

10/10.43

e Redu

44556

SH

V

MINISTERIO DE EDUCACION Y CULTURA
DE LA
PROVINCIA DE CORRIENTES

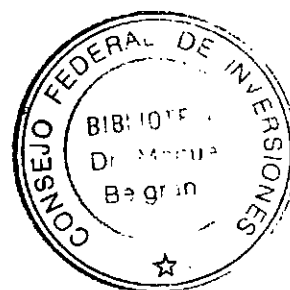
CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

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

INFORME FINAL
TOMO VII – PASO DE LOS LIBRES

SEPTIEMBRE DE 2004

MANUEL CESAR SAAVEDRA



Plan de Negocio

Título de Proyecto: Engorde de bovinos.

Área Temática: Agroindustria

Idea: Compra, engorde y venta de animales para una mejor calidad de la carne de nuestra zona.

Integrantes: * Olivera, Silvana Itatí; DNI: 32974440; Argentina; 17 años; cursando 3° pol. EGO.; año de graduación 2004; Plácido Martínez 1050; Tel. 15635539; e-mail: silo17_2004@hotmail.com. Mi labor dentro de esta sociedad es la prestación de un sitio para la ejecución del proyecto.

* Holsbach, Cristian Darío; DNI: 33160711; Argentino; 17 años; cursando 3° pol. EGO.; año de graduación 2004; Hipólito Irigoyen 617; Tel. 423950; e-mail: Cristian03dh@hotmail.com. Mi labor dentro de esta sociedad es la entrada con algunos animales para la iniciación del proyecto.

Fundamentos: La idea surge de la necesidad de suministrar carne de buena calidad a nuestra zona, utilizando los recursos y materias primas de la Provincia.

Misión: Nuestra misión dentro de la sociedad sería brindar una mejor calidad de carne y a la vez el propósito sería lograr unos de los mejores animales de la zona, intercambiando, comprando y vendiendo procreadores de raza que ocasionaría un buen sustento económico para los propietarios.

Objetivos: Los resultados que queremos alcanzar son:

- a) Que la gente de esta zona consuma una carne con una calidad superior a la que están en el mercado.
- b) Obtener una buena economía para nuestra futura familia.
- c) Brindar empleo a gente desocupada de la zona donde queremos instalar la empresa, que está especializada en este tema.
- d) Utilizar y explotar los recursos de la Provincia.

Producción y comercialización: La producción sería engorde de animales en corral. La venta de los mismos será destinada a los frigoríficos.

Identificación de mercado: Nuestro producto esta destinado a los frigoríficos de la zona. Sabemos que lo preferirán porque hemos realizado una visita al frigorífico de la ciudad y nos informaron que este tipo de carne es de buena calidad, ya que es un animal muy saludable porque son criados de una forma natural.

Análisis Foda

Fortalezas:

- Material en la zona
- Precio competitivo y manejable
- Capital Propio
- Producto adecuado para la demanda
- Mano de obra muy cerca
- Demanda en cantidad
- Nuestro producto es bueno

Oportunidades:

- El estado nos subvencione la producción
- La comunidad es amplia
- Buena aceptación del producto
- Lugar propio
- Animales seguros para la iniciación del proyecto
- Ampliar la producción y alcanzar nuevos horizontes

Debilidades:

- Falta de credibilidad porque recién comenzamos
- No tenemos suficiente producción para localidades vecinas
- Sin estructura para cumplir con la demanda
- Poco capital para mucha mano de obra

Amenazas:

- Que se termine la materia en la zona
- Que haya una enfermedad y que tengamos que sacrificar animales
- Que la mano de obra se vaya
- Nuestra calidad decaiga
- Que la demanda disminuya
- Que los clientes pierdan la credibilidad

Formas de mitigar los riesgos:

*Para el conocimiento de los clientes que nosotros tenemos este emprendimiento en la zona, sería realizar una buena publicidad y de este modo obtendríamos mayor confianza de parte de la demanda.

