN PROYECTO (20%)	\$50.047,71
TIR PROYECTO	52,00%



Incorporación de plantas en la decoración y diseño de espacios atendiendo las necesidades de cada cliente.

Realizar invernáculo, aumentar el volumen de plantas, moldes para macetas de cemento, herramientas, capacitaciones

\$65000

INTRODUCCIÓN

Breve reseña sobre el negocio

Sueño entre espinas es un emprendimiento que fue surgiendo debido a la pasión por las plantas, entre ellas, cactus, crasas y orquídeas. Hace más de seis años que colecciono, pero tan solo tres años que me dedico a la venta. En un principio comencé vendiendo a gente conocida, luego a amigos de amigos y así fue creciendo este emprendimiento con mucho amor y esfuerzo.

Mi principal objetivo es expandirme y ser reconocido, que la gente sepa que Sueño entre espinas no es solamente vender plantas sino además poder brindar un asesoramiento personalizado de murales y plantas, decorar y volver más agradable un lugar, y también pequeños rincones tanto de su hogar como de jardines u oficinas, negocios, etc.

Descripción del producto/servicio

Macetas de cemento: están realizadas por nosotros pintadas y decoradas con dibujos a mano alzada, a cada uno de nuestros productos les dedicamos tiempo y mucho amor. Para nosotros es importante entregar un producto de calidad, y que nuestros clientes se sientan felices. Brindamos la oportunidad de elegir mediante un catálogo tanto diseños como colores.

Porta macetas: estos son de hierro y están realizados a pedido, atendiendo las necesidades del cliente.

Servicio ambientación decoración con plantas: Queremos transformar el espacio en el que se encuentran a diario las personas, un lugar en su casa, su balcón, u oficina con plantas, no solo con macetas sino también con murales, nuestro objetivo es lograr un ambiente cálidos, original, que irradien buena energía, renueven el espíritu, conecten con la naturaleza, desconectándolos de la rutina diaria, y así a través de las integración con las plantas mejorar la calidad de vida de las personas.

Arreglos con cactus y crasas: realizamos arreglos con cactus y crasas, los mismos pueden ser personalizados por el cliente desde la elección de las macetas hasta el diseño que les gustaría, como así también las plantas.

Souvenirs: ofrecemos la posibilidad de marcar la diferencia en cualquier evento que tengas, dándole un toque único y natural, souvenirs de cactus y suculentas personalizados, macetas de cemento número 6 pintadas, dibujadas o forrándolas con telas de diferentes colores.

INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

Jardines verticales: los espacios públicos son espacios de muchísima intensidad y generalmente de mayor escala. Aunque cada espacio urbano es diferente los une el hecho de que los disfruta el público en general. Por lo tanto, hay que dotar a estos espacios de contenidos diversos que den cabida a todo tipo de gente.

Mantenimiento: no solo asesorar sobre cómo cuidar las plantas o la ambientación de un espacio, sino también de mantener el mismo.

ESTUDIO DE MERCADO

Análisis del mercado consumidor y la demanda

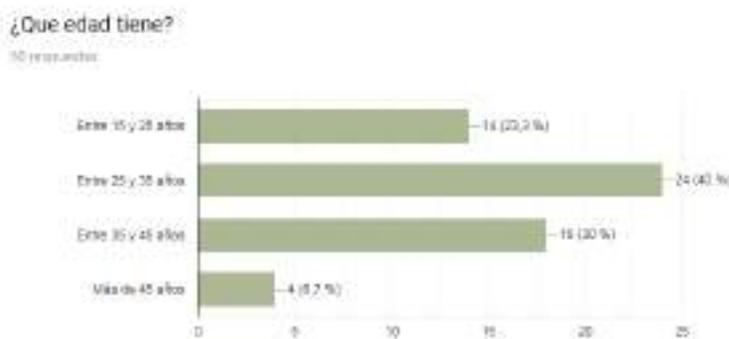
Las diferencias varían según la necesidad y el estilo de vida de cada persona, empresa o negocio.

Los espacios privados están ligados a la intimidad, por lo tanto, se trabaja desde las necesidades específicas del cliente. Pueden variar mucho, desde aquellos que se proyectan como lugares de descanso a otros que responden a un lugar donde los familiares le den diversos usos. En cuanto al espacio suele ser mediano, pequeño o grande y la vegetación suele adquirir un papel importante.

Comportamiento de la demanda

En los últimos tiempos, hay una tendencia hacia acercarse más a lo natural, por lo que las plantas juegan un papel importante para esa vinculación.

