


UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA
Facultad de Tecnología Informática




Seminario de Aplicación Profesional


Profesores: CP. Jorge Omar Scali Ing. Eugenio Jorge Costa		Alumno: Badie, Héctor Claudio	
Sede: Norte	Turno Noche		Legajo: 2691
5to. Año	Comisión A		2014

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2013
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: Ing. Eugenio Jorge Costa, CP. Jorge Scali	Etapa Presentación
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: UAI Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 2 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			


ÍNDICE

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2013
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: Ing. Eugenio Jorge Costa, CP. Jorge Scali	Etapa Índice
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: UAI Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 3 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

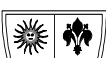
ÍNDICE	2
HISTORIAL DE REVISIONES	7
1. DESCRIPCIÓN GENERAL	9
1.1 Descripción básica del negocio	10
1.2 Situación Actual del negocio.....	11
1.3 ¿Qué hace único a su negocio?	12
1.4 Describa los factores principales que usted considera harán exitoso a su proyecto	13
1.5 Estrategia.....	14
1.5.1. Marco Temporal	14
1.5.2. Alcance	14
Alcance del Producto	14
Alcance de Mercado.....	15
Alcance Geográfico.....	15
1.5.3. Competencias Únicas	15
1.5.4. Desafíos.....	16
1.5.4.1. Misión.....	18
1.5.5. Visión	18
1.6 Identificación de la oportunidad de negocios.....	19
2. ANALISIS ESTRATEGICO	20
2.1 Análisis de contexto	21
2.1.1. Económico.....	21
Inversión Bruta Interna Fija (IBIF)	21
Indicador Sintético de la Actividad de la Construcción (ISAC)	22
Comercio Exterior	23
PROCREAR.....	25
Tipo de Cambio	26
Análisis Factores Económicos	26
2.1.2. Legal.....	27
Estatuto de la Industria de la Construcción.....	27
Código de Edificación de Buenos Aires	28
Análisis Factores Legales.....	28
2.1.3. Social.....	28
Desocupación	28
Inseguridad	29
Análisis de Factores Sociales	30
2.1.4. Análisis Sectorial.....	31
Oportunidades	31
Amenazas	31

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2013
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: Ing. Eugenio Jorge Costa, CP. Jorge Scali	Etapa Índice
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: UAI Norte	Comisión: “A”	Turno: Noche	Página 4 de 89
	Proyecto “Maquinarias HECMAQ SRL”			


2.1.5.	Conclusión.....	31
2.2	Análisis de la competencia.....	32
2.2.1.	Principales Competidores.....	32
	Competidor 1: Leiten SRL	32
	Competidor 2: Sorrento Maquinarias SRL.....	33
2.2.2.	Análisis de Cadena de Valor	34
	Cadena de Valor Propia – HECMAQ SRL.....	35
	Cadena de Valor Competidor 1 – LEITEN SRL.....	36
	Cadena de Valor Competidor 2 – SORRENTO SRL	36
2.2.3.	Comparación de Cadenas de Valor	37
2.2.4.	Definición de Factores Críticos de Éxito (FCE)	37
2.2.5.	Conclusiones	38
	Fortalezas	38
	Debilidades.....	39
3.	FODA	40
3.1	Cuadro FODA	42
3.2	Análisis FODA.....	43
4.	SEGMENTACION	44
4.1	Criterios de Segmentación	45
4.1.1.	Rentabilidad	45
4.1.2.	Identificación y mensurabilidad	45
4.1.3.	Accesibilidad.....	45
4.1.4.	Capacidad de respuesta	45
4.2	Base de Segmentación.....	45
4.2.1.	Macrosegmentación	45
	Tamaño de la Empresa	46
	Tipo de Empresa.....	46
	Ubicación Geográfica.....	46
4.2.2.	Microsegmentación	46
	Criterio de Compra.....	46
	Estrategias de Compras	46
	Importancia de la Compra	46
4.3	Mercado Meta	47
4.3.1.	Mercado Meta Concetrado.....	47
	Datos Adicionales	47
5.	ESTRATEGIAS	52
5.1	Matriz Análisis de la Industria / Fortaleza de Negocio	53
5.2	Programas generales de Acción	54
5.2.1	Programa general Comercial.....	54
5.2.2	Programa general Administrativo	54
5.2.3	Programa general Tecnológico.....	55
5.2.4	Programa general Marketing.....	55

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2013
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: Ing. Eugenio Jorge Costa, CP. Jorge Scali	Etapa Indice
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: UAI Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 5 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			


5.3	Programas Específicos de Acción	56
5.3.1	Programas Específicos Comerciales	56
5.3.2	Programas Específicos Administrativos.....	57
5.3.3	Programas Específicos Tecnológicos.....	60
5.3.4	Programas Específicos de Marketing.....	62
6.	PLAN DE MARKETING	64
6.1	Estrategia de Producto.....	65
6.1.1	Descripción General.....	65
6.1.2	Tipos de Productos	65
6.1.3	Líneas de Productos	66
6.1.4	Ciclo de Vida.....	66
6.1.5	Estrategia de Marca.....	67
6.1.6	Marca Electrónica	68
6.1.7	Logo	68
6.2	Estrategia de Precio	69
6.2.1	Análisis de Precio.....	69
	Costos	69
	Competencia.....	70
	Sensibilidad de Precios.....	70
6.2.2	Estrategia de Precio.....	70
	Lista de Precios	71
6.3	Estrategia de Promoción.....	71
6.3.1	Publicidad.....	71
	Publicidad On-Line	72
	Publicidad Off-Line.....	72
6.3.2	Promoción de Ventas	72
	Descuentos	73
	Programa de Comprador Frecuente.....	73
6.3.3	Ventas Personales.....	73
6.3.4	Matriz AIDA	73
6.4	Estrategia de Distribución	74
6.4.1	Tipo de Canal	74
	Funciones de Canal	74
	Funciones del canal de marketing desempeñadas por los intermediarios:.....	74
6.4.2	Estrategia de Cuarto Canal.....	76
6.4.3	Logística.....	77
7.	ORGANIZACION	78
7.1	Estructura Organizacional	79
7.1.1	Definición.....	79
7.1.2	Liderazgo.....	79
7.1.3	Cultura.....	80
7.1.4	Proceso Toma de Decisiones.....	80

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2013
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: Ing. Eugenio Jorge Costa, CP. Jorge Scali	Etapa Índice
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: UAI Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 6 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			


7.1.5 Descripción de puestos / tareas	81
ANEXOS.....	85
1. Exportaciones	86
2. Inflacion Anual (%).....	87

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2013
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: Ing. Eugenio Jorge Costa, CP. Jorge Scali	Etapa Historial de revisiones
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: UAI Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 7 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			


HISTORIAL DE REVISIONES

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática		Año 2013
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional	Docentes: Ing. Eugenio Jorge Costa, CP. Jorge Scali	Etapa Historial de revisiones
	Alumno: Badie, Héctor Claudio	Legajo: 2691	
	Sede: UAI Norte Comisión: "A"	Turno: Noche	
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"		Página 8 de 89

Fecha	Versión	Descripción	Revisor	Autor
15/04/2014	V1	Enfocar el negocio a la industria de la construcción, más precisamente a la comercialización de maquinarias.	Scali, Jorge	Badie, Héctor
13/05/2014	V2	Se modifica: <ul style="list-style-type: none"> Nombre del proyecto Descripción básica del negocio Alcance del mercado La misión del negocio 	Scali, Jorge	Badie, Héctor
02/06/2014	V3	Se modifica industria a la que se apunta. Se vuelven a rehacer los puntos 2 y 4	Scali, Jorge	Badie, Héctor
17/06/2014	V4	Se modifica el nombre de la empresa Se modifica la Misión y la Visión Se modifican los índices de gestión Se agregan los equipos de trabajo Se modifican las estrategias generales y específicas	Scali, Jorge	Badie, Héctor
03/07/2014	V5	Se agrega en la Estrategia de Promoción las redes sociales En la estructura de canal se agregan las funciones Se agrega la estrategia de cuarto canal Se agrega las áreas en el organigrama Se agrega la definición de cultura y liderazgo Se agregan puestos faltantes	Scali, Jorge	Badie, Héctor


 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2013
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: Ing. Eugenio Jorge Costa, CP. Jorge Scali	Etapa Historial de revisiones
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: UAI Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 9 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

1. DESCRIPCIÓN GENERAL

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 10 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

1.1 Descripción básica del negocio

HECMAQ SRL es una empresa dedicada a la comercialización y distribución de artículos, y productos, para la industria de la construcción ofreciendo gran variedad, distribución, asesoramiento y soluciones para satisfacer los requerimientos de nuestros clientes. Actualmente se cuenta con un comercio, y deposito, en Capital Federal, contando además, con transporte para la distribución, como servicio adicional, de los productos adquiridos por los clientes.

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 11 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

1.2 Situación Actual del negocio

En 2012. HECMAQ SRL se inicia en el mercado como una ferretería industrial.

En 2013, viendo las necesidades de la industria y el afán de un continuo crecimiento, se expanden en la venta de maquinarias nuevas, usadas e insumos para la construcción. Este nuevo emprendimiento los afianza en el mercado industrial, dando el formato a lo que en el año 2014 se transformó en Proveeduría Integral Industrial.


De esta manera se puede decir que el compromiso de HECMAQ SRL es puntualmente brindarle al cliente un servicio de calidad y garantía en el asesoramiento correcto y el afán de acompañarlos en sus proyectos.

HECMAQ SRL actualmente ofrece un asesoramiento técnico integral personalizado, no sólo a los clientes minoristas sino a las industrias que lo requieran, además de solucionarle en forma eficaz los problemas que surgen, cuentan con el respaldo del servicio técnico de todas las marcas que representa.

Logran con productos de fabricación nacional como importados, ofrecer una amplia variedad de marcas con precios razonables y un gran stock para abastecer las demandas de los clientes.

Como un servicio alternativo HECMAQ SRL incorporó vehículos propios con los cuales realiza entregas a domicilio urgentes o programadas para Capital Federal y Gran Buenos Aires o al interior mediante terceros.

Ante el auge del negocio digital se toma la decisión de incorporar un canal de consultas y ventas que permita realizar pedidos por parte de los clientes de forma online, permitiéndoles retirarlos o pedir el envío pudiendo realizar el seguimiento del mismo.


 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 12 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

1.3 ¿Qué hace único a su negocio?

Si bien podemos decir que fundamentalmente el rol principal de este negocio es la venta de materiales de construcción y maquinarias, el negocio es percibido por el cliente como soluciones para la industria con lo cual el valor agregado es la brindar las mejores asesorías en el ramo y la gente nos identificará de esa manera.

Contando, además, con solución de logística de transporte, con la que pretendemos ofrecer a nuestros clientes calidad, garantía de puntualidad en la entrega, así como también una reducción de costos ya que los mismos estarán incluidos en las ventas de los productos.


En línea con mantener un vínculo activo de comunicación con los clientes, el negocio digital ("site") va a brindar la posibilidad de consultar precio en línea de los productos acelerando las cotizaciones de los mismos y venta en línea permitiendo fijar precio y alinear la cadena productiva de nuestros clientes al esquema just in time reduciendo por parte de estos el stock de algunos productos.

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 13 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

1.4 Describa los factores principales que usted considera harán exitoso a su proyecto

Los factores a considerar son:

- La atención personalizada y la comunicación con nuestros clientes:
- El servicio de distribución de mercadería.
- Plataforma Web: brindando la posibilidad de consultar el estado de situación de un pedido o transporte de mercadería, así como también la consulta de productos. Este servicio también podrá realizarse desde dispositivos móviles.

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 14 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

1.5 Estrategia

1.5.1. Marco Temporal


El marco temporal de nuestro proyecto se desarrollará en 2 años. Puesto que:

- Se requiere de mayor inversión
- Tiempo para poder consolidar lazos con clientes.
- Reconocimiento y respeto dentro de la industria.

1.5.2. Alcance

Alcance del Producto

Alcance Producto	--	-	E	+	++
Distribución					
Venta de Maquinas					
• Nuevas					
○ Mezcladora					
○ Percutor					
○ Taladro					
○ Martillo Neumático					
○ Sierra circular					
○ Tangencial de Mesa					
○ Tangencial de Mano					
○ Masa de 10 Kg					
○ Excavadora					
○ Aplanadora					
○ Cortadora					
▪ Cerámicos					
▪ Ladrillos					
▪ Madera					
• Usadas					
○ Tangencial de mano					
○ Sierra circular					

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 15 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

○ Martillo Neumático					
○ Mezcladora					
○ Taladro					
● Alquiler					
○ Aplanadora					
○ Excavadora					
○ Bombas de agua					
○ Grupos eléctricos					

Alcance de Mercado

Nuestros clientes serán inicialmente empresas dedicadas a la industria de la construcción. HECMAQ SRL tiene la misión de atender las necesidades de los clientes empleando la mayor eficacia. Los clientes se merecen el mejor trato y excelencia de atención.


Alcance Mercado	--	-	E	+	++
Empresas					
Arquitectos					
Clientes ocasionales					

Alcance Geográfico

En un principio, HECMAQ SRL opera en Capital Federal y Gran Buenos Aires

Alcance Geográfico	--	-	E	+	++
Capital Federal					
GBA Norte					
GBA Sur					
GBA Oeste					
Provincias					
Exterior					

1.5.3. Competencias Únicas

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 16 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

Alcance	Prioridad	Producto
Existente	--	...ya no proporcionará una ventaja competitiva.
	-	...sólo proporcionará una ventaja competitiva menor.
	E	...será una fuente de ventaja competitiva significativa.
	+	...será una fuente de ventaja competitiva muy alta.
	++	...será una fuente de ventaja competitiva fundamental y altamente diferencial.

En Infraestructura:

	-	--	E	+	++
Negocios en puntos céntricos			X		X
Proveedores				X	


En Servicio al cliente:

	-	--	E	+	++
Atención					
Personalizada			X		
Telefónica			X		
Correo electrónico				X	
Web					X

En Tecnología:

	-	--	E	+	++
Canales electrónicos					X

1.5.4. Desafíos

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 17 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

Desafíos a partir de los cambios en el alcance del mercado


- Incrementar los canales de venta.
- Mejorar, e incrementar, los lazos con los clientes.

Desafíos a partir de los cambios en el alcance geográfico

- Consolidar la posición en el mercado local.
- Enfocarse en la incorporación en el mercado en otras provincias.

Desafíos a partir de los cambios en las competencias únicas

- Realizar una inversión fuerte.
- Mejorar la atención, y acompañamiento, para con los clientes, logrando un fortalecimiento en la cadena de valor

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 18 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			


1.5.4.1. Misión

HECMAQ SRL es una empresa que apunta a satisfacer las necesidades de nuestros clientes, comprometidos con la comercialización de productos para la construcción. Proporcionando productos de calidad, contribuyendo al desarrollo de los proyectos de nuestros clientes.

