

**INSTITUTO SUPERIOR DEL PROFESORADO DE SALTA Nro. 6005**

**PLAN PEDAGOGICO: Tecnicatura Superior en Administración c/ O. G. Proyecto**

**(Sexta Quincena Mayo y séptima Junio)**

**ASIGNATURA: Gestión de Proyecto I**

**DOCENTE: Prof. Cr. Méndez, Orestes Mario Amadeo**

**HORARIOS: Lunes 14:15 a 16:30 - Martes 15:45 a 18:00**

Actividad 1

**CONTENIDO O TEMA A DESARROLLAR**

Estudio Técnico: Estructura Organizativa. Proceso de Producción. Tamaño, Distribución y Capacidad de la planta. Localización de la planta. Estudio legal. Métodos cuantitativos. Plan de puesta en marcha.

**GUIA O ACTIVIDADES**

Nota: Ahora avanzaremos con la realización del Estudio Técnico, dentro del plan de negocio. Se requiere la comprensión de los contenidos del capítulo 3 del libro Evaluación de Proyecto de Gabriel Baca Urbina.

Enunciado: se adjunta una guía para realizar un Plan de Negocio. Tener en cuenta las siguientes condiciones:

- a) Los alumnos que no pudieron completar los trabajos anteriores podrán integrar esas actividades, realizando los ítems 1 y 2.
- b) Los alumnos que pudieron cumplir con las actividades de los ítems 1 y 2, podrán realizar el ítem 3 (Estudio Técnico).

**BIBLIOGRAFIA**

Evaluación de Proyecto VII Edición Gabriel Baca Urbina  
Evaluación de Proyecto Universidad Nacional de Quilmes  
Guía de Plan de Negocio Banco Nación Argentina  
[www.fundapymes.com](http://www.fundapymes.com)

**Guía: PLAN DE NEGOCIO**


**Nombre de la Idea de Negocio:**

**Razón Social:**

**Nombre Comercial:**

## **1.- PLANEAMIENTO ESTRATEGICO**

**Resumen Ejecutivo**

**Visión del Negocio**

**Misión del Negocio**

**BREVE DESCRIPCION DEL NEGOCIO:** Incorpore una imagen luego, describala incluyendo características, propuestas de valor, calidad, garantías y demás elementos que permitan identificarlo claramente.

---

## 2. Primera parte: ANÁLISIS DEL MERCADO

**2.1 ANÁLISIS DEL CONTEXTO EMPRESARIAL**, evaluar que instituciones o empresas trabajan en el mismo sector, analizar con cuales de éstas instituciones se puede realizar alianzas estratégicas, convenios u otras acciones que le(s) favorezcan

--

## 2.2 ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

CONCEPTO	Nº
Mercado Potencia o Potencial: número de personas del segmento de mercado, donde piensan vender su producto o servicio	
Potencia de Ventas: Porción del mercado potencia o número de personas que comprarán el producto o servicio que ofrecemos.	
Pronóstico o planeamiento de ventas: Establecer la Cantidad de productos o servicios que se venderán en el periodo(promedio)	

## 2.3 SEGMENTO EL MERCADO: PÚBLICO OBJETIVO. DESCRIPCIÓN

--

## 2.4 VENTAJA COMPETITIVA

--

## 2.5. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA (MINIMO CINCO EMPRESAS)

Empresas Competidoras	Nivel de Aceptación			Tipo de cliente que atiende	¿Por qué razón la elijen?	¿Dónde se comercializa el producto?	¿A que precio lo venden?
	Alta	Regular	Poca				

## 2.6 ESTRATEGIAS DE MERCADEO

### 2.6.1 ESTRATEGIA DE PRODUCTO O SERVICIO

Enumerar de una manera concreta, todo lo que el cliente obtendrá al comprar los productos o servicios (ventajas, beneficios, servicios post-venta, garantías, etc.). Resaltar las ventajas y beneficios diferenciales con referencia a los productos de las empresas o negocios de la competencia.

### 2.6.2 ESTRATEGIA DE PRECIO

¿Cuál será el precio del producto?	
¿Cómo se ha determinado el precio?	
¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido?	
Otra información relevante para la fijación de precios	

### 2.6.3. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN (PLAZA)

Enumerar de una manera concreta, los aspectos a considerar en relación a los mecanismos de venta ( venta mayorista, venta directa, con distribuidores, delivery, etc.)

