



Licenciatura en Marketing

Trabajo final de Graduación

Tema: Creación del O.M.L.E



Alumno: Juárez Carlos Federico

Docente: Samir Fernández Hachim

Año 2020



Índice

Introducción.....	PAG 3
Empresa (historia-estructura-empleados).....	PAG 3-6
Objetivos.....	PAG 6
Justificación.....	PAG 6
Fuerzas del macro entorno.....	PAG 6-9
Análisis de proyecto.....	PAG 8- 10
Análisis de Mercado de Cliente.....	PAG 10-13
Análisis de la Empresa (organismo) herramientas de gestión	PAG 13-21
Estrategia de Cobertura.....	PAG 22-23
Mercado Objetivo.....	PAG 23-25
Posicionamiento y elementos Objetivos.....	PAG 25-27
Proceso de Marketing Operativo.....	PAG 28-37
Conclusión y recomendaciones.....	PAG 37
Anexo marco teórico.....	PAG 38-41
Bibliografía.....	PAG 41



Introducción

La presente investigación se refiere al tema: creación del O.M.L.E, (organismo municipal laboral educativo) que surge como un departamento en el organigrama de una Municipalidad, con la finalidad de dar respuesta a una problemática social presente en su comunidad.

El interés del proyecto, es poder colaborar desde la institución gubernamental, mediante las propuestas educativas y laborales, con el fin de obtener objetivos que permitan la proliferación positiva del mismo, brindando una respuesta a la problemática de la cual se originó la investigación del trabajo en cuestión.

La redacción del mismo muestra una metodología empleada de herramientas de sondeo de entorno social, cultural, demográficos, como también, datos de probabilidad y comportamiento. Las propuestas del presente proyecto se enfocan a brindar un acceso a herramientas que les permitan a sus beneficiarios, aprender y desarrollar cualidades educativas y laborales con el fin de mejorar su entorno social.

La Empresa: Municipalidad

Historia: Como la provincia más antigua del país, en Santiago del Estero, la gran mayoría de sus pueblos y ciudades, se fueron fundando y formando por la llegada del ferrocarril, debido a la visión de grupos capitalistas que vieron la oportunidad de generar una gran actividad forestal en la extracción de madera de los montes santiagueños. Gracias a la intensa actividad generada en el año 1903 se delega un ramal importante de ferrocarril, que comienza a dar vida a zonas inhóspitas. Por dichos acontecimientos en el año de 1912 se crea la Sociedad Sirio Libanesa Estrella de Oriente. Y se constituye la comisión municipal tintina. Sumándose esta al destacamento policial, registro civil y escuela primaria. Tintina se encuentra en el dpto. Moreno, al noreste de la capital de Santiago del Estero, con aproximadamente 15mil habitantes, es una de las ciudades, por la cual circula una gran parte de la producción agrícola, ganadera-forestal de la provincia, siendo estas hoy las principales actividades del sector

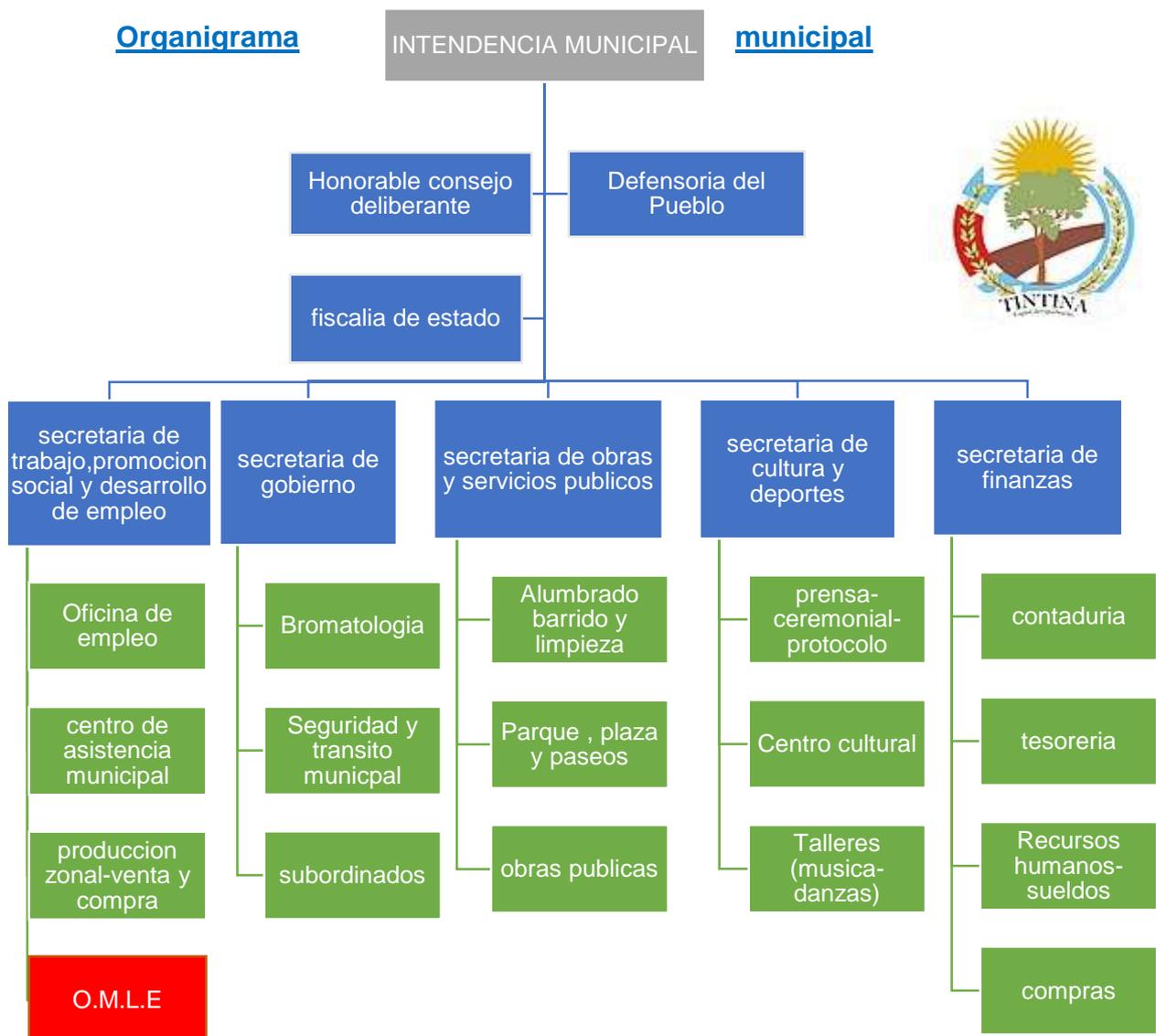
Para el año de 1991, la comisión, pasa a categoría formal de municipalidad, Se suman bancos, emisoras de radio, institutos de formación profesional y docente, planta



potabilizadora de agua. Desde aquella formalidad, y habiendo transcurrido varios mandatos, hoy la misma dio un cambio rotundo en favor a su pueblo. Generando empleo y nuevos proyectos de desarrollo de progreso para sus habitantes.

Estructura: En cuanto a su estructura, esta organización se representa en el siguiente organigrama. Cabe resaltar, que dentro de la misma varios de sus departamentos terciarían trabajos, ya sea por inconvenientes con herramientas y/o falta de las mismas.

En la actualidad este municipio se compone por un total de 65 empleados registrados como planta permanente con sus respectivos años de antigüedad. Y como se mencionó con anterioridad, existen subordinados que se contratan para distintos tipos de servicios, se estima que los mismos representan un total de 40. Entre personal con herramientas de gran porte, personal de deconstrucciones varias y personal de asistencia social, salud y promoción de empleo.





El cuadro representado con color rojo dentro del organigrama, indicando a la creación del proyecto en cuestión (O.M.L.E), se lo manifiesta de esta manera, hasta que el proyecto tenga su posible aprobación y recursos disponibles para la ejecución del mismo.

Objetivo

Tratándose de un proyecto de marketing social, el objetivo general del mismo centra su interés en informar, educar y brindar nuevos conocimientos beneficiando a la población en mejorar su entorno social mediante las propuestas presentadas.

Objetivos específicos planteados para lograr la meta del proyecto:

- 1) Promocionar en forma masiva la oferta del proyecto, sus características, sus beneficios y aprendizajes con la captación de nuevos integrantes o segmentos en la población.
- 2) Promocionar productos y promover los beneficios obtenidos
- 3) Reclutar 50 personas el primer mes al programa.
- 4) Alcanzar un mínimo de 15 individuos por sector productivo en el primer trimestre.
- 5) Incentivar estrategias de desarrollo con conocimientos y recursos locales
- 6) Lograr que el programa alcance los 200 beneficiarios en actividad llegado su ciclo de terminación.
- 7) Visibilizar el esfuerzo de los colaborativos e integrantes del programa.

Justificación

El presente proyecto se enfoca en una serie de actividades laborales y educativas, con una propuesta de beneficios socioculturales y económicos, a través de los cuales se busca dar apoyo en contra la problemática social identificada (**consumo de bebidas alcohólicas y sustancias prohibidas**), mediante el trabajo de investigación realizado.

Los datos y la información obtenida a través de herramientas de investigación, permitieron visualizar un segmento de la población, expuesto vulnerablemente a los efectos nocivos de la problemática en cuestión, por lo cual se pensó este proyecto con



la visión de generar beneficios y conocimientos que atribuyan una mejor calidad de vida en la población.

Análisis de Fuerzas del Macro entorno

Culturales:

La problemática detectada, determinada como un factor social de riesgo motivó la creación de la propuesta

El proyecto proporciona la existencia de oportunidades laborales y educativas

- ❖ Intentando disminuir la crisis de valores establecidos
- ❖ Proponiendo un programa de prevención
- ❖ Creando puestos laborales

La promoción masiva de productos y beneficios, se plantean con el objetivo, que el segmento seleccionado se manifieste como un **grupo de referencia** del proyecto.

Las variables a considerar, como fuentes de información que ayudaran a discernir inconvenientes que surjan de forma inoportuna y tomar medidas a pronto tiempo, para revertir y direccionar el rumbo deseado corresponde a:

- relación con las organizaciones
- visión de cambios en valores secundarios
- comunicación fluida con sectores interviniente.

