

DU. 13

S II

VII

44560

CORRIENTES, 20 de Abril de 2004

Señor Secretario General

Ref: Contrato de Obra 5794

Tengo el agrado de dirigirme a Ud. en relación al Contrato de Obra de referencia para ejecutar el CURSO PARA FORMACION DE EMPRENDEDORES, a los fines de presentar en tiempo y forma el Informe Final, a su consideración y demás efectos

Asimismo solicito el desembolso de la ultima cuota de los desembolsos pactados.

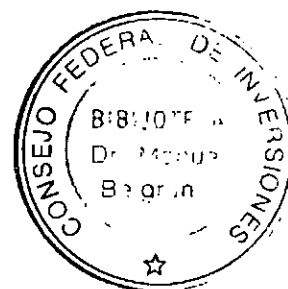
Sin otro particular, hago propicia la oportunidad para saludarlo con mi mayor consideración

Atentamente



Ing. Agr. Manuel Cesar Saavedra

Al Señor Secretario General del  
Consejo Federal de Inversiones  
Ing. Juan José CIÁCERA  
San Martín 871- Capital Federal



5794 - a Rebutico

MINISTERIO DE EDUCACION Y CULTURA  
DE LA  
PROVINCIA DE CORRIENTES

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

**CURSO PARA LA  
FORMACION DE EMPRENDEDORES**  
Proyecto N° 5794

INFORME FINAL  
TOMO IX - SALADAS

SEPTIEMBRE DE 2004

MANUEL CESAR SAAVEDRA

## 1. Introducción

El presente Informe Final contiene el resumen de lo actuado en la última etapa del proyecto y de las acciones llevadas a cabo para ejecutar las Tareas correspondientes. Además de los aspectos no previstos de la implementación de los cursos.

## 2. Desarrollo

Los cursos se realizaron en las localidades que se consignan y se agregan los indicadores de cada uno de ellos:

### 1. **Alvear:** Escuela Agrotécnica.

Docentes Facilitadores: 04

Estudiantes inscriptos:

Estudiantes que cursaron: 24

Estudiantes que hicieron la Evaluación de Creatividad: 24

Estudiantes que formularon Planes de Negocios: 18

Total de Planes de Negocios. 07

**Mburucuyá:** Colegio Polimodal *Jorge Newbery*.

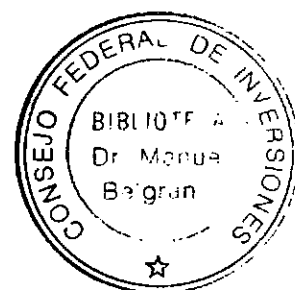
Docentes Facilitadores: 02

Estudiantes inscriptos:

Estudiantes que hicieron la Evaluación de Creatividad:

Estudiantes que formularon Planes de Negocios:

Total de Planes de Negocios



2. **Curuzú Cuatiá:** Escuela Técnica Nº 1.

Docentes Facilitadores: 04

Estudiantes inscriptos: 32

Estudiantes que hicieron la Evaluacion de Creatividad:

Estudiantes que formularon Planes de Negocios:

Total de Planes de Negocios:

3. **Goya:** Cursos 1 y 2 Colegio Comercial – Escuela Técnica

Docentes Facilitadores: 04

Estudiantes inscriptos:

Estudiantes que hicieron la Evaluacion de Creatividad:

Estudiantes que formularon Planes de Negocios: 55

Total de Planes de Negocios: 11

4. **Ita Ibate:** Colegio Polimodal

Docentes Facilitadores: 02

Estudiantes inscriptos: 32

Estudiantes que cursaron: 32

Estudiantes que hicieron la Evaluacion de Creatividad: 32

Estudiantes que formularon Planes de Negocios: 30

Total de Planes de Negocios: 11

5. **Ituzaingó:** Escuela Técnica *Ministro Carranza*

Docentes Facilitadores: 02

Estudiantes inscriptos: 51

Estudiantes que cursaron: 16

Estudiantes que hicieron la Evaluacion de Creatividad: 16

Estudiantes que formularon Planes de Negocios: 16

Total de Planes de Negocios: 14

6. **Gobernador Virasoro:** Escuela Técnica *Nuevo Milenio*

Docentes Facilitadores: 04

Estudiantes inscriptos: 36

Estudiantes que hicieron la Evaluacion de Creatividad:

Estudiantes que formularon Planes de Negocios:

Total de Planes de Negocios

7. **Paso de los Libres:** Escuela Técnica N° 2

Docentes Facilitadores: 02

Estudiantes inscriptos: 34

Estudiantes que cursaron: 33

Estudiantes que hicieron la Evaluacion de Creatividad: 26

Estudiantes que formularon Planes de Negocios: 24

Total de Planes de Negocios: 11

**Monte Caseros:** Escuela Profesional

Docentes Facilitadores: 02

Estudiantes inscriptos: 34

Estudiantes que cursaron: 23

Estudiantes que hicieron la Evaluación de Creatividad: 16

Estudiantes que formularon Planes de Negocios: 08

Total de Planes de Negocios: 04

8. **Saladas:** Instituto de Formación Profesional

Docentes Facilitadores: 02

Estudiantes inscriptos: 42

Estudiantes que cursaron: 12

Estudiantes que hicieron la Evaluación de Creatividad: 12

Estudiantes que formularon Planes de Negocios: 12

Total de Planes de Negocios: 10

9. **Corrientes:** Colegio Polimodal *Eloy Ortega*

Docentes Facilitadores: 03

Estudiantes inscriptos: 40

Estudiantes que hicieron la Evaluación de Creatividad:

Estudiantes que formularon Planes de Negocios:

Total de Planes de Negocios

Los cursos se realizaron en las 12 localidades mencionadas, que fueron las que mostraron una mayor disposición para implementar esta nueva modalidad.

**Resumen:**

Docentes Facilitadores: 31

2 - Estudiantes inscriptos: **380**

3 - Estudiantes que cursaron: **280**

$3/2 = 73,6 \%$

4 - Estudiantes que hicieron la Evaluacion de Creatividad: sin datos

5 - Estudiantes que formularon Planes de Negocios: **203**     $5/3 = 72,5 \%$

6 - Total de Planes de Negocios: **83**

7 - Promedio de estudiantes por Plan de Negocio: **2,44**

8 - Relacion Docentes/ Estudiante que formulo el P de N: **1 / 6,5**

9 - Relacion Docentes / Planes de Negocios : **2,7**

La originalidad de los Planes es pobre, lo cual pone de manifiesto la necesidad de incentivar la creatividad para generar nuevas ideas en los estudiantes.

La calidad de formulacion, es de media a regular. Por consiguiente se debe poner enfasis en una utilizacion mayor de esta metodologia a los fines de adquirir practica y darle mayor profundidad a los analisis pertinentes.

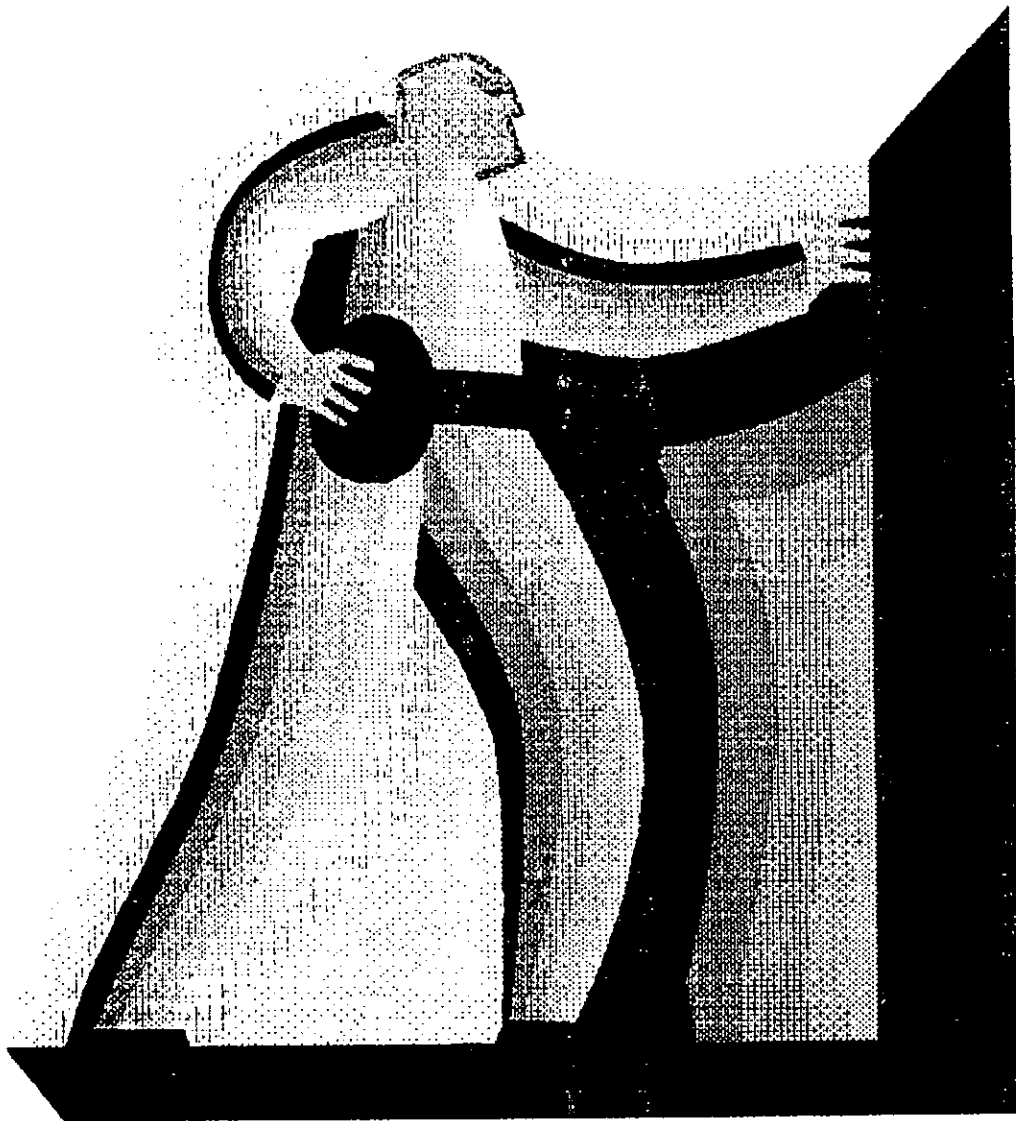
Por ultimo la relacion de eficiencia fue la siguiente:

Costo por estudiante capacitado: **\$ 162,00**

Costo por Plan de Negocios: **\$ 397,00**

  
Ing. Agr. Manuel Cesar Saavedra

# ***Cerrajería pablito***



**Plan de negocio**



INSTITUCIÓN: CENS N° 7

CURSO: DESARROLLO DE CAPACIDADES EMPRENDEDORAS

PROFESORES: VARGAS, Raúl  
ARCE, Jorge

TEMA: Plan de negocio CERRAJERÍA "PABLITO"

ALUMNO: ALFONZO, PABLO

DNI: 25.954.476

LOCALIDAD: SALADAS

AÑO: 2004

ÍNDICE

1. Sumario ejecutivo ..... 1

2. Visión y misión ..... 2

    2. 1 Situación actual ..... 2

    2. 2 Visión y misión ..... 2

    2.3 Metas y objetivos ..... 2

3. Detalles de la empresa ..... 2

4. Estrategia del producto ..... 2

5. Análisis de mercado ..... 2

6. Plan de comercialización ..... 3

7. Plan financiero ..... 3

8. Anexo ..... 4

## **SUMARIO EJECUTIVO**

Este proyecto se realizó con el fin de brindar a la localidad un producto y un servicio de cerrajería con la mejor calidad al menor precio, tratando de lograr una venta de 200 llaves por mes, con un promedio de 10 a 15 llaves diarias.

Realizando una empresa unipersonal que se podrá realizar con un costo inicial de \$2000 y con un costo operativo de \$400, teniendo en cuenta el bajo factor de riesgo que existe en la localidad.

Lanzando un producto a bajo precio y de buena calidad, realizando difusión radial con promociones de lanzamiento, con atención personalizada y domiciliaria.

La ganancia se estima en el 50% del costo inicial.

## **2. VISIÓN Y MISIÓN**

### **2. 1. SITUACIÓN ACTUAL**

La oferta de este producto es insuficiente en la zona y de muy alto costo habiendo una demanda importante.