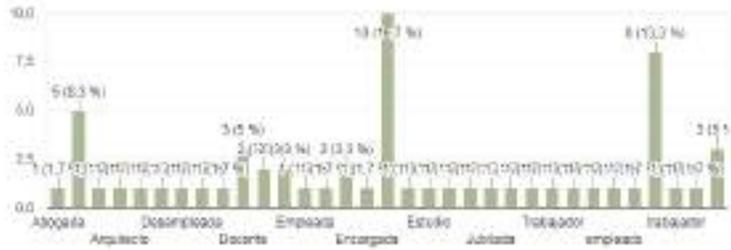
Se hizo una encuesta al consumidor en general y que arrojó la siguiente información:



INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

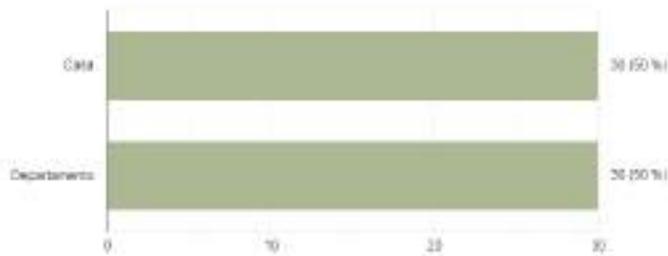
¿Cuál es su ocupación?

60 respuestas



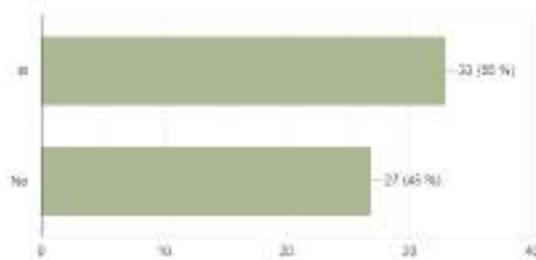
¿Dónde vive?

60 respuestas



En el lugar que vive, tiene ambientado con plantas?

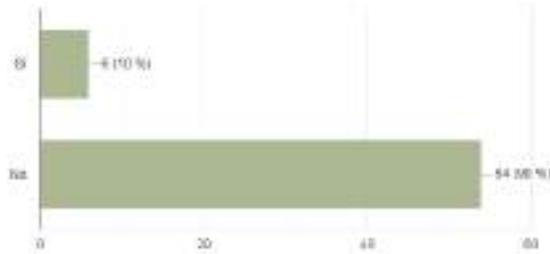
60 respuestas



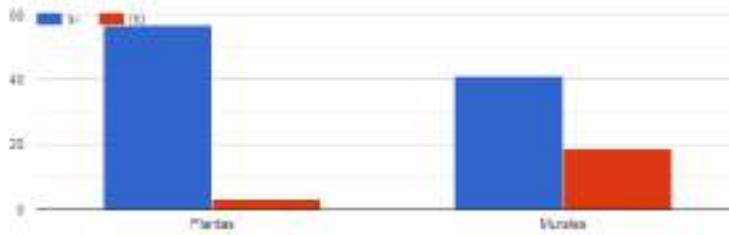
**INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL
LICENCIATURA EN ADMINISTRACION**

En el lugar que vive, tiene ambientado con murales?

10 respuestas

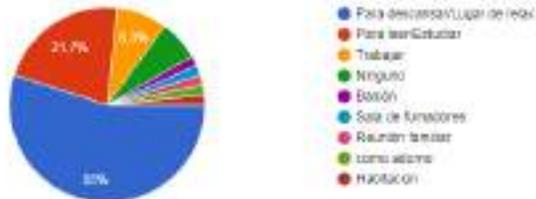


En el caso de que la respuesta anterior sea NO ¿Le gustaría tener un espacio ambientado con...



¿En que caso utilizarías o usarías ese espacio? (se puede elegir más de una opción)

10 respuestas



INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

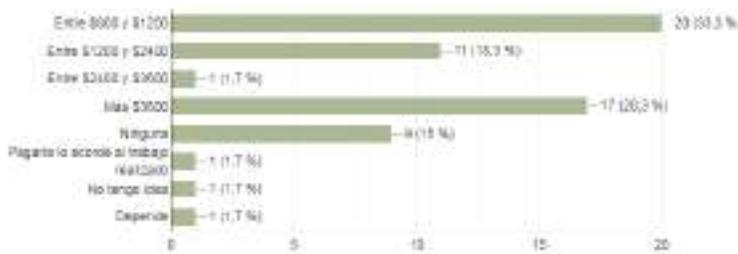
Si tuvieses una ambientación de éste tipo...

60 respuestas



¿Cuanto estarías dispuesto a pagar en una ambientación de plantas y/o murales?