*Realizar un riguroso control sanitario para evitar cualquier tipo de enfermedades en nuestros animales.

*Mantener nuestro personal con una buena relación y remunerándolos de acuerdo a sus actividades.

*A medida que nuestro emprendimiento vaya creciendo iremos satisfaciendo las necesidades en la zona y en la Pcia.

*Para mantener y aumentar la calidad de nuestro producto debemos implementar razas de mejor porte y mayor peso y así los clientes aumentarían su credibilidad hacia nuestro emprendimiento.

Tiempo de ejecución: Por lote de animales el tiempo de engorde y venta de los mismos sería de 18 meses.

Recursos disponibles: Disponemos un terreno de 12 hectáreas con agua, luz e infraestructura para el personal; además disponemos de 10 animales para iniciar nuestro emprendimiento.

Recursos requeridos: Para la iniciación necesitaríamos dos corrales de 50m.2; bebederos y comederos para cada corral; mas tarde de acuerdo al aumento de la producción se realizarían mas corrales y se ampliaría la perforación del pozo de agua ya que es esencial para este tipo de emprendimientos; alimento para los animales por 18 meses; y una persona capacitada para orientarnos sobre el tratamiento de los animales.

PLAN DE NEGOCIOS

PROYECTO: HUMUS

INDUSTRIA: Humus (abono orgánico)

CONCEPTO: Mejor tierra , mayor producción, calidad y satisfacción para los consumidores.

RESPONSABLES: Farfán Pamela, Núñez Matías.

AÑO: 2004

INTEGRANTES:

NOMBRE: Pamela Elisabet

APELLIDO: Farfán

DNI: 32.366.389

NACIONALIDAD: Argentina

EDAD: 18

NIVEL EDUCATIVO: 3er. Año del Nivel Polimodal Instituto de Formación Docente del Profesor "Agustín Gómez".

DIRECCIÓN. Barrio "Mi Jardín" 99 viviendas manzana "H" casa n°:"19"

TELEFONO: (03772) 42-4804

E-MAIL: pame_luda@hotmail.com

NOMBRES: Matías Carlos Antonio

APELLIDO: Núñez

DNI: 32.302.291

NACIONALIDAD. Argentino

EDAD: 18

NIVEL EDUCATIVO. 3er año del Polimodal Instituto de Formación Docente del Profesor "Agustín Gómez".

DIRECCION: Barrio "jardín" 100 viviendas manzana "D" casa n°:9

TELEFONO: (03772) 15636211

E-MAIL: maty_14_4@hotmail.com

PLAN DE NEGOCIOS

PRODUCTOS: humus(abono orgánico).

CLASIFICACION DEL PRODUCTO:

Heterogéneo, por lo tanto se deberá tener en cuenta la calidad y el precio del producto.

CONCEPTO:

Mejor tierra, mayor producción, calidad y satisfacción para los consumidores.

IDEA:

Esto surgió en base a la necesidad que tienen las personas que ocupan en su labor a desarrollar tareas agrícolas o para tener un mejor suelo donde plantar sus jardines, como ser: viveros; parques; plazas; jardines, huertas; y toda actividad agrícola que se puede desarrollar con nuestro producto.

FUNDAMENTACIÓN:

En el presente proyecto consta de un emprendimiento el cual, hemos desarrollado un producto que creemos que constituye la mejor alternativa para restaurar el suelo.

Nuestro producto requiere de recursos naturales (materia prima), en el cual disponemos de suficiente, para que deje ganancia y satisfaga al mercado.

La finalidad de este emprendimiento es progresar en el mercado y satisfacer las necesidades a la sociedad.

A través de investigaciones que hemos realizado podemos afirmar que el humus(abono orgánico) es un producto que no se esta comercializando mucho en el mercado, y que son pocos que lo producen. Y es por eso que nosotros estamos dispuesto a producir para brindarle a los consumidores nuestro mejor servicio

MISIÓN:

Es el mejoramiento de las áreas agropecuarias contando con óptimos procesos productivos mediante tecnología avanzada, no solo para ofrecer mejor producto si no para satisfacer las necesidades del consumidor, este producto no afecta al medio ambiente ni al ecosistema.