La influencia que repercute del mismo, mostrara los beneficios en la población y el interés de participación posible se verá reflejado.

Político-Legal:



Argentina atraviesa un receso económico que dificulta las actividades de producción, debido a los efectos de la volatilidad de los mercados, la pérdida de valor de su moneda, acumulando alto porcentaje de inflación.

Las turbulencias financieras del 2018 impactaron en el país e implicaron la revisión del plan económico y la necesidad de contar con un programa con el Fondo Monetario Internacional (FMI). El mismo comenzó en 2018, por unos US\$57.000 millones, con el objetivo principal de estabilizar las cuentas públicas para alcanzar un equilibrio fiscal primario a fines de 2019.

A pesar de que la situación del país no es de la mejor manera, la provincia prioriza los ejes fundamentales de una sociedad, la educación, la salud, el trabajo, el deporte y la cultura.

Las políticas públicas del gobierno de Santiago del Estero tienen prioridad por la salud y la educación, como fuentes primordiales para el desarrollo de sus habitantes, es por ello que brinda todo el apoyo necesario a proyectos educativos, de inserción social, cultural y deportivo.

El proyecto en cuestión, es de un estado de gobierno, (municipal), este por lo tanto tiene la autoridad de regir normas, leyes, es decir, ejerce una cierta presión en todas las demás instituciones en cuanto a los negocios. Para el caso en particular, y tratándose de un proyecto sin fines de lucro, esta fuerza está fomentando a que sus habitantes, participen y se beneficien de los frutos del mismo, obteniendo de esta manera no solamente credibilidad personal, sino también, inclusión social, laboral y moral.

VARIABLES A CONSIDERAR COMO RESPUESTA A ESTE TIPO DE FUERZA EXTERNA.

- Incentivos de promoción-producción
- Protección de los recursos naturales utilizados en los procesos
- Convenios comerciales con instituciones que requieran los productos.

Tecnológico:

Este tipo de fuerza, son unas de las que tiene mayor relevancia en la actualidad, debido a sus grandes avances en la automatización de procesos. El macro entorno tecnológico proporciona nuevas herramientas de trabajo, destacando la



eficiencia, rapidez y la posibilidad de generar bajo costo al momento de un producción.

Ante este tipo de avances, cualquier proyecto debe enfocar a la tecnología como un factor que directamente proporciona oportunidades y amenazas en el desarrollo o ejecución de un proyecto.

Comparándolo con el proyecto O.M.L.E. esta fuerza proporciona nuevos métodos de desarrollos de actividades, efectivas herramientas, procesos de automatización de recursos, generación de nuevas ideas, como también, competencias que si no se consideran y actúan en función, trae inconvenientes futuros.

Variables de consideración para este tipo de fuerza.

- Repentinos cambios Tecnológicos
- Elevado presupuesto para la investigación de nuevas tecnologías

Económico:

Otro factor que determina el impacto de los proyectos es el económico, porque marca las condiciones y tendencias generales influyentes en los comportamientos de consumo en una sociedad.

Con relación al proyecto en cuestión, el municipio, encargado de regular la comercialización de los productos, proveer los insumos necesarios para comenzar la actividad productiva, debe poder enfrentar fluctuaciones que sucedan en la actualidad económica, escases de insumos, disminución de ventas o falta de producción a fin de concretar los objetivos y/o demandar su curso.

Variables de consideración fundamentales en esta fuerza externa.

- Desempleo
- Fluctuación de ingresos –cambio de consumo
- Disminución de demanda - estrategia de oferta



Análisis del Proyecto

Para dar respuesta a este ítem, se consideró una serie de encuestas que se realizó a habitantes de la ciudad, con el interrogante a que les parecía u opinaban sobre el proyecto que se podía ejercer para solucionar la problemática ya establecida en la sociedad. Entre muchas de las respuestas se obtuvo un alto grado positivo de habitantes apoyando el proyecto, y un bajo número de negaciones y abstinencia a contestar. En los siguientes gráficos se verán reflejados los mismos.

Para la encuesta realizada se tomó una muestra de 100 personas de ambos sexos, comprendidos entre la edad de 15 a 40 años, limitándose a esa edad, como referencia profunda de opinión y concepto.



Apoya al proyecto: La encuesta determinó que el 86% de las personas encuestadas están a favor el proyecto, dando el visto bueno de mismo, y brindándose como ayuda para la presentación de clases y coordinación de tareas, debido a que dentro de estos encuestados, se encontraron a profesionales de la educación, profesionales de las áreas relacionadas con los distintos tipos de oficios, y personas no profesionales, pero con alto grado de conocimiento del tipo de actividad competente.

Desacuerdo: Solo en 4% representado en el grafico corresponde a personas que están en desacuerdo, manifestando que para el único fin utilizado este tipo de proyecto, es para fines políticos- lucrativos y no por el bien estar de la sociedad, habiéndose plasmado y explicado el proyecto con sus características, misión , visión y objetivos, pero sin embargo se recibe este informe.



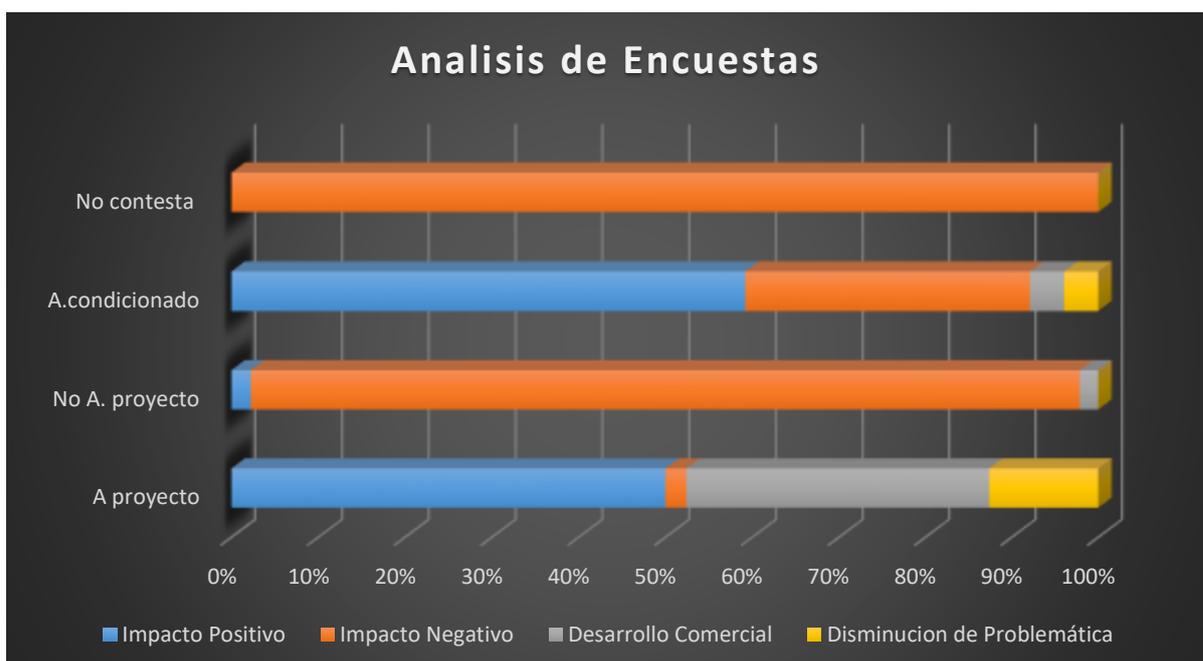
Apoyo Condicionado: se lo represento de esta manera, debido a las propuestas que se recibían por parte de los encuestados. Describiendo alguna de ellas a modo de ejemplo.

- Me parece buena la idea, pero primero sería bueno, que adelanten dinero, para que se pueda comprar herramientas e ir a tomar clases. (razón por la cual, se ve un apoyo condicionado, no favoreciendo a la acción del proyecto)

Cabe destacar que como estas, se recibió similares, y hasta más extensas propuestas cuando fue comentado el proyecto en los encuestados. De esta manera, solo representa el 8% en el gráfico de encuestas.

No Contesta: Solo el 2% del total de encuestados representan esta sección, situación por la cual se daba por haber encuestado a la oposición política del gobierno de turno, y a personas que no comparten las políticas de gestión del municipio en cuestión.

- Otra encuesta realizada y tomando referencias de distintas opiniones se confecciono un gráfico que representa la importancia del proyecto, y el impacto en la sociedad, clasificando de esta manera las fortalezas que representara, las oportunidades que brindara a sus integrantes y al desarrollo de una nueva actividad comercial con fines sociales, educativos y laborales para sus ciudadanos.





Teniendo en cuenta los resultados obtenidos mediante las encuestas, considerando un impacto positivo para el desarrollo del proyecto, se manifiesta las características que representarían a la institución como organismo propiamente dicho.

Análisis de Mercado de Clientes

Un estudio demuestra que el consumo de alcohol es uno de los principales factores de riesgo que provoca enfermedades (cardio y cerebro vasculares trastornos metabólicos)

El consumo de alcohol asocia muertes y discapacidad el 20% y el 50%-, lesiones intencionales y no intencionales, violencia interpersonal, enfermedades infecciosas, enfermedades psiquiátricas, daño cognitivo y cáncer



El consumo temprano de alcohol, habilita la puerta de acceso a otra problemática de gran impacto nocivo en la sociedad. El consumo de estupefacientes es un segmento en alza en los últimos 5 años

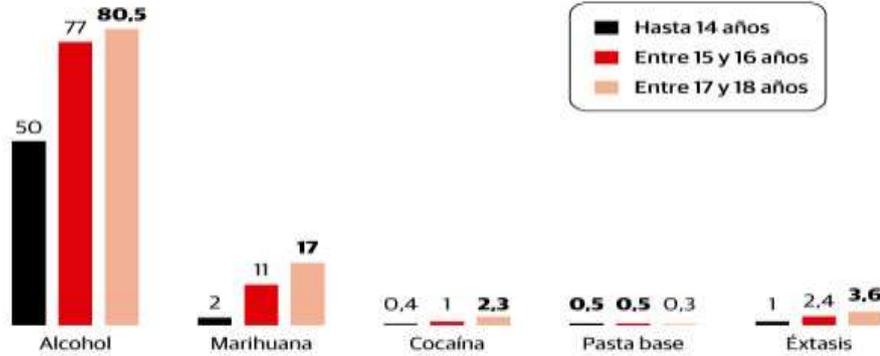


Una tendencia en alza

Encuesta: 738 casos, entre 12 y 65 años, durante 2017.