60 respuestas



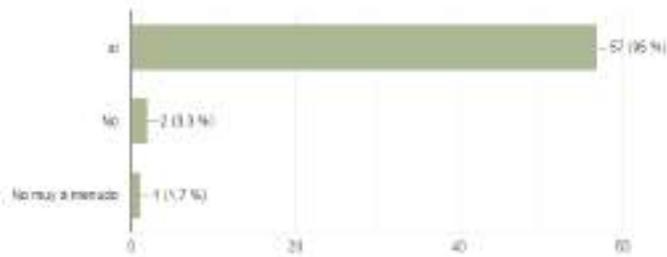
Recomendaría la ambientación de espacios a otra persona?

60 respuestas



¿Utiliza redes sociales?

60 respuestas



INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

¿Compraría productos/contratarías servicios como los mencionados a través de redes sociales?

60 respuestas



Proyección de la demanda

Servicio de mantenimiento

Diseño de lugar,

La proyección de la demanda se hizo a partir de la información del nivel de venta de los últimos años en los que se fue desarrollando el emprendimiento. En la actualidad no se vendía más ya que la capacidad del lugar para albergar y ambientar las plantas antes de ser vendidas quedó insuficiente. Al ampliar el invernáculo será posible incrementar el volumen de plantas.

CANTIDAD ESTIMADA POR AÑO			
PRODUCTOS/ SERVICIOS	Actual	Año 1	Año 2
MACETAS	0	1000	1200
ARREGLOS	0	800	960
Cactus	0	3000	3600
Crasas	0	3000	3600
Murales	0	50	60
Jardin vertical	0	50	60
Souvenirs	0	3000	3600
DESCRIPCIÓN 8	0	0	0
DESCRIPCIÓN 9	0	0	0
DESCRIPCIÓN 10	0	0	0
TOTAL ANUAL (unidades)	0	10900	13080

INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

Análisis de la competencia y la oferta

Principales competidores directos

Nombre del negocio	Distancia / Ubicación	Principales productos en los que compete	Precios	Fortalezas	Debilidades	Característica diferencial
Competidor N°1 El quimil	< 3 km	Cactus y crasas	altos	Mayor cantidad de plantas	Sin invernáculo	Sin asesoramiento
Competidor N°2 cactus shop	< 2 km	Cactus crasas	normales	Mayor cantidad de plantas	Cultivo en balcón	Poco asesoramiento
Competidor N°3 jiro cacto	< 3 km	Cactus y crasas	Altos	Mayor cantidad de plantas	Sin invernáculo	Poco asesoramiento

Principales productos sustitutos

Producto	Aspectos que sobresalen en relación a nuestros productos	Aspectos en los que nuestros productos sobresalen
Vinilos	El vinilo si no está bien puesto se despega	El mural va pintado
Empapelado	De difícil colocación, puede quedar arrugado, se puede romper	Es algo natural

Principales competidores indirectos

Nombre del negocio	Distancia / Ubicación	Principales productos en los que compete	Precios	Fortalezas	Debilidades	Característica diferencial
Competidor N°1 El Pacara	< 3 km	Plantas en general	normales		Muy alejado	Pactar lugar de entrega, garantía de nuestras plantas
Competidor N°2 Mi vivero	< 2 km	Plantas en general	normales		Movilidad	

Análisis de la comercialización

Los canales que utilizo para que mis productos lleguen a mis clientes son las redes sociales. Entre ellas:

Facebook (fan page de Facebook: suenoentrespinas)

- Branding.
- Canal de comunicación con mis clientes.
- Gestionar la reputación online, atendiendo y previniendo posibles crisis.
- Comunicación personalizada.
- Conocer y fidelizar a mis clientes.
- Cercanía emocional.

Instagram: Aumento de tráfico a la web, Branding (esto significa que el nivel de interacción de los usuarios con la marca y sus contenidos es de los más elevados respecto a otras redes, incluso más que Facebook). Instagram es una plataforma 24x7, que permite humanizar mi marca, conocer y llegar a mi marketing, generar ventas a un bajo costo.

Google My Business: agrupa los servicios que Google ofrece para posicionar empresas. Por tanto, al incluir mi microemprendimiento en Google My Business consigo que:

- 1) Aparezca en Google Maps mostrando mi ubicación geográfica. Así, como también mis usuarios sabrán donde estoy y como llegar hasta mi ubicación.
- 2) Aparezca en Google con una información más relevante para los que buscan servicios como los que ofrezco, desde mi nombre a mi horario o cómo contactar con mi microemprendimiento.
- 3) Comunicarme con usuarios respondiendo a sus reseñas y comentarios
- 4) Subir videos de mi empresa a Youtube
- 5) Aprovechar las extensiones de ubicación en Adwords.

INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

Análisis de los proveedores

Nombre del negocio	Distancia / Ubicación	Principales productos a adquirir	Precios	Transporte de los insumos	Beneficios	Inconvenientes
Proveedor N°1 cactus calchines	< 3 km	Cactus y crasas	bajos	Propio	A mayor cantidad menor costo	No presenta
Proveedor N°2 La luz de bachita	< 2 km	Cactus crasas	bajos	Vía cargo	A mayor cantidad menor costo	La forma de tomar los pedidos
Proveedor N°3	< 3 km					

6)

ANÁLISIS ESTRATÉGICO

Misión:

Micro emprendimiento hecho con mucho amor. Nos dedicamos a la producción de macetas de cemento artesanales pintadas a mano y accesorios que combinen con la misma, al cultivo de cactus, crasa y otras plantas, tratamos de darte opciones para decorar ese lugar o rincón favorito con vida y arte para volverlos más confortables.

Visión:

Nuestra visión esser reconocido por nuestros clientes gracias al asesoramiento personalizado y la originalidad de nuestro trabajo logrando satisfacer las necesidades del mismo.

Objetivos

El principal objetivo es expandirnos y que Sueño entre espinas logre ese reconocimiento en brindar un buen servicio, calidad y el mejor asesoramiento personalizado en decoración y ambientación de plantas y murales.

INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

Otros objetivos:

- Adquirir capital financiero
- Realizar el invernáculo
- Aumentar el número de plantas y permitir el crecimiento y desarrollo óptimo de las mismas, y de nuestros semilleros.
- Aumentar las ventas

Análisis FODA

Fortalezas:

Diseño de espacios con la incorporación de murales y plantas atendiendo la necesidad del cliente

Producción propia de macetas de cemento pintadas a mano

Productos y servicios personalizados

Oportunidades:

Estilo de vida cambiante y aumento en la necesidad por conectarse con la naturaleza
Aumento en la demanda de Empresas y negocios para tener lugares con plantas y su mantenimiento

Pocos oferentes que se dedican a este rubro

Apoyo de diferentes instituciones a los emprendedores

Debilidades:

No contar con una buena estructura que permita aumentar el número de plantas.
(Invernáculo)

Capacidad financiera limitada

Poco reconocimiento

No estar especializado en diseño de interior

Amenazas:

El clima

Inestabilidad económica. Alta inflación

Disminución del poder adquisitivo de las personas, asignación a otros rubros.

Ingreso de nuevos competidores

INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

ESTRATEGIAS Y/O ACCIONES EN RELACIÓN AL FODA:

Estrategia FO:

Aprovechar que poca gente se dedica al rubro para poder expandirnos y atender las necesidades de los clientes

Desarrollo de productos y servicios personalizados para poder aumentar el mercado y ofrecer a empresas y negocios.

Participar de programas, capacitaciones, mentorías, etc de las instituciones que apoyan a los emprendedores (Alumbra)

Estrategia DO:

Desarrollo intenso de publicidad para lograr ser reconocidos a través de redes sociales

Plaza donde se ubicará el punto de venta

Trato directo con el cliente, vía online, en el gran San Miguel de Tucumán.

Actividades de promoción, publicidad y actividades de fidelización de clientes

Actividad	Impacto sobre las ventas (bajo – medio – alto)	Observaciones
Actividad N°1 FACEBOOK, instagram	Alto	Posicionar la marca, concretar venta
Actividad N°2 Google	Alto	Llegar a más gente
Actividad N°3 Boca a boca	Alto	Aumentar las ventas

Actividades de Post Venta

Actividad	Impacto sobre la reputación del negocio (bajo – medio – alto)	Observaciones
Actividad N°1 (Ej. Reparación de desperfectos en la producción o distribución, etc.)	Alto	*Explicar cómo se ejecutará esa actividad (estrategia de marketing).
Actividad N°2 cuidados	Alto	Tips
Actividad N°3 novedades	Alto	Catalogo online

LOCALIZACIÓN Y TAMAÑO

Ubicación inicial del emprendimiento

El sector productivo se encontrará en Banda del Río Salí, ya que no tengo gasto en alquiler, pero los aspectos negativos son la distancia y la zona. Nuestra mayor parte de las ventas se realizan a través de internet.

Factores de localización importantes para el negocio

Si tuviera que reubicar mi emprendimiento sería en algún sector de San Miguel de Tucumán ya que allí es donde se encuentra la mayor parte de nuestros clientes.

Alternativas de localización

La alternativa de esta ubicación es que no se paga alquiler.

Estimación de la capacidad del negocio

Aumentar el número de plantas a 3000 así poder brindar más variedad y mi servicio marque la diferencia. Esto es factible con la construcción del invernáculo más grande.