VISIÓN:

Que nuestro emprendimiento en el futuro se forme una sociedad colectiva, con mejores ideas para producir y comercializar. Y así llegar a través de un gran número de demanda.

Pretendemos que progrese con eficiencia y eficacia, de manera rápida, para así seguir creciendo.

Que los clientes no compren productos similares en el exterior ya que lo hacen habitualmente, teniendo así las empresas que cerrar.

OBJETIVOS GENERALES:

- Llegar a tener un importante número de demanda .
- Recuperar los costos iniciales y lograr obtener las ganancias esperadas en las ventas.
- Disponer de recursos naturales para emprender el proyecto.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Que el cliente esté conforme con el producto, precio y servicio.
- Que la oferta cubra las expectativas de las demandas.
- Obtener rentabilidad.
- Obtener eficiencia y eficacia en la producción
- Que el producto sea natural, y a un precio accesible.

OBJETIVO DE VENTA:

En el proceso de comercialización que se realice se recomienda que en la primera venta deberá ser mayor de números destacados a la inversión para que la misma pueda ser recuperada. Las ventas sucesivas podrán ser decrecientes en todo momento. Para evitar la declinación económica del negocio.

NECESIDAD A RESOLVER CON ESTA IDEA:

Con este emprendimiento nosotros queremos resolver problemas que se plantean en agrícolas y familias que quieren disponer de un suelo fértil un cien por ciento.

Ya que la única forma de restituir la fertilidad de un campo, por ejemplo, que ha sido explotado con fertilizante artificiales durante mucho tiempo es con HUMUS de lombriz. Un campo que ya no sirve para cultivos, puede producir aún más de lo que producía en su mejor época, solo con la aplicación del único abono producido naturalmente.

DESCRIPCION DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACION DEL PRODUCTO:

Se producirá dependiendo de la demanda existente.

Costará un cinco por ciento menos que en el mercado.

El producto será vendido durante todo el año, como mínimo 182kg.

En stock se deberá tener mínimamente 1kg. por demanda existente.

Se utilizarán: pala ancha, carretilla, tridente, asada, pala de punta, balde, plástico, tamiz y regadera.

PROMOCION: este producto se recomienda utilizar un setenta porciento de venta personal y un veinte porciento en publicidad masiva(radial, escrita, televisiva.)

VENTA PERSONAL: los fabricantes ofrecerán y describirán las cualidades del producto a los distintos consumidores.

VENTA MASIVA: si querés que tus plantas crezcan sanas proba el único abono fertilizante producido naturalmente.

IDENTIFICACIÓN CUALITATIVA DEL MERCADO PARA EL PRODUCTO:

Los que utilizaran éste producto serán los viveros, personas que tengan huertas, plantas, familias que se dedican a las plantaciones de flores, frutas, verduras y que tienen zonas de tierra fértil.

Los consumidores lo preferirán ya que este producto es un abono fertilizante y cien porciento natural, se debe utilizar mezclado con tierra porque el abono orgánico puro afecta a las plantas, vegetales, etc.

Sabemos que será efectivo su consumo ya que es un producto que no afecta al medio ambiente y es poco utilizado en la zona, por tener poca comercialización en el mercado.

COMPETENCIA ACTUAL:

Nuestra principal competencia serían los viveros, que son los encargados de la venta del HUMUS.

COMPETENCIA POTENCIAL:

Serían las páginas que se pueden encontrar de distintas empresas que comercializan EL HUMUS a nivel internacional, por Internet.

ANÁLISIS F.O.D.A DEL PRODUCTO

Aspectos

**Capacidad para
Fabricar el
Producto que
poseemos**

Fortalezas

- Bajo costo de mano de obra
- Zona de producción apropiada

Debilidades

- El alto grado de temperatura afectara al proceso, ya que es al aire libre.
- La temperatura no siempre es templada como se requiere.
- Competencia con productos similares.