1.5.5. Visión


Lograr posicionar a HECMAQ SRL como una de las empresas más reconocidas, alcanzando los estándares más altos en cuanto a calidad de los productos.

Apuntamos a alcanzar el liderazgo en el mercado provincial y con proyección a crecer a nivel de mercado nacional en la comercialización, distribución y asesoramiento de materiales para la construcción.


 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 19 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

1.6 Identificación de la oportunidad de negocios

En la actualidad existen muchas empresas dedicadas a la venta de productos para la construcción, pero en su mayoría se dedican a la venta a clientes tanto minoristas como mayoristas. Esto genera que los grandes clientes, como empresas constructoras y profesionales, no sean atendidos con exclusividad y dedicación. HECMAQ SRL se enfocara y pondrá todos sus recursos para satisfacer a los grandes clientes.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 20 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

2. ANALISIS ESTRATEGICO

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 21 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

2.1 Análisis de contexto

2.1.1. Económico

A partir de aquí se analizarán los puntos relevantes de la industria del comercio como enfoque principal. Este análisis se basará en el modelo de factores externos, logrando así mediante el desarrollo del mismo una evaluación de las oportunidades y amenazas de la industria.

Inversión Bruta Interna Fija (IBIF)¹

La llamada Inversión Bruta Interna Fija (IBIF), cuyos rubros son Equipos Durables de Producción (maquinaria o material de transporte) y Construcción, es una de las variables más significativas a la hora de analizar el incremento de la potencialidad productiva local. A valores corrientes, según el CEP, esta se ubicó para el tercer trimestre 2013 en más de 662 mil millones de pesos, o sea, cerca de un 30% más que el mismo período año previo. A precios constantes, según el mismo informe, el aumento fue de un 6,1 por ciento.


Lo más relevante fue el comportamiento de la inversión en términos del PBI, que se situó en un 25,2% para el tercer trimestre del año, relación que superó los niveles alcanzados por cualquier trimestre del año 2012 y cuyo anual fue del 22,8 por ciento. En la actualidad, informa el CEP, la participación de la inversión en el PBI es el doble de la que se tenía en 2002 (11%), superando también los niveles de los años '90.

Según los datos provistos a Tiempo la inversión creció, a partir de la crisis internacional del año 2009, a un promedio anual del 9,4 por ciento. Comparando los primeros semestres de cada año, se observó una caída para el 2012, pero la recuperación para este año 2013 permitió, incluso a precios constantes, superar los niveles alcanzados dos años atrás.

El principal componente de la IBIF, Equipos Durables de Producción (54% del total, el resto es construcciones), creció para este mismo período en un 16,1% promedio anual. Esta

¹ <http://www.ceoforum.com.ar/nota.asp?Id=579>

<http://tiempo.infonews.com/2014/01/05/eco-116168-en-2014-con-mas-inversion-publica-el-gobierno-buscara-promover-la-privada.php>

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 22 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

es otra de las cuestiones que destaca el organismo para el año 2013, con una mejora interanual a precios constantes para el tercer trimestre del 6,3 por ciento. Asimismo el incremento en el rubro Construcción fue de un 5,9 por ciento.

Respecto de los equipos durables, destacan la relevancia de la maquinaria producida localmente, con mejoras en su inversión del 14,9 por ciento. La relación de equipos durables nacionales respecto de extranjeros también mejoró alcanzando el 39,9% del total en promedio de los primeros nueve meses del año, siendo un 38,9% para el año 2012.

Cabe señalar que en el marco de estas estimaciones, los otros componentes del PBI como ser consumo privado y público, también mostraron una mejora interanual para el tercer trimestre 2013, siendo del 8,3% para ambos conceptos de la demanda (netos de inflación).


Otro de los aspectos relevantes a la hora de analizar el proceso de industrialización, es el carácter de las exportaciones realizadas. En este sentido, informa el CEP que las exportaciones de manufacturas, que representan el 66% del total de las exportaciones argentinas, lograron en los primeros ocho meses de 2013 un crecimiento del 3,4% respecto al mismo período de 2012. Las exportaciones de Manufacturas de Origen Industrial (MOI) crecieron un 3% mientras que las Manufacturas de Origen Agropecuario (MOA) lo hicieron en un 4 por ciento.

Desde 2003 a 2013 (considerando períodos de ocho meses) las exportaciones de manufacturas crecieron un 223 por ciento. Para este período, las de origen Industrial lo hicieron en un 244% y las de origen agropecuario en un 206 por ciento.

El organismo también informó que los anuncios de inversión entre el 2011 y septiembre 2013 alcanzaron un monto total de USD 20.150 millones. Más del 20% de este valor, corresponde al rubro de Alimentos y Bebidas, siguiéndole en orden de importancia por los montos anunciados Derivados de Petróleo y Gas, Automotriz y Autopartes, y Electrónicos y Electrodomésticos. Para los primeros ocho meses de 2013, los sectores Automotriz y Autopartes, Química y Petroquímica y Derivados de Petróleo y Gas, fueron los sectores que más incrementaron sus anuncios de inversión respecto al mismo período de 2012.

Indicador Sintético de la Actividad de la Construcción (ISAC)²

² http://www.indec.gov.ar/nuevaweb/cuadros/13/isac_09_13.pdf

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 23 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

Este índice está compuesto por el análisis de cinco tipologías de obra que permiten lograr una adecuada cobertura de la actividad de la construcción. En cada uno de los cinco bloques se agrupan aquellas obras que tienen similares requerimientos técnicos: **edificios para vivienda, edificios para otros destinos, obras viales, construcciones petroleras y otras obras de infraestructura**. A cada uno de estos bloques se lo puede identificar con una función de producción que relaciona los requerimientos de insumos con el producto de la obra de acuerdo a los datos aportados por la Matriz de Insumo Producto³.

De acuerdo con los datos del Indicador Sintético de la Actividad de la Construcción (ISAC), en el mes de agosto 2013 el índice exhibe, con respecto al mes de julio pasado, un aumento del 5% en la serie con estacionalidad y una variación nula en la serie desestacionalizada.

Comparado con el mismo mes del año anterior, durante el mes de agosto, el índice presentó variaciones positivas del 10,7% tanto en términos desestacionalizados como en la serie con estacionalidad.

El valor acumulado durante los primeros ocho meses del año, en la serie con estacionalidad, observa un incremento del 4,2% con respecto a igual período del año anterior. (Ver cuadro 1 – Anexo ISAC_09_13)

La serie de tendencia-ciclo registró en el mes de agosto un crecimiento del 0,1%.


Comercio Exterior

Luego de la salida de la convertibilidad, las exportaciones argentinas —tanto agropecuarias como industriales— manifestaron un importante incremento (casi triplicando el valor de 26 500 millones de dólares en 2001), acompañado por un favorable contexto económico internacional que le permitió llegar a nuevos destinos y sostener una balanza comercial superavitaria⁴. Si bien los destinos más importantes son el Mercosur, la Unión Europea y el NAFTA, como resultado de una mayor inserción del país en el mercado mundial se incrementó el intercambio comercial con China, Rusia o la India, entre otros.

Desde 2003, a raíz del proceso de reindustrialización que atraviesa el país se han diversificado las exportaciones, en especial las de alto valor agregado: en 2013 después de

³ http://cyt-ar.com.ar/cyt-ar/index.php/Matriz_insumo-producto

⁴ Archivo en el sitio web del INDEC - http://www.indec.mecon.ar/nuevaweb/cuadros/19/ica_04_14.pdf

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 24 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

cuatro décadas el país ha vuelto a exportar material oftálmico⁵; asimismo se ha dado un fuerte impulso a las exportaciones de medicamentos, creciendo un 53 % en 2012⁶; y es líder en América Latina en exportación de software⁷. La diversificación de la matriz productiva ha permitido al país ingresar en mercados no tradicionales como la fabricación nacional de aviones militares de última tecnología, que serán exportados a Alemania⁸.

En los últimos quince años, las exportaciones argentinas se multiplicaron más de cuatro veces, solo entre 2002 y 2006 crecieron cerca del 80 %⁹. En 2008, las exportaciones totalizaron los 70 589 millones de dólares y las importaciones llegaron a 57 413 millones de dólares. El incremento de las exportaciones fue del 27 % y el de las importaciones el 28 % respecto a las cifras de 2007. El saldo neto de la balanza comercial fue de 13 176 millones de dólares, con un aumento del 19 % respecto del año anterior. El Mercosur continúa siendo el principal socio comercial, hacia donde se envió el 23 % de los embarques y desde donde se adquirieron el 16 % de las importaciones. En 2009, las exportaciones llegaron a US\$ 56.555, en tanto que en 2010 treparon a US\$ 68.127. A pesar de la crisis internacional iniciada en el 2008, el comercio exterior argentino y en particular las exportaciones siguieron creciendo fuertemente, alcanzando en 2011 un récord de US\$ 84 295 millones, incrementándose un 24 % en términos interanuales^{10 11}.

Mientras que en el año 2010 los recursos naturales se imponían frente a las manufacturas de media y alta tecnología, en 2011 las manufacturas industriales lograron un máximo histórico de participación en las exportaciones y en 2013 las manufacturas de origen industrial y las manufacturas de origen agropecuario concentraban el 74.6 % de las exportaciones, frente al 11.4 % que correspondían a recursos naturales¹²

⁵ Un laboratorio óptico santafesino embarcó su primer cargamento de exportación de lentes oftálmicas, un hecho que no se registraba desde los años setenta, cuando el mercado local se autoabastecía y vendía a medio centenar de países del mundo», *Infonews*, 23 de marzo de 2013 - <http://www.infonews.com/2013/03/23/economia-66892-argentina-vuelve-a-exportar-lentes-oftalmicas.php>.

⁶ Artículo en el sitio web PM Farma - <http://argentina.pmfarma.com/noticias/7036-crece-exportacion-de-medicamentos-de-argentina-hacia-amlat.html>

⁷ Artículo en el sitio web Argentina.ar - <http://www.argentina.ar/temas/economia-y-negocios/1341-argentina-primer-exportador-de-software-de-latinoamerica>


⁸ *Infobae*, 5 de abril de 2012 - <http://www.iprofesional.com/notas/134158-Indito-Argentina-fabricar-cien-aviones-militares-Pampa-para-Alemania>

⁹ Artículo en el sitio web de la Cepal (Chile) - <http://www.cepal.cl/publicaciones/xml/1/32311/CapIV.pdf>.

¹⁰ Exportaciones (serie tendencia), en el sitio web del INDEC (<http://www.indec.mecon.ar/nuevaweb/cuadros/19/expserietenden.xls>) – Ver ANEXO Exportaciones

¹¹ Documento del 6 de marzo de 2012 en el sitio web del diario *Ámbito* (Buenos Aires) - http://www.ambito.com/economia/informes_economicos/archivos/Ranking_expo_x_sector.pdf.

¹² Informe BCRA - Panorama general de los commodities, en el sitio web BCRA (<http://www.bcr.gov.ar/pdfs/polmon/pce1213.pdf>).

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 25 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

En 2013 la CEPAL informó que Argentina es el país que más exporta de Latinoamérica: sus exportaciones crecieron 6.7 %, frente al 1.5 % del resto de Latinoamérica^{13 14}.

Durante el año 2013 la composición de las exportaciones fue la siguiente:

- MOI (manufacturas de origen industrial): 39.5 %;
- MOA (manufacturas de origen agropecuario): 35.1 %;
- PP (productos primarios): 14.0 %;
- CyE (combustible y energía): el restante 11.4 %.

En tanto la composición de las importaciones se basa, porcentualmente, en:¹⁵

- bienes de capital: 51.3 %;
- bienes intermedios: 19.9 %;
- bienes de consumo: 13.1 %;
- piezas y accesorios para bienes de capital: 7.0 %;
- combustibles y lubricantes: 4.2 %;
- vehículos automotores de pasajeros: 4.2 %.

Las importaciones provienen principalmente de Brasil (principal socio comercial), Estados Unidos, Alemania, Italia, Japón y España.¹⁶

PROCLEAR¹⁷

PRO.CRE.AR es una iniciativa del Gobierno Nacional que proyecta la entrega de créditos hipotecarios para la construcción, ampliación, terminación y refacción de

¹³ CEPAL informó que Argentina es el país que más exporta de Latinoamérica, artículo en el sitio web de Radio Rivadavia, 10 de septiembre de 2013 - <http://rivadavia.com.ar/articulos/cepal-informo-que-argentina-es-el-pais-que-mas-exporta-de-toda-latinoamerica/>


¹⁴ Cepal: las exportaciones de Argentina crecerán hasta un 6.7 por ciento este año y se destacarán así sobre las del resto de los países de la región, que crecerán 1.5 por ciento promedio», *La Capital* (Rosario), 11 de septiembre de 2013 - <http://www.lacapital.com.ar/campo/Cepal-las-exportaciones-de-Argentina-creceran-hasta-un-67-por-ciento-este-ao-20130911-0003.html>

¹⁵ Composición de las importaciones en el sitio web CAC.com.ar (http://www.cac.com.ar/documentos/41_IAIB%20-%20Febrero%202012.pdf).

¹⁶ Importación por país, en el sitio web del INDEC - http://www.indec.mecon.ar/nuevaweb/cuadros/19/ica_04_14.pdf.

¹⁷ <http://procrear.anses.gob.ar/>

<http://www.telam.com.ar/notas/201309/34280-la-camara-de-la-construccion-y-el-sector-inmobiliario-respaldan-la-ampliacion-de-los-creditos-procrear.html>

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 26 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

viviendas, como así también para adquirir aquellas que son construidas por el Programa a través de desarrollos urbanísticos.

Tiene como meta atender las necesidades habitacionales de los ciudadanos de todo el territorio nacional, contemplando las diferentes condiciones socioeconómicas y la multiplicidad de situaciones familiares con líneas de crédito para la construcción de viviendas particulares y desarrollos urbanísticos de alta calidad. También se busca impulsar la actividad económica a través del incentivo económico a la construcción de viviendas así como también generar empleo en todo el país.

Tipo de Cambio

El tipo de cambio ha venido jugando un papel clave en la estabilización de economías en transición. En el marco de su plan de desarrollo, los regímenes cambiarios internos se constituyeron en la herramienta principal para enfrentar espirales inflacionarias o brechas abiertas en el frente externo.


Desde Octubre 2011 la situación de la economía Argentina se ha complicado debido al intento de frenar lo que se denomina la fuga de capitales, implementando un sistema para adquirir divisas extranjeras aplicado desde la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP), al que se lo denominó cepo cambiario.^{18 19 20}

Análisis Factores Económicos

¹⁸ <http://www.iprofesional.com/notas/179149-Cepo-stas-son-las-30-medidas-que-influyeron-en-el-sistema-cambiario-de-la-Argentina>

¹⁹ ANEXO Inflación anual (%) - http://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Tasas_anuales_de_inflaci%C3%B3n_en_Argentina_desde_1945

²⁰ <http://www.iprofesional.com/notas/179149-Cepo-stas-son-las-30-medidas-que-influyeron-en-el-sistema-cambiario-de-la-Argentina>

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 27 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

FACTORES ECONOMICOS	Muy Poco Atractivo	Poco Atractivo	Neutro	Atractivo	Muy Atractivo
Industria Construcción	Actual				
	Futuro				
Comercio Exterior					
Tipo de Cambio					
IBIF					
ISAC					
PROCREAR					

2.1.2. Legal


Estatuto de la Industria de la Construcción²¹

Sabido es que la industria de la construcción cuenta con su propia regulación en materia laboral plasmada en la ley 22.250 y una vasta normativa complementaria.