ESTUDIO TÉCNICO

Descripción de materia prima e insumos

Plantas: cactus, crasas, tanto cultivadas por mí o también compradas para revender
Macetas de cemento: actualmente contamos con las siguientes medidas, N°6 (maceta souvenirs), N°10, N°12, N°16 y de 20L solo por encargo, cada maceta es personalizada con el dibujo y color que guste el cliente
Portamacetas: de hierro y alambrión realizados solamente a medidas y por pedido atendiendo las necesidades del cliente.

Murales: es la incorporación y combinación de un dibujo seleccionado por el cliente y plasmado en una pared del sitio o lugar que él prefiera el tamaño va de 1m x 1m este (solo incluiría una sola planta y una maceta)

INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

Descripción de procesos críticos

Un proceso crítico en nuestra producción de macetas es la de preparar el cemento y la del fraguado ya que si al prepararlo nos excedemos con el agua corremos mucho riesgo de que nuestra maceta a la hora del secado se agriete, y si movemos los moldes que usamos durante el fraguado la maceta a la hora de curarlas luego de estar secas se las coloca al sol y se las rocía con agua y las que no se quiebran son las que están óptimas para la venta.

El exceso de lluvias es lo que nos afecta hoy en día sobre todo en los periodos de Diciembre – Marzo que es donde se producen las mayores precipitaciones anuales en Tucumán, ya que tanto cactus y crasas no pueden ser expuestos a muchos días seguidos de lluvias, muchas veces terminan pudriéndose.

Descripción de equipos y máquinas

Soldadora: Inverter Combinada AC/DC TIG/MMA (electrodo) 220A -Industrial
MODELO ACDC 220

Marca: Lusqtoff

Arranque alta frecuencia

Alimentación: 220V

Potencia: 5,9 KVA

Rango corriente salida: 10-220A (TIG) 10-170A (MMA)

Ciclo de trabajo a 40°C: 40%

Espesor de soldadura: 0.3/0,9 mm

Rango de electrodos: 1,0-4,0 mm

Ventilación Forzada

SOLDADORA MODELO ACDC 220 .

Herramientas de jardinería: palas de puntas, palas de mano para repicar, rastrillos de mano, tijeras de poda, guantes, baldes, rastrillos de mano, manguera y carretilla.

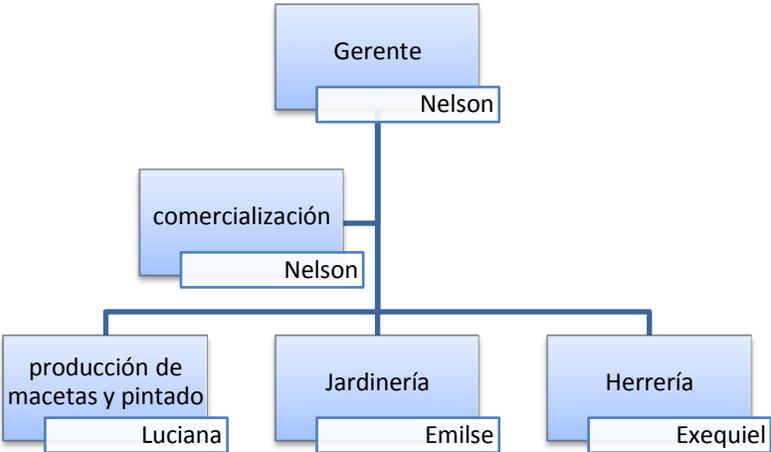
Servicios auxiliares

Se cuenta con el aprovisionamiento del agua que es muy importante para el preparado del cemento, curado de macetas, riego de plantas.