**Características del
Producto que
Fabricaremos**

Fortalezas

- No es perecedero
- Es resistente en cualquier lugar..
- Es humus 100% orgánico y fertilizante.

Debilidades

- No se utiliza puro, porque arruinan las las plantas, verduras etc.
- Tiene producto sustitutos.

**Atención que
Realizaremos al cliente**

Fortalezas

- Servicio post-venta.
- Atención personalizada.
- Publicidad del producto.

Debilidades

- Falta de personal especializado para promotores de ventas.

**El precio que podemos
Ofrecer**

Fortalezas

-Es un precio muy accesible en el mercado

Debilidades

**-Variación de la moneda
en relación a las divisas extranjeras.**

RECURSOS DISPONIBLES:

Con los equipamientos que contamos para este proyecto son:

Las lombrices californianas rojas

Pala ancha

Carretilla

Tridente

Asada

Balde

Plástico

Regadera

Tamiz

LOS RECURSOS FINANCIEROS CON LOS QUE CONTAMOS SON MINIMOS :

PRECIO: el precio del producto será de \$1.50 por Kg. para poder recuperar la inversión y obtener ganancias se tendrá que vender 182 Kg. de humus como mínimo.

COSTO Y GANANCIAS:

Cinta para PH	\$80,00
Bolsas impresas	<u>\$11,20</u>
	\$91,20 Costo total de inversión

PUNTO DE EQUILIBRIO FINANCIERO

Para tener una claridad de recupero de inversión tenemos la siguiente fórmula :

P.E = COSTO TOTAL DE INVERSION

PRECIO DE VENTAS – COSTO VARIABLE UNITARIO

$$P.E = \frac{91.20}{\$1.5 - \$1} = 182.4$$

$$P.E = 182.4 \text{kg.}$$

A partir de 182.4Kg. en adelante, un 50% para la próxima producción y el otro 50% para repartir entre los vendedores.

Este emprendimiento será llevado a cabo por las dos personas responsables del mismo proyecto.

Sus perfiles ocupacionales son: estudiantes de 3er año del Polimodal.

Lo que se necesita para llevar a cabo esta idea es contar con algún tipo de ingreso financiero, para poder encaminarlo.

Plan de Negocios

Cuadernillos Prácticos y Económicos

“La Mejor Educación por el Menor Precio”

Responsables: Victor Cingolani, Ricardo Vassel y
Gaston Castro Beignier

Índice

Integrantes.....	3
La Idea.....	4
Fundamentación.....	5
Producción.....	6
Competencia.....	6
Posibles Dificultades para la Ejecución de Proyecto y las Soluciones.....	7
Duración de Ejecución.....	8
<i>El porque del Éxito y la Economía de este Proyecto</i>	9
Recursos Requeridos.....	10

Integrantes:

Vassel, Ricardo

DNI: 32, 837,552

Edad: 17

Nacionalidad: argentino

Nivel Educativo: 3° Polimodal, modalidad "Economía y Gestión de las Organizaciones".

Dirección: San Martín 1382

Teléfono: 15-638-478

E-mail: pibitovashel@hotmail.com

Cingolani, Victor Hugo

DNI: 32, 527,036

Edad: 18

Nacionalidad: argentino

Nivel Educativo: 3° Polimodal, modalidad "Economía y Gestión de las Organizaciones".

Dirección: 132 Viviendas, Manzana "1", Casa 7

Teléfono: 42-3587

E-mail: victorcingolani_281@hotmail.com

Castro Beignier, Gastón

DNI: 33, 014,891

Edad: 17

Nacionalidad: argentino

Nivel Educativo: 3° Polimodal, modalidad "Economía y Gestión de las Organizaciones".