Esta regulación específica atiende a la circunstancia de que no todas las actividades laborales presentan iguales características, de donde resulta necesario establecer normas especiales que regulen las relaciones jurídicas que tienen lugar en su ámbito de acuerdo a sus propias modalidades.

Ello no significa que las previsiones de la norma laboral común (Ley de Contrato de Trabajo), en el ámbito de la constitución, no resulten aplicables en ningún caso, sino que dicha aplicación opera en dos casos. El primero por supletoriedad, cuando un determinado instituto no se encuentra contemplado por la normativa específica (estatuto) y en tanto

²¹ <http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/25000-29999/27238/texact.htm>

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 28 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

resulte compatible con la naturaleza y modalidades de dicha regulación especial. El segundo, cuando se verifica en forma objetiva y real la vocación de continuidad y permanencia del vínculo laboral, impropia de las obras generalmente, pero natural en plantas o establecimientos fabriles ligados a la actividad de la construcción como coadyuvantes como por ejemplo en el caso de plantas que fabrican vigas, viguetas o pretensados de hormigón.

Código de Edificación de Buenos Aires²²

Esta ley rige sobre el ordenamiento del territorio de la Provincia de Buenos Aires, y regula el uso, ocupación, subdivisión y equipamiento del suelo.


Análisis Factores Legales

FACTORES LEGALES	Muy Poco Atractivo	Poco Atractivo	Neutro	Atractivo	Muy Atractivo
Estatuto de la Industria	Actual				
	Futuro				
Código de la Edificación					

2.1.3. Social

Desocupación

²² <http://www.gobierno.gba.gov.ar/subsecretarias/dpout/docs/normativaprovincial.pdf>

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 29 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

El desempleo en Argentina refleja la totalidad de las personas desempleadas en Argentina. De acuerdo a cifras oficiales entregadas por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC), correspondiente al último trimestre de 2013, la tasa de desempleo es de 6,4%, mejorando el valor referencial del cuarto trimestre del año 2012 que ubicó el porcentual en 6,9%. Se encuentra en la 82ª colocación en la lista de países por desempleo²³ con un porcentual de 7,5%. En 2003, durante la crisis que azotó al país, la tasa de desempleo alcanzó una cifra del 20,4%.²⁴

Inseguridad


De acuerdo a los resultados de la Encuesta de la Deuda Social Argentina - Bicentenario (2010-2016), la inseguridad aparece como la mayor preocupación de la población urbana adulta de 18 años y más. Esto no sorprende ya que, tanto la delincuencia como el sentimiento de inseguridad tuvieron durante la última década un crecimiento sistemático, afectando a finales del año 2011 a 3 y a 8 de cada 10 personas, respectivamente. Es decir, en promedio un tercio de la población adulta fue víctima él o algún miembro del hogar de al menos un hecho delictivo que afectó su patrimonio o seguridad física. Al mismo tiempo, más del 80% de la población dijo sentir inseguridad dado que era altamente probable que fuera víctima de un delito.

El aumento del delito entre 2010 y 2011 tuvo como principal afectado al cuartil superior de la escala socioeconómica y a los habitantes de zonas con trazado urbano de nivel socioeconómico medio. Asimismo, se observa un mayor crecimiento de la inseguridad en el Gran Buenos Aires que en las Ciudades del interior, producto del crecimiento de la misma en la Ciudad de Buenos Aires (que pasó de 31,5% en 2010 a 36,3% en 2011, a la vez que se mantuvo estable en niveles cercanos al 27% en el Conurbano Bonaerense). El sentimiento de inseguridad tuvo un comportamiento más uniforme afectando de manera similar a la población adulta de los diferentes estratos y condiciones residenciales analizadas.

Si se analiza la relación que existe entre la inseguridad efectiva y el sentimiento de inseguridad se observa que éste último aumentó principalmente entre quienes fueron

²³ Agencia de Inteligencia (<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/rankorder/2129rank.html>)

²⁴ INDEC (http://www.indec.mecon.ar/nuevaweb/cuadros/4/EPH_cont_4trim13.pdf)

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 30 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			


víctimas de un hecho delictivo (pasando de 95,4% entre quienes sufrieron un delito a 76,7% entre quienes no sufrieron) sin encontrarse diferencias significativas según estrato socioeconómico, condición residencial u aglomerado urbano. Por otra parte, el 50 % de los hogares urbanos se sintieron inseguros en su propio barrio o vivienda. Al mismo tiempo que también más de la mitad indicaron que no contaban con vigilancia policial en la zona y el 36% reconocieron la presencia de venta o tráfico de drogas en su barrio.

Un análisis según la condición socio-residencial de los hogares entrevistados muestra que quienes padecieron tanto mayor presencia de venta o tráfico de drogas como mayor temor al delito son los hogares más pobres o carenciados (25% del nivel socio-económico inferior o habitantes de villas o asentamientos precarios). Asimismo, se observan diferencias importantes en la distribución de la vigilancia policial ya que la misma aumenta a medida en que se escala por estrato socioeconómico y/o por condición socio-residencial.

Estos datos cobran relevancia al constatar que tanto la presencia de vigilancia policial como la venta o el tráfico de drogas ejercen influencia sobre los niveles de delito, miedo y sentimiento de inseguridad. El temor en el propio barrio o vivienda aumenta en los hogares que no cuentan con efectivos policiales en la zona (de 36,6% en presencia de los mismos a 49,2% en ausencia, en 2011) y también en donde hay venta, tráfico o intercambio de drogas, ya que pasa de 35,7% entre quienes no perciben la presencia de dicha problemática a 54,7%, entre quienes si la percibe.

Análisis de Factores Sociales

FACTORES SOCIALES	Muy Poco Atractivo	Poco Atractivo	Neutro	Atractivo	Muy Atractivo
Desocupación	Actual				
	Futuro				
Inseguridad					

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 31 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

2.1.4. Análisis Sectorial

Oportunidades

- Las políticas tomadas por el gobierno actual en apostar a la industria nacional.
- Las restricciones a la importación, generando que la posibilidad de competir con empresas de infraestructura de gran tamaño disminuya, favoreciendo la competencia de pequeñas empresas.


Amenazas

- El próximo año, puede darse la posibilidad de que se produzca un cambio de gobierno. Esto puede generar incertidumbre debido a que no se sabrá las políticas que se aplicaran al sector comercial.
- Algunos productos no son nacionales, esto puede generar que no haya abastecimiento local de los mismos debido a las restricciones.
- La inseguridad es un factor crítico

2.1.5. Conclusión

A partir del análisis anterior, se puede decir que la industria comercial se mantendrá en un crecimiento sostenido, dando oportunidades a emprendimientos nacionales por sobre los internacionales.

ATRACTIVO DE LA INDUSTRIA	Muy Poco Atractivo	Poco Atractivo	Neutro	Atractivo	Muy Atractivo
Atractivo	Actual				
	Futuro				

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 32 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

2.2 Análisis de la competencia

2.2.1. Principales Competidores

Competidor 1: Leiten SRL

URL: <http://www.leiten.com.ar/>

Localización:

- Olavarría 3943, Caseros, Provincia de Buenos Aires
- Reconquista 1260, Rosario, Provincia de Santa Fe
- Provincia de Córdoba próximamente


Tiempo en el Mercado: No posee información al respecto.

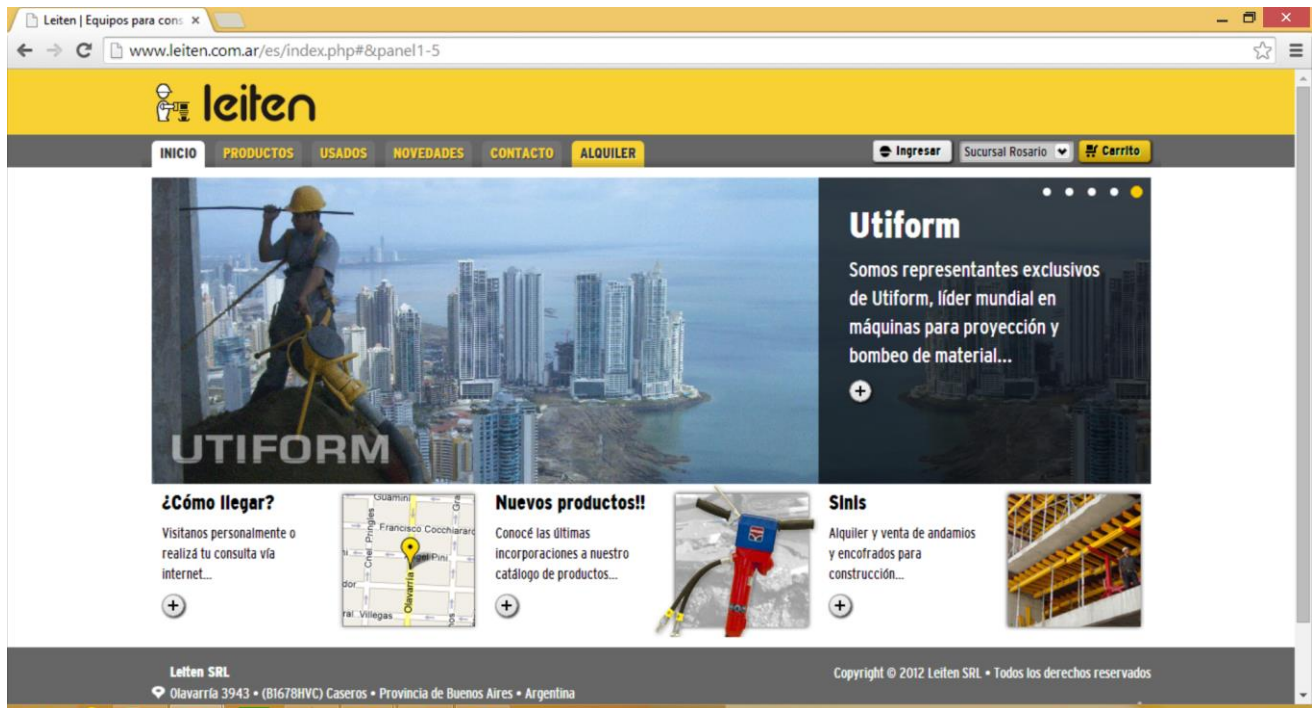
Actividades: Se dedica a la venta de maquinarias para la construcción, cuenta con una subdivisión (<http://www.sinis.com.ar/es/index.php>) con la que brinda asesoramiento para el armado de encofrados, además de contar con la opción de alquiler de andamios y materiales para encofrados. La modalidad de trabajo es de atención personalizada, en sus locales, o mediante su portal web donde figuran los productos que comercializan, por esta, además, vía se detallan los medios de contacto.

Recursos Humanos:

- Cuenta con un equipo técnico y profesionales para el asesoramiento.
- Personal comercial.

Página Web:

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 33 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			



Competidor 2: Sorrento Maquinarias SRL

URL: <http://www.sorrento.com.ar/>

Localización:


- Jose Hernandez 741/67, Rosario, Provincia de Santa Fe

Tiempo en el Mercado: Serrano SRL se encuentra en el mercado desde 1960.

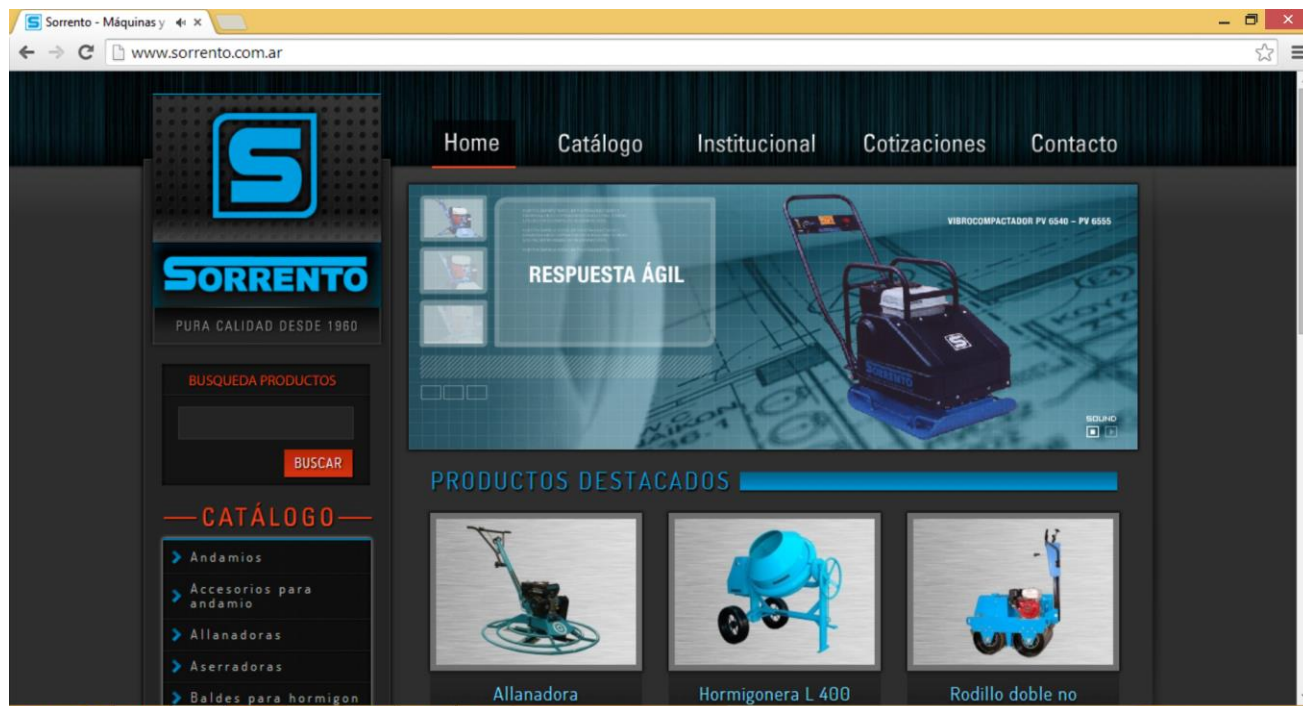
Actividades: Se dedica a la venta de maquinarias nuevas únicamente para la construcción, brinda además un servicio de cotización de productos. La modalidad de trabajo es de atención personalizada, en sus locales, o mediante su portal web donde figuran los productos que comercializan, por esta, además, vía se detallan los medios de contacto. Otra opción que presenta por medio de su canal electrónico (web) es la posibilidad de realizar un pedido de cotización de maquinarias.