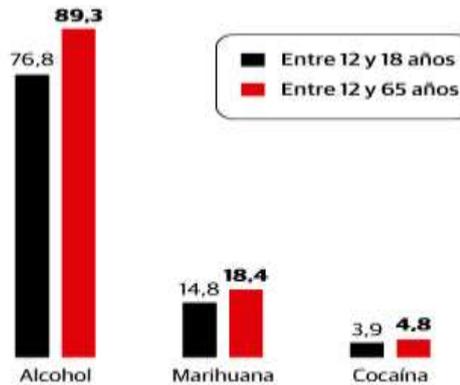
Consumo mensual, por sustancia y por grupo

Tasa de prevalencia.



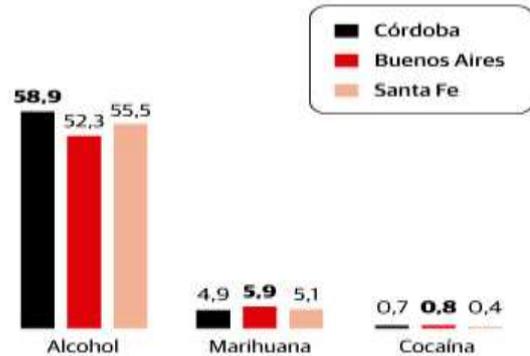
Consumo alguna vez en la vida

Por sustancia.



Consumo de sustancia durante el último mes

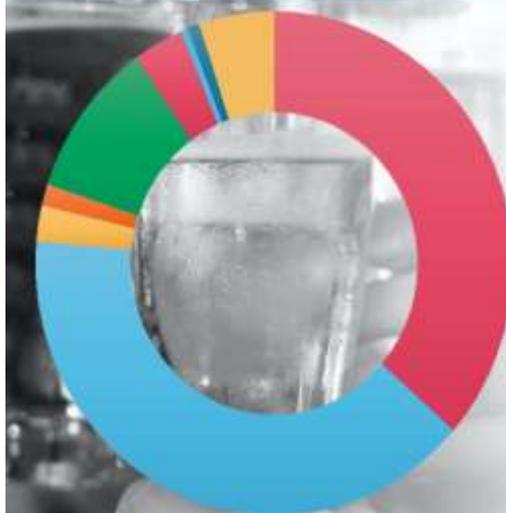
Población de 12 a 65 años.



Fuente: "Observatorio de la droga" - Sedronar.

LA VOZ

SI TU RESPUESTA FUE SÍ: ¿CUÁL DE LAS SUSTANCIAS QUE CONSUMÍAS HAS AUMENTADO?



- 36,5% Alcohol
- 39,9% Tabaco/Cigarrillos
- 2,3% Vapeo/ Cigarrillos electrónicos
- 1,4% Bebidas Energizantes
- 10,1% Ansiolíticos/Antidepresivos
- 3,4% Marihuana
- 0,5% Drogas sintéticas
- 0,8% Cocaína
- 5,1% Otras



La iniciativa del desarrollo del proyecto se basa en personas de diferentes edades que presentan problemas de salud ante el flagelo del consumo de bebidas alcohólicas y sustancias prohibidas.

La propuesta del proyecto engloba el accionar social ante la situación promocionando sus beneficios.

Lo que se prevé con este proyecto es, reforzar las estrategias que estén asociadas a combatir estos tipos de flagelos en la comunidad, brindando la ayuda con una perspectiva diferente de educación y concientización.

Análisis de la Empresa (organismo):

Herramientas

Análisis de los 5 fuerzas de porter



Herramienta de gestión que permite analizar y medir recursos frente a estas 5 fuerzas, mediante las cuales el plan estratégico estará en condiciones óptimas para establecer y planificar estrategias que potencien su oportunidad o fortalezas para hacer frente a las amenazas y debilidades.



Poder de compradores

Variable de amenaza que se presenta si el consumidor final de productos terminados exige condiciones relacionadas al precio, calidad y servicio

Acciones de respuesta ante esta variable:

- inversión en marketing y publicidad
- incrementar calidad de productos
- generar valor en canales de distribución

Poder de Proveedores

Proveedores que cuentan con gran organización y recursos relevantes, hacen atractivo el mercado. La materia prima en stock de acuerdo al desarrollo de la estrategia y la rentabilidad que permita dicha acción, facilita variar precios de productos, estándares calidad, plazos de entrega y formas de pago

Acciones de respuesta

- aumentar cartera de proveedores
- relaciones a largo plazo

Amenaza de productos Sustitutos

Variable externa de amenaza, el segmento definido no será atractivo si existen productos sustitutos que presenten menor precio o estén dotados mejor tecnológicamente

Acciones de respuesta

- controlar nuevas tendencias e influencias en el segmento
- promocionar diversificación de productos sustitutos
- mejorar canales de venta
- publicidad

Amenaza de Nuevos Competidores

La competitividad de la organización se debe reflejar en acciones que permitan preservar la cuota del mercado en donde se definió establecerse la estrategia



comercial mediante la diferenciación de atributos de productos y diferenciación del servicio.

Acciones de respuesta

- incremento de calidad de productos
- reducción de precios (manteniendo márgenes solventes)
- promoción de nuevos servicios que fortalezcan al producto (post-venta)
- mejoras en características de productos y servicios

Rivalidad competitiva

Factor resultante del análisis de la fuerza que proporcionan la información necesaria, para la toma de decisiones respecto de la estrategia comercial de posicionamiento en el mercado

Una fuerte rivalidad en el mercado, define un gran número de estrategias, ante esto, se recomienda

Acciones de respuesta

- Aumentar la inversión del marketing
- Incrementar la calidad del producto
- Rebajar nuestros costos fijos
- Proporcionar un valor añadido a nuestros clientes
- Mejorar la experiencia de usuario

Análisis de información

La puesta en práctica de las herramientas seleccionadas para el diagnóstico del microentorno, proporcionaran los parámetros necesarios, para llevar a cabo las acciones correspondientes de la estrategia del proyecto

La información que se detalla en las estadísticas muestra que existe mercado para el proyecto propuesto. El segmento seleccionado es el punto de partida de la propuesta, los beneficios obtenidos de la estrategia, determinaran la expansión del mismo.

Los que el mismo busca es la inclusión social del segmento de la población y poder expandir los beneficios propuestos



Las nuevas tecnologías, y nuevos métodos que puedan mejorar en el desarrollo de los procesos de producción del proyecto, serán analizados con continuidad

El resultado de los beneficios obtenidos de la manufactura de los productos, en medida y curso del proyecto, se evaluará la competencia de acuerdo a:

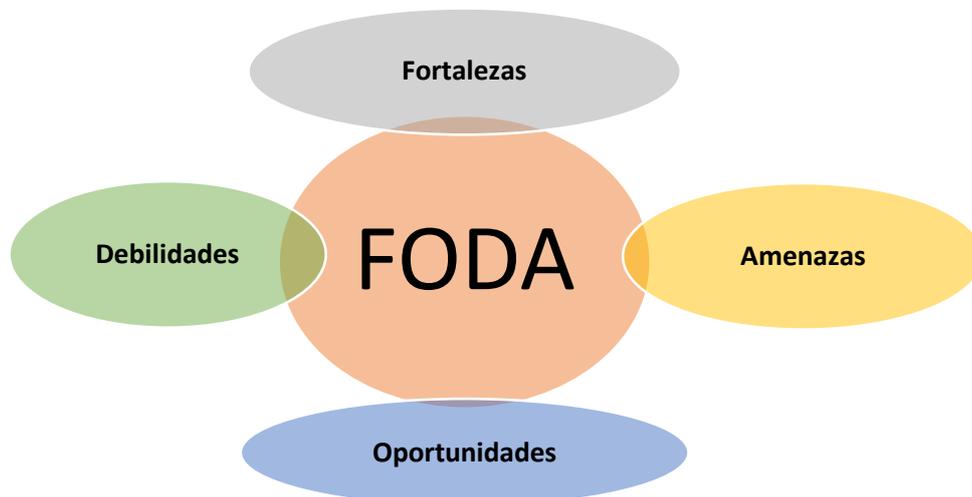
Comerciantes vendan los mismos productos y un precio más bajo

Analizar nuevas ideas de promoción e impacto en el segmento

Difusión de productos en redes sociales

Analizar posible amenaza de productos sustituto en el segmento

Diagnostico F.O.D.A



Descripción de los componentes de la matriz con sus elementos de análisis y consideración en la toma de decisiones.



FORTALEZAS:

➤ **Infraestructura edilicia propia**

El proyecto cuenta con edificio propio, con el fin de remodelación completa o parcial dependiendo de las decisiones finales de los responsables de la aprobación del mismo, o la construcción del mismo en terreno de propiedad del municipio, representando de esta manera, una gran ventaja en el presupuesto general proyecto, reduciendo el monto económico en infraestructura.

➤ **Bajo nivel de costos fijos**

Como principio en el “inicio” de actividades, los costos fijos no incidirán directamente sobre la producción final. Esta medida se implementará de forma que promueva el incentivo productivo al recurso humano, dando como resultado un mayor volumen de producción. A medida que esta estrategia siga su curso, será respaldada por el municipio, siendo este el que sostenga el peso de dichos costos en un tiempo determinado, hasta que el proyecto tenga el financiamiento económico necesario, que se verá reflejado en los objetivos entre los diferentes sectores, derivado de la comercialización de su producción para soportar los mismos.

➤ **Apoyo general en dictado de capacitación a bajo costo para el desarrollo de las actividades**

Como se mencionó con anterioridad, esta variable fortalece en gran medida al dictado de clases en los diferentes rubros productivos del proyecto. Con la participación de profesionales y no profesionales cooperando y brindando su aporte y conocimientos, se puede reducir costos en materia de capacitación como inicio de actividades, cabe destacar que en el transcurrir del tiempo, se buscara profundizar este aspecto y designar de modo fijo al personal que ejerza de manera continua las clases pertinentes dentro de la institución

➤ **Ayuda en Financiamiento económico por parte del Estado**



Como se trata de un proyecto emigrante desde el Municipio, conformando una gestión de políticas públicas, el superior gobierno emite ayuda económica para las gestiones sociales, culturales y recreativas de los municipios. Ante la veracidad de este proyecto se tiene por seguro que la ayuda pertinente estará respaldada con continuidad y recurso que sea necesario para la constante actividad del mismo, siendo esta ayuda, un gran promotor para las actividades que se desarrollen en dicho proyecto.