### **2.2. VISIÓN Y MISIÓN**

Es la de ofrecer el producto a mejor precio y calidad dando un buen producto y servicio a los potenciales clientes.

### **2. 3. METAS Y OBJETIVOS**

Vender el producto y brindar mejor servicio dando el mejor producto y la mejor calidad al menor costo con un promedio de venta mensual de 100 llaves.

#### **OBJETIVOS**

- o Vender un promedio de 15 a 20 llaves diarias, ya que el precio de nuestro producto es inferior al del mercado actual.
- o Anexar la venta de accesorios de cerramiento (cerraduras, candados, cerraduras electrónicas).

## **3. DETALLES DE LA EMPRESA**

El aspecto de la empresa será unipersonal.

Esta empresa no tiene estructura posee una sola persona.

## **4. ESTRATEGIA DE PRODUCTO**

Existen negocios informales que no cubren con la demanda de la localidad .

Ser un servicio de cerrajería a un precio inferior de buena calidad.

## **5. ANÁLISIS DE MERCADO**

En la localidad se encuentra un solo negocio dedicado a la cerrajería, motivo por el cual sus precios son elevados.

- o Este producto estará al alcance de una gran mayoría de clientes, ya que el mismo es de bajo precio, y de muy buena calidad.
- o La situación de la competencia no es muy buena, debido a sus precios elevados.
- o Los factores de riesgo no son muy altos porque sólo hay un negocio del rubro en la localidad.

Además se le anexará la venta de accesorios de cerramiento, como cerraduras candados y dispositivos de seguridad domiciliaria y de automóviles.

## **6. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN**

- 6.1. La estrategia será dar mucha publicidad con las promociones por inauguración.
- 6.2. Se realizará publicidad por medio de difusión radial, televisión y medios gráficos.
- 6.3. La atención será personalizada y con atención al domicilio.

## **7. PLAN FINANCIERO**

- 7.1 El costo de iniciación será de \$ 2000.
- 7.2 El costo operativo será de \$ 400.
- 7.3 Los ingresos se estiman en un 50 % del costo de iniciación.
- 7.4 El plan financiero del presente plan de negocios prevé un costo inicial de \$2.000 y un gasto operativo de \$400.
- 7.5 El manejo del dinero será en efectivo

## ANEXO PLAN DE NEGOCIO CERRAJERIA PABLITO

Tipos de llaves	costos de mat. Prima	Precio de venta
tipo Yale	\$ 2,00	\$ 4,00
doble entrada	\$ 1,50	\$ 3,50
entrada simple	\$ 1,30	\$ 3,00
electrónica	\$ 2,90	\$ 4,90

GASTOS FIJOS	
alquiler	\$ 100,00
luz	\$ 80,00
transporte	\$ 70,00
agua	\$ 20,00
teléfono	\$ 50,00
total	\$ 320,00

PROYECCION DE VENTAS DIARIAS				
TIPOS	CANTIDAD	PRECIO DE COSTO	PRECIO DE VENTA	TOTAL VENTA DIARIA
tipo yale	6	2,00	4,00	24
doble entrada	5	1,50	3,50	17,5
entra simple	3	1,30	3,00	9
electrónica	2	2,90	4,90	9,8
TOTAL				60,3

PROYECCION DE VENTA MENSUAL			
TIPOS	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA	TOTAL VENTA MENSUAL
tipo Yale	70	4,00	280
doble entrada	50	3,50	175
entra simple	35	3,00	105
electrónica	20	4,90	98
TOTAL			658

LÚZ

AZUL

**ESCUELA:** CENTRO EDUCATIVO NIVEL SECUNDARIO N°7

**CURSO:** DESARROLLO DE CAPACIDADES EMPRENDEDORAS

**TEMA:** PLAN DE NEGOCIO: FABRICA DE UNIFORMES DE  
EDUCACIÓN FÍSICA “ LUZ AZUL”

**PROFESOR:** ARCE JORGE LUIS  
VARGAS RAUL OMAR

**ALUMNA:** SCORZA MARIA SILVIA

**D.N.I.N° :** 18.036.929

**DIRECCIÓN:** SARMIENTO 993

**LOCALIDAD :** SALADAS

**AÑO:** 2004.-



## INDICE

Presentación	Pág.. 1
Sumario Ejecutivo	Pág.. 2
Situación Actual	Pág.. 3
Metas y Objetivos	Pág.. 3
Aspectos legales	Pág.. 4
Productos o Servicios Actuales	Pág.. 4
Procesos Productivos	Pág.. 4
Definición de Mercado	Pág.. 5
Perfil del Consumidor	Pág.. 5
Factores de Riesgo	Pág.. 5
Comercialización	Pág.. 5
Canales de Distribución	Pág.. 5
Publicidad y Promoción	Pág.. 5
Relaciones Publicas	Pág.. 5
Plan Financiero	Pág.. 6
Costo de Iniciación	Pág.. 6
Costo Operativos	Pág.. 6
Ingresos Proyectados	Pág.. 6
Cash Flow	Pág.. 6
Costo de Salida	Pág.. 6
Conclusión	Pág.. 7

## SUMARIO EJECUTIVO

El presente plan de negocios tiene pro finalidad realizar los uniformes de educación física (remeras, shorts) para escuelas de niveles EGB1, EGB2, EGB3 y Polimodal, ya que esa parte de la demanda no se encuentra satisfecha.

El objetivo principal es vender en todas la escuelas de la zona, con una cantidad de 5000 alumnos aproximadamente, calculamos vender de 80 a 100 conjuntos mensuales.

Este plan de negocio es una empresa unipersonal con la dirección y venta a cargo de Maria Silvia Scorza, el diseño de las prendas a cargo de Andrea Noelia Núñez y operarias Pamela Pared y Gabriela Fernández.

Nuestro plan de negocio esta encarado en el sector estudiantil primeramente y en el sector deportivo en el futuro.

Existen en el mercado productos sustitutos, pero nosotros ofreceremos mejor precio y calidad y realizándolo en nuestra localidad se beneficiarían varias familias con otra entrada económica.

Una vez armado el negocio se realizará la publicidad a todas las escuelas entregando folletos y propagandas radiales y televisivas de la localidad. La forma de distribución será en bicicleta y de forma vehicular.

La venta será directa y un negocio con atención de 8 a 13hs y de 17 a 21 hs en Sarmiento s/n.

El costo inicial es de \$5000,00 con los que se compraran tres maquinas de coser, materiales, telas, elásticos, etc. Mas gastos de mano de obra, alquiler, combustible, impuestos. Al principio trabajaremos con efectivo, el plan de contingencia si baja la venta sería rebajar un 5% para compensar lo calculado.

### **1.1 SITUACIÓN ACTUAL**

Necesidad de concretar negocio inexistente en la zona para la fabricación de uniformes escolares para Educación Física.

### **1.2 VISIÓN Y MISIÓN**

Producir para todas las escuelas de la localidad, los uniformes de Educación Física para niveles EGB1, EGB2, EGB3 y Polimodal, ya que esa parte de la demanda no se encuentra satisfecha con inexistencia de un negocio que cubra esas necesidades.

En el futuro quisiéramos realizar uniformes para equipos de fútbol, básquet ball y voley, etc. Y expandir el negocio a otras localidades, como Santa Rosa, Tabay, Tatacuá.

### **1.3 METAS Y OBJETIVOS**

Vender en todas las escuelas de la zona que son 25 en total, con una cantidad estimada de 5000 alumnos, calculando vender mensualmente 87 a 100 conjuntos, ofreciendo calidad, precio accesible, rapidez y eficiencia; ofreciendo variada gama de colores, con los distintivos de cada centro educativo, además de diversos talles texturas y modelos.

**2.1 ASPECTOS LEGALES:** Es una empresa unipersonal.

**Dirección y ventas:** Scorza, Maria Silvia local Sarmiento 993

**Disñadora:** Núñez, Andrea Noelia

**Operarias:** 2 (Pamela Pared y Gabriela Fernández)

### 3.1 PRODUCTOS O SERVICIOS ACTUALES

Negocio de fabricación y venta de ropas inexistente en la localidad.

Realización de uniformes de Educación Física: remeras, shorts en diversos talles, colores y modelos.

3.2 En invierno anexaremos camisetas mangas largas y pantalones, garantizando la demanda local inicialmente y luego expandirnos a otras localidades vecinas San Roque , Mburucuya, Concepción y San Lorenzo.

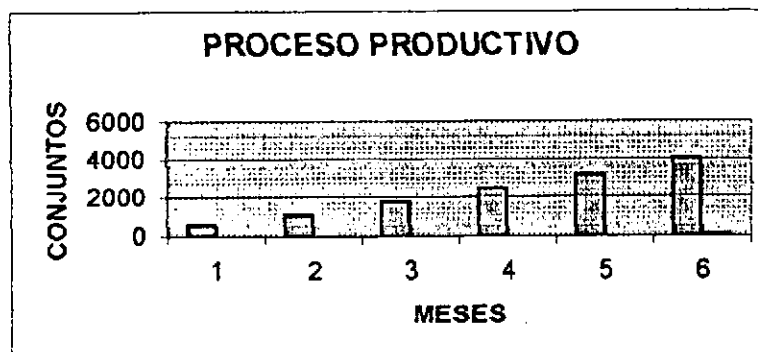
### 3.3 PROCESO PRODUCTIVO

87 conjuntos por mes / 18 meses

120 conjuntos por mes / 24 meses

130 conjuntos por mes / 36 meses

Se propone vender en un plazo de 18 meses 87 conjunto por mes y luego en 24 meses 120 conjuntos por mes y 36 meses 130 conjuntos mensuales.



#### **4.1 DEFINICIÓN DE MERCADO**

Saladas, zona urbana con mayor porcentaje de población adulta con empleos publicos (administración, comercial, educativo, salud y seguridad). El plan de negocio esta basado en el sector estudiantil ya que trabajaremos con esa parte de la población .

#### **4.2 PERFIL DEL CONSUMIDOR**

Alumnos de 6 a 17 años aproximadamente, de ambos sexos de esta localidad.

#### **4.3 FACTORES DE RIESGO**

Existen productos sustitutos en las tiendas, aunque pretendemos mejorar la calidad y que el mismo se realice en la localidad, ya que beneficiaría a varias familias con otra entrada económica a sus hogares.

### **COMERCIALIZACIÓN**

#### **5.1 ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN**

Una vez armado todo el negocio, se realizaría la publicidad personalizada en todas las escuelas, además de entregar folletos en todos los cursos y propagandas radiales y televisivas de la zona.

#### **5.2 CANALES DE DISTRIBUCIÓN: VEHICULAR Y BICICLETAS**

#### **5.3 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN: EN TODOS LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN (radio y televisión).**

#### **5.4 RELACIONES PUBLICAS**

Venta directa y negocio fijo con atención de 8 a 13 hs y de 17 a 21 hs.

## 6.1 PLAN FINANCIERO CUADRO DEMOSTRATIVO COSTO DE INICIACIÓN

\$ 5000 (maquinarias, insumos, telas, elásticos, hilos y gastos)

PRODUCTO	P. COSTO	CANT x P. COS	TOTAL
25 / T1	20	25x\$20	500
18 / T2	25	18x\$25	450
15 / T3	30	15x\$30	450
29 /ECON/ T1 Y T2	15	29x\$15	435
			1835

## 6.2 COSTO OPERATIVO MENSUAL:

materiales e insumos \$1981,50

gastos y manos de obra \$1100,00

PRODUCTO	P. COSTO	P. VENTA
Remera 1	\$ 14	\$ 17
Remera 2	\$ 17	\$ 20
Remera 3	\$ 20	\$ 24
Short 1	\$ 6	\$ 9
Short 2	\$ 8	\$ 10
Short 3	\$ 10	\$ 12

## 6.3 INGRESOS PROYECTADOS

PRODUCTO	P. VENTA	CANT x P. VEN	TOTAL
25 / T1	\$ 25	25x\$25	\$ 625
18 / T2	\$ 30	18x\$30	\$ 540
15 / T3	\$ 35	15x\$35	\$ 525
29 /ECON/ T1 Y T2	\$ 21	22x\$21	\$ 609
			\$ 2.299

## CASH FLOW ( ANÁLISIS DE FLUJO DE CAJA)

Primeramente trabajaremos con efectivo.

## COSTOS DE SALIDA (PLAN DE CONTINGENCIA)

Si baja la venta en un momento dado, ya sea por una brusca baja en los sueldos o caída del poder adquisitivo, para compensar la venta podríamos hacer una rebaja del 5%, lo que en la cantidad se compensaría con la entrada mensual que calculamos.