Recursos Humanos:

- Cuenta con una persona especializada para la realización de las cotizaciones.
- Personal comercial especializado.


 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 34 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

Página Web:



2.2.2. Análisis de Cadena de Valor


Mediante el análisis de cadena de valor, se busca clasificar todas las tareas de una organización, separándolas en nueve categorías. Estas categorías están divididas en actividades primarias (detalladas verticalmente) y actividades de apoyo (detalladas horizontalmente).

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 35 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			



Cadena de Valor Propia – HECMAQ SRL

- f) Infraestructura de la Empresa
 - Estructura Vertical
- g) Gestión de RRHH
 - Reclutamiento de personal especializado en el área de referencia
 - Capacitación constante en las nuevas tecnologías
- h) Desarrollo de Tecnología
 - En HECMAQ SRL somos conscientes que una buena investigación del mercado nos ayudara para poder garantizar a nuestros clientes los mejores productos, es por ello que siempre debemos estar atentos a las demandas del mercado, y de nuestros clientes, así como también atentos a los avances tecnológicos.
- i) Compras
 - Análisis de los proveedores
- j) Logística Interna
 - Se resguardan la maquinaria recibida desde nuestros proveedores en depósitos seguros para evitar daños sobre los mismos.
 - Se reciben los pedidos por distintos medios (personal, correo electrónico, web, mail)

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 36 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

k) Operaciones

l) Logística Externa

- Se arman los pedidos realizados por nuestros clientes.

m) Marketing y Ventas

- Se realiza campaña de marketing mediante publicidad televisiva e internet

n) Servicios Post-Ventas

- Se cuenta con personal especializado para la recepción y control de los reclamos de nuestros clientes.

Cadena de Valor Competidor 1 – LEITEN SRL

o) Infraestructura de la Empresa

- Estructura horizontal

p) Compras

- Análisis de marcas

q) Logística Interna

- Se reciben pedidos por distintos canales
- Se reciben los pedidos de asesoramiento

r) Operaciones

- Se realiza asesoramiento


s) Logística Externa

- Se confeccionan y confirman los pedidos

t) Marketing y Ventas

- Escaso, mediante la búsqueda por internet

Cadena de Valor Competidor 2 – SORRENTO SRL

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 37 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

- u) Infraestructura de la Empresa
 - Escaso reclutamiento
- v) Compras
 - Análisis de marcas
- w) Logística Interna
 - Se reciben pedidos de compra por distintos canales
 - Se reciben pedidos de cotización via mail
- x) Operaciones
 - Se realizan cotizaciones.
- y) Logística Externa
 - Se confeccionan y confirman los pedidos
- z) Servicio de Post-Ventas
 - Se cuenta con libro de quejas
 - Se cuenta con personal para recibir los reclamos, sugerencias.
- aa) Marketing y Ventas
 - Escaso, mediante la búsqueda por internet


2.2.3. Comparación de Cadenas de Valor

Sobre los dos competidores directos analizados, se puede observar una mayor participación en el mercado por parte de LEITEN SRL, dado que apunta a ampliar su zona geográfica de acción, incluyendo a la provincia de Córdoba.

Las operaciones realizadas son similares entre los competidores y HECMAQ SRL.

2.2.4. Definición de Factores Críticos de Éxito (FCE)

A continuación se realizará una comparación de HECMAQ SRL frente a los competidores definidos SORRENTO SRL y LEITEN SRL a partir de las investigaciones realizadas.

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 38 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

FRENTE A LEITEN SRL	FORTALEZA BAJA	FORTALEZA MEDIA	FORTALEZA ALTA
Logística de Entrada			
Operaciones			
Logística de Salida			
Marketing y Ventas			
Servicio Post-Venta			


FRENTE A SORRENTO SRL	FORTALEZA BAJA	FORTALEZA MEDIA	FORTALEZA ALTA
Logística de Entrada			
Operaciones			
Logística de Salida			
Marketing y Ventas			
Servicio Post-Venta			

2.2.5. Conclusiones

De las conclusiones extraídas del análisis realizado, se detectan las siguientes fortalezas y debilidades


Fortalezas

- bb) Constante investigación del mercado y de los avances tecnológicos en materia de maquinarias para la construcción, para así garantizar la satisfacción de las necesidades de nuestros clientes.
- cc) Marcas de productos
- dd) Personal altamente capacitado en el rubro y en las herramientas.


 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 39 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			


Debilidades

- ee) No se cuenta aún con una afianzada cartera de clientes
- ff) No se cuenta con experiencia en el mercado
- gg) No se cuenta con la publicidad suficiente

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 40 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			


3. FODA

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 41 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 42 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

3.1 Cuadro FODA


<p style="text-align: center;"><u>FORTALEZAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Constante investigación del mercado y de los avances tecnológicos en materia de maquinarias para la construcción • Marcas • Personal altamente capacitado en el rubro y en las herramientas 	<p style="text-align: center;"><u>OPORTUNIDADES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Las políticas tomadas por el gobierno actual en apostar a la industria nacional. • Las restricciones a la importación, generando que la posibilidad de competir con empresas de infraestructura de gran tamaño disminuya, favoreciendo la competencia de pequeñas empresas.
<p style="text-align: center;"><u>DEBILIDADES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • No se cuenta aún con una afianzada cartera de clientes • No se cuenta con experiencia en el mercado • No se cuenta con la publicidad suficiente 	<p style="text-align: center;"><u>AMENZASAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • El próximo año, puede darse la posibilidad de que se produzca un cambio de gobierno, generando una incertidumbre en el sector comercial a partir de las políticas que se definan. • Algunos productos no son nacionales, esto puede generar que no haya abastecimiento local de los mismos debido a las restricciones. • La inseguridad es un factor crítico

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 43 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			


3.2 Análisis FODA

Desde sus inicios HECMAQ SRL se preocupó por mantenerse vanguardista en materia de los productos que se ofrecen y de la importancia en poder cumplir las necesidades de nuestros clientes. Contar con personal altamente capacitado para ayudar a nuestros clientes y, para realizar una profunda investigación del mercado al que apunta, y las marcas que se comercializan, es parte fundamental de nuestra estrategia de negocio, así como también identificando tanto las oportunidades como las necesidades de nuestros clientes.

Contar con una buena estrategia a partir de nuestra fortaleza nos ayudara a mitigar inconvenientes futuros tales como los cambios de política de estado o las trabas comerciales generadas a partir del llamado cepo cambiario.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 44 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

4. SEGMENTACION

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 45 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

4.1 Criterios de Segmentación

4.1.1. Rentabilidad

El objetivo de HECMAQ SRL es abarcar a las pequeñas y medianas empresas dedicadas a la industria de la construcción, ámbito en el que existe gran cantidad de clientes, por lo que la rentabilidad es alta en este sentido.

4.1.2. Identificación y mensurabilidad

Dado que el mercado al que se apunta es el de las empresas de pequeño y mediano tamaño el mismo es fácilmente identificable. Así mismo, se puede observar que tiene una demanda en crecimiento²⁵, por lo que podemos concluir que además de ser rentable a partir de la cantidad de clientes, es también medible a nivel de demanda laboral.

4.1.3. Accesibilidad

El mercado es accesible, pues se apunta a la demanda de empresas pequeñas y medianas, por lo tanto a partir de las estrategias de marketing HECMAQ SRL será a corto plazo visible y reconocible.


4.1.4. Capacidad de respuesta

Partiendo de la segmentación de clientes, las estrategias de marketing apuntarán a satisfacer las necesidades, y demandas, de los distintos tipos de clientes que en HECMAQ SRL se atenderán, logrando de esta manera tener una alta respuesta.

4.2 Base de Segmentación

4.2.1. Macrosegmentación

²⁵ <http://www.indec.gov.ar/nuevaweb/cuadros/10/icc-itemdeobra-ud.xls>

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 46 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

Tamaño de la Empresa

Pequeña o Mediana

Tipo de Empresa

Se enfoca a las empresas ubicadas dentro del sector de la construcción.

Ubicación Geográfica

Como se estableció anteriormente, se enfocara a empresas ubicadas en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Provincia de Buenos Aires.

4.2.2. Microsegmentación

Criterio de Compra


Al estar enfocados en pequeñas y medianas empresas el criterio será por precio y calidad del producto.

Estrategias de Compras

Las estrategias estarán enfocadas a partir del análisis de los clientes y de las tendencias de compras de maquinarias, así como de las marcas a las que apuntan.

Importancia de la Compra

Como los clientes serán pequeñas o medianas empresas, los que realicen las compras serán los dueños, por ende la relación con estos será sumamente importante para el prestigio y confiabilidad de HECMAQ SRL.

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 47 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

4.3 Mercado Meta

Nuestra estrategia de mercado meta será de mercado meta concentrado. Con lo cual seleccionaremos un segmento de mercado (nicho) donde se concentran los esfuerzos por aplicar estrategias de marketing. Aplicando esta estrategia para competir eficazmente con competidores más grandes.


4.3.1. Mercado Meta Concetrado

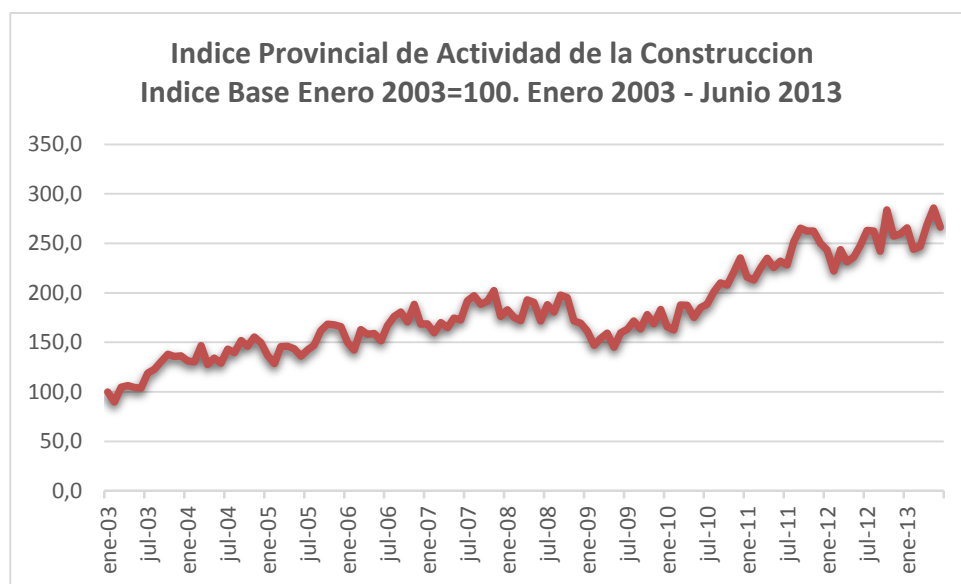
El perfil de nuestros clientes será a empresas Nuestra estrategia de mercado meta será de mercado meta concentrado. Con lo cual seleccionaremos un segmento de mercado (nicho) donde se concentran los esfuerzos por aplicar estrategias de marketing. Aplicando esta estrategia para competir eficazmente con competidores más grandes.

Datos Adicionales²⁶

El siguiente grafico muestra los resultados que se obtuvieron a partir de la Encuesta Provincial de Ventas de Materiales de la Construcción, el Índice Provincial de la Actividad de la Construcción (IPAC) registró en el primer semestre de 2013 un crecimiento del 10,7%.

²⁶ <http://www.ec.gba.gov.ar/Estadistica/secundaria1.html>

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 48 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			




Este crecimiento en los primeros seis meses del año 2013 se ve reflejado en las seis zonas en las que se dividió el territorio de la provincia de Buenos Aires para lograr un mejor detalle en cuanto al análisis de la evolución de la actividad.

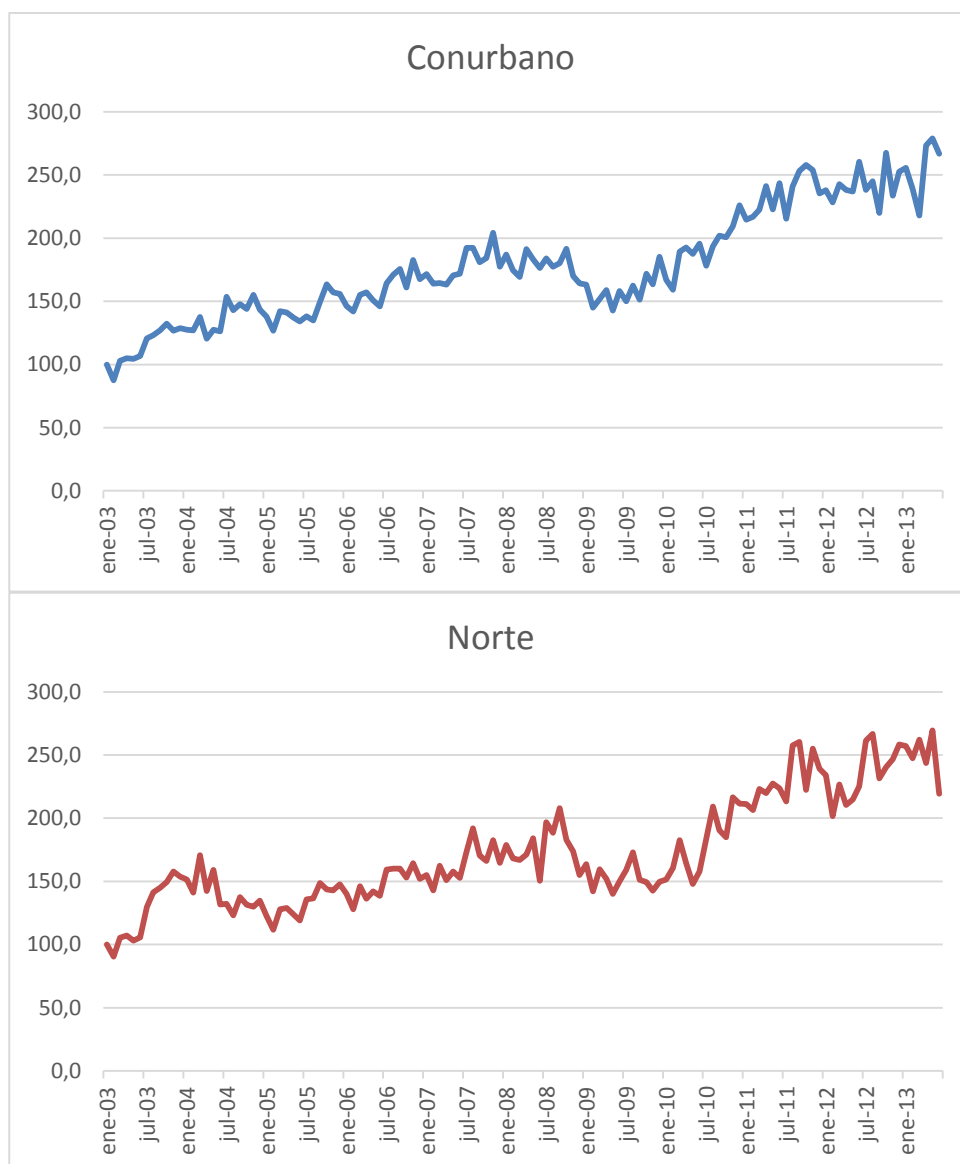
En la zona Sur se observa el mayor aumento, 32,6%, seguido por la zona Costa Atlántica con un 18,9% y zona Norte con el 14,2%. Mientras que en la zona Centro la suba fue del 13,4%. La zona Conurbano registra el menor incremento, 6,0%, en tanto que la zona Este se registró una disminución del -7,9%.