OPORTUNIDADES:

➤ **Aporte de capital humano y comercial por parte de propietarios de negocios del rubro**

Se considera el apoyo educativo, comprendido en experiencias y conocimientos de aquellas personas, profesionales y no que proponen su aporte en los diferentes rubros productivos, en base a procesos, herramientas y tipo de comercialización de los diferentes productos.

Comprendiendo la parte comercial, conforma los contactos con potenciales clientes futuros que requieran en gran medida los productos terminados, los mismos que aportan solidariamente un tipo de enseñanza, facilitarían contactos propios para la comercialización de los productos o ellos mismos, comprando dicho producto final.

➤ **Nuevos procesos tecnológicos y herramientas para el desarrollo de las actividades**

Con el avance tecnológico, la constante sistematización de procesos productivos, y las nuevas herramientas que fortalecen la eficiencia en los procesos, se tiene la oportunidad en gran medida de observar mediante la navegación en internet, como se puede ser más eficientes en la producción, como evitar el derroche y aprovechar al máximo las materias primas, propiciando nuevos productos a partir de reciclados, y nuevas formas de trabajo en los procesos.

En medida que la producción crezca, se buscara sustituir las herramientas actuales, por nuevas novedosas que permitan más eficiencia y rapidez de trabajo, direccionando los procesos con el fin de obtener la producción deseada y acorde a los objetivos planteados en los diferentes sectores productivos que integran el proyecto.



➤ **Comercialización de los productos elaborados con la contribución económica general a los integrantes del organismo (personal que produce)**

Esta variable representa la contribución económica que beneficiaría a la mano de obra productiva, representado como un porcentaje de ganancia sobre las ventas del total de la producción del sector al cual corresponda dicho personal. Planteado el mismo como un incentivo para el progreso del proyecto y beneficio de las personas que lo integran. Oportunidad que le permite al integrante de cada sector el beneficio porcentual de ganancia sobre lo producido, y oportunidad para el proyecto que nuevas personas quieran ingresar al mismo, engrandeciendo de esta manera a la institución, proyectando nuevas expectativas, nuevas relaciones comerciales, producto del crecimiento institucional, y productivo del mismo.

DEBILIDADES:

➤ **Dependencia en medida del Estado**

Muchos de los proyectos de gestión de un Municipio, son en medida directa o indirectamente dependientes del gobierno de turno. Esto representa el tipo de relación que existe entre el municipio y el gobierno actual, el tipo de ideología política es un factor constante que determina los beneficios o negaciones que puedan existir entre las partes.

En la actualidad y por un plazo de 4 años, (lo que durará el mandato del actual jefe comunal y aproximadamente del gobernador de turno) del cual se tiene una relación completamente favorable, representa un aspecto positivo, sin embargo, no deja de manifestarse como una debilidad, sobre un posible mal entendido entre las partes, o decisiones erróneas en la gestión, que imposibilite los beneficios propiamente dichos, afectando en gran medida al proyecto en cuestión.

➤ **No disponer de un capital significativo (nivel municipal) para afrontar una inesperada emergencia económica**

Como se detalla en la variable anterior, (**dependencia**) respecto del financiamiento en medida y del aporte benefactorio de un ente superior al organismo municipal, una crisis económica en la institución significaría un problema de alto impacto sobre el funcionamiento del proyecto.



Como comienzo de actividades, el municipio promotor del proyecto sostiene los costos fijos, como incentivo directo para la producción en escala del producto en un lapso determinado de tiempo, hasta mediante las ganancias obtenidas de las comercializaciones de los sectores, aporten el capital correspondiente para solventar los mismos. Cabe destacar que el proyecto tiene sus beneficios, pero deberá sostener sus costos en medida desarrolle sus actividades, manteniéndose el mismo, como una debilidad si no puede con esta responsabilidad.

AMENAZAS

➤ **Variables económicas**

Las variables económicas representan factores del alto impacto, tanto para la comercialización de productos, la obtención de materias primas, el encarecimiento de los procesos, el poder adquisitivo y la situación actual de los mercados de consumo.

Contar con información constante sobre el funcionamiento del mercado de consumo, ayudara de discernir los nuevos costos que requieran un ajuste en los procesos. Reformular el precio de los productos, adecuándose al beneficio del productor y del cliente, para no disminuir la participación en el segmento de comercialización, evitar falencia ante la competencia y reivindicarse ante los constantes cambios económicos en la cadena de consumo

➤ **Inflación alta-ocasionando la disminución del poder adquisitivo**

Representada como una variable externa, que solo puede ser gerenciada por el gobierno actual de un país, la inflación afecta directamente desde la adquisición de la materia primas necesaria, pasando por el encarecimiento de los procesos de producción, culminando en un pedido de una mejor ganancia por parte de quienes producen dichos productos. La inflación siempre representara una amenaza latente. Como medidas de resguardo y protección, el proyecto enfatizara sus medidas de adecuación a este tipo de amenaza mediante una serie atributos: llevar un orden constante de los estados contables, la reducción máxima de los gastos de la institución y el mejoramiento continuo ante la competencia.



Matriz F.O.D.A

	Fortalezas	Debilidades
Análisis Interno	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Infraestructura edilicia ❖ Inicial Bajo nivel de costos fijos ❖ Financiamiento económico del estado ❖ Ubicación geográfica estratégica ❖ Colaboración en el dictado de conocimientos ❖ Enfoque productivo en la sociedad ❖ Relación estrecha con proveedores y distribuidores de la cadena de valor 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Dependencia económica del estado ❖ No Disposición de capital para afrontar emergencia económica ❖ Incapacidad de financiar cambios necesarios en la estrategia ❖ Falta de capacitación en algún sector productivo ❖ Demoras en los procesos productivos
	Oportunidades	Amenazas
Análisis Externo	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Diversificación en los procesos productivos ❖ Comercialización de productos terminados ❖ Expansión de nuevos segmentos de mercado ❖ Aporte educativo de conocimientos en actividades de producción y comercialización ❖ Sistematización de procesos con nuevas tecnologías 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Fluctuación económica constante ❖ Incremento de ventas de productos sustitutos de la competencia ❖ Desfinanciamiento del proyecto ❖ Cambios en el sector político- comercial ❖ Inflación
	Factor Positivo	Factor Negativo



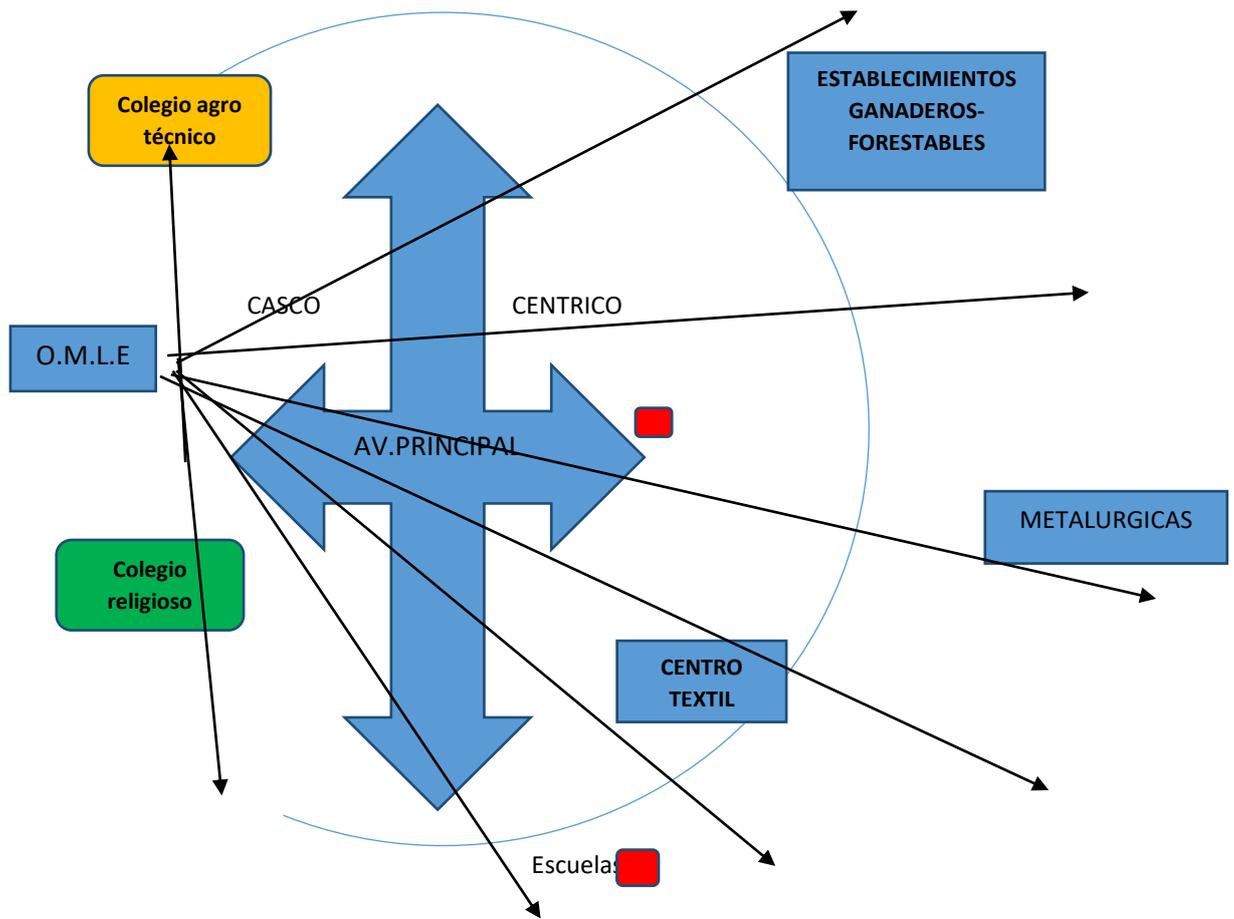
Estrategia de Cobertura de mercado

La estrategia de cobertura de mercado designada para este proyecto corresponde a la **distribución exclusiva**, comprendido de esta manera, por el posicionamiento del futuro centro de distribución único como comienzo de actividad. En la variabilidad de los distintos desarrollos de producción y comercialización de productos, este organismo buscará intensificarse, a fin de establecerse como entidad impulsora de un proceso, destinado a resolver una problemática.