## CONCLUSIÓN

Con el costo de iniciación que sería de \$5000,00 y la estimación de ventas en nuestro negocio es de \$2299,00 mensuales, a lo que hay que descontar materiales, sueldos, impuestos y gastos de distribución que sería de \$1100,00 mas lo que hay que reponer de insumos \$1200,00.

El porcentaje aplicado es del 25%. Al principio trabajaremos con efectivo, el plan de contingencia si baja la venta sería rebajar un 5% para compensar lo calculado.

# La colorada

FABRICA DE LADRILLO

PLAN DE NEGOCIO



**ESCUELA : CENS N° 7**

**CURSO: DESARROLLO DE  
CAPACIDADES EMPRENDEDORAS**

**PROFESOR: VARGAS RAUL  
ARCE JORGE**

**TEMA: PLAN DE NEGOCIO**

**"FABRICA DE LADRILLOS  
COLORADA"**

**ALUMNA: VERON N ALICIA**

**LOCALIDAD: SALADAS**

**AÑO: 2004**

## **SUMARIO EJECUTIVO**

**Este proyecto tiene como objetivo la venta de ladrillos ,la misma se realizara en la localidad y zonas aledañas ;la compra de los productos que utilizara se adquirirá en la localidad ,la empresa se encarara como unipersonal ,con 4 personal que llevara a cabo la realización de los ladrillos la situación de competencia es escasa ya que en la localidad no hay quien fabrique ladrillos , la forma de venta seria en camión ;También se realizara publicidad por medios de difusión radial y promoción televisivo.**

**Costo del proyecto es de \$1.500,Costo operativo \$650,Ingreso proyectado \$500.**

# **FABRICA DE LADRILLOS “LA COLORADA”**

## **2-VISION Y MISION**

**2.1 SITUACION ACTUAL:** Ante la gran cantidad de familia, con casas construidas precariamente y sabiendo de la escasez de trabajo y empleo es necesario crear fabricas de ladrillos a fin de cubrir la necesidad y abaratar los costos de los ladrillos ya que las personas tienen que salir de la ciudad para conseguirlo.

**2.3 Metas y Objetivos :** Se fabricaran 10.000 ladrillos por mes ; por días saldrán 500 ladrillos.

## **3 DETALLE DE LA EMPRESA**

**3.1 ASPECTO LEGALES :** La empresa siria unipersonal

## **4 ESTRATEGIA DE PRODUCTO**

**4.1 PRODUCTO O SERVICIO ACTUALES :** No hay en la localidad

**4.2 PRODUCTO O SERVICIO A OFRECER :** Ladrillo producido en la localidad

**4.4 PROCESO PRODUCTIVO :** Necesitamos aserrín , arena , estiércoles , seguidamente agregar agua elaborar una masa , luego colocar en su respectivos moldes y llevarlo al horno .

Tiempo de cocción de 10 a 12 horas , luego esto se deja estacionar un dias .

## **5 ANALISIS DE MERCADO**

**5.1 DEFINICION DEL MERCADO :** El producto es elaborado en la localidad .

**5.2 PERFIL DEL CONSUMIDOR :** Existe demandante de familia , corral empresa constructoras de distinta situación económica .

**5.3 SITUACION DE LA COMPETENCIA :** Es escasa en la localidad ya que no hay quien fabrique ladrillo , pero existe fabricante de otra localidad

**5.4 FACTORE DE RIESGO :**La competencia es escasa.

## **6.-PLAN DE COMERCIALIZACION**

**6.1.LA ESTRATEGIA DE VENTA :** Seria ofrecer ha los comercios por medios de publicidades en radios ,televisión.

**6.2 LA DISTRIBUCIÓN:** Se realizara en zonas urbanas y en el centro local. El transporte de reparto seria en camión.

**6.3 PUBLICIDAD Y PROMOCION:** En zonas aledañas.

**7.1 COSTO DE INICIACIÓN:** \$1.500.

**7.2 GASTOS OPERATIVOS:** \$650.

**7.3 INGRESOS PROYECTADOS:** El 60% del costo de iniciación.

**7.6 CONCLUSION :** Este proyecto tiene un costo de iniciación de \$1.500,el costo operativo de \$650.

Mi ingreso proyectado seria de \$500 por mes.

La venta se hará con tarjetas o en efectivos.

No se prevé un costo de contingencia.

**ANEXO PLAN DE NEGOCIOS: FABRICAS DE LADRILLOS "LA COLORADA"****COSTOS FIJOS**

AGUA	\$ 20,00
LUZ	\$ 20,00
TELEFONO	\$ 50,00
ALQUILER	\$ 100,00
IMPUESTO	\$ 60,00
M. OBRA	\$ 400,00
TOTAL	\$ 650,00

**COSTO P/1000 LADRILLOS**

MATERIALES	P.U	PRECIO.T
Tierras selec	350	10
Acemin	350	10
Estirco	350	10
TOTAL	30	30

**PRODUCTO Y COSTO POR DIA ESTIMADO**

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO.U	PRECIO.T.
Ladrillos	500	0,06	30

**PRODUCTO Y VENTA MENSUAL ESTIMADO**

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO.C.	PRECIO.V.	INGRESO.T.
Ladrillos	10000	0,06	0,12	1200

# **INDICE**

<b>.1 SUMARIO EJECUTIVO</b>	<b>Pag. 1</b>
<b>. 2VISION Y MISON</b>	<b>Pag. 2</b>
<b>.2.1 SITUACION ACTUAL</b>	<b>Pag. 2</b>
<b>.2.2 METAS Y OBJETIVOS</b>	<b>Pag. 2</b>
<b>. 3- DETALLES DE LA EMPRESA</b>	<b>Pag. 2</b>
<b>.3.1 ASPECTOS LEGALES</b>	<b>Pag. 2</b>
<b>.4. ESTRATEGIAS DE PRODUCTO</b>	<b>Pag. 2</b>
<b>.4.1 PRODUCTOS O SERVICIOS ACTUALES</b>	<b>Pag. 2</b>
<b>.4.2- PRODUCTOS O SERVICIOS A OFRECER</b>	<b>Pag. 2</b>
<b>.4.3- PROCESOS PRODUCTIVOS</b>	<b>Pag. 2</b>
<b>.5- ANÁLISIS DE MERCADO</b>	<b>Pag. 2</b>
<b>.5.1- DEFINICIÓN DEL MERCADO</b>	<b>Pag. 2</b>
<b>.5.2- PERFIL DEL CONSUMIDOR</b>	<b>Pag. 2</b>
<b>.5.3- SITUACIÓN DE LA EMPRESA</b>	<b>Pag. 2</b>
<b>.5.4- FACTORES DE RIESGO</b>	<b>Pag. 2</b>
<b>. 6- PLAN DE COMERCIALIZACION</b>	<b>Pag. 3</b>
<b>.6.1 ESTRATEGIAS DE VENTAS</b>	<b>Pag. 3</b>
<b>.6.2CANALES DE DISTRIBUCIÓN</b>	<b>Pag. 3</b>
<b>.6.3 PUBLICIDAD Y PROMOCION</b>	<b>Pag. 3</b>
<b>.7 PLAN FINANCIERO</b>	<b>Pag. 3</b>
<b>.7.1- COSTOS DE INICIACIÓN</b>	<b>Pag. 3</b>
<b>.7.2- COSTOS OPERATIVOS</b>	<b>Pag. 3</b>
<b>.7.3- INGRESOS PROYECTADOS</b>	<b>Pag. 3</b>
<b>.7.6- CONCLUSIONES</b>	<b>Pag. 3</b>
<b>.8.- ANEXO</b>	<b>Pag. 4</b>

**ESCUELA:** C E N S N°7

**CURSO:** DESARROLLO DE CAPACIDADES  
EMPREENDEDORAS

**TEMA:** Plan de Negocio "Pañalera Yiyito"

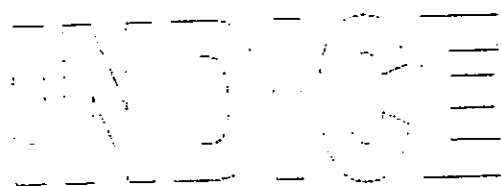
**ALUMNO:** TORRES FEDERICO LUIS

**D N I:** 28666943

**DOMICILIO:** Alvear 940

**LOCALIDAD:** SALADAS CORRIENTES

**AÑO:** 2004



- 1. SUMARIO EJECUTIVO**
- 2.1 SITUACIÓN ACTUAL**
- 2.2 VISIÓN Y MISIÓN**
- 2.3 METAS Y OBJETIVO**
- 3.1 ASPECTOS LEGALES**
- 4.1 PRODUCTOS O SERVICIOS ACTUALES**
- 4.2 PRODUCTOS O SERVICIOS A OFRECER**
- 5.1 DEFINICIÓN DEL MERCADO**
- 5.2 PERFIL DEL CONSUMIDOR**
- 5.3 SITUACIÓN DE LA COMPETENCIA**
- 6.1 ESTRATEGIA DE VENTAS**
- 6.2 CANALES DE DISTRIBUCIÓN**
- 6.3 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN**
- 7.1 COSTOS DE INICIACIÓN**
- 7.2 COSTOS OPERATIVOS**
- 7.3 INGRESOS PROYECTADOS**
- 7.5 COSTOS DE SALIDA**
- 7.6 CONCLUSIONES**



## 1. SUMARIO EJECUTIVO:

Este proyecto tiene como objetivo producir pañales en la localidad y zona vecinas, la compra de los insumos se realizara con contactos en buenos aires. Las ventas se realizaran en forma conjunta con dos operarios ya designado. El costo inicial de este emprendimiento será de \$4000 el costo operativo es de \$2116,70 y el ingreso es de \$3000

# PAÑALERA YIYITO



2.1 SITUACIÓN ACTUAL: La realización de este producto surge debido a la enorme cantidad de demandante y también al no tener una fabrica de esta característica en la localidad.

2.2 VISION Y MISIÓN: Vender el producto a los tres sectores de la sociedad y lugares aledaños.

2.3 METAS: Es abastecer a toda la población con una cierta cantidad que cubra el objetivo es decir a los 6 meses producir 2500 pack den este producto.

OBJETIVO: Lograr que se venda por mes 416 Pack para que el objetivo económico sé sastifaga.

## 3 DETALLE DE LA EMPRESA

✦ Empresa unipersonal

GERENTE

COMPRADOR

COBRADOR

VENDEDOR

4.2 PRODUCTOS O SERVICIOS A OFRECER: El producto es de una fabrica pañalera de toda los tamaños de buena calidad y de un costo accesible.

5.1 DEFINICIÓN DEL MERCADO: El mercado que apuntaremos especialmente a todas las familias de la localidad.

5.2 PERFIL DEL CONSUMIDOR: El perfil del consumidor es apuntar a las personas de familias que ganen entre \$150 a \$1000.

5.3 COMPETENCIA: En la producción local no tenemos, pero ingresan productos nacionales con un costo mas elevado que el producto nuestro

6.1 ESTRATEGIA DE VENTA: Promocionar el producto en folletos de descripción del mismo en lugares comerciales y promoción en eventos donde concurren gran cantidad de personas.

6.2 CANALES DE DISTRIBUCIÓN: Auto servicio, kiosco, supermercado, comercios y distribución domiciliaria

6.3 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN: Radiales y televisivo.

7.1 COSTOS DE INICIACIÓN Es de \$4.000 en maquinarias \$3.000, alquiler de local \$300 y insumos \$700

7.2 COSTOS OPERATIVOS: En mano de obra \$6000, gasto diario \$16.70 y transporte \$500

7.3 INGRESO PROYECTADO: Es de \$3.000

7.5 CANTIDAD DE SALIDA: Es de \$ 2116,70

BALACE PROGRAMADO EN 4 MESES EN INGRESOS

pañales	pack	Por unidad	
chico	700	\$3,50	\$2.450
mediano	500	\$4,00	\$2.000
grande	800	\$5,50	\$4.400
Extra grande	500	\$6,00	\$3.000
			\$11.850

7.6 CONCLUSIÓN: El costo financiero es de \$ 4.000

El costo operativo rondaría a los \$2116,70

Ingreso proyectado \$3000, se estima una ganancia del 50 % sobre el costo del producto.