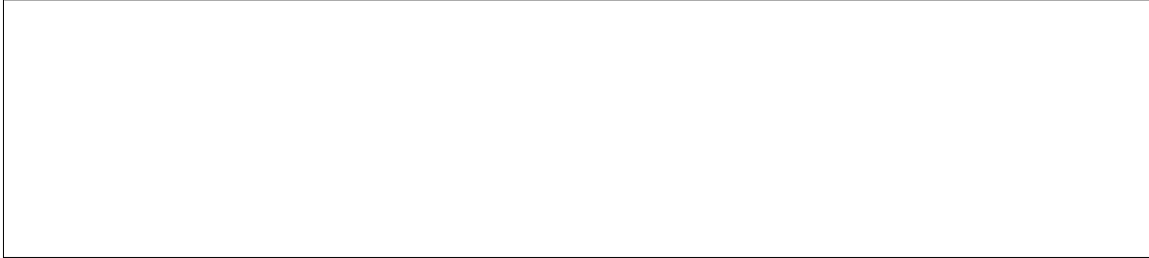
--

### 2.6.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

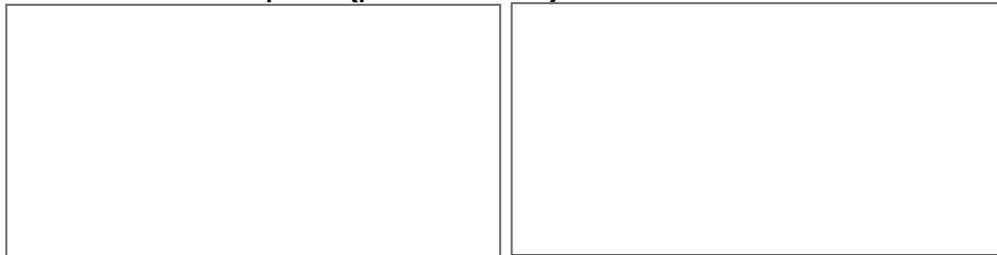
¿Qué se hará para promocionar el negocio?	
¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?	
Otros mecanismos a emplear para la promoción de los productos	

### 3. Segunda parte: ESTUDIO TÉCNICO

**3.1 Describir las características o requisitos de la localización del negocio. Agregar una imagen de la zona de localización.**



**3.2 Tamaño y Distribución de la planta. El tamaño óptimo de la planta define los límites competitivos de la empresa. Indicar y explicar los factores y método de determinación. Realizar un plano o croquis distribución de la planta (puede ser en 3D).**



### 3.3 Capacidad

Diseñada o Instalada: volumen de producción en un período de tiempo, de acuerdo con la infraestructura instalada, en las condiciones de máxima capacidad.	Efectiva: volumen o tasa de producción esperada dadas las restricciones operativas: reparación de equipos, capacitación del personal, lockout, entre otras.	Real: volumen o tasa de producción lograda.
---	---	---

**3.4 Diseñar el diagrama de Operaciones en Proceso de la elaboración de su producto o servicio. Se pueden usar diagrama de bloques, cursograma y cursograma analítico.**

Usar los iconos – símbolos que se adjunta. Explicar cada etapa del proceso de producción.

SÍMBOLO	REPRESENTACIÓN
○	Operación
□	Inspección
⇒	Desplazamiento o Transporte
D	Deposito provisional o espera
▽	Almacenamiento permanente

**3.5 Hacer un listado de las maquinas, equipos y herramientas que se necesitan para elaborar el producto o brindar el servicio que se ha definido**  
Inventario

Maquinaria, equipos y muebles. Tipo.	Cantidad (Unidades Requeridas)	Especificaciones técnicas	Precio de Mercado

### **3.6 Realizar el estudio del Marco Legal, de la zona geográfica, que regula la actividad de la empresa que desarrollara la actividad económica. Las normas jurídicas son Nacionales, Provinciales y Municipales. Se propone el siguiente orden de cumplimiento**

- Licitud de la actividad económica.
- Derechos de propiedad industrial o patentes, Licencias o Registros, Contratos de Concesión, verificando, así, la posibilidad de realizar la actividad económica.
- Elección de un tipo societario según el código Civil y Comercial.
- Intención de la personería jurídica, a través de la inscripción en el Registro Público de Comercio del Contrato Societario, y de corresponder en la Inscripción De Personas Jurídicas.
- Obtención de la CUIT en AFIP e Inscripción en los tributos nacionales
- Habilitación Municipal e Inscripción en los tributos locales.
- Inscripción en los tributos provinciales.
- Inscripción y habilitación en registros especiales.

### **3.7 Estructura Organizacional**

Deberá diseñar un organigrama de la empresa, luego indicar las funciones y subfunciones de las distintas Áreas o Departamentos.

### **3.8 Plan de Puesta en Marcha**

El Plan de Puesta en Marcha describe las actividades que hay que realizar para implementar el proyecto hasta el comienzo de la operación de la planta, Indicando los responsables, tiempos, orden y recursos empleados. Los métodos pueden ser: a) Diagrama de GANTT, b) Camino Crítico y c) Diagrama PERT. Seleccione un método y realice el plan de puesta en marcha de su proyecto.