Como los objetivos específicos definidos establecen un curso a seguir, este organismo emplea este tipo de distribución en su comienzo, posibilitando a aquellos futuros clientes la exclusividad de oferta de los diferentes productos producidos, por mano de obra regional, de calidad y a un precio menor que la competencia en cuestión. Cabe destacar, que el fin último, no es generar un negocio lucrativo para el municipio, sino un apoyo social, laboral y económico, para quienes se interioricen en la capacitación de nuevos oficios.

La decisión de esta estrategia es poder concentrar la venta y comercialización de los productos a un segmento en general. Compuesto el mismo por el territorio zonal de la ciudad, establecimientos que apoyan el proyecto, pueblos y parajes aledaños a pueblo en general.

A continuación de desarrolla a modo de ejemplo un gráfico que ilustra la cobertura de alcance que pretende el proyecto O.M.L.E

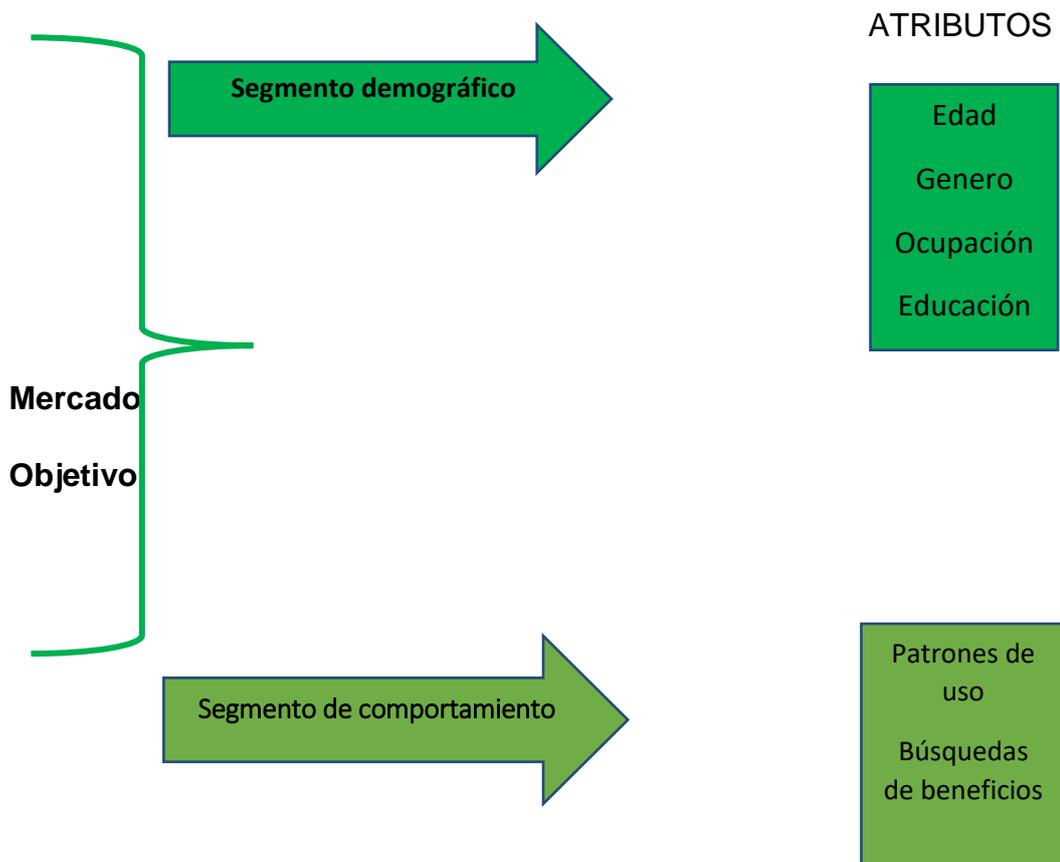




Mercado Objetivo

Como tratándose de un departamento dentro del organigrama organizacional de la municipalidad surge la necesidad de realizar una investigación de mercado, para recopilar información, que ayudase al análisis de las necesidades que se debían satisfacer, identificando en ella la problemática planteada durante el trabajo en curso.

La realización de la misma, presento características, cualidades, estadísticas y sobre todos datos **demográficos**, que fueron los más considerados para realizar la segmentación del mercado, re fortaleciendo la misma con el enfoque del segmento de comportamiento como determinante de la situación a tratar considerada para este tipo de proyecto a fin de dirigirse a los consumidores con gran precisión.





Descripción de atributos

Demográficos:

- **Edad:** La investigación de mercado determinó que desde los 14 años los jóvenes presentaban comportamientos propiciados por un uso excesivo de productos no saludables. Este atributo tuvo gran relevancia en el momento del armado del proyecto, debido a que la idea general se enfocó a solucionar la problemática establecida, principalmente dirigiendo el esfuerzo a los jóvenes, como solución óptima y oportunidad de desarrollo.
- **Género:** comprendiendo a ambos sexos, el proyecto enfoca sus esfuerzos al desarrollo de todos los ciudadanos radicados o no que deseen desarrollarse, educarse y aprender.
- **Educación:** Atributo general para cualquier tipo de segmentación, para este caso en particular, la educación es el pilar fundamental de este proyecto, debido que a través de la misma se podrá transmitir a los integrantes del organismo las capacidades de superación de problemas, la capacitación en los procesos de desarrollo de las actividades por medio de los profesionales y no profesionales que ejerzan el rol de tutores de enseñanza dentro de la institución

Segmento de Comportamiento:

- **Patrones de uso:** Este tipo de atributo dentro del segmento se ha considerado por el comportamiento de los consumidores (jóvenes) de acuerdo a la concurrencia repetitiva a lugares de interacción, e intercomunicación al constante mal hábito de consumo de las sustancias en cuestión y al comportamiento que llevan las mismas como resultado de su uso excesivo. Algunas de las herramientas utilizadas para lograr la convergencia de dichos consumidores a estos puntos de encuentros, son principalmente la telefonía celular y redes sociales.



- **Búsqueda de solución:** mediante este atributo se pretende generar una solución óptima a la problemática, brindan un beneficio a sus integrantes, consumidores y a la sociedad en su conjunto.

Posicionamiento de marca

Como ha de esperarse, las intenciones institucionales consiste en poder establecer la imagen de empresa en el rubro que se pretende interiorizar, ofreciendo una serie de productos de calidad, con constante capacitación en su desarrollo, la oferta de oportunidad comercial para sus integrantes, un aporte a la sociedad mediante un compromiso social, y un desarrollo del capital humano generando un camino que ayude a mejorar el futuro de sus ciudadanos.

Con la estrategia de promoción y oferta de las características y oportunidades del proyecto, se busca llevar la imagen de la empresa, a un estímulo que pueda captar el interés de los consumidores del mercado.

Establecer el posicionamiento de la marca de esta organización, permitirá nuevos proyectos, facilitará nuevos convenios, trayendo consigo, posibles nuevas inversiones en el organismo.

Como factores de consideración utilizados en la estrategia de posicionamiento se resaltan.

- **La diferenciación:** demuestra las capacidades y fortalezas de la empresa, ayuda a fortalecer la imagen, no siendo lo mismo posicionándose junto a la competencia, que no permite ventaja alguna.
- **Beneficios:** los beneficios otorgados por el proyecto, tendrán un impacto positivo enardecido a la imagen del organismo.
- **Perfeccionamiento:** mediante este factor se les brinda a los consumidores una imagen de empresa que se encuentra en constante desarrollo de capacitación, nuevas tecnologías y herramientas eficientes en los procesos productivos
- **Comunicación:** como medio de relaciones internas y externas en el organismo. Capacidad de vínculos con integrantes y consumidores, procesos en curso, soluciones inmediatas y relaciones comerciales.



Elementos Objetivos

Como elementos objetivos para el posicionamiento de la marca, se ha considerado atributos de los recursos de trabajo que se emplearan en los procesos de producción, la interacción de todos los sectores del organismo comprometidos en mantener y seguir la visión del proyecto, aportando su esfuerzo enfocado en la misión final a lograr los objetivos planteados.

Higiene y seguridad:

Se establecerán normas que alcancen a todos los sectores productivos, manteniendo la limpieza del área de trabajo, herramientas, y demás objetos de manipulación, con sus respectivos dispositivos de seguridad, dependiendo de las tareas a que correspondan

Reciclado:

Como una forma de abaratar costos y descartar el mayor posible derroche de materia prima, reutilizando las mismas en la elaboración de productos que no estén en serie, o donando a los demás sectores para designarles un nuevo uso.

Atención integral:

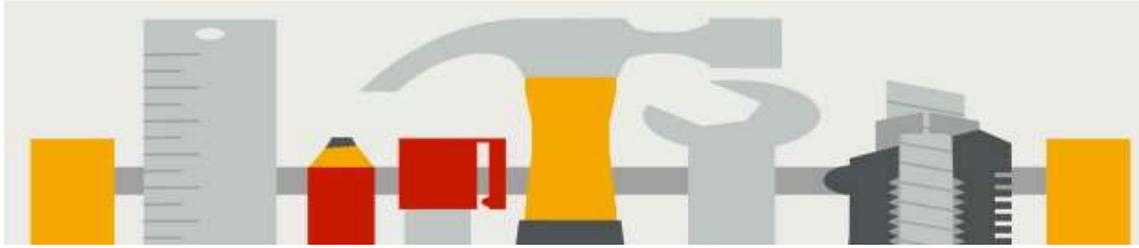
La atención integral comprende todos los servicios que se necesiten para satisfacer las necesidades tanto de consumidores, como de integrantes de la producción, llegando de esta manera a evacuar quejas, recibir opiniones, procesar nuevas ideas, pedidos, y mantener una comunicación fluida interna y externa en la organización.

Marco legal-institucional:

El manejo preciso del marco legal-institucional, es de gran importancia, porque está relacionado con las políticas, programas y planes que corresponden a los diferentes sectores que componen la organización. Las normas y regulaciones legales formaran los vínculos de desempeños técnico-profesionales en todos los equipos de trabajo.