ESCUELA: CENS N° 7

CURSO: DESARROLLO DE  
CAPACIDADES EMPRENDEDORAS

PROFESORES: VARGAS RAUL  
ARCE JORGE

TEMA: PLAN DE NEGOCIO  
PRODUCCIÓN DE CEBOLLAS EN  
CABEZAS

ALUMNA: SUSANA BEATRIZ  
SAMBRINO

DNI: 24.865.948

DOMICILIO: 24 VIVIENDA CASA N°  
18 BARRIO VELEZ SARFIELS

LOCALIDAD: SALADAS ( CTES)

AÑO: 2004

# ÍNDICE

- 1- Sumario Ejecutivo
  - 2.1- Situación Actual
  - 2.3- Metas y Objetivos
  - 3.1- Aspectos Legales
  - 3.2- Equipo Directivo, Socios Autoridades
  - 4.1- Estrategia del Producto
  - 4.2- Productos o Servicios a Ofrecer
  - 4.4- Procesos Productivos
  - 5.1- Definición del Mercado
  - 5.2- Perfil del Consumidor
  - 5.3- Situación de la Competencia
  - 5.4- Factores de Riesgos
  - 6.1- Estrategia de Ventas
  - 6.2- Canales de Distribución
  - 6.3- Publicidad y Promoción
  - 6.4- Relaciones Publicas
- 7 - Plan Financiero
  - 7.1- Costo de Iniciación
  - 7.2- Costos Operativos
  - 7.3- Ingresos Proyectados
  - 7.4- Clash Flow
  - 7.5- Costo de Salida
  - 7.6- Conclusión
- 8 - Anexo

## **SUMARIO EJECUTIVO:**

Este proyecto de cebollas tiene como principal objetivo llegar al mercado local, para luego salir a vender a distintos lugares ya que el producto tienen que obtenerlo a traves de vendedores de lugares aledaños por lo tanto hay una gran demanda de los supermercados y de la gente .

Este producto estaría al alcance de nuestras manos y radicado principalmente en nuestra localidad .La estrategia de venta seria llegar al consumidor a través de ventas personalizadas su distribución serian en camiones o camionetas , se llegaría a la gente a través de folletos, medios televisivos y radiales.

## PRODUCCIÓN DE CEBOLLAS EN CABEZAS

**2.1 SITUACIÓN ACTUAL** : Debido que en la localidad hay una gran demanda de cebollas en cabeza y como nadie los produce en la zona y la mayoría de los comerciantes tienen que comprar de proveedores de otro lugar y ante esta situación surge la necesidad de producir este producto.

### **2.3 METAS Y OBJETIVOS:**

**METAS:** Vender 500 kg de cebollas en cabezas en 60 días en bolsas de 25 Kg.

**OBJETIVO:** Vender en la localidad el 80% de la producción y el otro 20% en localidades vecinas (San Lorenzo, San Roque y Murucuyá).

### **DETALLES DE LA EMPRESA**

**3.1 Aspectos legales:** Es una Empresa Societaria tipo S.R.L.  
Socios SÁNCHEZ JOSE Y SAMBRINO SUSANA.

### **4. ESTRATEGIA DE PRODUCTO(O SERVICIO)**

La producción de cebollas se hará en una chacra ubicada en la primera sección lomas del departamento de SALADAS, donde a partir de la siembra de semilla de la variedad Valencianita en una superficie de una hectárea. Se aclara que la cebollas que se comercializan, provienen de Mendoza.

### **4.2 PRODUCTOS A OFRECER :**

El producto a ofrecer para la venta y consumo de los habitantes de SALADAS y localidades vecinas y tendrán un precio mas bajo que lo que se vende actualmente en los comercios y fruterías.



#### **4.4 PROCESOS PRODUCTIVOS :**

El cultivo de la cebollas se producira en una plantación de una hectárea donde se estima se cosecharan unas 1000 bolsas de 25 Kg. . lo obtendremos con la preparacion de la tierra . siembra . luego de estar cultivados 90 días en la chacra seran cosechados y luego transportadas en camioneta a los comercios de la localidad.

#### **5. ANÁLISIS DE MERCADO**

5.1 Existen en el mercado por que son trados desde afuera lo que nosotros queremos brindar en nuestra localidad, es disponer en la zona de cebollas producidas en nuestra chacra y seria mas barato y de mejor calidad.

#### **5.2 PERFIL DEL CONSUMIDOR.**

La demanda por las personas de distintos niveles económicos que viven en nuestra localidad son exigentes en calidad y precio.

#### **5.3 SITUACION DE LA COMPETENCIA.**

La competencia existen a través de vendedores que vienen de otra localidad pero no de nuestra zona.

#### **5.4 FACTORES DE RIESGO.**

Los factores de riegos serian la gente que vienen de Mendoza, pero que no tendrán posibilidad de vender al mismo precio que la cebollas que producimos en la finca de nuestra localidad.

#### **6. PLAN DE COMERCIALIZACION.**

6.1 La estrategia de ventas seria llegar al consumidor a través de las ventas personalizados a domicilio y también a los comercios de la zona.

#### **6.2 CANALES DE DISTRIBUCIÓN.**

Los canales de distribución, serian realizar ventas domiciliarias y abastecer a los comercios y supermercados de la zona.

### 6.3 PUBLICIDAD Y PROMOCION.

La publicidad y la promoción seria a través de medios radiales, televisivos y folleterias.

### 6.4 RELACIONES PUBLICAS.

No solo venderiamos a los negocios sino tambien a particulares.

## 7 PLAN FINANCIERO.

- 7.1 El costo de iniciacion seria de \$4000.
- 7.2 El costo operativo es de \$2994.
- 7.3 El ingreso proyectado es de \$600 mensual.
- 7.4 Se trabajaria en efectivo.
- 7.5 La competencia existe a través de vendedores que vienen de otra localidad.

Para hacer frente a la competencia exterior de otra localidad se estima un 5% de descuento en el precio de ventas del producto a fin de hacer una competencia leal.

- 7.6 CONCLUSIÓN: El costo operativo seria de \$2994 y el costo de iniciación seria de \$ 4000, con un ingreso proyectado de \$600 mensual, se trabajaria en efectivo, para ser frente a la competencia exterior nosotros hanamos un descuento del 5% estimado en el precio de ventas a fin de poder hacer una competencia leal.

Materia prima	Costo de materiales
Cañulla	\$ 10
Alambre	\$ 50
Agacho	\$ 40
Alambre manual	\$ 30
Alambre a la mano	\$ 210
Alambre a la mano	\$ 50
Alambre a la mano	\$ 210
Alambre a la mano	\$ 300
Alambre a la mano	\$ 700
Alambre a la mano	\$ 500
Alambre a la mano	\$ 2100

Material tipo	Material
Alambre	\$ 50
Alambre	\$ 40
Alambre	\$ 100
Alambre	\$ 40
Alambre	\$ 298
Alambre	\$ 894

Producto aproximado a obtener  
12,250kg

Producto a obtener
12,250kg

12,250/25=490 bolsas de 25kg

Producto	Cantidad	Unitario	Producto Total
Coloilla bolsa (25kg)	20 bolsas	\$ 50	1 000

Producto a Vender	Venta	Ingreso Obtenido
490 bolsa x 25 kg.	\$ 50	\$ 24 500

\$ 2,094

**ESCUELA:** CENS. N° 7

**CURSO:** DESARROLLO DE CAPACIDADES  
EMPREENDEDORAS.

**PROFESORES:** VARGAS RAUL - ARCE JORGE.

**TEMA:** PLAN DE NEGOCIO VENTAS DE ROPAS

**ALUMNO:** LENCINAS LEONARDO LORENZO

**DOMICILIO:** Florida 887

**DNI:** 31.051.797

**LOCALIDAD:** SALADAS

**AÑO:** 2004

# **INDICE**

## **1-SUMARIO EJECUTIVO.**

## **2-VISION Y MISIÓN.**

- 2.1- Situación Actual.
- 2.2- Visión y Misión.
- 2.3- Metas y objetivos.

## **3-DETALLES DE LA EMPRESA.**

- 3.1-Aspectos Legales.
- 3.2-Equipo directivo-socios-autoridades.

## **4-ESTRATEGIA DE PRODUCTO (o servicio).**

- 4.1-Productos o servicios actuales.
- 4.2-Productos o servicios a ofrecer.

## **5-ANALISIS DE MERCADO**

- 5.1-Definición del mercado.
- 5.2-Perfil del consumidor.
- 5.3-Situación de la competencia.
- 5.4-Factores de riesgo. Productos sustitutos , políticas de precio, marco legal.

## **6-PLAN DE COMERCIALIZACION.**

- 6.1-Estrategia de ventas.
- 6.2-Canales de distribución.
- 6.3-Publicidad y promoción.
- 6.4-Relaciones publicas.

## **7-PLAN FINANCIERO.**

- 7.1-Costos de iniciación.
- 7.2 -Costos operativos.
- 7.3-Ingresos proyectados.
- 7.4-Cash Flow.
- 7.6-Conclusiones

## **8 - Anexo**

## SUMARIO EJECUTIVO

Este proyecto tiene como finalidad la ventas de ropas como ser (remeras, buzos, camisas, pantalones) que se traerá de las ciudades de Córdoba y Buenos Aires. La venta se realizara en la zona, el producto será de buena calidad y a un buen precio para que en la localidad no haya competencia.

## **2- VISION Y MISION**

**2.1- SITUACIÓN ACTUAL:** Necesidad de fabricar ropas y vender en la zona.

**2.2- METAS:** Vender 100 prendas de vestir en la localidad a los 40 días.

**OBJETIVO:** Vender 10 camperas, 8camisas, 10pantalones, 10 remeras, 10 buzos en 7 meses.

## **3- DETALLES DE LA EMPRESA**

**3.1- SERA UNIPERSONAL**

**3.2- GERENTE Y SECRETARIO**

## **4-ESTRATEGIA DE PRODUCTO**

**4.1-** Existen negocios de ventas de ropas informales que no cubre la demanda de los clientes.

**4.2-** Se ofrecen las mismas prendas pero de mejor calidad y ha un precio mas bajo.

## **5- ANÁLISIS DEL MERCADO**

**5.1-** La demanda de este producto es amplia.

**5.2-** El consumidor siempre compra lo más barato y de calidad aceptable, no siempre es de buena calidad aceptable.

**5.3-** La situación que crea la competencia esta dada por comerciantes que adquieren en Buenos Aires y luego lo venden en la localidad con precios elevados por lo que se estima, que al fabricarse las prendas en zona se podría reducir costo y vender a mejor precio.

**5.4-** La aparición de otros negocios que ofrecen el mismo producto pero de menor calidad y además que existen ferias de ventas de ropas, en forma esporádica sin ninguna política de precios coherente y carentes de calidad.

## 6- PLAN DE COMERCIALIZACION

6.1- Ventas personalizadas, porque es practico y una decisión personal para un mejor control.

6.2- En la zona porque no existe una venta personalizada del producto y en los alrededores por el mismo criterio anterior porque es escasa en algunos lugares, porque la distancia o el medio no le permite venir al micro centro de ventas.

6.3- Radial porque es el medio que mas difusión tiene en la localidad.

6.4- Buen trato con el cliente, por que es la mejor manera de acaparar la atención del consumidor.

## 7- PLAN FINANCIERO

7.1- Costo de iniciación S 500, por aporte propio obtenido en ahorro personal de un año.

7.2- Costo operativo S50, recepción de prendas por envío de fletes .

7.3- Ingresos proyectados 50% del costo de iniciación

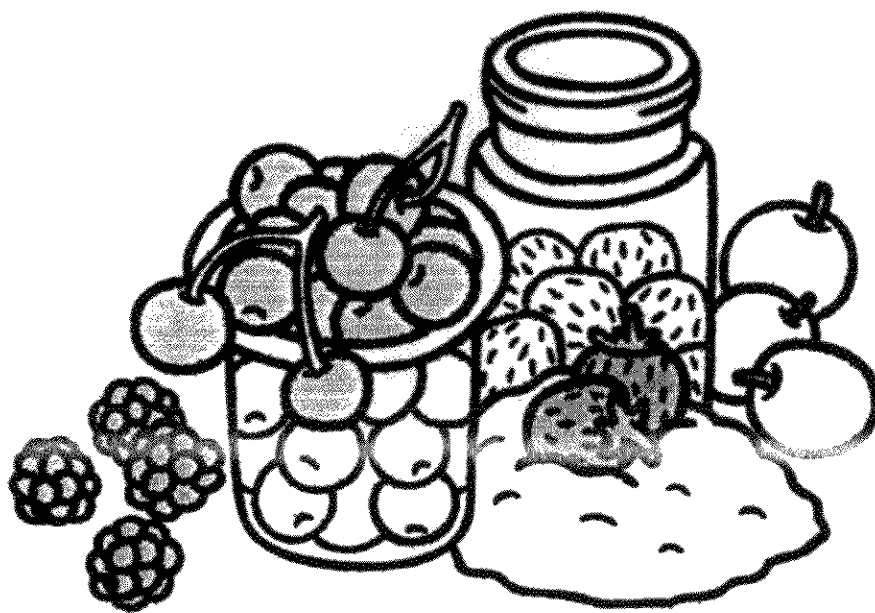
7.4- Cash Flow en efectivo y tarjetas de créditos

7.6- Conclusiones: La venta de ropas tiene una iniciación de una inversión de S500, el costo operativo es de S 50 ingreso previsto se estima al 50% del costo de iniciación y el movimiento de caja será en efectivo.