Dirección: Av. Gral. San Martín s/n°, Barrio Militar Gral. San Martín, Casa N° 22

Teléfono: 42-4351

E-mail: jody_chevy@hotmail.com

La Idea:

La idea surge de una lista de problemas provenientes de una escuela estatal en la cual figuran una sala de informática sin uso y la falta de una biblioteca.

Este Proyecto tiene como objetivo la elaboración de cuadernillos prácticos creados por los mismos alumnos tomando de base la informática como elemento primordial en este mundo globalizado. La Idea de los cuadernillos también se basa en el inicio de un proyecto escolar para los alumnos, donde ellos tendrán la posibilidad de crear a partir de sus apuntes guías escolares en las diferentes materias. Destinados para los chicos de los niveles económicos más bajos en donde encontramos el problema de la imposibilidad de compra de libros y manuales, debido a su alto costo.

La necesidad a resolver con esta idea.

La necesidad a resolver con esta idea esta basada en las clases económicas mas bajas, las cuales no cuentan con los recursos monetarios para la compra de Manuales, Libros o Fotocopias, ya que el costo de las mismas son elevados. Esto priva a los chicos de una educación seria y de una mejor capacitación. Apuntamos con estos cuadernillos a una mejor enseñanza pública con más materiales de trabajo y un apoyo más en la instrucción educativa de los alumnos.

Nuestra Misión

Es Particular en el desarrollo y mejora de la enseñanza pública y privada, trabajando en la creación de cuadernillos mediante la capacidad y tecnología avanzada, no solo para dar información, sino también para dar satisfacción a todos los que nos elijan ya que es un proyecto práctico y económico que pueda llegar a todos los estudiantes.

Fundamentación

Este Proyecto consta de un emprendimiento, que hemos considerado importante para la mayor parte de esta Comunidad, los Estudiantes.

Hemos puesto la mente en un proyecto que cuyo costo es mínimo, ya que la mano de obra esta especializada por nosotros, que a su vez deje un buen margen de ganancia y satisfaga las necesidades que nosotros queramos cubrir en el mercado.

Nuestro Objetivo es crear una empresa que asociada con la Editorial produzca cuadernillos prácticos y económicos para la mejor capacitación y enseñanza de los alumnos hechos por los alumnos para satisfacer todas las expectativas de nuestros clientes potenciales en el momento que lo necesiten.

Los Cuadernillos que pretendemos realizar presentan mas facilidad y profundización en la enseñanza para las materias que son mas dificultosas.

Producción:

La producción material de los Cuadernillos no será responsabilidad nuestra, sino que el trabajo que se realizara es de crear el material.

Identificación cualitativa de mercado para el producto

Este producto esta destinado como ya se especifica anteriormente a las clases económicas más bajas.

Las cualidades de este producto están basadas en que además de que sus precios serán muy accesibles para la población. Estos cuadernillos, al ser creado por los propios alumnos tienen un nivel de entendimiento actual dentro del ámbito adolescente y educativo. Esto los hace de una facilidad de interpretación más eficiente y rápida. Por lo tanto, serán preferidos a la hora de la realización de los trabajos prácticos o tareas que contengan los cuadernillos. Por una propia experiencia de estudiante y por la opinión de los mismos alumnos a la hora de la realización de los trabajos.

La Competencia

La competencia de mercado que tenemos tomando en cuenta el sector de venta que manejaremos, es casi nula, ya que los libros o cuadernillos que se comercian en el mercado actual son de un costo alto tomando en cuenta la situación económica que esta sufriendo el país. Nuestra aceptación en el mercado es de seguro, un éxito Garantizado.

Posibles Dificultades para la ejecución de Proyecto y las Soluciones

Las dificultades que podríamos encontrar son el retardo que pueda tener las patentes de los derechos a los proyectos de cuadernillos, por el papeleo que implica. Otra de las dificultades encontradas es la aceptación del estudiante ante la propuesta hecha de la realización de cuadernillos.