Trabajo conjunto

Conformar un equipo de trabajo dinámico, participativo en las relaciones políticas, sociales y culturales dentro del organismo, mostrando una flexibilidad de interacción entre sus miembros, para lograr una autonomía competitiva en el contexto de trabajo, fomentando el curso de acción sobre el desarrollo de los objetivos.



ORGANISMO MUNICIPAL LABORAL EDUCATIVO

Logotipo establecido

O.M.L.E

Proyectando Futuro

Proceso de Marketing Operativo

Como componentes del marketing operativo en el análisis del producto-servicio, precio, comunicación y distribución, en el proyecto planteado se tiene en cuenta otras funciones que suman importancia en el desarrollo de la estrategia para el mercado o en este caso el entorno al cual se fija los objetivos.

Las políticas coordinadas, los grupos operativos de gestión en los diferentes sectores, los diferentes tipos de personas encargadas de gestionar las estrategias comerciales pertinentes, deben ser integradas en un proceso genérico único, que permita conllevar al curso de acción y direccionamiento de la estrategia del proyecto

Se debe tener en cuenta los aspectos psicológicos y sociológicos que el producto producirá en los consumidores, aquel impacto de imagen y valores que proporcionará el producto en cuestión.

El análisis de todas estas herramientas, conglomeradas en conjunto, con el curso de acción correcto, deben conformar cada uno de los eslabones de la cadena que nos permitirá llegar al objetivo, ya que el marketing operativo contempla todos los elementos, atributos y cualidad en conjunto, NO aisladas.



La estrategia comercial de marketing para el proyecto, se refleja en un marketing mix que contempla las acciones tácticas de sus principales variables conocidas como las **4Ps:** acepción anglosajona (product, price, place y promotion)

Producto – servicio:

El proyecto **o.m.l.e.** es un programa de reinserción social, que diseña, coordina y ejecuta el desarrollo de tareas educativas y laborales, como propuesta para potenciar habilidades básicas socio-laborales, que permitan un mejor estilo de vida en la población.

El servicio comprende las actividades de

- ❖ Herrería
- ❖ Carpintería
- ❖ Producción general (caprino-porcino-ovino)
- ❖ Textilería (confección)
- ❖ Agricultura
- ❖ Apicultura

Producto-Servicio básico: comprendido como la oferta mínima del proyecto, para cubrir la necesidad que lo origina. (Reinserción social, acciones educativas, ante los flagelos antes mencionados)

Producto-Servicio real: Es el conjunto de atributos y beneficios que representa el proyecto

Producto-Servicio aumentado: El alcance general de los objetivos del proyecto, conllevara al replanteamiento de nuevos atributos y beneficios del producto-servicio que comprende este proyecto. El impacto positivo permitirá generar nuevas precisiones en la estrategia para generar valor a los mismos.

Calidad del producto-Servicio:

Como medida básica, se designa a una persona que será la encargada de velar el comportamiento de cada área, sector y proceso de producción. Representando esta acción como una auditoria de diagnóstico que nos permitirá saber el curso de acción que está transitando la estrategia planteada o si se tiene que tomar acciones de corrección

Los informes continuos de cada área contribuyen a la mejora continua de la estrategia



Precio

En este tipo de variable, se analiza el costo de participación del mercado meta en relación al proyecto

El Precio social de un determinado recurso (bien o servicio), es igual al precio de mercado afectado por un factor de corrección, que refleja las imperfecciones o distorsiones que operan en el mercado.

Precio de Mercado x Factor de corrección = Precio Social

Los precios sociales son valores que reflejan el verdadero costo para la sociedad de las unidades adicionales de recursos utilizados en la ejecución y operación de un proyecto de inversión.

Los proyectos de inversión pública, generan un incremento de la oferta que provoca una disminución de precios y un incremento del consumo, que podremos asociarlo como un costo de oportunidad al conjunto de atributos que percibe un proyecto de inversión pública, posible exento de: impuestos – externalidades

Favorecido por subsidios, representando un precio de demanda que se observa en el mercado de forma notable y que el precio de la oferta sea competitiva.

Plaza

En cuestión a este aspecto, habíamos establecido el rango de alcance que propiciaría el organismo una vez comenzado el proyecto.

Punto de venta: Situado en un lugar estratégico, con cooperación de entidades educativas, y mediante del flujo constante de individuos, posibilitando la venta de los productos terminados, el canal de comercialización se presenta más estrecho, eliminando ciertos eslabones en la cadena de consumo, permitiendo vender el producto directamente al consumidor final, obteniendo de esta manera un trato directo con el cliente, un sondeo de inquietudes y fortalecimiento en la corrección de errores tanto en los procesos , como la atención y tratos personales.

Plan de Comunicación: Los canales de comercialización para el servicio en cuestión, son la proyección e intervenciones tempranas mediante programas de inserción, educativos, laborales en todos los aspectos, buscando poder captar el mayor número



de reclutas que deseen beneficiarse de dichos programas mediante las asociaciones barriales, sugiriendo beneficios y planteando un proyecto sólido y de repercusión futura, presentándolo siempre como un beneficio económico propio para los participantes

Promoción

La difusión del proyecto se acentúa en un marco regional principalmente, buscando arraigarse de forma rápida y eficaz, no significando así, que sea fácil, pero tratando de utilizar todas las herramientas, todos los medios necesarios que permitan acercar y virilizar la creación de este proyecto, manifestando los beneficios y oportunidad que lo complementan.

Los medios de difusión utilizados y que con frecuencia a los que más concurrencia accede de forma práctica y común, es la radio difusión. Y se hace hincapié en este medio, con frecuencia, porque tiene un radio de alcance mayor a la intensidad de señal telefónica (INTERNET) que en la pequeña ciudad existe por el momento, debido al variado número de lugares aledaños

Otros medios muy contundentes son las redes sociales, factor de gran impacto en la promoción de un producto

Folletos y volantes físicos y virtuales como cadenas en whatsapp que se virilicen de manera continua, siendo esta acción una estrategia de promoción de comercio electrónico

Reuniones en establecimientos educativos de niños, y jóvenes adultos, intervenciones urbanas con temáticas publicitarias.

Publicidad constante en eventos culturales, y de otras índoles

Charlas de integridad comunicacional, en centros de reclusión

Como parte de esta estrategia de marketing mix, se complementa con las herramientas de promoción del producto-servicio de las estrategias push y pull las cuales intensifican las acciones



La estrategia push (empuje) permitirá que si existen intermediarios para los productos manufacturados (puntos de distribución y venta), estos focalicen el esfuerzo y el objetivo del proyecto, generando un enfoque y percepción del mismo

Por otro lado, como complemento la estrategia pull (atracción) permitirá que las acciones de promoción a través de los medios utilizados, generen los estímulos necesarios que permitan la atracción de los segmentos de mercado mediante las publicidades que se generen en el transcurso de la estrategia

Sistema de gestión de control

El balance scorecard o cuadro de mando integral, es la herramienta que se utiliza en este proyecto como sistema de control, por su metodología, que permite estructurar **los objetivos estratégicos** de forma dinámica e integral para ponerlos a prueba según los indicadores que evalúan el desempeño de cada sector productivo, direccionando el esfuerzo al objetivo general del proyecto garantizando una gestión verdaderamente eficiente y eficaz.



En función de cada departamento y sector que integra el proyecto, se define una serie de indicadores que representan la fuente de información necesaria para la toma de decisiones.

Indicadores de seguimiento: Comprenden para cada uno de los sectores intervinientes en el proceso



Sector:

- ❖ Herrería
- ❖ Carpintería
- ❖ Producción general (caprino-porcino-ovino)
- ❖ Textilería (confección)
- ❖ Agricultura
- ❖ Apicultura

Cuadro de Mando Integral- proyecto O.M.L.E				
Perspectiva	Objetivo Estratégico	Indicador	Cuantificador	Frecuencia Monitoreo
Financiera	Disminucion de costos de Produccion	Margen Operativo	Costo total de Prod/presupuesto x 100	Mensual
	Aumentar rentabilidad	Indice de rentabilidad	Gastos netos/total facturado x100	Mensual
Cliente	Incrementar satisfaccion del Cliente	Satisfaccion de Clientes	% porcentaje	Bimestral
	incrementar cartera de participantes	Nuevos Beneficiarios	% porcentaje	Mensual
Procesos Internos	Optimizar los procesos productivos	stock disponible (materia prima)	NO MENOR A 50%	semanal de acuerdo al sector
	Optimizar los procesos productivos	productividad	n° de unidades producidas x semana	semanal de acuerdo al sector
Aprendisaje y Crecimiento	Calido ambiente de trabajo	Satisfaccion laboral	%porcentaje	trimestral
	proporcionar nuevos conocimientos	Total Horas de capacitacion	Horas	trimestral



Descripción sintetizada del proceso en función

Oferta y presentación de beneficios del proyecto en el mercado meta. Captación del segmento de clientes a lo cual se desarrolla la estrategia, siendo la intención primaria alcanzar el objetivo mínimo de 50 participantes en el primer mes.

La intención bimestral del proyecto, es poder completar un mínimo de 15 participantes por cada sector productivo, de acuerdo a gustos y preferencias por cada una de las actividades a realizarse en cada sector. No descartando la posibilidad de rotar a los mismos con el objetivo que adquieran conocimientos y experiencias de todas las áreas que conforman el proyecto

Con las actividades en desarrollo mediante un manejo de control, se pasa la fase de comercialización de los productos obtenidos de cada sector y el retorno tributario correspondiente, siendo este la compensación económica que recibe cada beneficiario de cada sector que contempla el proyecto, como medio de incentivación por su participación en el mismo y Como lo describe el objetivo general, la intención propia de este proyecto, es poder brindar herramientas conocimientos y habilidades en apoyo a la población a combatir la problemática establecida en la región.

