



**UTN.BA**

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL  
FACULTAD REGIONAL BUENOS AIRES

## **Temario Organización de Obra**

Unidad I: La Industria de la Construcción. • Consideraciones generales, tipos de obras (viviendas, industrias, etc.) • Organismos componentes: CAC (Cámara Argentina de la Construcción) UOCRA (Unión Obrera de la Construcción), IERIC (Instituto de Estadística y Registro de la Industria de la Construcción), etc. • Personas Físicas y Jurídicas: Comitente, Inversores, profesionales, Empresas, etc.

Unidad II: Proyecto de Obra • Generalidades • Etapas de un proyecto de construcción. • Estructura organizacional del proyecto. • Integrantes de un proyecto: Comitente, Inversores, Profesionales, etc.

Unidad III: Premisas de un proyecto • Análisis y estudio de factibilidad. • Integrantes del proyecto. Grupo de trabajo. • Rol de cada parte integrante del proyecto. • Administración del proyecto. • Variables que intervienen en un proceso constructivo: Costos, plazos, calidad, etc. • Planificación, programación y control de obras. • Higiene y seguridad en el trabajo.

Unidad IV: Cómputo y Presupuesto • Evaluación del proyecto. Etapas. • Rubros que intervienen. • Cómputo métrico. • Costo base de la mano de obra. • Costo base de los materiales y equipos. • Gastos generales directos. • Gastos generales indirectos. • Beneficio. • Presentación de un presupuesto. • Plazos de obra. • Adicionales y mayores costos.

Unidad V: Reglamentaciones y Contratos • Tipo de obra: Nueva, subsistente, clandestina, etc. • Reglamentaciones: Código de edificación, zonificaciones, parámetros municipales, etc. • Permisos de construcción, construcción a empadronar, derechos de construcción, etc. • Inspecciones Municipales, UOCRA, IERIC, etc. • Seguridad e Higiene. • Contratos para obras de construcción. • Sistemas de contratación. Unidad VI: comercialización • Constitución legal: Inmobiliarias, Constructoras, Sociedad de Inversores. • Figura del Fideicomiso. • Estudio y análisis del mercado inmobiliario. • Estudio y análisis del consumidor o cliente. • Concepto de venta. Marketing. • Distintos tipos de mercados.