# Mermelada

artesanal



"El Amanecer"

# Fabrica de Elaboración de Mermelada regionales "El Amanecer"

## SUMARIO EJECUTIVO

El siguiente plan de negocios tiene por finalidad la obtención de mermeladas artesanales regionales, que no hay en la localidad.

El objetivo principal es vender en todos los negocios, kioscos, restaurante y comedores de la zona.

Es un microemprendimiento unipersonal, transitorio.

La fábrica de mermelada funcionará en una zona estratégica.

El precio será mucho mas accesible de lo que se consigue en el mercado local.

Las formas de promoción será la utilización de los diferentes medios que hay en la zona, charlas con degustación del producto.

Se trabajará con efectivo primeramente. Se va a variar o ampliar el mercado.

El precio de venta sugerido es de \$ 3.00

Los potenciales clientes de acuerdo a un sondeo de opinión es el 20% de la población de Saladas.

Fabrica de Elaboración de Mermelada regionales "El Amanecer"

CURSO: DESARROLLO DE CAPACIDADES EMPRENDEDORES

ALUMNA: MARIA DE LOS ANGELES ALEGRA

DNI N°: 24.008.655

CURSO: 3° AÑO

C.E.N.S. N° 7

AÑO: 2004

NOMBRE DEL PROYECTO: MERMELADAS ARTESANALES "El  
amanecer"

PROFESOR: RAUL VARGAS

JORGE ARCE

# Fabrica de Elaboración de Mermelada regionales "El Amanecer"

## INDICE

Sumario Ejecutivo .....	1
2.1: Situación actual .....	2
2.2: Visión y misión.....	2
2.3: Metas y objetivos.....	2
3.1: Aspectos legales .....	2
4.1: Productos o servicios actuales.....	2
4.2: Productos o servicios a ofrecer .....	2
4.4: Procesos productivos.....	2
5.1: Definición del mercado .....	3
5.2: Perfil del consumidor .....	3
5.3: Situación de la competencia .....	3
5.4: Factores de riesgo – Productos sustitutos- Política de precio	3
6.1: Estrategia de ventas .....	4
6.2: Canales de distribución .....	4
6.3: Publicidad y promoción.....	4
7.1: Costo de iniciación Presupuesto. ....	5
7.2: Costos operativos .....	5
7.3: Ingresos proyectados .....	5
7.4: Cash Flow (Análisis de flujo de caja) ...	6
7.5: Costos de salida (Plan de contingencia)	6

## Fabrica de Elaboración de Mermelada regionales "El Amanecer"

**2.1 Situación Actual:** No existen en la localidad fábricas de Dulces Regionales y Mermeladas con características ecológicas.

### **2.2 Visión y Misión:**

La elaboración de mermeladas regionales y artesanales "El Amanecer" tiene como principal objetivo, la ubicación en el mercado de distintos tipos de mermeladas que normalmente se consiguen en supermercados elaborados artificialmente y de otras localidades.

Los productos a elaborar son netamente naturales y sin aditivos químicos, envasados en forma artesanal y presentación que llamen la atención al cliente y lo principal el costo más bajo que el que existe en el mercado laboral.

**2.3 Objetivo:** Producir la mayor cantidad de frascos de mermeladas por mes de 500 gr.

**Meta:** Elevar las ventas de frascos de mermeladas de 500 grs. Y luego en un plazo pertinente llegar a vender a un ritmo sostenido.

3.1 Microemprendimiento Unipersonal. Transitorio.

4.1 No existen en la localidad productos elaborados naturalmente.

### **4.2 Descripción del Producto:**

*Las mermeladas artesanales a ofrecer son:*

- ❖ Mermelada de naranja
- ❖ Mermelada de mandarina
- ❖ Mermelada de tomate.

4.3 El proceso de elaboración se basa en la utilización de productos naturales sin necesidad de recurrir a agregados químicos.

4.4 Las reglas básicas que tienen en cuenta para la elaboración de las conservas, es la utilización de productos seleccionados, frutas con piel y el peso exacto de las pulpas. El cálculo de utilización de productos a elaborar se realizan de acuerdo a cada tipo de mermeladas a fabricar, la cual detallo más adelante.

- ❖ Se calculan 750 g de azúcar por cada kg de pulpa.

## Fabrica de Elaboración de Mermelada regionales "El Amanecer"

❖ El envase es hermético con proceso de esterilización, etiquetados y almacenamiento, todo en forma natural.

5.1. La fábrica de mermeladas regionales artesanales funcionará en el local ubicado en el Barrio Don Bosco de la ciudad de Saladas, cabecera del Departamento del mismo nombre. El lugar estratégico en la que está asentada la ciudad tiene amplias posibilidades de expansión comercial, a 100 km de la capital Provincial, con 18.000 habitantes, lo cruzan varias rutas y es el centro de la denominada Microregión Centro Norte del Taragüi.

5.2. Los potenciales clientes a lo que está apuntada la ubicación del producto son supermercados, kioscos, restaurante y comedores, publico en general de ambos sexos, niños y mayores, ya que es un producto de consumo básico.

En la elección de los clientes potenciales, tengo en cuenta que el producto que ofrezco tendrá:

- ❖ Un precio competitivo.
- ❖ Muy buena calidad
- ❖ Envase económico (vidrio)
- ❖ Característica de un producto líder.

De acuerdo a un sondeo para la ubicación del producto se estima en un 20% los potenciales clientes de la población de Saladas.

### 5.3. COMPETENCIA:

En el mercado actual ofrecen productos similares, a costos elevados con volúmenes menores y elaborados en cooperativas de pequeños productores.

5.4. No existen, estamos en una zona netamente de producción de cítricos, el ciclo de producción no se verá alterado, pues los productos que se utilizan tienen dos temporadas de despoje.

La zona mas cercana de aprovisionamiento de materia prima se encuentra a 20 km. del centro de la ciudad y de fácil acceso.

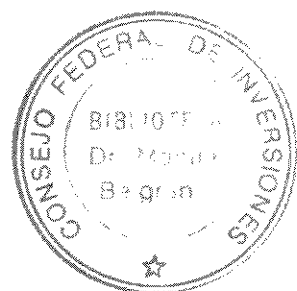
Se distribuirá en camioneta.

## Fabrica de Elaboración de Mermelada regionales "El Amanecer"

6.1. El precio será mucho más accesible, teniendo en cuenta el bolsillo del consumidor.

6.3. Las formas de promoción a utilizar son los distintos medios que estén al alcance en la zona

- ❖ Radio, TV
- ❖ Folletos
- ❖ Charlas con promoción del producto.
- ❖ Degustación.



# Fabrica de Elaboración de Mermelada regionales "El Amanecer"

## PRESUPUESTO

CANTIDAD	MATERIA PRIMA	P.U.	P.TOTAL
15 KG.	NARANJAS	\$ 1.333	\$ 20
15 KG.	MANDARINAS	\$ 1.666	\$ 25
15 KG.	TOMATES	\$ 1.20	\$ 18
24 KG.	AZUCAR	\$ 0.88	\$ 21.12
		SUB- TOTAL	\$ 84.12

## INSUMOS

116 U	FRASCOS DE 500 grs.	\$ 0.75	\$ 87.00
116 U	PAPEL ETIQUETAS	\$ 0.50	<u>\$ 58.00</u>
			\$ 145.00
		TOTAL	229.12

## PRODUCCIÓN ESTIMADA

NARANJAS →	17.500 grs.	→ 10 kg PULPA + 7.500 grs. AZUCAR
MANDARINAS →	17.500 grs.	→ 10 kg. PULPA + 7.500 grs. AZUCAR
TOMATES →	23.250 grs.	→ 10 kg. PULPA + 11.250 grs. AZUCAR
TOTAL	58.250 grs.	

## GASTOS EXTRAS

LUZ	\$ 20.00
AGUA	\$ 12.00
TELEFONO	\$ 22.00
TOTAL GASTOS	\$ 54.00

TOTAL PRESUPUESTO \$ 283.12

PRECIO SUGERIDO DE VENTA \$ 3.00



## Fabrica de Elaboración de Mermelada regionales "El Amanecer"

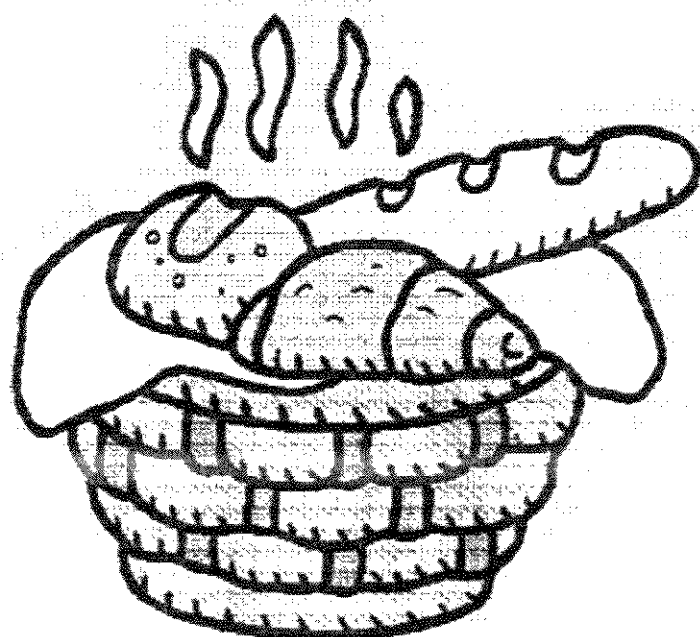
### 7.4. CASH FLOW (ANÁLISIS DE FLUJO DE CAJA)

- EFECTIVO

### 7.5. COSTOS DE SALIDA (PLAN DE CONTINGENCIA)

- VARIAR O AMPLIAR DE MERCADO.

# Pastas caseras



CON LA MANO EN LA MASA

## SUMARIO EJECUTIVO

ESTE PROYECTO DE PASTAS CASERAS TIENE COMO PRINCIPAL OBJETIVO LA UBICACION EN EL MERCADO DE DISTINTOS TIPOS DE PASTAS CASERAS QUE NORMALMENTE SE CONSIGUEN EN LOS SUPERMERCADOS.

LOS PRODUCTOS A ELABORAR SON NETAMENTE CASEROS ENVASADOS EN FORMA ARTESANAL Y PRESENTACION QUE LLAMES LA ATENCION AL CLIENTE Y LO PRINCIPAL EL COSTO MAS BAJO QUE EXISTE EN EL MERCADO LOCAL.

TIENE COMO OBJETIVO VENDER 500KG DE PASTAS CASERAS POR SEMANAS EL NEGOCIO SE ENCARARA UNIPERSONAL OFRECIENDO UN PRODUCTO DE BUENA CALIDAD DADO QUE NO EXISTE UNA FABRICA DE PASTAS CASERAS EN LA LOCALIDAD DE SALADAS.

LA ESTRATEGIA DE VENTA CONCISTE EN REALIZAR EN FORMA PERSONALIZADA Y OFERCIENDO A DOMICILIO EMPLEANDO LOS MEDIOS RADIALES ESCRITOS TELEVISIVO COMO MEDIO DE PUBLICACION PARA DIFUNDIR AL PUBLICO..

SE PREVEE EN PLAN DE INVERCION UN COSTO DE \$800 UN GASTO DE \$400 Y SE PREVEE UNA GANANCIA DEL 25% SOBRE EL COSTO DE INICIACION.