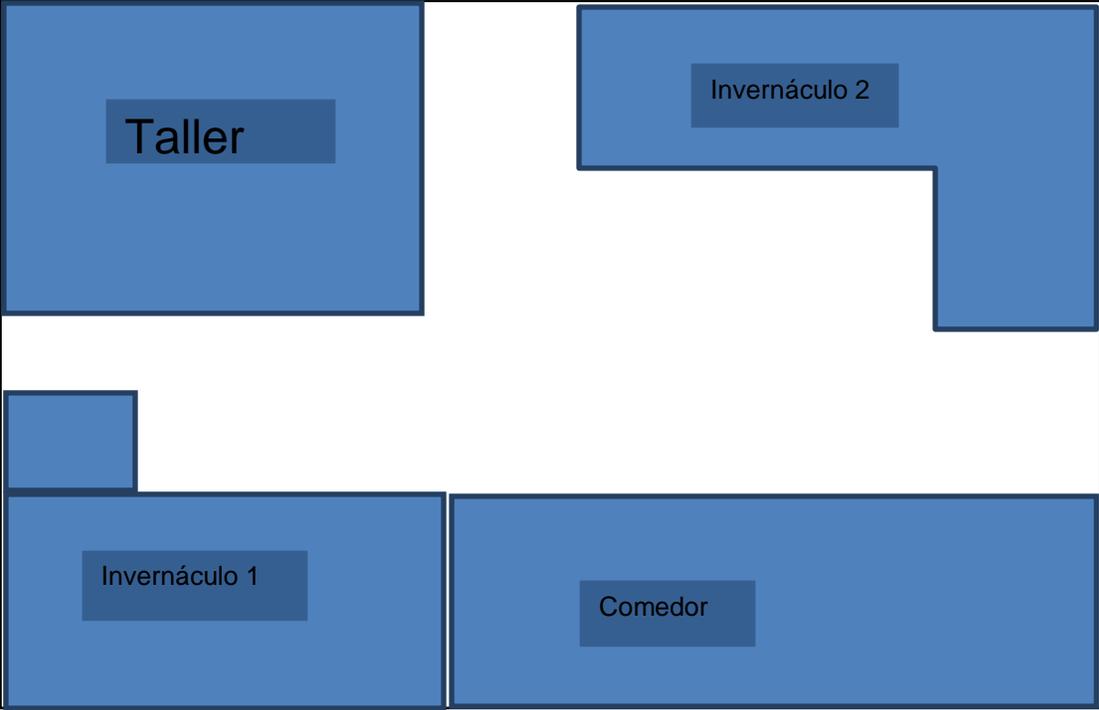
También se cuenta con electricidad en las instalaciones.

**INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL
LICENCIATURA EN ADMINISTRACION**

Organización



Distribución en planta



INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO

Inversiones

Activos existentes

Descripción de Bienes		Cantidad	Precio unitario	Nuevo/ Usado	Inversión
Activos existentes a utilizarse en el proyecto					
Maquinarias	Soldador	1	\$10.000,00	Nuevo	\$10.000,00
					\$0,00
					\$0,00
					\$0,00
					\$0,00
Herramientas	herramientas	1	\$5.730,00	Nuevo	\$5.730,00
	mascara fotosensible	1	\$1.500,00	Nuevo	\$1.500,00
					\$0,00
					\$0,00
					\$0,00
Mobiliarios y Equipamientos	estantes	5000			\$0,00
	mesón	500			\$0,00
					\$0,00
					\$0,00
					\$0,00
Otros	tablero digital	3500		Nuevo	\$0,00
					\$0,00
					\$0,00
					\$0,00
					\$0,00
Monto total de activos fijos e intangibles existentes que serán utilizados en el proyecto					\$17.230,00

INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

INVERSIONES A REALIZAR	MONTO	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	
Total de ACTIVOS + Capital de Trabajo (D)	\$65.000,00	Aporte propio	\$ 0,00
		Otras fuentes	\$ 0,00
		Monto crédito Alumbra	\$ 65.000,00
Total de INVERSIONES previas en valor actual de mercado	\$17.230,00		

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2			
INGRESOS TOTALES ESTIMADOS	\$0,00	\$1.556.000,00	\$1.867.200,00			
INGRESOS VENTAS ESTIMADOS						
PRODUCTOS/ SERVICIOS	Precio venta unitario Año 0	Cantidad a vender Año 0	Precio venta unitario Año 1	Cantidad a vender Año 1	Precio venta unitario Año 2	Cantidad a vender Año 2
MACETAS	\$200,00	0	\$200,00	1000	\$200,00	1200
ARREGLOS	\$470,00	0	\$470,00	800	\$470,00	960
Cactus	\$150,00	0	\$150,00	3000	\$150,00	3600
Crasas	\$100,00	0	\$100,00	3000	\$100,00	3600
Murales	\$800,00	0	\$800,00	50	\$800,00	60
Jardin vertical	\$800,00	0	\$800,00	50	\$800,00	60
Souvenirs	\$50,00	0	\$50,00	3000	\$50,00	3600
DESCRIPCIÓN 8	\$0,00	0	\$0,00	0	\$0,00	0
DESCRIPCIÓN 9	\$0,00	0	\$0,00	0	\$0,00	0
DESCRIPCIÓN 10	\$0,00	0	\$0,00	0	\$0,00	0
TOTAL DE INGRESOS POR VENTAS \$		\$0,00		\$1.556.000,00		\$1.867.200,00

INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

PROD.1	DESCRIPCIÓN 1				PROD.2	DESCRIPCIÓN 2			
MACETAS	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo variab.	ARREGLOS CON PLANTAS	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo variab.
CEMENTO	400,00	GRAMOS	\$ 0,06	\$ 24,00	MACETA	1,00	1,00	\$ 31,00	\$ 31,00
VARIOS (ACRILICO+BARNIZ)	1,00		\$ 5,00	\$ 5,00	PIEDRAS COLORES	1,00	1,00	\$ 0,12	\$ 0,12
PACKAGING	1,00		\$ 2,00	\$ 2,00	PLANTA	4,00	1,00	\$ 50,00	\$ 200,00
				\$ -	TIERRA	1,00	1,00	\$ 0,50	\$ 0,50
				\$ -					\$ -
				\$ -					\$ -
Total costo variable directo del prod				\$ 31,00	Total costo de prod				\$ 231,62

Costos variables

PROD.3	DESCRIPCIÓN 3			
CACTUS	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo variab.
PLANTA	1,00		\$ 50,00	\$ 50,00
MACETA	1,00		\$ 2,50	\$ 2,50
FLETE	1,00		\$ 12,30	\$ 12,30
PACKAGING	1,00		\$ 1,64	\$ 1,64
TIERRA	1,00		\$ 0,50	\$ 0,50
Total costo de prod				\$ 66,94

PROD.4	DESCRIPCIÓN 4			
CRASAS	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo variab.
PLANTA	1,00		\$ 50,00	\$ 50,00
MACETA	1,00		\$ 2,50	\$ 2,50
FLETE	1,00		\$ 12,30	\$ 12,30
PACKAGING	1,00		\$ 1,64	\$ 1,64
TIERRA	1,00		\$ 0,50	\$ 0,50
Total costo de prod				\$ 66,94

PROD. 5	DESCRIPCIÓN 5			
MURALES	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo variab.
DISEÑO	1,00	1,00	\$ 150,00	\$ 150,00
ACRILICOS	1,00		\$ 60,00	\$ 60,00
MACETA	2,00	1,00	\$ 31,00	\$ 62,00
CACTUS	3,00		\$ 50,00	\$ 150,00
Total costo de prod				\$ 422,00

PROD. 6	DESCRIPCIÓN 6			
JARDIN VERTICALES	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo variab.
DISEÑO	1,00		\$ 150,00	\$ 150,00
PLANTAS	30,00		\$ 10,00	\$ 300,00
Botellas	-	-	-	-
				\$ -
Total costo de prod				\$ 450,00

INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

Costos de mano de obra

Planilla empleados									
N°	Función principal	Sueldo Mensual año 1	Hs. por día año 1	Sueldos Año Actual	Cargas Sociales Actual	Sueldos Año 1	Cargas Sociales Año 1	Sueldos Año 2	Cargas Sociales Año 2
1	Jardineria	\$15.000,00	8,0	\$0,00	\$0,00	\$195.000,00	\$72.000,00	\$195.000,00	\$72.000,00
2		\$0,00	8,0	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
3		\$0,00	8,0	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
4		\$0,00	8,0	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
5		\$0,00	8,0	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
6		\$0,00	8,0	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
7									
8									
9									
TOTAL				\$0,00	\$0,00	\$195.000,00	\$72.000,00	\$195.000,00	\$72.000,00

Planilla socios		*Igual o mayor al que se le pagará a los empleados		
N°	Función principal	RETIRO ANUAL		
		Actual	Año 1	Año 2
1	socio gerente	\$0,00	\$250.000,00	\$300.000,00
2				
3				
TOTAL		\$0,00	\$250.000,00	\$300.000,00

INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

Punto de equilibrio

Costos fijos totales del primer año	\$710.675,07
--	---------------------

*Los datos obtenidos son aproximados y pueden presentar desviaciones en función de los datos suministrados.

Año 1

Descripción	Mezcla de ventas	Precio de venta unitario	Costos variables unitarios	Margen contr. unitario	Margen contr. ponderado	Punto de Equi. Global	Pto. Equi. Prod. (un.)	Pto. Equi. Prod. (\$)	Diferencia con producción estimada
DESCRIPCIÓN 1	9%	\$200,00	\$31,00	\$169	\$15,50	7699	706	\$141.200,00	294
DESCRIPCIÓN 2	7%	\$470,00	\$0,00	\$470	\$34,50		565	\$265.550,00	235
DESCRIPCIÓN 3	28%	\$150,00	\$66,94	\$83	\$22,86		2119	\$317.850,00	881
DESCRIPCIÓN 4	28%	\$100,00	\$66,94	\$33	\$9,10		2119	\$211.900,00	881
DESCRIPCIÓN 5	0%	\$800,00	\$422,00	\$378	\$1,73		35	\$28.000,00	15
DESCRIPCIÓN 6	0%	\$800,00	\$450,00	\$350	\$1,61		35	\$28.000,00	15
DESCRIPCIÓN 7	28%	\$50,00	\$24,52	\$25	\$7,01		2119	\$105.950,00	881
DESCRIPCIÓN 8	0%	\$0,00	\$0,00	\$0	\$0,00		0	\$0,00	0
DESCRIPCIÓN 9	0%	\$0,00	\$0,00	\$0	\$0,00		0	\$0,00	0
DESCRIPCIÓN 10	0%	\$0,00	\$0,00	\$0	\$0,00		0	\$0,00	0
				Margen ponderado total	\$92,31		Punto Eq. Monetario	\$1.098.450,00	\$1.556.000,00

INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

Flujo de fondos

INGRESOS AFECTADOS A IMPUESTOS			
Ingresos por Ventas		\$ 1.556.000,00	\$ 1.867.200,00
EGRESOS AFECTADOS A IMPUESTOS			
Materias primas e insumos		\$ 735.081,00	\$ 882.097,20
Costos de Mano de Obra	\$ -	\$ 267.000,00	\$ 267.000,00
Electricidad	\$ -	\$ 12.000,00	\$ 14.400,00
Gas	\$ -	\$ -	\$ -
Agua	\$ -	\$ 4.800,00	\$ 5.760,00
Teléfono / Internet	\$ -	\$ 14.400,00	\$ 172.800,00
Transporte y combustible	\$ -	\$ 6.000,00	\$ 7.200,00
Seguros	\$ -	\$ -	\$ -
Alquiler	\$ -	\$ -	\$ -
Otros gastos afectos a impuestos (especificar. Ej. Impuestos municipales)	\$ -	\$ 5.040,00	\$ 6.048,00
Publicidad y/o Promoción	\$ -	\$ 9.000,00	\$ 11.600,00
Amortizaciones y depreciaciones	\$ -	\$ 5.651,90	\$ 5.651,90
Intereses crédito		\$ 14.664,66	\$ 6.176,80
Impuestos Act. Económicas	\$ -	\$ 56.016,00	\$ 67.219,20
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ -	\$ 426.346,44	\$ 421.246,89
Otros Impuestos	\$ -	\$ -	\$ -
Impuestos monotributo	\$ -	\$ -	\$ -
Ganancias Netas Imponibles Anuales	\$ -	\$ 108.621,25	\$ 106.836,41
UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTOS	\$ -	\$ 317.725,19	\$ 314.410,48
Ajuste por amortizaciones y depreciaciones	\$ -	\$ 5.651,90	\$ 5.651,90
Otros gastos no afectos a impuestos	\$ -	\$ -	\$ -
Retiro del Emprendedor	\$ -	\$ 250.000,00	\$ 300.000,00
Valor Crédito Solicitado	\$ 65.000,00	\$ -	\$ -
Amortización de la deuda		\$ 19.149,16	\$ 45.850,84
Inversiones en activos	\$ 65.000,00	\$ -	\$ -
Inversiones en capital de trabajo	\$ -	\$ -	\$ -
Valor de desecho de inversiones	\$ -	\$ -	\$ 70.926,19
FLUJO DE FONDOS PROYECTO	\$ 65.000,00	\$ 73.377,09	\$ 90.988,58
FLUJO DE FONDOS INVERSIONISTA	\$ -	\$ 54.227,93	\$ 45.137,74

INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL LICENCIATURA EN ADMINISTRACION
--

Firma del Estudiante_____

Fecha_____

Aclaración_____

Firma del Director_____ Firma del Director_____

Aclaración_____ Aclaración_____

**INFORME FINAL PRACTICA PROFESIONAL
LICENCIATURA EN ADMINISTRACION**

COMENTARIO DEL DIRECTOR SOBRE EL DESEMPEÑO DEL
ESTUDIANTE

La estudiante Cynthia Garcia transitó la Práctica Profesional en la opción de Proyectos de Extensión, para la Carrera Licenciatura en Administración. Durante la realización de dicha práctica, se pudo observar cómo fue adaptándose a las actividades que se le fue presentando, llevándolas a cabo con responsabilidad y dedicación. Se resalta la actitud ante el aprendizaje continuo puesto que para apoyar y asistir a los emprendedores, la alumna concurreó a diversas capacitaciones y jornadas sobre emprendedorismo.

Demostró proactividad ante los desafíos que se le presentaron, trabajó muy bien con los emprendedores que se le asignó y logró que presentaran sus planes de negocios a tiempo.

Se puede observar un crecimiento en cuanto a sus habilidades de comunicación trabajo en equipo y de persuasión.

Quienes guiamos y acompañamos en el desarrollo de la Práctica Profesional evaluamos su performance como muy satisfactoria.

Firma del Director _____

Aclaración _____

Firma del Director _____

Aclaración _____

Fecha: 23 de Noviembre de 2018