En el caso de los pre-egresados se les recompensaría por los esfuerzos realizados por el bienestar del establecimiento, otorgándoles un lugar y una fecha para la realización de una fiesta con \$200 para sus gastos a fin de año, utilizando así el dinero de las ganancias producidas con la venta.

Apuntamos a esta solución, porque las competencias son promulgadoras de violencia moral y de negligencia de los alumnos. Para evitar estos inconvenientes se los premiara a todos por igual. Además, el hecho de utilizar el dinero producido de las ventas del producto ya nombrado, hace que los alumnos se sientan satisfechos ya que sus esfuerzos vuelven a ellos dándoles lo que ellos quieren.

El por qué del Éxito de este proyecto y la Economía de este Proyecto

El Motivo Económico esta basado en que los gastos son mínimos, son recursos que tiene una escuela. Desde la contratación del profesor de Informática, hasta las computadoras. Nos hemos encontrado con Escuelas en donde las salas de computación están en desuso por daño de los equipos o diferentes causas relacionadas con el poco mantenimiento y hasta la destrucción de los materiales. Con este concepto, apropiamos anteriormente la idea de que los cursos sean voluntarios, las clases de Informática serán obligatorias y serán implementadas en EGB 2, EGB 3 y Polimodal. Utilizando como practica de estudio de la materia la creación de los Cuadernillos.

Las escuelas cuentan con Bibliotecas, pero sí se trata de que todo el alumnado tenga los libros necesarios, se torna imposible. Es por eso que ofrecemos estos cuadernillos a un precio bajo y considerable para las cooperadoras. Y los padres no rechazaran el avance de los estudios de sus hijos, ellos quieren la mejor educación y eso es lo que les vamos a ofrecer. "La Mejor Educación por el Menor Precio".

Los Recursos Requeridos

Los recursos para el inicio del proyecto que se precisarán son: una sala de computación ubicada en cualquier establecimiento escolar, la adherencia de una materia más en la caja curricular y los materiales informáticos necesarios (CD-ROM, GRABADORA DE CD, DISQUETES, CARTUCHOS DE IMPRESORA)

Los Recursos Requeridos

Los recursos para el inicio del proyecto que se precisarán son: una sala de computación ubicada en cualquier establecimiento escolar, la adherencia de una materia más en la caja curricular y los materiales informáticos necesarios (CD-ROM, GRABADORA DE CD, DISQUETES, CARTUCHOS DE IMPRESORA)

NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIOS:
SERVICIO DE GASODUCTO

INTEGRANTES:

- CASTILLO CINTHIA CLAUDIA.
DNI: 2727730.
EDAD: 17 AÑOS.
DIRECCIÓN: BELGRANO 2320. TEL: (03772)422-879.
E-MAIL: CINTHIA_C04@HOTMAIL.COM
NIVEL EDUCATIVO: MATERIAS APROBADAS 100%, AÑO DE GRADUACIÓN: 2004.

- LEDESMA NATALIA ALEJANDRA.
DNI: 32974347.
EDAD: 17 AÑOS.
DIRECCIÓN: COLÓN 1696. TEL: (03772)426-946.
E-MAIL: CHICHUN_04@HOTMAIL.COM
NIVEL EDUCATIVO: MATERIAS APROBADAS 100%, AÑO DE EGRASADO: 2004.

- OJEDA MARIA LAURA
DNI: 31957572
EDAD: 18 AÑOS
DIRECCIÓN: ESTEBAN ALISIO 821. TEL(03772)424-175.
E-MAIL: MLAURA_03@HOTMAIL.COM
NIVEL EDUCATIVO: MATERIAS APROBADAS 90%, AÑO DE GRADUACIÓN: 2004.