## **PROYECTO: FABRICA DE PASTAS CASERAS "CON LAS MANOS EN LA MASA"**

### **2. VISION Y MISIÓN:**

**2.1 SITUACION ACTUAL:** LA ELABORACION DE PASTAS CASERAS. TIENE COMO PRINCIPAL OBJETIVO. LA UBICACION EN EL MERCADO DE DISTINTOS TIPOS DE PASTAS CASERAS QUE NORMALMENTE SE CONSIGUEN EN LOS SUPERMERCADOS QUE SERAN ELABORADOS Y FABRICADOS PERSONALMENTE. POR MANOS PROPIAS. LOS PRODUCTOS A ELABORAR SON NETAMENTE CASEROS. ENVASADA EN FORMA ARTESANAL Y PRESENTADOS PARA QUE LLAME LA ATENCION AL CLIENTE Y LO PRINCIPAL ES EL PRECIO MAS BAJO QUE EL QUE EXISTE ACTUALMENTE EN EL MERCADO LOCAL.

**2.3 OBJETIVO: PRODUCIR** 100 PLANCHAS DE RAVIOLES CASERAS POR SEMANA. 50 KG DE FIDEOS TIPO TALLARIN POR SEMANA  
50KG DE TAPAS PARA EMPANADAS PASCUALINAS ETC  
TAPAS PARA EMPANADAS. PASCUALINAS. ETC

**META:** ES VENDER 400 PLANCHAS DE RAVIOLES Y 200KG DE TAPAS PARA EMPANADAS Y PASCUALINAS POR MES.

### **3.1 MICROEMPRENDIMIENTO UNIPERSONAL.**

**4.1 NO EXISTENTE EN LA LOCALIDAD** FABRICAS DE PASTAS CASERAS ELABORADAS ARTESANALMENTE

**4.2 DESCRIPCION DEL PRODUCTO:** LAS PASTAS CASERAS A OFRECER SON:  
TAPAS PARA EMPANADAS  
TAPAS PARA PASCUALINAS  
PLANCHAS DE RAVIOLES  
FIDEOS CASEROS TIPO TALLARIN

**4.3 EL PROCESO DE LA FABRICACIÓN DE LAS PASTAS CASERAS SE BASAN EN LA UTILIZACION DE PRODUCTOS NATURALES**

**4.4 LOS PROCESO PRODUCTIVOS QUE TIENEN EN CUENTA PARA LA FABRICACIÓN DE LAS PASTAS CASERAS SON:**  
\*2 BOLSON DE HARINA COMUN POR 25KG SAL FINA. HUEVOS GRASA  
ACELGA PICADILLO

**5.1 LA FABRICA DE PASTAS CASERAS. FUNCIONARA EN EL LOCAL PARTICULAR**

**5.2 PERFIL DEL CONSUMIDOR:** PARA FAMILIAS

**5.3 SITUACION DE LA COMPETENCIA:** SI EXISTEN PERO NO SON DE LA LOCALIDAD. SON PROVEEDORES DE OTRAS LOCALIDADES Y NO SON DE BUENAS CALIDAD.

**5.4 FACTORES DE RIESGO.** SON PROVEEDORES DE OTRAS LOCALIDADES

6.1 PLAN DE COMERCIALIZACIÓN: DE MANERA PERSONAL A TRAVES DE VENTAS POR TELEFONICAS Y CORREO ELECTRONICO.

6.2 CANALES DE DOSTRIBUCION: ATRAVES DE TRANSPORTE AUTO MOTO A SUPERMERCADOS Y VENTAS DOMICILIARIOS.

6.3 PUBLICIDAD Y PROMOCION: RADIALES, FOLLETOS, PROPAGANDAS, DIARIOS

6.4 RELACIONES PUBLICAS: HORARIOS DE ATENCIÓN DE 05 A 14hs

PLAN FINANCIAMIENTO:

7.1 COSTOS DE INICIACIÓN \$800

7.2 COSTOS DE OPERATIVOS \$400

7.3 INGRESOS PROYECTADOS: EL 25% DEL COSTO DE INICIACIÓN

7.4 CASH FLOW: EN DINEROS EFECTIVOS, TARJETAS DE CREDITOS Y CHEQUES

7.6 CONCLUSIONES: EL COSTO DE INICIACIÓN DE LA FABRICA ES DE \$800 CON COSTO DE OPERATIVO DE \$400 CON EL 25% DEL COSTO SOBRE LA INICIACIÓN COBRANDO EN DINEROS EFECTIVO TARJETAS DE CREDITOS

# ANEXO

COSTOS MATERIALES		
MATERIA PRIMA	PRECIO DE COSTO	PRECIO DE VENTA
EMPANADAS	\$ 0,50	\$ 0,80
PASCUALINA	\$ 0,80	\$ 1,00
AVIOLES	\$ 1,00	\$ 4,00
ALLARIN	\$ 2,00	\$ 2,00
TOTAL	\$ 4,30	\$ 7,80

PROMEDIO MENSUAL DE VENTA			
PRODUCTOS	TOTAL POR Kg	PRECIO UNITARIO	VENTA MENSUAL
EMPANADAS	125	\$ 0,80	\$ 100
PASCUALINA	500	\$ 1,00	\$ 500
AVIOLES	125	\$ 4,00	\$ 500
ALLARIN	125	\$ 2,00	\$ 250
TOTAL			\$ 1.350

**TALABARTERIA**

**EL TIO**



ESCUELA : CENS N : 7

PROFESORES: JORGE LUIS ARCE  
RAUL OMAR VARGAS

CURSO : Desarrollo de Capacidades Emprendedoras

TEMA : Plan de Negocio " TALABARTERÍA EL TIO "

ALUMNO : FERNÁNDEZ ULISES ANTONIO

DNI : 26860818

DIRECCIÓN : ESPAÑA N° 460

LOCALIDAD : SALADAS CORRIENTES

AÑO : 2004



<b>1 SUMARIO EJECUTIVO.</b>	<b>Pág. 1</b>
<b>2 VISION Y MISIÓN.</b>	<b>Pág. 2</b>
2.1 Situación Actual	
2.2 Visión y Misión	
2.3 Metas y Objetivos	
<b>3-DETALLES DE LA EMPRESA</b>	
3.2 Equipo Directivo, Socios, Autoridades	
<b>4-ESTRATEGIA DE PRODUCTO (o servicio)</b>	
4.2 Productos o Servicios a Ofrecer	
<b>5- ANÁLISIS DE MERCADO</b>	
5.1 Definición Del Mercado	
5.2 Perfil del Consumidor	
5.3 Situación de la Competencia	
<b>6 PLAN DE COMERCIALIZACION</b>	<b>Pág. 3</b>
6.1 Estrategia de Ventas	
6.2 Canales de Distribución	
6.3 Publicidad de Promoción	
6.4 Relaciones Publicas	
<b>7- PLAN FINANCIERO</b>	
7.1Costos de Iniciación	
7.2 Costos Operativos	
7.3 Ingresos Proyectados	
7.4 Clash Flow en efectivo.	
<b>8 Anexo</b>	<b>Pág. 4</b>

## SUMARIO EJECUTIVO

Este proyecto tiene como objetivo la venta de artículo de campo (lazo , bozal , cabresto , cinto , llavero )que se trabajara con cuero vacuno en forma artesanal. La venta se realizará en la zona ;para ello la compra del material a utilizar se hará en Saladas y Corrientes . La empresa se constituirá en sociedad de SC , conformado por 5 socio , que tendrá un administrador , un secretario y empleado .

El producto a ofrecer será de buena calidad y de un costo accesible , ya que en la localidad no hay competencia para que el consumidor compre mas barato ; la situación de competencia por lo general varia . La venta será personalizada a comercio , turista y familias rurales . La misma será en la localidad y a su alrededor y la promoción se efectuara en forma radial , escrito y televisivo . La atención al publico será de 8 a 12 horas y 16 a 21 horas de lunes a sábados con un buen trato con lo negocio y la persona , el costo estimativo de este proyecto es de \$ 1000 y el costo operativo es de \$ 600 y el ingreso proyectado es del 60 % sobre el costo inicial y la venta será en efectivo .

## PLAN DE NEGOCIO TALABARTERÍA "EL TIO"

**2.1 SITUACION ACTUAL :** La necesidad de producir este producto surge de la demanda que existe en la zona al no contar con personas que se dediquen a la talabartería en esta localidad de Saladas y zona vecinas.

**2.2 VISION Y MISIÓN :** El propósito de este proyecto es producir y ofrecer productos de calidad a un buen precio, con el objeto de abastecer los comercios de la localidad y zonas vecinas y consiste en instalar un taller para la fabricación de artículos trabajados con cuero bovino, además contar con un deposito para distribuir a los comercios y también con ventas domiciliarias.

**2.3 OBJETIVO :** Es producir articulo de talabartería : laso , bozal , cabresto , cinto , llavero .

**2.4 METAS :** Es vender por mes 50 articulo~~s~~ de cada uno y redoblar a 6 meses en localidad y zona vecina un buen producto y barato .

### 3. DETALLE DE LA EMPRESA

**3.1 ASPECTO LEGAL :** La empresa será en sociedad .

**3.2 EQUIPO DIRECTIVO :** Administrador , Secretario , Empleado

### 4. ESTRATEGIA DE PRODUCTO

**4.1 PRODUCTO O SERVICIO A OFRECER :** Se ofrece el producto de una buena calidad y a un precio menor .

### 5. ANALIS DEL MERCADO

**5.1 DEFINICION DEL MERCADO :** En la localidad no hay competencia .

**5.2 PERFIL DEL CONSUMIDOR :** El consumidor compra lo mas barato y que sea una calidad mas o menos buenos .

**5.3 SITUACION DE LA COMPETENCIA :** La situación de la competencia por lo general varia en el precio

## **6 PLAN DE COMERCIALIZACION**

**6.1 ESTRATEGIA DE VENTA :** Venta personalizada y en comercio .

**6.2 CANALES DE DISTRIBUCIÓN :** En la localidad y sus alrededores .

**6.3 RELACIONES PUBLICAS :** Radial

**6.4 RELACIONES PUBLICA :** Buen trato con los negocio y la persona .

## **7 PLAN FINANCIERO**

**7.1 COSTO DE INICIACIÓN :** Costo de iniciación S 1000

**7.2 COSTOS OPERATIVOS :** Costo operativo S 100

**7.3 INGRESO PROYECTADOS :** Ingreso proyectado 60 % del costo de inversión .

**7.4 CASH FLOW :** se efectuara en efectivos .

**7.6 LA CONCLUSIÓN :** El plan de financiación de este proyecto tiene como costo de iniciación de S 1000 y el costo operativo es de S 600 y el ingreso de este proyecto es de 60 % del costo de iniciación .

# ANEXO

CANTIDAD	INSUMO Y MATERIAL	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
10 Kg	CUERO	7	70
5 Kg	CUERO	7	35
5 Kg	CUERO	7	35
3	ARGOLLA	2	6
2	PINZA	18	36
2	TENAZA	14	28
2	MARTILLO	20	40
3	AUJA	1	3
1	EVILLA	6	6
			259

CANTIDAD	COSTO DE MATERIALES	PRECIO COSTO	PRECIO DE VENTA
10 Mts	LASO	70	112
1	BOSAL	35	56
1	CABRESTO CABRESTRO	35	56
1	CINTO	6	10
1	LLAVERO	4	8

COSTO FIJO	
ALQUILER LOCAL	100
LUZ	25
AGUA	20
TRANSPORTE	15
	160

**ESCUELA: CENS N° 7**

**CURSO: DESARROLLO DE CAPACIDADES  
EMPRENDEDORAS**

**TEMA: FABRICA DE ALPARGATAS " EL  
CUÑA"**

**ALUMNO: GUILLÉN DARDO FABIAN**

**DNI: 30.252.750**

**LOCALIDAD: SALADAS ( CTES )**

**AÑO: 2004**

### **Sumario Ejecutivo.**

El proyecto realizado tiene como objetivo la fabricación y ventas de alpargatas, ya que no existe en la localidad, para ello la compra de los materiales se realizara en la provincia de corrientes, y se realizara por medio de una venta personalizada para no tener costo que asume el alquiler de un local. El costo inicial de este emprendimiento será de \$1.000 para comprar los materiales necesarios para empezar a fabricar 12 pares por día y llegar al mes vendiendo 100 pares de alpargatas.

## PROYECTO

### FABRICA de ALPARGATAS "EL CUÑA"

2.1: **Situación Actual:** hay la necesidad de fabricar alpargatas para vender en la localidad y en las localidades vecinas, San Roque, Santa Rosa, ya que no existe actualmente a un precio accesible.

2.2: Brindar un producto demandado por la comunidad y a su vez generar puestos de trabajo.