Índice Provincial de Actividad de la Construcción por Zona
 Variaciones acumuladas a Junio y Diciembre de cada año

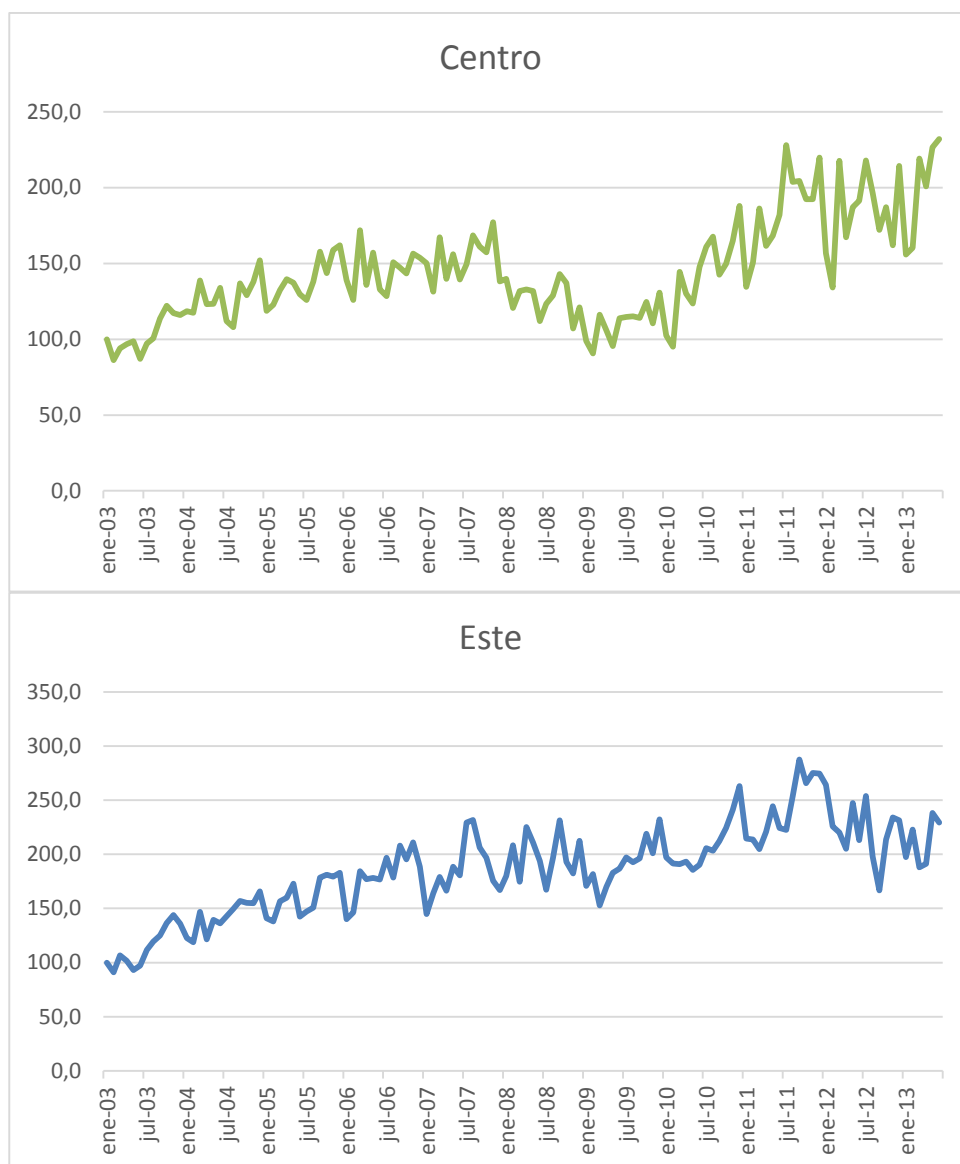
Zona	Variación acumulada interanual		
	Jun-12	Dic-12	Jun-13
Conurbano	6,10%	3,00%	6,00%
Norte	0,10%	2,10%	14,20%
Centro	7,20%	-0,90%	13,40%
Este	4,00%	-7,90%	-7,90%
Costa Atlántica	12,20%	11,50%	18,90%
Sur	7,30%	17,30%	32,60%
Total Provincia	5,80%	4,40%	10,70%


Gráficos Estadísticos con la variación por zona territorial

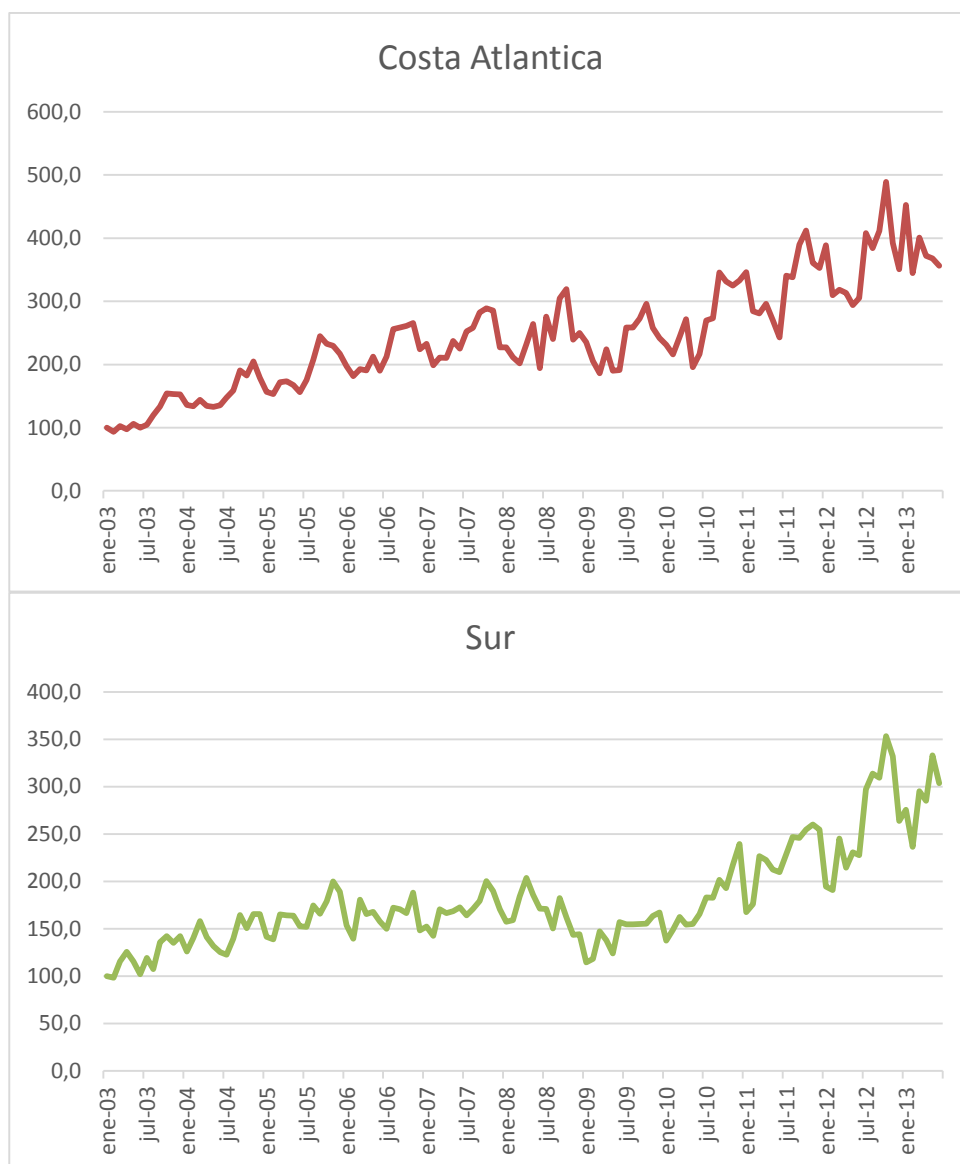
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 49 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			




  UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 50 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

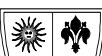


 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 51 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 52 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			


5. ESTRATEGIAS

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 53 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

5.1 Matriz Análisis de la Industria / Fortaleza de Negocio

A partir del análisis realizado anteriormente podemos ubicar a la empresa en la matriz de la siguiente manera:

		ATRACTIVO DE LA INDUSTRIA		
		Alta	Media	Baja
FORTALEZA DEL NEGOCIO	Alta	<ul style="list-style-type: none"> * Crecimiento * Búsqueda de predominio * Maximizar la inversión 	<ul style="list-style-type: none"> * Identificar segmentos de crecimiento * Invertir fuertemente * Mantener la posición en otras partes 	<ul style="list-style-type: none"> * Mantener la posición general * Buscar flujo de fondos * Invertir a nivel de mantenimiento
	Media	<ul style="list-style-type: none"> * Evaluar potencial para el liderazgo a través de la segmentación * Identificar las debilidades * Fortalecerse 	<ul style="list-style-type: none"> * Identificar los segmentos de crecimiento * Especializarse * Invertir en forma selectiva 	<ul style="list-style-type: none"> * Eliminar líneas * Minimizar la inversión * Posicionarse para reestructuración
	Baja	<ul style="list-style-type: none"> * Especializarse * Buscar nichos * Considerar adquisiciones 	<ul style="list-style-type: none"> * Especializarse * Buscar nichos * Considerar la salida 	<ul style="list-style-type: none"> * Confiar en la calidad de estadista del líder * Atacar los generadores de efectivo de los competidores * Salida y abandono oportuno

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 54 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			


5.2 Programas generales de Acción

5.2.1 Programa general Comercial

PROGRAMA GENERAL COMERCIAL	
Descripción	Lograr consolidarse en el mercado a través de la comercialización de productos claves del negocio, llegando, de esta forma, a ser una empresa conocida.
Responsable	Gerente Comercial
Tiempo	Inicio: 02/01/2015 Fin: 30/12/2018
Índice de Gestión	<ul style="list-style-type: none"> • Eficiencia de los equipos • Efectividad en el uso de las instalaciones. • Eficiencia en la gestión de comercialización y ventas. • Efectividad en la logística y el transporte.

5.2.2 Programa general Administrativo

PROGRAMA GENERAL ADMINISTRATIVO	
Descripción	Abarca el ciclo operativo de la empresa (compra, venta, pagos y cobranzas), así como también todas las operaciones contables de la misma.
Responsable	Gerente de Administración
Tiempo	Inicio: 02/01/2015 Fin: 30/12/2018
Índice de Gestión	<ul style="list-style-type: none"> • Desempeño • Administración • Rendimiento de los empleados y la organización.


 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 55 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

5.2.3 Programa general Tecnológico

PROGRAMA GENERAL TECNOLÓGICO	
Descripción	Este programa abarcara una solución tecnológica para la comercialización web de maquinarias para la construcción, así como también para facilitar las comunicaciones con los clientes.
Responsable	Gerente de Tecnología
Tiempo	Inicio: 01/08/2014 Fin: 30/12/2018
Índice de Gestión	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento e-Commerce

5.2.4 Programa general Marketing

PROGRAMA GENERAL MARKETING	
Descripción	Insertarse en el mercado a partir de las estrategias de producto, precio, promoción y distribución. Lograr la captación de clientes, ser los principales proveedores de maquinarias para la construcción. Logrando de esta manera hacerse conocidos y ser referentes del rubro.
Responsable	Gerente Marketing
Tiempo	Inicio: 02/01/2015 Fin: 30/12/2018
Índice de Gestión	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación del retorno de inversión • Evaluación de la eficiencia y eficacia de las estrategias.

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 56 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			


5.3 Programas Específicos de Acción

5.3.1 Programas Específicos Comerciales

PROGRAMA GENERAL COMERCIAL ACTIVIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> • Ventas • Deposito • Post-Venta 	

ESTRATEGIAS DE VENTAS	
Descripción	A partir de los productos que se comercializan lograr posicionarse en el mercado seleccionado.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • LOGISTICA DE ENTRADA: Se reciben los productos y se almacenan en el depósito. • OPERACIONES: Se genera la estrategia de ventas de los productos que se desean comercializar. Alcanzada la venta, el producto se retira del depósito. • LOGISTICA DE SALIDA: De ser necesario se, se contacta con la empresa de logística para el envío del producto al cliente en el lugar acordado.
Tiempo	Inicio: 02/01/2015 Fin: 30/12/2018
Responsable	Vendedor
Equipo de Trabajo	Gerente Comercial – Vendedor – Responsable Deposito
Índice de Gestión	✓ Administrar la fuerza de ventas, evaluar y estimular los logros de objetivos

ESTRATEGIAS DE DEPOSITO	
Descripción	A partir de los productos que se comercializan lograr posicionarse en el mercado seleccionado.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • LOGISTICA DE ENTRADA: Recepción de mercadería, almacenamiento y control de inventario • OPERACIÓN: Preparación de Pedidos • LOGISTICA DE SALIDA: Envío de Pedidos.
Tiempo	Inicio: 02/01/2015


 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 57 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

	Fin: 30/12/2018
Responsable	Supervisor de Deposito
Equipo de Trabajo	Vendedor – Supervisor de Deposito - Operarios
Índice de Gestión	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Productividad ✓ Absentismo (Cantidad de horas trabajadas por operarios) ✓ Costos por proceso (Recepción, Preparación de Pedidos, Control de Stock) ✓ Evolución del Costo por proceso versus objetivos, presupuesto
Índice de Gestión	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Administrar la fuerza de ventas, evaluar y estimular los logros de objetivos

ESTRATEGIAS DE POST-VENTA	
Descripción	A partir de los productos que se comercializan lograr posicionarse en el mercado seleccionado.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • LOGISTICA DE ENTRADA: Nuevo requerimiento por parte del cliente • OPERACIÓN: Atención personalizada • LOGISTICA DE SALIDA: Cumplimiento con el cliente
Tiempo	Inicio: 02/01/2015 Fin: 30/12/2018
Responsable	Vendedor
Equipo de Trabajo	Gerente Comercial – Vendedor
Índice de Gestión	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestión de Incidencias ✓ Gestión de Inventario ✓ Satisfacción del Cliente