DIRECTOR EJECUTOR: JORGE QUIROZ
DEL PLAN

INDICE:

<u>NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIOS:</u>	PÁG. 1
<u>NOMBRE DE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO</u>	
<u>Y DATOS PERSONALES:</u>	
<u>OBJETIVOS DEL EMPRENDIMIENTO:</u>	PÁG. 2
<u>OBJETIVOS PERSONALES DE CADA UNO DE LOS</u>	
<u>INTEGRANTES DEL GRUPO:</u>	
<u>MISIÓN</u>	
<u>VISIÓN</u>	
<u>FODA</u>	PÁG. 3
<u>P N I</u>	
<u>IDEA</u>	PÁG. 4
<u>FUNDAMENTACIÓN DE LA IDEA</u>	
<u>IDENTIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES</u>	
<u>IDENTIFICACIÓN DEL MERCADO</u>	
<u>SITUACIÓN ACTUAL</u>	PÁG. 5
<u>FORMAS DE MITIGAR LOS POSIBLES RIESGOS</u>	
<u>(FODA Y PNI)</u>	

OBJETIVOS DEL EMPRENDIMIENTO:

- Lograr la aceptabilidad de este proyecto.
- Concretar el emprendimiento con la ayuda del subsidio.
- Satisfacer las necesidades de nuestros futuros clientes.

OBJETIVOS PERSONAL DE CADA UNO DE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO:

CINTHIA CASTILLO:

Mi objetivo principal es que acepten este proyecto por el motivo de que es un servicio accesible, practico y beneficioso para cada familia.

NATALIA LEDESMA:

Mi objetivos es que este plan de negocio se ha aceptado y aprobado para su ejecución; para así poder llevar a delante nuestros objetivos propuestos.

LAURA OJEDA:

Mi objetivo es poder llegar a la practica y a su vez concretar este servicio de gasoducto.

MISIÓN:

- Facilitar el gas natural a las viviendas esta ciudad mediante este proyecto.
- Satisfacer las demandas y necesidades de nuestros futuros consumidores.

VISIÓN:

- Llegar a brindar este servicio a todo la ciudad y extenderlo a las ciudades vecinas.
- Llegar a crecer y a desarrollarnos como empresa.
- Lograr una imagen y que nos reconozcan en el mercado.

FODA

FORTALEZA:

- Es un servicio utilizado por la mayoría de las provincias de nuestro país.
- Es un servicio accesible para muchos.
- Disponemos de una terminal de gasoducto en la zona.
- Llegar a tener un acuerdo para realizar una sociedad con Repsol YPF, y así disponer de sus servicios.

DEBILIDADES:

- No tener personal altamente capacitado para el desarrollo de las actividades.
- No contar con la experiencia necesaria en el rubro.
- Fallas en algunas de las instalaciones en un determinado sector.
- El mal funcionamiento del servicio.
- La mala predisposición de los operarios.

PNI

POSITIVO:

- Es un servicio muy económico.
- Es buscado por la mayoría de los ciudadanos.
- Brinda comodidad para quienes los utilizan.

NEGATIVO:

- No contar con operarios capacitados para la realización de este servicio.
- No poder llegar a brindar mis servicios a la mayoría de los ciudadanos de esta ciudad.

INTERESANTE:

- Es un servicio único, accesible, económico, y a la vez genera tranquilidad a quienes los utilizan.
- Poder extender este servicio a localidades cercanas a nuestra ciudad

IDEA

Nuestra idea consiste en realizar un servicio de gas natural a través de la realización de un plan de negocio.

Teniendo en cuenta la infraestructura y planificación de este servicio para llevar a cada uno de los hogares.

Poder llegar a satisfacer las necesidades de cada una de las familias de paso de los libres, y a la vez de los pueblos cercanos.

FUNDAMENTACIÓN DE LA IDEA:

La idea surge en virtud de una encuesta realizada en distintos barrios de nuestra ciudad, a un total de 100 familias.

En conclusión a las diversas propuestas llegamos al acuerdo de seleccionar la idea del Sr. Castillo Darío, de realizar el gasoducto (gas natural), teniendo en cuenta el proyecto existente que no está en circulación.

Es un servicio utilizado por la mayoría de las provincias de nuestro país.