El proceso de duración del proyecto tiene una fecha concreta de 12 meses (un año), en el cual, desde el inicio de participación de los beneficiarios, se los capacita en cada sector productivo y desde el momento que el responsable de cada sector (profesor/colaborador) crea que el individuo está en condiciones de comenzar a operar, se lo dispone de inmediato a la actividad, siempre monitoreando el curso de acción y respectivos resultados obtenidos

El objetivo de poder llegar a 200 beneficiarios activos produciendo en los sectores, permitirá la reanudación de un nuevo presupuesto, (pudiéndose ver afectado por variables que sobre alcanzan los márgenes del mismo) nuevas estrategias en los procesos y el posible incremento de nuevos segmentos, el aumento de la cuota del mercado, tratándose de la actividad comercial, y con respecto al enfoque social, el mismo representaría un impacto de tendencia decreciente del sector de jóvenes y adultos que recaen en este tipo de flagelos

En un posible escenario negativo en el que no se pueda reanudar el presupuesto del mismo, quedaran evidenciado los valores y la repercusión de la implementación de este proyecto, como un símbolo de ayuda, que puede ser de modelo o fuente de consideración a tener en cuenta sobre nuevas problemáticas sociales.



Recursos

Para la descripción de los recursos necesarios para el proyecto O.M.L.E, se considera a Recurso edilicio, Recurso humano, Recurso material, y el presupuesto necesario cuyas proyecciones económicas son móviles de acuerdo al precio actualizado de la materia prima descrita en el mismo

Recurso edilicio:

Con respecto a las instalaciones necesarias, la municipalidad cuenta con un predio destinado para el futuro proyecto en cuestión de construir el edificio necesario, y por otro lado cuenta también con edificios propios, donados por fabricas que cerraron hace tiempo y galpones abandonados en terreno fiscal, que en una forma de resguardarlas para un futuro, se las puede refaccionar y acondicionar para ese y otro tipos de proyectos.

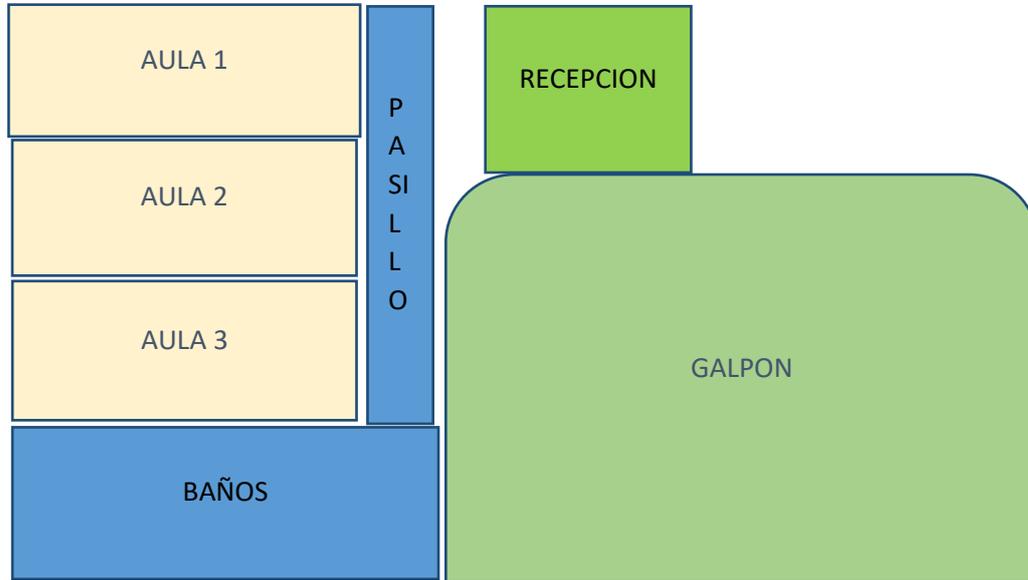
En caso de no poder conseguir la aprobación del proyecto, para la construcción de una estructura nueva, se tiene recurso propio edilicio, y se presupuestaría la remodelación y modernización del mismo.

Cabe destacar que los ambientes destinados, para las diferentes orientaciones, comprendidas en carpintería, herrería, y confección de prendas, necesitan de un ambiente parcialmente cerrado para el desarrollo de las actividades, no de igual manera, las actividades de producción animal, apicultura, y agricultura, que las mismas se las realizan por fuera de la futura institución (prácticas), en sectores propios de las mismas actividades, con los cual en el edificio solo se situarían la parte teórica de las mismas.

La estructura comprendería como para su comienzo con 3 aulas de $7 \times 4 = 28$ mts cuadrados, recepción, $4 \times 4 = 16$ mts cuadrados, baño, 8×4 , subdividido para ambos sexos. Y un galpón de 10×10 destinado a trabajos prácticos y resguardo de herramientas.



ESTRUCTURA ILUSTRATIVA



Recurso Material

Detalle	Cantidad		Precio unitario	Total
Materiales de oficina y recepción				
escritorios de oficina	4		\$ 1.400,00	\$ 5.600,00
computadoras	4		\$ 4.999,00	\$ 19.996,00
proyector digital	3		\$ 3.890,00	\$ 11.670,00
sillas para aulas	35		\$ 450,00	\$ 15.750,00
escritorios para sillas de aula	35		\$ 600,00	\$ 21.000,00
armario	5		\$ 1.200,00	\$ 6.000,00
impresora	2		\$ 1.999,00	\$ 3.998,00
escritorio pc	4		\$ 1.075,00	\$ 4.300,00
materiales carpintería y herrería				
amoladora	10		\$ 1.350,00	\$ 13.500,00
taladro	10		\$ 900,00	\$ 9.000,00
serrucho	10		\$ 215,00	\$ 2.150,00
martillo	10		\$ 90,00	\$ 900,00
destornillador	10		\$ 45,00	\$ 450,00
cinta métrica	10		\$ 70,00	\$ 700,00
soldadora	5		\$ 7.500,00	\$ 37.500,00



mascara protectora	5	\$ 590,00	\$ 2.950,00
guantes	30	\$ 146,00	\$ 4.380,00
materiales producción animal, agricultura y apicultura			
microscopio	4	\$ 4.000,00	\$ 16.000,00
cuchillo	15	\$ 65,00	\$ 975,00
rastrillo	20	\$ 75,00	\$ 1.500,00
pala	20	\$ 550,00	\$ 11.000,00
manguera	5	\$ 700,00	\$ 3.500,00
trajes de apicultura	5	\$ 2.400,00	\$ 12.000,00
herramientas de esterilización	5	\$ 2.203,00	\$ 11.015,00
medicamentos varios para animales	10	\$ 1.230,00	\$ 12.300,00
materiales de confección de prendas			
máquina de coser	5	\$ 4.000,00	\$ 20.000,00
telas varias	15	\$ 300,00	\$ 4.500,00
tijeras	15	\$ 100,00	\$ 1.500,00
pinzas	15	\$ 180,00	\$ 2.700,00
			\$ 256.834,00

Recurso humano

Recurso Humano	cantidad	sueldo base	total sueldos
director	1	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
coordinador	1	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00
subcoordinador	4	\$ 11.000,00	\$ 44.000,00
profesores	7	\$ 10.000,00	\$ 70.000,00
conserje de limpieza	3	\$ 4.000,00	\$ 12.000,00
profesional comunitario		clases de apoyo al proyecto	
			\$ 153.000,00



Financiamiento

- El financiamiento del proyecto consta del 80 % del total del monto económico, directamente del superior gobierno de la provincia, porque se lo plantea como un proyecto de política de gestión del municipio, con el fin de que el mismo sea aprobado, se manifiesta todos los gastos necesarios para el inicio de sus actividades, como así también las proyecciones de ventas con los posibles sucesos de stock de mercadería. Los precios considerados al momento del inicio de actividades que forman parte de una estrategia comercial que posibilita al mejor entendimiento.
- El 20% restante del presupuesto económico, son aportes que el municipio, sedera al proyecto con el fin de dar inicio a la ejecución del mismo. En dicho porcentaje restante se considera, limpieza y demás materiales que se requiera para los distintos rubros, como así también la provisión de algunas herramientas que por motivos ajenos a la institución no se puedan conseguir.

Proyeccion de ventas mensual inicio de actividad				
sector	ganancia mensual	costos mensual	stock de unidades en sector	ganancia neta
herreria	\$ 41.000,00	\$14.400,00	8	\$ 26.600,00
carpinteria	\$ 11.250,00	\$ 5.900,00	13	\$ 5.350,00
produccion gral	\$ 21.250,00	\$ 4.000,00	15	\$ 17.250,00
confecciones	\$ 5.500,00	\$ 3.000,00	4	\$ 2.500,00
agricultura	\$ 8.484,00	\$2.516,00	25	\$ 5.968,00
apicultura	\$ 10.000,00	500	0	\$ 9.500,00
				\$ 67.168,00



Análisis de ventas mensual –ingresos y amortización de costos

producción	P-UNITARIO	C.v unitario	U- PRODUCI DAS	U-VENDIDAS	\$ total	stock	stock expresado en \$
HERRERIA							
producto a	\$3.500,00	\$800,00	8	5	\$13.500,00	3	\$ 8.400,00
producto b	\$600,00	\$160,00	15	10	\$4.400,00	5	
producto c	\$2.500,00	\$800,00	7	7	\$11.900,00	0	
CARPINTERIA							
producto a	\$600,00	\$120,00	20	10	\$4.800,00	10	\$ 5.000,00
producto b	\$750,00	\$350,00	10	7	\$2.800,00	3	
PRODUCCION GRAL (o-p-c)	\$ 850,00	\$ 100,00	40	25	\$13.750,00	15	\$ 11.225,00
CONFECCIONES	\$ 550,00	\$ 300,00	10	6	\$1.500,00	4	\$ 1.000,00
AGRICULTURA							
producto a	\$90,00	\$10,00	150	125	\$10.000,00	25	\$ 2.000,00
producto b	\$85,00	\$10,00	68	68	\$5.100,00	0	
producto c	\$70,00	\$7,00	48	48	\$3.024,00	0	
APICULTURA	250	50	100	100	\$20.000,00	0	
					\$90.774,00		\$ 27.625,00

Como medida inicial se estiman proyecciones de ejemplo que permitirán visualizar los números determinados por la cantidad producida...habiéndose establecido el punto de equilibrio en el organismo, se procede hacer las descargar impositivas, la reducción de gastos y costos de la utilidad final por los subordinados designados preferentemente.

presupuesto inicial proyectado a 6 meses	
Recurso material	\$ 256.834,00
Recurso Humano	\$ 153.000,00
proyeccion de vtas mensual	\$ 67.168,00
stock de prod expresada en \$	\$ 27.525,00
	\$ 94.693,00

Proyectada a 6 meses: \$568.158



presupuesto necesario	
Recursos	\$ 409.834,00
otros gastos	\$ 50.000,00
iremodelacion	\$ 200.000,00
construccion edilicia	\$ 900.000,00
total de presupuesto necesario	\$ 1.559.834,00

80% financiamiento gobierno: \$ 1.247.867

20% financiamiento municipal: \$ 311.966

- Mencionando el monto de la remodelación y construcción edilicia, se remite este presupuesto, acorde a la decisión final de los encargados de la aprobación del proyecto, siendo planteadas las 2 opciones como medida sobre el mismo.