2.3: **Objetivo:** Comenzar de ha poco y luego crecer gradualmente para fabricar vender en 8 meses 800 pares de alpargatas.

Meta: poder realizar el emprendimiento y lograr fabricar y vender 100 pares de alpargatas en la localidad y zonas vecinas.

3.1: **Aspectos Legales:** La Empresa será una Sociedad de Responsabilidad Limitada.

3.2: Socio y empleados.

4.1: Existe un solo local donde fabrican las alpargatas en la localidad.

4.2: Se ofrecerán los productos alpargatas con algunos diseños y modelos nuevos y a un menor precio.

4.4: **Proceso Productivo:** Se elaboraran los moldes de cada modelo y número por pares y se conformarán de la plantilla interna, cortar la tela, coser y pegarlo a la plantilla.

5.1: El producto está destinado a los jóvenes adolescentes y a las personas adultas.

5.2: El consumidor se halla siempre buscando economía y compra lo más barato que sea de calidad aceptable.

5.3: Existe solamente un solo fabricante y tiene poca producción, siendo de baja calidad el producto que vende.

5.4: La aparición de otro fabricante ofreciendo el mismo producto a un costo menor.

6.1: La venta será personalizada y a domicilio.

6.2: Motos y Camionetas.

6.3: Medios radiales, televisivo y folletos.

6.4: Se atenderá al publico de 8hs a 12hs y de 17hs a 21hs en el local.

7.1: **Costo de iniciación** será de \$ 1.000.

7.2: **Gastos operativos** es de \$ 200.

7.3: **Ingreso proyectado** es del 50% sobre el costo de iniciación.

7.4: **Clash Flow** exclusivamente en Efectivo.

7.6: **Conclusión,** el costo de iniciación es de \$ 1.000 y los gastos operativos alcanzan \$200, el ingreso proyectado es del 50% sobre el costo de iniciación, el movimiento de caja es exclusivamente en efectivo.



# ÍNDICE

Sumario ejecutivo.....	1
Situación Actual.....	2.1
Visión y Misión.....	2.2
Métas y Objetivos.....	2.3
Aspectos Legales.....	3.1
Equipo Directivo.....	3.2
Productos y Servicios actuales.....	4.1
Productos o Servicios a Ofrecer.....	4.2
Proceso Productivo.....	4.4
Definición del Mercado.....	5.1
Perfil del Consumidor.....	5.2
Situación de la Competencia.....	5.3
Factores de Riesgos. Productos Substitutos, política de precio.....	5.4
Estrategia de Venta.....	6.1
Canales de Distribución.....	6.2
Publicidad y Promoción.....	6.3
Relaciones Publicas.....	6.4
Costo de Iniciación.....	7.1
Costo operativo.....	7.2
Ingreso Proyectados.....	7.3
Clash Flow.....	7.4
Conclusion.....	7.6

## ANEXO

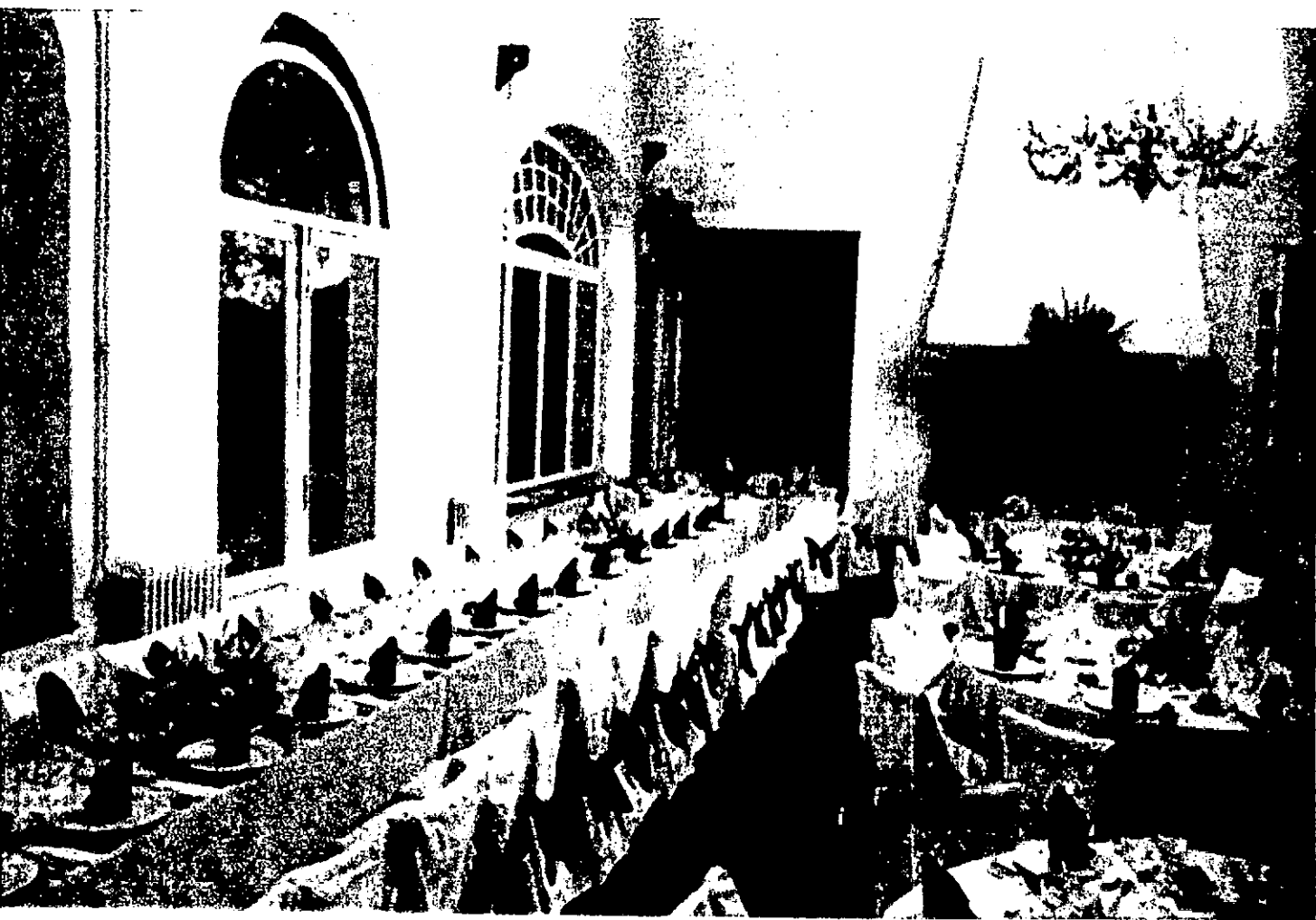
Consumo mensual	Precio unitario	Precio total
elap por mts	\$ 4.50	\$ 84.50
ilo por 1000 mts	\$ 7.50	\$ 7.50
lantilla exterior(goma)	\$ 24.50	\$ 110.50
lantilla exterior (goma)	\$ 12.00	\$ 108.00
egamento por litro	\$ 9.00	\$ 54.00
lano de obra por dia	\$7.00	\$ 18.00
<b>OTAL</b>	<b>\$ 63.50</b>	<b>\$ 392.50</b>

Cantidad	P/ de venta	P/ total
50.pares	\$4. por par	\$ 200
50.pares	\$4. por par	\$ 200
<b>Total 100 P.</b>	<b>\$ 400</b>	<b>\$ 400</b>

Inversiones	Precio total
Motor con piedra	\$ 200
Moldes X 6 tipos de n°	\$ 30
lijera	\$ 7.00
Maquina de coser	\$ 350
<b>otal</b>	<b>\$ 420</b>

# PROYECTO PLAN DE NEGOCIO

## SERVICIO DE CATERING



**ESCUELA:**

***C.E.N.S. Nº 7***

**CURSO:**

***DESARROLLO DE CAPACIDADES  
EMPREENDEDORAS***

**ALUMNA:**

***HERMOSI MÓNICA ELIZABETH***

**DNI N°: 27.866.690**

**AÑO: 2004**

## **Sumario Ejecutivo**

Este Proyecto tiene como objetivo, ofrecer un buen servicio de Catering, observando que no hay en la localidad de estas características, por lo que me lleva a pensar que será bien aceptada. La empresa será Unipersonal, "Empleados, Administrador, Comprador, Pagador, Vendedor, Cobrador, cocinero, Mantenimiento de Limpieza, Decoración, Música.

El servicio que me proporciona ofrecer es un negocio de Catering, Animación de baile, Servicio de Lunch, fotografía, Centros de mesa, souvenir, bebidas, decoración de salón y cotillón. Este servicio como dije anteriormente, no existe en la localidad, por tal motivo me gustaría desempeñarme en el mismo.

El costo de iniciación sería de \$10.550,00 con el 25% de ganancia sobre el costo de iniciación. El producto esta destinado a satisfacer la demanda de eventos especiales en la localidad ya que no existe competencia que ofrezca este mismo servicio en la localidad.

Este producto será ofrecido en forma personalizada y con promotoras, seleccionadas y que será transportada por trafico, que contará con apoyo, habrá publicidad y promoción por medio de Radio FM, televisión, revistas, diarios, carteles, afiches; horario de atención es de 8:15 a 12:00 y 16:30 a 20:15.

## **Servicio de Catering.**

### **1- Sumario Ejecutivo**

#### **2.1 Situación Actual**

En la localidad no hay servicio de Catering, qué puedas satisfacer las fiestas, 15 años, casamientos, recepción, aniversario y por lo general se recurre a otra localidades; impidiendo así un gran crecimiento laboral, habiendo posibilidades de lanzar los mercados local.

#### **2.2 Visión y Misión**

Observando que no hay en la localidad un servicio de tal característica, me lleva a pensar que será bien aceptada, teniendo en cuenta que el mismo va a brindar en nuestra sociedad, que lo demanda un servicio completo y de calidad, a un precio accesible, y con condiciones de pagar en cuotas.

## 2.3 Metas y Objetivos

Es ofrecer un buen servicio en principio es lograr dos veces por semana, sábados y domingos, buscando conseguir por la prestación del mismo sea de buena calidad , una buena rentabilidad.

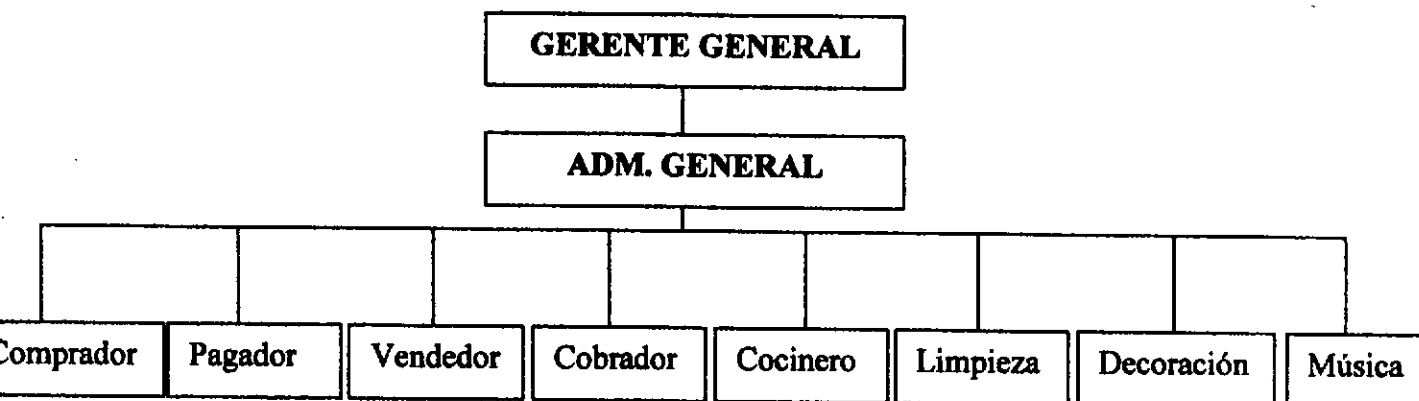
## 3. Detalles de la Empresa.

### 3.1. Aspectos Legales

Unipersonales

### 3.2. Equipo Directivo, Socios, Autoridades.

### 3.3 Compondrán personas.



## 4. Estrategias del Producto (o servicio)

### 4.1 Productos o Servicios Actuales

en estos momentos no existe servicios de Catering especiales en la localidad.