5.3.2 Programas Específicos Administrativos

PROGRAMA GENERAL ADMINISTRATIVO
ACTIVIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Gestión Contable • Compras • Pagos • Ventas • Cobranza

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 58 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

GESTIÓN CONTABLE


Descripción	Registración de todos los movimientos que generen cambios cualitativos o cuantitativos del patrimonio
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Registrar Bienes adquiridos • Liquidación de haberes • Pago de Impuestos • Registro de ventas • Generación del balance y libro mayor
Tiempo	Inicio: 02/01/2015 Fin: 30/12/2018
Responsable	Gerente Administrativo
Equipo de Trabajo	Estudio Contable (tercerizado)
Índice de Gestión	✓ Control mensual de la documentación generada

COMPRAS

Descripción	Comprende el conjunto de operaciones efectuadas para posibilitar la adquisición de un bien.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Solicitud de Compra • Selección del Proveedor • Decisión de Compra • Control de Mercadería Recibida y Almacenaje • Registración (libro diario y mayor)
Tiempo	Inicio: 02/01/2015 Fin: 30/12/2018
Responsable	Jefe de Compras
Equipo de Trabajo	Personal Administrativo
Índice de Gestión	✓ Índice de rotación de stock respecto a productos comprados ✓ Índice de Compras respecto a las ventas en términos porcentuales ✓ Índice de financiación de las compras por proveedor

PAGOS


Descripción	Es el conjunto de operaciones necesarias para cancelar una obligación contraída.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Control de la Factura del Proveedor

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 59 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

	<ul style="list-style-type: none"> • Autorización de Pago • Pago • Contabilización • Control del Recibo • Liquidación y pago de sueldos y jornales
Tiempo	Inicio: 02/01/2015 Fin: 30/12/2018
Responsable	Tesorería (Jefe de Pagos)
Equipo de Trabajo	Personal Administrativo
Índice de Gestión	✓ Volumen de Pago Diarios ✓ Montos de Intereses Pagados a Proveedores

VENTAS	
Descripción	Comprende el conjunto de operaciones realizadas para lograr la enajenación de un bien.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Formulación del pedido • Aprobación del pedido • Despacho de mercadería • Facturación • Registración (en libro diario y mayor)
Tiempo	Inicio: 02/01/2015 Fin: 30/12/2018
Responsable	Jefe de Ventas
Equipo de Trabajo	Personal Administrativo
Índice de Gestión	✓ Ventas Totales Diarias en valores monetarios y cantidades ✓ Ventas por Clientes ✓ Comisiones por Ventas, por Vendedor ✓ Ventas Acumuladas del Mes

COBRANZA	
Descripción	Conjunto de operaciones necesarias para transformar un activo exigible en un activo líquido.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Detección de la situación de Cobro • Operación de Cobro • Rendición de la Cobranza

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 60 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			


	<ul style="list-style-type: none"> • Registración de la Cobranza (en libro diario y mayor)
Tiempo	Inicio: 02/01/2015 Fin: 30/12/2018
Responsable	Tesorería (Jefe de Cobros)
Equipo de Trabajo	Personal Administrativo
Índice de Gestión	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cantidad de Clientes Morosos ✓ Monto de Deuda de Clientes ✓ Promedio de Días de Pagos ✓ Promedio de Días de Atraso de Las Facturas Vencidas.

5.3.3 Programas Específicos Tecnológicos

PROGRAMA GENERAL TECNOLÓGICO ACTIVIDADES	
	<ul style="list-style-type: none"> • Adquisición de hardware y software • Telecomunicaciones • Seguridad • Desarrollo Web

ADQUISICIÓN DE HARDWARE Y SOFTWARE	
Descripción	Abarca la adquisición de hardware y software necesario dar soporte al negocio.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de hardware y proveedores • Adquisición de hardware • Mantenimiento de hardware • Desarrollo del software que dará soporte al servicio web de venta • Mantenimiento de software
Tiempo	Inicio: 02/08/2014 Fin: 30/12/2018
Responsable	Jefe Tecno-Infraestructura (sub área Gerencia Sistemas y Tecnología)
Equipo de Trabajo	Gerente de Tecnología – Jefe Tecno-Infraestructura – Analistas
Índice de Gestión	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Concretar la venta por medio del portal web


TELECOMUNICACIONES

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 61 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

Descripción	La estrategia contempla todas las actividades relacionadas a las comunicaciones realizadas en el negocio.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de proveedores de comunicaciones • Realizar la contratación de un proveedor • Realizar la contratación de un proveedor de contingencia • Configuración del hard y soft necesario para lograr la comunicación
Tiempo	Inicio: 02/01/2015 Fin: 30/12/2018
Responsable	Jefe Comunicaciones (sub área Gerencia Sistemas y Tecnología)
Equipo de Trabajo	Gerente de Tecnología – Jefe de Comunicaciones – Analistas
Índice de Gestión	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Consumo de red diario ✓ Transacciones diarias ✓ Tasa de errores de comunicaciones

SEGURIDAD	
Descripción	Incorporar los criterios de seguridad necesarios para garantizar la confidencialidad de los datos sensibles de los clientes, a partir de la implementación de métodos de seguridad para el acceso al servicio, como así también para la información que se maneja.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de los métodos de seguridad • Implementación y mantenimientos de los métodos seleccionados.
Tiempo	Inicio: 02/01/2015 Fin: 30/12/2018
Responsable	Jefe Seguridad Informática (sub área Gerencia Sistemas y Tecnología)
Equipo de Trabajo	Gerente de Tecnología – Jefe de Seguridad Informatica – Analistas
Índice de Gestión	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Integridad del sistema

DESARROLLO WEB	
Descripción	Desarrollar un sistema web para poder realizar la comercialización de los productos que se ofrecen a los clientes.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Analisis


 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 62 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño • Desarrollo • Test • Implementación • Mantenimiento
Tiempo	Inicio: 02/01/2014 Fin: 30/12/2018
Responsable	Jefe Sistemas (sub área Gerencia Sistemas y Tecnología)
Equipo de Trabajo	Gerente de Tecnología – Jefe Sistemas – Analistas – Programadores
Índice de Gestión	✓ Obtención de un sistema integro

5.3.4 Programas Específicos de Marketing

PROGRAMA GENERAL MARKETING ACTIVIDADES	
	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia de precios • Estrategia de promociones • Estrategia de distribución

ESTRATEGIA DE PRECIOS	
Descripción	Enfocarse en la estrategia de marca a seguir, determinar los precios a partir del análisis de sensibilidad de los clientes metas
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Penetrar de inmediato en el mercado masivo. • Generar un volumen sustancial de ventas. • Lograr una gran participación en el mercado meta. • Desalentar a otras empresas de introducir productos competidores. • Atraer nuevos clientes o clientes adicionales que son sensibles al precio.
Tiempo	Inicio: 02/01/2015 Fin: 30/12/2018
Responsable	Gerente de Marketing
Equipo de Trabajo	Equipo de Marketing
Índice de Gestión	✓ Evaluación de la eficiencia.

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 63 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

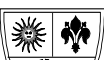
- ✓ Evaluación de la eficacia.
- ✓ Evaluación del retorno de la inversión (ROI).

ESTRATEGIA DE PROMOCIONES


Descripción	La estrategia que se enfoca en determinar la publicidad para atraer clientes y aumentar las ventas. Además de lograr afianzar la imagen de la empresa.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Crear campañas publicitarias • Crear campañas de correo directo
Tiempo	Inicio: 02/01/2015 Fin: 30/12/2018
Responsable	Gerente de Marketing
Equipo de Trabajo	Equipo de Marketing
Índice de Gestión	✓ Evaluación de la eficiencia. ✓ Evaluación de la eficacia. ✓ Evaluación del retorno de la inversión (ROI).

ESTRATEGIA DE DISTRIBUCION

Descripción	La estrategia contempla todas las actividades relacionadas con la post-venta.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Generar plan de distribución de los productos vendidos. • Establecer la logística de entrada/salida de productos.
Tiempo	Inicio: 02/01/2015 Fin: 30/12/2018
Responsable	Gerente de Marketing
Equipo de Trabajo	Equipo de Marketing
Índice de Gestión	✓ Evaluación de la eficiencia. ✓ Evaluación de la eficacia. ✓ Evaluación del retorno de la inversión (ROI).

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 64 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

6. PLAN DE MARKETING

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 65 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

6.1 Estrategia de Producto

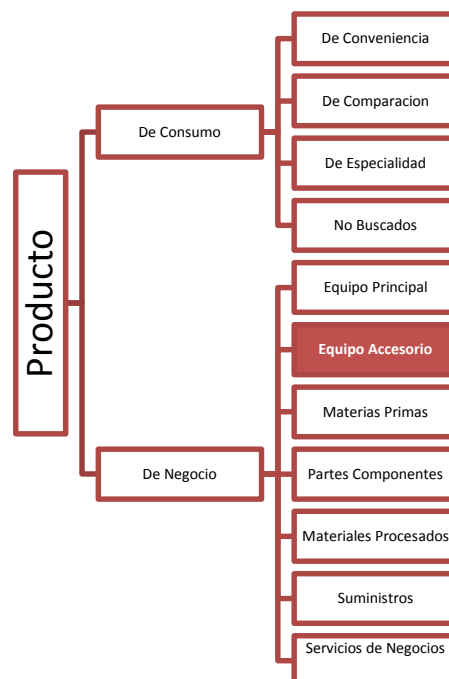
6.1.1 Descripción General


La principal función de HECMAQ SRL es la de proveer a las pequeñas y medianas empresas la maquinaria para la construcción que requieran, procurando facilitar la adquisición de la misma facilitando medio de pago y diferentes formas de adquisición: venta directa o leasing.

El negocio busca generar oportunidades para todos aquellos clientes que no tengan la capacidad de adquirir maquinaria nueva, ofreciéndoles una posibilidad que le sea rentable para su negocio.

6.1.2 Tipos de Productos

Si bien los productos que se comercializan pueden ser de comparación por su número de marcas, nuestra empresa, a partir del análisis realizado y la selección del mercado meta, se centrara en la venta de productos para negocios, dentro de esta en la categoría de equipos accesorios.



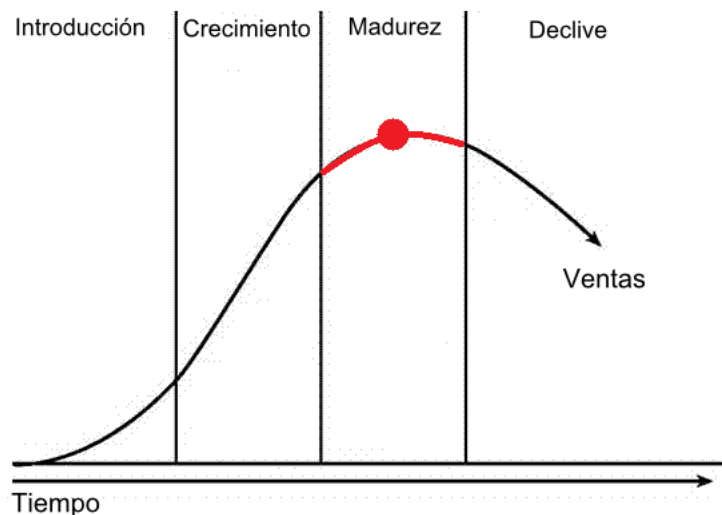
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 66 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

6.1.3 Líneas de Productos


Amplitud de la mezcla de producto			
Profundidad de las líneas de producto	De Mano	De Mesa	De Obra
	Taladro	Tangencial de Mesa	Mezcladora
	Sierra Circular	Cortadora Ladrillo	Aplanadora
	Tangencial (Disco 115 mm)	Cortadora Cerámico	Excavadora
	Tangencial (Disco 180/230 mm)	Cortadora Madera	Martillo Hidráulico Neumático
	Masa 1 kg		
	Masa 5 kg		
	Masa 10 kg		
	Taladro Percutor		
	Martillo Neumático		

6.1.4 Ciclo de Vida

Teniendo en cuenta el análisis de la industria realizado, los competidores y el mercado, podemos determinar que se ingresará al mercado en una etapa en la que HECMAQ SRL se encuentra en la etapa de madurez:



A partir del análisis se definen las siguientes estrategias de mezcla de marketing para dicha etapa:


 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 67 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

Estrategia de la mezcla de Marketing	Etapas del Ciclo de Vida de Producto			
	Introducción	Crecimiento	Madurez	Declive
Estrategia de Producto	-	-	<ul style="list-style-type: none"> Gran número de modelos 	-
Estrategia de Distribución	-	-	<ul style="list-style-type: none"> Amplio número de distribuidores Declinación de márgenes Esfuerzos intensos para retener a los distribuidores y el espacio de los anaqueles 	-
Estrategia de Promoción	-	-	<ul style="list-style-type: none"> Estimular la demanda selectiva Promoción agresiva de marca Fuerte promoción para retener a los distribuidores y a los consumidores 	-
Estrategia de Fijación de Precios	-	-	<ul style="list-style-type: none"> Los precios siguen cayendo 	-

6.1.5 Estrategia de Marca

La estrategia de marca seleccionada es la de distribuidor basándonos en las políticas de familia de marcas.

El nombre de la marca elegido es HECMAQ y su claim es "Soluciones para la construcción". Para la conformación del nombre de marca se tuvo en cuenta las siguientes características:

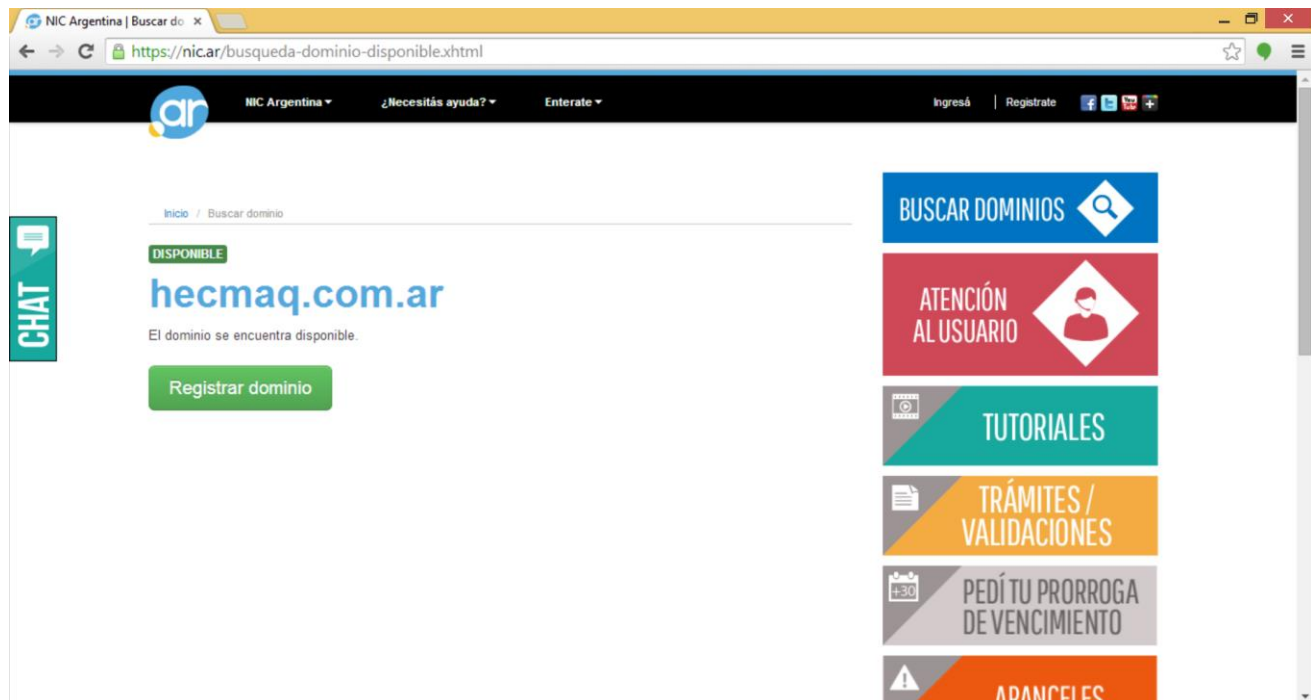
 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 68 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

- ✓ Fácil de Pronunciar
- ✓ Corta
- ✓ Tiene relación con los productos ofrecidos
- ✓ No tiene connotaciones ofensivas en otros idiomas/regiones


6.1.6 Marca Electrónica

La marca electrónica <https://www.hecmaq.com.ar> se encuentra disponible como para ser utilizada como dirección web.

