



UNCUYO
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE CUYO



FACULTAD DE INGENIERIA
en acción continua...

MATERIA: ADMINISTRACIÓN GERENCIAL Y ECONOMÍA

Trabajo Práctico Nro. 2 : **Industrias – Industria de la Construcción.**

Titular: Ing. Miguel Valentini
JTP.: Arq. M. Celina de Cara

Año: 2024

Objetivos:

- Reconocer características esenciales de una industria.
- Identificar perfil característico de las industrias de la construcción.
- Analizar diferentes industrias de la construcción.

- ¿ Cuáles son las Industrias de la construcción ?
- ¿ Quién es el cliente ?
- ¿ Cómo manejan sus stocks ?
- ¿ Cómo resuelven la distribución ?
- ¿ Cuáles son los canales de venta ?
- ¿ Cómo fijan precios ?
- ¿ Cómo definen volúmenes de producción ?

Pautas para el desarrollo del T.P. 2:

Trabajo grupal. Equipos de hasta 5 integrantes.

- Hacer presentación grupal mediante video que se compartirá al resto del aula. Tiempo máx. de la presentación: 8 min. Mostrando aspectos destacables de la Industria elegida.
- Entregar archivo con Memoria descriptiva completa que aborde cada uno de los temas listados a continuación.

- Definir productos
- Clientes.
- Competidores.
- Compras
- Producción
- Logística
 - Cadenas de distribución.
 - Almacenamiento.
- Ventas
 - Stock. Rotación
 - Mercado
 - Volúmenes de venta.
 - Fijación de precios.
 - Canales de venta.
- Contabilidad/Finanzas
- Calidad.
- Marketing.



Modalidad de evaluación del T.P. Nro. 2:

- Presentación del video.
- Entrega de la Memoria descriptiva.
- El trabajo se evaluará con nota: 6 - aprobado para regularizar
7 a 10 - aprobado con posibilidad de promover la materia

Fecha de presentación: a 2 semanas de fecha del T.P.:

25 de marzo de 2024

Industria

- La industria es el conjunto de procesos y actividades que tienen como finalidad transformar las materias primas en productos elaborados, de forma masiva.

Producto:

- **Producto:** es algo que se ofrece a un Mercado para ser adquirido y satisfacer un deseo o necesidad.
- **Servicio:** es la o las actividades, beneficios o satisfacciones que son ofrecidos para su venta.

Clientes:

Identificar clientes objetivos.

Satisfacción del cliente.

Imagen del producto en el cliente.

¿A quién servimos?

¿Cuáles son sus necesidades?

¿Qué necesidades atendemos?

¿Cómo visualizan los compradores las necesidades?

Competidores:

- Identificar competidores.
- Fortalezas y Debilidades.
- Ventaja competitiva
- Competidor más peligroso
- Comportamiento futuro.

Compras:

- Materias Primas
- Proveedores
- Relación con proveedores
- Tercerización.

Producción:

Proceso productivo

Controles de calidad en el proceso

Automatización de la producción.

Logística:

Cadena de Distribución.

¿Cómo se transporta el producto?

¿Cómo llega el producto al cliente?

Almacenamiento:

Costos de almacenamiento.

Manejo de almacenes.

Tecnología aplicada a los almacenamientos.

Ventas:

Stock . Rotación.

La importancia del manejo eficiente del stock.

Costo financiero del stock.

Obsolescencia del stock.

Mercado:

Identificación del mercado que se atiende.

¿qué solución ofrecemos ?

¿quién son nuestros clientes ?

¿cómo aportamos soluciones ?

Volúmenes de venta:

Su temporalidad.

Curva de vida de un producto.

Estimación del volumen a producir.

Canales de venta.

¿Quién comercializa los productos?

Fijación de precios.

Precios de referencia

Valor percibido

Valor oportunidad

Calidad

Importancia de la calidad

Calidad necesaria

Satisfacción y deleite

Marketing

¿Cómo se promociona el producto?

Estrategias de desarrollo

Marca insignia

Análisis de las 5 Fuerzas Competitivas:

- 1.- Competidores actuales en el sector
- 2.- Competidores futuros. Entrantes
- 3.- Clientes
- 4.- Sustitutos
- 5.- Proveedores