### 4.2 Servicios a Ofrecer

Ofrecer en un plazo inmediato el servicio de Catering que consiste en un negocio de Baile, Servicio de Lunch, Fotografía, Filmación, Centro de mesa, Souvenir, Bebidas, Decoración de Salón y Cotillon.

### 4.3 Procesos Productivos. Productos.

**Comida (Primavera – Verano)**

Menú	Precio unitario	Precio total
Croquetitas de Batatas	\$ 3.50	\$ 70.00
Gelatina Saladas Clarificada	\$ 3.00	\$ 60.00
Aspic de Salmón y Camarones	\$ 3.50	\$ 70.00
Lomitos de Champiñones	\$ 2.50	\$ 50.00
Pastel de Pollo	\$ 1.50	\$ 30.00

**Comida (Otoño- Invierno)**

<b>Menú</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Precio total</b>
Asado	\$ 5.00	\$ 1.00
Chorizo	\$ 5.00	\$ 1.00
Chanco	\$ 4.50	\$ 9.00
Pizzeta	\$ 1.50	\$ 3.00
Almidon	\$ 0.20	\$ 40.00
Empanada	\$ 0.25	\$ 50.00

**Postre**

<b>Menú</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Precio total</b>
Tortas variadas	\$ 10.00	\$ 60.00
Helado	\$ 1.50	\$ 30.00
Crema	\$ 2.00	\$ 40.00
Mouse	\$ 2.00	\$ 40.00

**Bebidas**

<b>Menú</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Precio total</b>
Coca- Cola	\$ 1.50	\$ 306.00
Cervezas	\$ 2.90	\$ 240.00
Vinos	\$ 3.20	\$ 568.00
Champagne	\$ 12.00	\$ 600.00

<b>Material /costo</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Precio total</b>
Souvenir	\$ 1.00	\$ 2.00
Globos	\$ 4.50	\$ 9.00
Cinta	\$ 0.20	\$ 40.00
Centro de mesa	\$ 16.50	\$ 330.00
Mantel	\$ 30.00	\$ 600.00
Servilleta	\$ 1.20	\$ 240.00
Copas	\$ 49.00	\$ 1.666
Cuchillos	\$ 0.70	\$ 140.00
Bananas	\$ 0.30	\$ 40.00
Tenedor	\$ 25.90	\$ 440.00
Cucharitas	\$ 16.00	\$ 272.00
Manos de obra	\$ 2195.00	\$ 2195.00
Filmación	\$ 30.00	\$ 30.00
Fotos	\$ 90.00	\$ 90.00



### **Costo Fijo Oficina de Ventas Mensual**

<b>Descripción</b>	<b>P.T.</b>
Local	\$ 300.00
Agua	\$ 150.00
Luz	\$ 200.00
Telefono	\$ 50.00
Producto de limpieza	\$ 50.00

#### **5. Análisis de Mercado**

##### **5.1 Definición del Mercado**

el mercado de eventos especiales, como cumpleaños, aniversarios, 15 Años, casamientos, despedida, reuniones etc.

##### **5.2 Perfil del Consumidor**

La demanda de este Catering está insatisfecho en la localidad y ya que ofrece un precio accesible para las familias.

##### **5.3 Situación de la Competencia**

No existe competencia en la Localidad. Pero si en las localidades vecinas, que por ende se dedican a ofrecer servicios con similares características, pero de baja calidad.

##### **5.4 Factores de Riesgo**

siempre se hará esfuerzo en un servicio de calidad en los productos, ya que tratándose de comidas y de un servicio que no cualquiera puede adquirir, es riesgoso de surgir comentarios de desprestigio que por mas que quede en otras localidades si es que mejor que el nuestro es evidente que los clientes o posibles, se fijen mas en la competencia que en lo que nosotros ofrecemos.

## **6. Plan de Comercialización**

### **6.1 Estrategias de Ventas**

Ofrecer los servicios de manera personal por medio de promotoras, a personas de buen nivel económico (son los que mas recurren a estos servicios por sus costos) a comercios.

### **6.2 Canales de Distribución**

Medios de transporte propio, en lo posible una trafic.

### **6.3 Publicidad y Promoción**

Por medios de folletos – radio- televisión- revistas- diario- carteles- afiches.

### **6.4 Relaciones Publicas.**

Local, oficina de atención al público de 8:00 a 12:00 y 16:00 a 20:00. También se pueden comunicar por medio del TE. 03782- 422068 y por Internet. Con un encargado de recibir las consultas y promocionar el servicio resaltando siempre la calidad de los productos y la buena predisposición de las personas encargadas de realizar las diferentes tareas, y sus cualidades como profesionales, Ej: fotógrafo, cocinero, etc.

## **7. Plan Financiero.**

### **7.1 Costos de iniciación**

Es de \$ 10550.00

### **7.2 Costos Operativos**

Es de \$ 1000.00

### **7.3 Ingresos proyectados**

El 25% sobre el costo de iniciación

### **7.4 Cash Flow**

Efectivo

### **7.5 Conclusión**

la venta de este servicio de Catering tiene una iniciación en costo de \$ 10550.00, y de costo operativo de \$ 1000.00, el ingreso planteado de un 25% del costo de iniciación y los movimientos de caja serán en efectivo.

## **INDICE**

SUMARIO EJECUTIVO .....	1
SERVICIO DE CATERING .....	2
VISION Y MISIÓN .....	2
DETALLES DE LA EMPRESA .....	2
ESTRATEGIAS DE PRODUCTO (O SERVICIO).....	2
ANÁLISIS DE MERCADO .....	5
PLAN DE COMERCIALIZACION .....	6
PLAN FINANCIERO .....	6

**ESTABLECIMIENTO: C.E.N.S N°7**

**CURSO: DESARROLLO DE CAPACIDADES EMPRENDEDORAS**

**TEMA: PLAN DE NEGOCIO**

**FABRICA DE TEJIDO "MI DULCE BELU"**

**ALUMNA: POMPEYA NIZ**

**DNI: 23.291.458**

**AÑO: 2.004**

## SUMARIO EJECUTIVO

Este proyecto tiene como objetivo cubrir las necesidades tanto de mi familia como de la comunidad por el trabajo manual que esto demanda estaremos ayudando a las personas para empezar produciremos 48 prendas inicialmente para luego ir incrementando la producción.

Ofreciendo en el centro y zonas urbanas de la localidad, ya que serán producidas en la ciudad de Saladas y además para lo cual está dirigido los productos yo considero que va a tener rentabilidad tratándose de gente joven.

Empleando diferentes estrategias de ventas en forma personalizada, Enseñándole los productos ya que nos estaríamos movilizandó en un medio económico como es la bicicleta y además la ayuda extra de la publicidad de las radios FM.

# ÍNDICE

- 1.1\_ Sumario Ejecutivo
- 2.1\_ Situación Actual:
- 2.2\_ Visión y Misión
- 2.3\_ Metas y Objetivos
- 3.1\_ Aspectos Legales
- 4.1\_ Productos o Servicios Actuales
- 4.4\_ Procesos Productivos
- 5.1\_ Definición de Mercado
- 5.2\_ Perfil del Consumidor
- 5.3\_ Situación de la Competencia
- 6.1\_ Estrategias de Ventas
- 6.2\_ Canales de Distribución
- 6.3\_ Publicidad y Promoción
- 7.1\_ Costo de Iniciación
- 7.2\_ Costo Operativo
- 7.3\_ Ingreso Proyectados
- 7.6\_ Conclusiones
- 8. - Anexo

## **PLAN DE NEGOCIOS:**

### **Fabrica de Tejido: "Mi dulce Belú"**

**2.1 \_Situación Actual:** lo que deseo con este proyecto es recobrar el trabajo artesanal que se fue dejando de lado, debido al avance de la tecnología y maquinarias que logro casi por completo acaparar el mercado dejando sin trabajo a muchas personas.

**2.2 \_Visión y misión:** fabricar el tejido en forma manual con dos agujas: ej. En invierno: pullover\_ con hilos de lana y para el verano: remeras\_ con hilos de algodón y a la vez facilitar a la población el acceso a los mismos ya que si se fabrica en la localidad se abaratarían los costos y así ayudar a las familias.

**2.3 \_Metas y objetivos:** objetivo producir 3 prendas diarias aproximadamente de cada uno de los productos mencionados .La meta es vender 48 prendas al mes ofreciendo una variedad de colores y texturas .

**Dirección y venta:** Pompeya Raquel Niz; operarias: Alicia Ramirez : Paula Ríos.

**3.1 \_Aspectos Legales:** Empresa Unipersonal.

**4.1 \_Productos o servicios actuales:** existe en la localidad pero únicamente a pedido.

**4.4 \_Procesos productivos:** pulóver distintos talles.

**Útiles :** 450 grs. de lanas un par de agujas n° 3y4; una aguja de dos puntas.

**Muestra:** un cuadrado de 10 cm da 24 puntos y 27 carreras.

**Espalda:** en aguja n° 3 montar 124 puntos tejer punto elástico 8cm . Con aguja n° 4 repartir 18 aumento en una carrera y a 65cm cerrar flojo.

**Delantera:** igual que la espalda hasta tener 58 cm .Cerrar en el centro 26 puntos,3 p.,2p y 4 veces un punto. A 65 cm total cerrar los hombros.

**Mangas:** montar 52 puntos en aguja n° 3; tejer 8 cm puntos1/1 .Con aguja 4 repartir 32 aumento en una carrera ; a 51 cm total cerrar los puntos.

**Terminación:** coser un hombro ; con aguja n° 3 levantar los puntos del escote ; tejer 3 cm punto 1/1.Coser el hombro y los costados dejando para sisas29 cm cerrar y fijar las mangas .

5.1 \_ Definición del mercado: producir los productos en la ciudad de Saladas.

5.2 \_ Perfil del consumidor: este producto esta dirigido a personas adolescentes y adultas de ambos sexos.

5.3 \_ Situación de la competencia: Existe en los negocios con productos sustitutos de la localidad, pero no de la calidad y precios que ofrecemos nosotros.

6.1 \_ Estrategias de ventas: Venta Directa, visitando a las familias y enseñándole los productos además como ayuda extra Folleteria.

6.2 \_ Canales de Distribución: Como punto de partida y por el costo operativo que esto representa nos movilizaremos en bicicletas.

6.3 \_ Publicidad y Promoción: Estaremos publicitando en las FM de la localidad, folleterias y en forma personal.

6.4 \_ Se atenderá al Publico: De 8hs. A 12hs. Y de 16hs a 21hs en el local.

7.1 \_ Costo de Iniciación: \$ 1.500 -

7.2 \_ Costo Operativo: Es de \$ 1.435,45 - sobre el costo inicial.

7.3 \_ Ingresos Proyectados: Es del 30% sobre el costo de iniciación.

7.4 \_ Clash Flow: Dinero en efectivo y tarjetas de créditos.

7.6 \_ Conclusiones: El costo de iniciación es de \$ 1.500, por préstamo personal de carácter familiar, los gastos operativos son de \$ 1.435,45, el ingreso proyectado es del 30% sobre el costo de iniciación, el análisis de caja es exclusivamente en efectivo y tarjetas de créditos.



## ANEXO

### CUADRO DEMOSTRATIVO - ANALISIS FINANCIERO

PRODUCTOS	GRAMOS	P. UNITARIO	P. DE VENTA
Casmillon	100grs.	2,8	3,8
Piel de Mono	100grs.	4,2	6
Bucle	100grs.	3,85	5,5
Matizado	100grs.	3,8	5
Sedificado	100grs.	3,15	4,5
Mouliné	100grs.	3,15	4,5

PRODUCTOS	GRAMOS	PRENDAS	P. DE COSTO	P. DE VENTAS	TOTAL DE PRENDAS
Casmillon	x 400grs	1	\$ 17,10	\$ 22,23	x10
Piel de Mono	x 500grs	1	\$ 30,00	\$ 39,00	x 4
Bucle	x 300grs	1	\$ 12,00	\$ 15,60	x 7
Matizado	x 480grs	1	\$ 24,00	\$ 31,20	x 6
Sedificado	x 600grs	1	\$ 27,00	\$ 35,10	x 18
Mouliné	x 500grs	1	\$ 22,50	\$ 39,35	x 3
				\$ 182,48	

INSUMOS	P. UNITARIO	CANTIDAD	P. DE VENTA
Agujas N°			
1 - 2 - 3 - 4	\$ 1	x 12	\$ 12
5 - 6 - 7 - 8	\$ 1,50	x 12	\$ 18
9 - 10.	\$ 2	x 6	\$ 12
			\$ 42