Esto se corrobora en el sitio de NIC Argentina quien tiene la responsabilidad de administrar los dominios de nivel superior .ar, además del registro de nombres de dominio de internet de las personas físicas y jurídicas.



6.1.7 Logo

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 69 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			



6.2 Estrategia de Precio

6.2.1 Análisis de Precio

Costos

Los tipos de costos que afronta la empresa pueden clasificarse según su función de la siguiente manera:

Costos de Software


Se incluyen estos costos, ya que son necesarios para el desarrollo y mantenimiento de la solución web. Los costos se basan en:

- ✓ Adquisición de software y licencias
- ✓ Sueldo de los recursos
- ✓ Horas extras asociadas

Costos de administración

Se consideran a estos costos, como los necesarios para la gestión del servicio, entre ellos se incluyen:

- ✓ Alquiler de oficina.
- ✓ Servicios (Luz, Gas, Teléfono, etc).
- ✓ Impuestos municipales.
- ✓ Gestión contable y administrativa.

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 70 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

Competencia


	Sorrento SRL	Leiten SRL
Mezcladora	L 400	Masalta MX100-1
	\$ 2.199	\$ 6.777
Pisón	VS 70	Masalta EMR70H
	\$ 19.200	\$ 26.500
Martillo demoledor	D25580k	Gbh 2-26 Dre
	\$ 4.068	\$ 2.545
Martillo Neumático	Br87	Hycon HH20RV
	\$ 15.192	\$ 11.490
Cortadora Cerámico	Modelo CLI 350	Topline SCM600 TRI
	\$ 4.510	\$ 3.590
Cortadora Ladrillo		Masalta MB14E
	-	\$ 3.780
Cortadora Madera	Bascular S-350	Topline CSB315 TRI
	\$ 3.650	\$ 3.800
Andamio	Tabular	Tabular
	\$ 870	\$ 980

Sensibilidad de Precios

Debido a las características de los productos ofrecidos y del mercado meta, inicialmente se apuntará a reducir la sensibilidad de los clientes por los precios. Mitigar los efectos de comparación y los efectos de precio-calidad será indispensable para lograr estabilidad y permanencia en el mercado, posibilitando a HECMAQ SRL hacerse conocida y estar a la altura de la competencia.

6.2.2 Estrategia de Precio

En base a lo analizado para determinar el precio final del producto, se implementará la estrategia de precio llamada "Neutral" ya que pensamos que es la correcta en este tipo de mercado.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 71 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

Estrategia de precios		
Descremado	Neutral	Penetración
Salir con altos precios al mercado para luego bajarlos progresivamente.	Salir al mercado igualando los precios de la competencia.	Salir al mercado con precios bajos, para ganar

Lista de Precios


Producto	Marca	Precio
Mezcladora	Genérica	\$ 2.199
Martillo Demoledor	DeWalt	\$ 4.090
Martillo Hidráulico	DeWalt	\$ 14.999
Pisón	Frontier	\$ 19.200
Cortadora Cerámico	Clipper	\$ 3.474
Cortadora Ladrillo	Mharka	\$ 3.680
Cortadora Madera	Genérica	\$ 3.000
Andamio	Tabular	\$ 800
Tangencial de Banco	DeWalt	\$ 700
Tangencial de Mano (Chica)	Makita	\$ 755
Tangencial de Mano (Grande)	Makita	\$ 2.080
Masa 5 Kg	Genérica	\$ 350

6.3 Estrategia de Promoción

6.3.1 Publicidad

La estrategia de publicidad estará enfocada en dos puntos de comunicaciones, uno será on-line y el otro será, el tradicional, off-line.

Ambas estrategias se enfocaran en dar a conocer a la empresa e informar sobre las ventajas y beneficios de los productos que se comercializan, logrando de esta manera la comunicación efectiva de la existencia de HECMAQ SRL en el mercado.

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 72 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

Publicidad On-Line

En el caso de tratarse en publicidades on-line, la estrategia se enfocará de forma principal en nuestra página web, la cual deberá tener un alto atractivo para que sea visitada por nuestros clientes.

Además se publicitará por medio de Google Adwords, ya que por ser el buscador más utilizado, nuestros anuncios serán vistos por los usuarios que estén realizando búsquedas. Esta estrategia nos ayudara a captar clientes de forma indirecta.

Se desarrollaran, también, campañas de distribuciones del tipo newsletter para informar a todos aquellos usuarios que estén registrados en nuestra página y elijan esta opción, sobre los productos y sus características, promociones, descuentos y otros temas de interés.

Analizando la importancia que están tomando las redes, una buena estrategia de promoción será la de publicitar a HECMAQ SRL a través de las mismas, por su masividad elegiremos desarrollar en el portal de Facebook (<https://www.facebook.com/hecmaq>) y en Twitter (@hecmaq)

La publicidad en otros sitios de terceros se hará a través de banners.


Publicidad Off-Line

En el caso de las publicidades off-line, se desarrollaran distribuciones por medio de folletería enviada a los potenciales clientes meta, publicaciones de campañas de ventas en diarios. Así como también se realizaran publicaciones en páginas amarillas y en la guía de la industria.

6.3.2 Promoción de Ventas

La estrategia de promoción de ventas tendrá como objetivo reforzar la imagen de HECMAQ, estimulando el interés de los potenciales clientes meta así como también estimulando las ventas de los productos que se ofrecen.

Como estrategia se encarará algún tipo de descuento por inauguración para lograr la captación de clientes potenciales, o a partir de la selección de clientes por medio de cartas de presentación.

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 73 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

Como herramientas de promoción de ventas se utilizaran:

Descuentos

Realizar descuentos sobre los productos que se comercializan.

Programa de Comprador Frecuente

Se desarrollara un programa de lealtad en el cual los clientes recibirán premios por comprar y por la frecuencia de compra.


6.3.3 Ventas Personales

La fuerza de venta de la empresa estará compuesta por el personal de atención al cliente que se encontrara en la empresa. Estos tendrán como objetivo el informar a los clientes, asesorarlos y persuadirlos para concretar las ventas. El personal deberá tener conocimiento sobre los productos que se comercializan, tanto para las ventas como para las post-ventas.

Estos son la cara visible de la empresa, con lo cual, la atención será un punto esencial para lograr la captura de clientes.

6.3.4 Matriz AIDA

Ingrediente	Atención	Interés	Deseo	Acción
Publicidad	✓	✓	✓	
Promoción de Ventas	✓	✓		
RRPP				

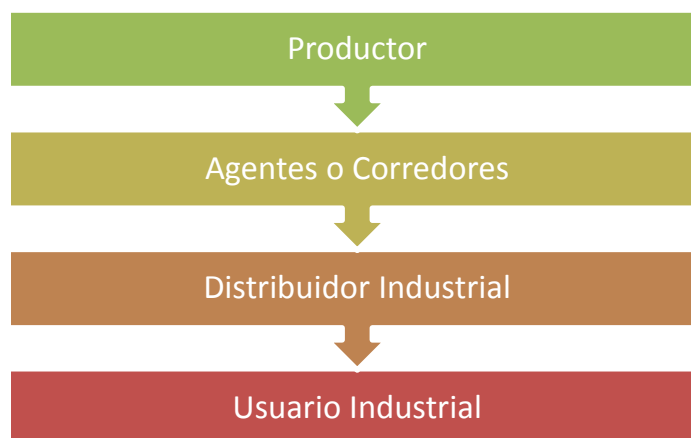
 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 74 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

Ventas Personales			✓	✓
--------------------------	--	--	---	---

6.4 Estrategia de Distribución

6.4.1 Tipo de Canal

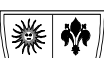
El canal de distribución de la empresa será “distribuidor de agente/corredor industrial” ya que si bien los productos se venderán directamente al cliente, los mismos se obtendrán de un Agente o Corredor.



Funciones de Canal

Los intermediarios minoristas y mayoristas en los canales de marketing desempeñan varias funciones esenciales que hacen posible el flujo de productos entre los fabricantes y el comprador.

Funciones del canal de marketing desempeñadas por los intermediarios:

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 75 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

○ Funciones de transacción:

Las funciones de transacción incluyen la contratación y comunicación con los compradores potenciales para hacerlos conscientes de los productos existentes y explicar sus características, ventajas y beneficios.

En nuestra empresa se destacan los siguientes puntos:

- ✓ **Contactar y promover:** contactar con la cartera de clientes potenciales, promover la venta de los productos estados como también toda la gama de productos que se encuentren en el inventario y a partir de esto poder solicitar pedidos.
- ✓ **Negociar:** determinar cuántos productos comprar y vender, el tipo de transporte que se utilizará, cuándo entregar, y método y coordinación del pago. Este punto se llevara en base al acuerdo que se hagan con la empresa de logística contratada.
- ✓ **Asumir riesgos:** asumir el riesgo de poseer un inventario ya que se contara con un deposito donde se almacenara los productos de la empresa y se llevará el control del stock a través del sistema informático a implementar.


○ Funciones de logística

Los intermediarios en el canal también proporcionan funciones de logística. La logística es el flujo eficiente y eficaz de costos de ida y vuelta, así como el almacenamiento de productos, servicios e información relacionada hacía, por medio y fuera de las empresas miembros del canal. Las funciones logísticas, por lo general, incluyen el transporte y el almacenamiento de los activos, así como su clasificación, acumulación, consolidación y/o asignación con el fin de adaptarse a los requerimientos de los clientes.

Distribución física: la tarea de transportar y clasificar los productos para superar las discrepancias temporales y espaciales se darán de acuerdo a los tiempos estipulados por la empresa de logística que sea contratada.

Almacenamiento: se mantendrá un inventario con los productos en stock como también se respetara las normas y pautas necesarias para proteger los productos.

Clasificación: superar las discrepancias de cantidad y variedad por medio de:

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 76 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			


- ✓ **Clasificación:** desglosar un suministro heterogéneo en existencias homogéneas separadas.
- ✓ **Acumulación:** combinar existencias similares en un suministro homogéneo más grande.
- ✓ **Combinación:** mezclar productos.

6.4.2 Estrategia de Cuarto Canal

Los hábitos de consumo día a día están cambiando e internet se presenta como una oportunidad como un nuevo negocio virtual. Las posibilidades que ofrece la red para hacer más sencilla la vida de los clientes son inimaginables, entre ellas está la posibilidad de realizar la compra de productos por Internet, tanto es así que sectores de actividad tradicionales, como puede ser el de los supermercados y la distribución tradicional, se están embarcando en sofisticados canales de venta por Internet.

Los beneficios que este nuevo canal ofrece son:

- ✓ **Posibilidad de un acceso global y expansión de demanda:** esto ayuda a la eliminación de las barreras geográficas y logísticas, aumentando así las probabilidades de lograr un mayor alcance a potenciales clientes.
- ✓ **Personalización y relaciones a largo plazo:** favorece el contacto interactivo con distintos clientes de forma continua.
- ✓ **Reducción de Costos:** posibilita la reducción de gastos administrativos y material de oficina, así como también puede reducir los errores humanos.
- ✓ **Inmediatez:** productos disponibles las 24 horas durante los 365 días del año.
- ✓ **Facilidad para incrementar surtido de productos:** agregar nuevos productos e información de forma más sencilla, así como la personalización de los mismos.
- ✓ **Oportunidades Tecnológicas:** los avances tecnológicos puede beneficiar a las empresas para acercar los productos a los consumidores de forma eficaz y eficiente.
- ✓ **Escasez de requerimientos de infraestructura:** este canal evita la necesidad de contar con instalaciones físicas para ejercer el negocio.
- ✓ **Posibilidad de economías de escala:** debido al enorme volumen de negocio y potencial de nuevos clientes

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 77 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

Leer más: <http://sergimateo.com/internet-como-nuevo-canal-de-distribucion/#ixzz36kK0wqYH>


Este nuevo canal hace que las

6.4.3 Logística


La logística es el flujo eficiente y eficaz de costos de ida y vuelta, así como el almacenamiento de productos, servicios e información relacionada hacia, por medio y fuera de las empresas miembros del canal. Las funciones logísticas, por lo general, incluyen el transporte y el almacenamiento de los activos, así como su clasificación, acumulación, consolidación y/o asignación con el fin de adaptarse a los requerimientos de los clientes.

La estrategia se enfocará en tratar que el proceso de satisfacción del pedido se maneje de forma rápida, logrando que el tiempo entre la realización del pedido y la recepción del pago por parte del cliente se minimice tanto como sea posible.