Conclusión

Como desarrollo de la etapa final del trabajo se hace hincapié, en el manejo de información que fue necesaria para la confección, y ajuste sobre el estudio de este proyecto. Remarcando los diferentes cambios ocurrentes que pueden modificar el curso de una estrategia de negocios en un determinado sector de mercado. Los puntos de alto impacto como las variables económicas, los recursos necesarios y los sucesos tecnológicos promueven un constante estudio sobre como fluctúan o se comportan en los mercados. Los análisis y proyecciones económicas realizadas con veracidad en la empresa, nos permitirán tomar decisiones y direccionarnos a los objetivos que nos planteamos

Recomendaciones

El fin último de este proyecto abarca una problemática social, con beneficios educativos, y se considera como un aspecto positivo la ejecución del mismo.

Se debe incursionar al personal necesario a que se afiance con esta temática y fortalezca el crecimiento del proyecto como institución.



Se debe recordar constantemente el propósito objetivos planteados, durante el desarrollo de las actividades de cada sector, si en los mismos existe alguna debilidad, actuar de inmediato para evitar el curso de acción de los procesos

La reformulación de nuevas ideas, el trabajo en equipo y la constante innovación, proliferaran el curso de acción del proyecto

Anexo 1

Objetivo general: Creación del O.M.L.E (Organismo municipal laboral educativo), proyecto de capacitación de oficios varios con inserción laboral.

Objetivo Específico.

- Promover, promocionar y difundir las oportunidades que brinda el proyecto, con el fin del desarrollo laboral y educativo
- Priorizar la repercusión del impacto que tendrá el proyecto, cuando se consensue su acción
- Desarrollar y coordinar programas a corto, mediano y largo plazo como puentes de acceso al programa, para nuevas instituciones, pymes zonales y otros particulares que quieran integrarse.
- Consensuar incentivos (carácter económico, educativo y de formación laboral) que fortalezcan al objetivo general, buscando obtener el mayor grado de participación e implicación de los habitantes de la misma ciudad, como de sus vecinos aledaños.

-1 Encuesta de Sondeo de información relevante 100 (consultados)

-grupo de whatsapp con el interrogante ¿O.M.L.E.? SE DEBATE. 90% EFECTIVO

-2 ENCUESTA: a 3 comunidades religiosas distintas, muy estrechas en sus tradiciones- resultados parcialmente positivos

Anexo marco teórico

Justificación

Desde una visión general sobre las necesidades que se plasman en la actualidad en la ciudad, se debatió en diferentes oportunidades, numerosos proyectos, opiniones y se atendieron quejas con respecto al comportamiento de los ciudadanos, principalmente



como foco de la cuestión a los jóvenes que por uno u otro motivo tenían problemas con los malos hábitos de consumo de **bebidas alcohólicas y sustancias prohibidas**.

Como razón diaria de noticias se puede ver que el consumo excesivo de este tipo de productos causa daños cerebrales y déficits neurocognitivos, con efectos negativos sobre el aprendizaje y el desarrollo intelectual, una problemática nociva en la sociedad, lo cual así lo dice un estudio de la Organización Panamericana de la Salud y la Organización Mundial de la Salud (OPS/OMS), que se refiere a las consecuencias generadas por la problemática del consumo de alcohol.

Fuente: <http://www.lanacion.com.ar/1935598-los-jovenes-y-el-alcohol>

Haciendo referencia al consumo de sustancias prohibidas, desde hace años se considera como un fenómeno que se ha establecido en la sociedad, como una problemática de un impacto muy alto que solo conlleva a aquellas personas que se encuentran bajo ese flagelo a un futuro incierto y oscuro.

Numerosos estudios han demostrado que la adolescencia es una etapa de la vida, donde las personas se encuentran expuestas a numerosas tentaciones y cuyos actos erróneos descargan en malos hábitos, vicios y demás comportamientos no propios de una persona sana o que no practique el antes mencionado. Un informe confeccionado por Elisardo Becoña Iglesias desde la Universidad de Santiago de Compostela, describe la variabilidad de problemas que rondan respecto a la problemática del consumo de drogas, la situación de comportamiento de los jóvenes, la falta de comunicación en los hogares, la clasificación de las diferentes sustancias en el mercado, sus consecuencias y las herramientas que deben utilizarse como medio para reducir, facilitar la inclusión y combatir este flagelo tan arraigado en nuestra sociedad.

Fuente: <http://www.papelesdelpsicologo.es/resumen?pii=843>

Como consecuencia de análisis de estas situaciones, que no solo suceden en los grandes campos urbanos, sino que cada vez, en ciudades con un bajo número de habitantes representan la problemática principal, no solo por los inconvenientes cotidianos que representan, sino por el mal hábito que se está gestando como ejemplo a generaciones futuras.

Desde organizaciones parroquiales, conjuntamente con instituciones educativas y centros de diferente índole, el municipio vino trabajando arduamente con este y otro



tipo de problemática. Pero en este proyecto vamos a enfocar principalmente el objetivo general del mismo, con el fin de dar solución a este tipo de problemática.

El proyecto se pensó y planifico, como ayuda a demás programas que la municipalidad tiene en ejecución, para fortalecer la estrategia, de poder reducir el consumo de estos productos, porque la erradicación en su defecto, resulta a veces imposible. Como sinónimo de preocupación y miedo, por parte de los habitantes, considerar una moderación al consumo de alcohol, pero al consumo de sustancias prohibidas, manifestándolas como tolerancia cero, por ser un flagelo destructor de una sociedad en armonía.

Como se menciona antes, el municipio tiene varios proyectos en ejecución, y durante este último tiempo, ha debatido con opiniones de diversas organizaciones de la ciudad, que se debe intervenir a los jóvenes desde muy temprana edad, tanto sea desde la casa, la escuela, continuando con la secundaria y sucesores. Cuál es la idea que surge, crear un organismo que facilite a los jóvenes que ocupen su tiempo extra escolar en actividades que les van ayudar en su formación como personas, ya sean culturales, deportivas y laborales.

Enfocándose en el tema en cuestión se vislumbra la posibilidad de crear un organismo de oficios, con la eventualidad de nuevas oportunidades de aprender oficios, de gran demanda en la ciudad y con futuro desarrollo comercial.

Dichos oficios estarían comprendidos en **herrería-carpintería-agricultura-apicultura-producción animal (bovino-caprino-porcino)- diseño y confección de prendas**, como inicio de oficios para el comienzo del proyecto, todos los mencionados dirigidos a ambos sexos, y partiendo desde los 15 años, sin límite de edad.

La estrategia establecida en el debate, fue de mantener relaciones con las instituciones educativas, comprendiendo colegio agro técnico, privado religioso, y las 2 principales escuelas, basándose en la oferta a los jóvenes de poder aprender oficios que les ayudarían a la rápida inserción laboral en la zona, debido a la alta demanda de actividades relacionadas a los mismos. La misma se articularía en ocasiones con algunas materias dictadas en los establecimientos, y pudiendo poner en practica la teoría asimilada, con la manipulación de reales herramientas y procesos en la práctica. El municipio genero la idea de la comercialización de los productos terminados, incentivando a los participantes con el porcentaje de ganancia de los mismos.

Cabe destacar que el ambicioso proyecto, tendría lugar en una cercaría estratégica a todas las instituciones nombradas, en un terreno propio y que sería de fácil



accesibilidad a su ubicación, tanto para quienes concurren al lugar, como para aquellos que quisieran adquirir en mayor o menor volumen, la serie de producción.

Con este proyecto lo que se busca es, que jóvenes reduzcan sus horas de ocio, y no prestar atención a los malos hábitos que están al acecho, que puedan estructurarse desde temprana edad, comprendiendo la cultura del trabajo, la interdependencia, fortaleciendo el capital humano, aportando a la sociedad individuos de respeto, alto nivel de valores morales a través de la educación y capacitación continua con nuevos conocimientos que ayudaran a mejorar la calidad de vida de sí mismo y de su pares.

Otros ítems a tener en cuenta, fue lo que se debatió y se planteó a propietarios de establecimientos forestales-ganaderos, metalúrgicos, pymes textiles en una reunión que el municipio invito a los mismos. Se les sugirió el apoyo al proyecto en forma, brindándole la información establecida, el objetivo general, específicos y los posibles integrantes del mismo; existiendo la posibilidad de reclutar jóvenes, para el desarrollo de la actividad laboral en su respectiva especialidad, justificando a aquellos jóvenes que no quisieran o no pudieran continuar sus estudios terciarios o universitarios, y pudiéndoles conseguir una rápida solución laboral.

Sin anteponer ninguna oposición, el grupo de propietarios dio su apoyo al proyecto y ofreció personal propio de sus establecimientos para dar charlas sobre herramientas básicas, procesos y diseños, sin costo alguno.

Por consiguiente, lo que se plantea es la creación del proyecto **organismo municipal laboral educativo**, institución descentralizada, que proporcionara capacitación de oficios con posible inserción laboral a integrantes de instituciones educativas propias de la ciudad, ciudades vecinas, y cualquier ciudadano que desee aprender un oficio, sin costo alguno, con instalaciones propias, y brindando la contribución económica a sus integrantes por comercialización de productos terminados.

Bibliografía

Organización Panamericana de la Salud y la Organización Mundial de la Salud (OPS/OMS)

Informe jóvenes: el consumo de drogas y alcohol
<http://www.papelesdelpsicologo.es/resumen>

El consumo en la sociedad actual-[ht://www.monografias.com](http://www.monografias.com)



Investigación de mercado municipal, para el relevamiento de información de necesidades

<http://www.creacionempresas.com/plan-de-viabilidad/que-es-un-plan-de-empresa-viabilidad/plan-economico-y-financiero>

Entrevista de consultas sobre proyección de negocios en base al proyecto con el contador dante chaves M.P 17213