Se llevara adelante la contratación de una empresa que se encargara de la logística de entrega de los pedidos, convirtiéndose de esta manera en una parte semipermanente de la cadena de suministro de la empresa.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 78 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

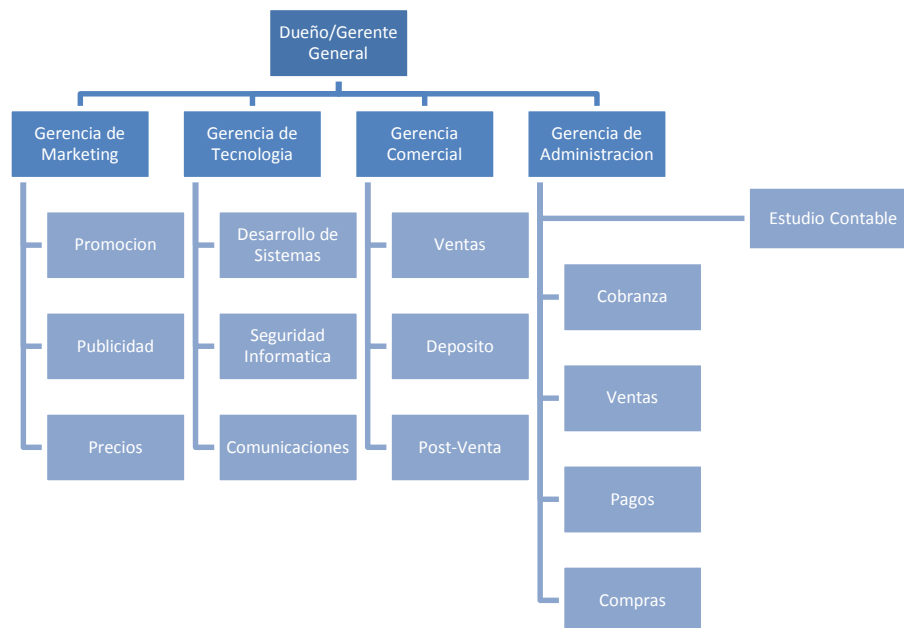
7. ORGANIZACION

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 79 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

7.1 Estructura Organizacional

7.1.1 Definición


La estructura organizacional de la empresa será funcional, la cual, a partir del análisis que se vienen realizando se subdividirá en cuatro departamentos, de los cuales el departamento administrativo contara con un sector tercerizado.



La posición de más alto rango es la del dueño, el cual cumplirá la función de Gerente General de la empresa y es quien se encargará, en principio, de las tomas de decisiones a nivel general, posteriormente a medida que vaya creciendo la empresa se apoyará en los gerentes de cada área para conocer más a detalle al momento de tomar decisiones que atañen a un sector en concreto.

7.1.2 Liderazgo

HECMAQ SRL se basara en el concepto de “liderazgo flexible”, a partir de los distintos líderes que la encabezan son una de las características fundamentales para el

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 80 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

correcto funcionamiento y evolución de la organización.

Esto se debe a que la organización necesita un grupo de personas que pueda comprender y ayudar a los distintos empleados de la compañía, quienes en conjunto con los líderes de la organización conforman una "organización que aprende", con el fin de llegar al objetivo con éxito.

Los líderes deben diferenciarse del resto de los líderes comunes, ya que éstos son los encargados de implantar las distintas estrategias y pensamientos que favorecerán a que la organización pueda conducirse al aprendizaje.

7.1.3 Cultura

La cultura es el conjunto de reglas tácticamente asumidas, que dicen a los empleados que deben hacer. Está formada por valores, creencias, normas y suposiciones compartidas por los miembros de una organización. Una cultura se puede inferir en lo que dicen, hacen y piensan las personas dentro de un ambiente organizacional.

Para definir una nueva cultura organizacional nos basaremos en los siguientes puntos:


- ✓ Uso de símbolos, ceremonias, slogans, etc., que referencien los valores que se desean introducir.
- ✓ Efectuar programas de desarrollo humano y organizacional para enfatizar los valores culturales.
- ✓ Encarar programas motivacionales que refuercen las conductas.

Podemos decir entonces que la cultura organizacional es todo aquello que define a la organización. Es lo que resulta en la diferenciación de una organización de otra.

7.1.4 Proceso Toma de Decisiones

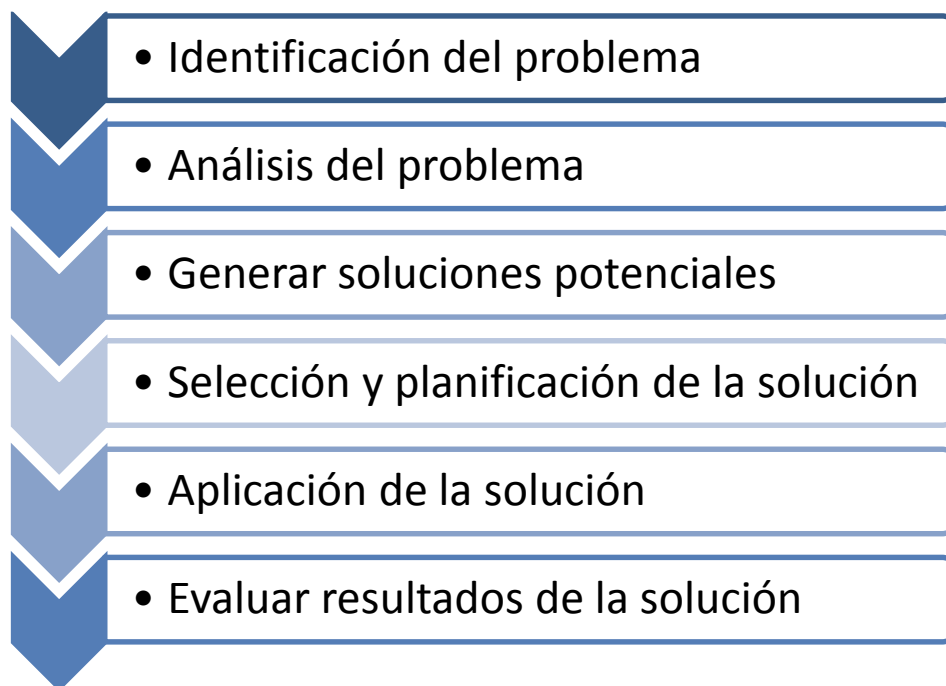
Al ser HECMAQ SEL una empresa nueva y en crecimiento, se basará en la toma de decisiones centralizadas, es decir que no se tomara en cuenta al personal de menor rango.

Al pasar el tiempo, y a medida que la empresa crece, se deseará pasar a un esquema de toma de decisiones descentralizada, en donde los diferentes miembros puedan participar


 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 81 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

del proceso.

El proceso de toma de decisiones contiene los siguientes pasos:




7.1.5 Descripción de puestos / tareas

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 82 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

Nombre Puesto	Gerente General
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Establecimiento de alianzas con proveedores • Pagos a Proveedores • Supervisión • Gestión de los Recursos Humanos • Inicialmente, encargado de Cobranzas
Remuneración	\$ 30.000 Bruto
Edad	35 – 50 años
Experiencia	5 años
Nivel de Educación	Universitario completo
Título	Carrera afines a sistemas

Nombre Puesto	Gerente Tecnología
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar las estrategias: <ul style="list-style-type: none"> a. Sistema web. b. Métodos de seguridad c. Sistemas de comunicación • Encargado de mantener los recursos informáticos
Remuneración	\$ 20.000 Bruto
Edad	30 – 50 años
Experiencia	5 años
Nivel de Educación	Universitario completo
Título	Carrera afines a sistemas

Nombre Puesto	Gerente Comercial
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Encargado de llevar el control del cumplimiento de las estrategias comerciales planteadas
Remuneración	\$ 20.000 Bruto
Edad	30 – 50 años
Experiencia	5 años
Nivel de Educación	Universitario completo
Título	Licenciado en Comercialización


 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 83 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

Nombre Puesto	Gerente Administrativo
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> Encargado de llevar adelante los controles sobre la liquidación de sueldos y todo lo relativo a los movimientos contables de la empresa.
Remuneración	\$ 20.000 Bruto
Edad	30 – 50 años
Experiencia	5 años
Nivel de Educación	Universitario completo
Título	Licenciado Administrativo

Nombre Puesto	Gerente Marketing
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> Encargado de llevar adelante las estrategias y controles de publicidad, promoción, distribución y precios.
Remuneración	\$ 20.000 Bruto
Edad	30 – 50 años
Experiencia	5 años
Nivel de Educación	Universitario completo
Título	Licenciado de Marketing


Nombre Puesto	Empleado de Ventas
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> Atención al público Toma de pedidos Asesoramiento
Remuneración	\$ 10.000 Bruto
Edad	25 – 50 años
Experiencia	Mínimo 2 años
Nivel de Educación	Secundario completo

Nombre Puesto	Programador
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de aplicaciones web Testeo
Remuneración	\$ 15.000 Bruto


 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 84 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

Edad	21 – 30 años
Experiencia	Mínimo 2 años
Nivel de Educación	Universitario en curso o completo
Título	Carrera afines a sistemas
Habilidades Requeridas	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento en Base de Datos • Conocimiento en los lenguajes ASP, ASP.NET y C#

Nombre Puesto	Analista
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Llevar adelante los requerimientos del sistema
Remuneración	\$ 12.000 Bruto
Edad	21 – 30 años
Experiencia	Mínimo 2 años
Nivel de Educación	Universitario en curso o completo
Título	Carrera afines a sistemas

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 85 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

ANEXOS


 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 86 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

1. Exportaciones

Exportaciones en millones de dólares, serie de la tendencia ciclo desde 1998 en adelante


Año	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Oct.	Nov.	Dic.
1998	2.218	2.227	2.239	2.252	2.260	2.258	2.244	2.214	2.171	2.118	2.061	2.007
1999	1.960	1.924	1.901	1.890	1.889	1.898	1.914	1.939	1.969	2.004	2.042	2.079
2000	2.111	2.136	2.154	2.164	2.169	2.169	2.170	2.176	2.187	2.203	2.220	2.236
2001	2.248	2.257	2.262	2.265	2.266	2.262	2.252	2.232	2.205	2.174	2.145	2.120
2002	2.100	2.085	2.076	2.072	2.077	2.092	2.119	2.158	2.206	2.259	2.315	2.370
2003	2.424	2.476	2.526	2.572	2.614	2.650	2.678	2.699	2.710	2.715	2.719	2.728
2004	2.745	2.769	2.798	2.826	2.849	2.869	2.887	2.908	2.935	2.970	3.010	3.053
2005	3.100	3.151	3.206	3.264	3.318	3.363	3.397	3.423	3.446	3.474	3.511	3.556
2006	3.602	3.644	3.679	3.708	3.738	3.775	3.820	3.873	3.932	3.995	4.059	4.121
2007	4.176	4.221	4.258	4.294	4.342	4.421	4.548	4.728	4.952	5.191	5.413	5.592
2008	5.716	5.795	5.849	5.900	5.954	5.996	5.992	5.915	5.754	5.522	5.258	5.007
2009	4.807	4.678	4.615	4.594	4.594	4.602	4.617	4.647	4.701	4.784	4.894	5.023
2010	5.157	5.285	5.394	5.485	5.558	5.619	5.677	5.747	5.840	5.965	6.116	6.284
2011	6.457	6.622	6.774	6.912	7.034	7.141	7.225	7.276	7.286	7.256	7.194	7.118

Fuente: INDEC


 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 87 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

2. Inflacion Anual (%)

Año	Inflación (%)	Presidente
1945	19,9	Edelmiro Farrel
1946	17,6	Edelmiro Farrel. Juan Domingo Perón
1947	13,6	Juan Domingo Perón
1948	13,1	Juan Domingo Perón
1949	31	Juan Domingo Perón
1950	15,6	Juan Domingo Perón
1951	36,7	Juan Domingo Perón
1952	38,8	Juan Domingo Perón
1953	4	Juan Domingo Perón
1954	3,8	Juan Domingo Perón
1955	12,3	Juan Domingo Perón. Pedro Eugenio Aramburu
1956	13,4	Pedro Eugenio Aramburu
1957	27,7	Pedro Eugenio Aramburu
1958	22,5	Pedro Eugenio Aramburu. Arturo Frondizi
1959	113,7	Arturo Frondizi
1960	27,3	Arturo Frondizi
1961	13,5	Arturo Frondizi
1962	28,1	Arturo Frondizi. José María Guido
1963	24	José María Guido. Arturo Umberto Illia
1964	22,2	Arturo Umberto Illia
1965	28,6	Arturo Umberto Illia
1966	31,9	Arturo Umberto Illia. Juan Carlos Onganía
1967	29,2	Juan Carlos Onganía
1968	16,2	Juan Carlos Onganía
1969	7,6	Juan Carlos Onganía

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 88 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

1970	13,6	Juan Carlos Onganía, Roberto Levingston
1971	34,7	Alejandro Agustín Lanusse
1972	58,5	Alejandro Agustín Lanusse
1973	60,3	Alejandro Agustín Lanusse, Héctor Cámpora, Raúl Lastiri, Juan Domingo Perón
1974	24,2	Juan Domingo Perón. Isabel Martínez de Perón
1975	182,8	Isabel Martínez de Perón
1976	444,1	Isabel Martínez de Perón. Jorge Rafael Videla
1977	176	Jorge Rafael Videla
1978	175,5	Jorge Rafael Videla
1979	159,5	Jorge Rafael Videla
1980	100,8	Jorge Rafael Videla
1981	164,7	Jorge Rafael Videla, Eduardo Viola. Leopoldo Fortunato Galtieri
1982	343,5	Leopoldo Fortunato Galtieri. Reynaldo Bignone
1983	433,7	Reynaldo Bignone. Raúl Alfonsín
1984	688	Raúl Alfonsín
1985	385,4	Raúl Alfonsín
1986	81,9	Raúl Alfonsín
1987	174,8	Raúl Alfonsín
1988	387,7	Raúl Alfonsín
1989	3079,5	Raúl Alfonsín. Carlos Saúl Menem
1990	2314	Carlos Saúl Menem
1991	84	Carlos Saúl Menem
1992	17,5	Carlos Saúl Menem
1993	7,4	Carlos Saúl Menem
1994	3,9	Carlos Saúl Menem
1995	1,6	Carlos Saúl Menem

 U A I UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2014
	Materia: Seminario de Aplicación Profesional		Docentes: CP. Jorge Scali, Ing. Eugenio Jorge Costa	Etapa Descripción
	Alumno: Badie, Héctor Claudio		Legajo: 2691	
	Sede: Norte	Comisión: "A"	Turno: Noche	Página 89 de 89
	Proyecto "Maquinarias HECMAQ SRL"			

1996	0,1	Carlos Saúl Menem
1997	0,3	Carlos Saúl Menem
1998	0,7	Carlos Saúl Menem
1999	1,1	Carlos Saúl Menem. Fernando de la Rúa
2000	-0,9	Fernando de la Rúa
2001	-1,1	Fernando de la Rúa. Ramón Puerta. Adolfo Rodríguez Saá. Eduardo Camaño
2002	40,9	Eduardo Camaño. Eduardo Duhalde
2003	13,4	Eduardo Duhalde. Néstor Kirchner
2004	4,4	Néstor Kirchner
2005	9,8	Néstor Kirchner
2006	1,9	Néstor Kirchner
2007	8,8	Néstor Kirchner. Cristina Fernández de Kirchner
2008	7,2 / 23,52	Cristina Fernández de Kirchner
2009	7,7 / 16,7	Cristina Fernández de Kirchner
2010	10,9 / 26,1	Cristina Fernández de Kirchner
2011	9,5 / 24,3	Cristina Fernández de Kirchner
2012	10,8 / 25,9	Cristina Fernández de Kirchner