Es práctico, por el hecho de que no hay la necesidad de tener que comprar garrafas gas cada vez que se acabe.

Es más accesible su costo.

Es un servicio buscado por la sociedad de nuestra ciudad.

IDENTIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES:

Esto se genera a través de las necesidades de la búsqueda constante de precios estables y de fácil acceso.

Desde ya es un servicio que la gente ansía por su llegada.

IDENTIFICACIÓN DEL MERCADO:

Lo utilizarán todas las familias que buscan beneficios para su mejor economía. Las personas lo preferirán porque es un servicio de buena calidad, accesible y que busca satisfacer su necesidad.

Tenemos conocimientos de la incertidumbre de los precios actuales, y es por eso que sabemos que las personas lo utilizarán.

SITUACIÓN ACTUAL

Nosotros carecemos de una situación actual por el hecho de que no es todavía un proyecto a ejecutar.

FORMA DE MITIGAR LOS POSIBLES RIESGOS (FODA Y PND)

- Esto se podría prever teniendo un personal altamente capacitado, con experiencia de realizar este tipo de planificación; o también ofreciendo cursos de capacitación para un mayor y mejor desenvolvimiento de sus actividades.
- También contando con un departamento de atención al consumidor, escuchando sus reclamos o necesidades.
- Para llegar a conquistar las demás ciudades realizaremos una buena estrategia de marketing, ofreciendo lo mejor de nuestro servicio.
- Para brindar este servicio, estaremos informados sobre las constantes riesgos, innovaciones y problemáticas que requiera el gasoducto.

RECURSOS REQUERIDOS

- Una terminal de gasoducto.
- Operarios capacitados para realizar este tipo de servicios.
- Un espacio en el cual nos podamos desenvolver con facilidad.
- Una infraestructura adecuada al servicio, en las afueras de la ciudad.
- Herramientas para solucionar las distintas fallas del servicio.

PLAN DE NEGOCIO

INTEGRANTES:

IÑIGUEZ, Iván

BARBOZA, Javier

VELOZO, Juan

PROFESOR A CARGO: QUIROZ, Jorge

ESCUELA: TÉCNICA N° 2

CURSO: 3ro. Polimodal "A"

AÑO LECTIVO: 2004

INDICE:

Titulo del proyecto.....	pag.2
Area tematica.....	pag.2
Integrantes.....	pag.2
Idea.....	pag.3
Fundamentos.....	pag.3
Objetivos.....	pag.3
Objetivos generales.....	pag.3
Objetivos empresariales.....	pag.4
Mision.....	pag.4
Vision.....	pag.4
Fortalezas.....	pag.4
Oportunidades.....	pag.4
Debilidades.....	pag.4
Amenazas.....	pag.5
Aspectos positivos.....	pag.5
Aspectos negativos.....	pag.5
Formas de mitigar los riesgos.....	pag.5
Duracion de la ejecucion.....	pag.5

TITULO: SERVICIO MOTO BOYS.

AREA TEMÁTICA: corresponde al área de servicio.

LA IDEA: tratar de insertar en nuestro mercado el servicio de motos boys.

Iván A. Iñiguez Cogliolo. DNI:32874412

Nacionalidad: Argentino. Edad: 17 años.

Nivel educativo: materias aprobadas 100%, año de graduación: 2004

Dirección: Hipólito Irigoyen Tel.: (03772) 424-960.

Javier La Cruz Barboza. DNI:32579514

Nacionalidad: Argentino. Edad: 17 años.

Nivel educativo: materias aprobadas 100%, año de graduación: 2004.

Dirección: Santiago del Estero Tel: (03772) 424-515.

Juan Manuel Velozo DNI:32637263

Nacionalidad: Argentino. Edad: 17 años.

Nivel educativo: materias aprobadas 100%, año de graduación 2004.

Dirección: Félix María Gómez 1058 Dpto.: 5. Tel.: (03772) 422-844

E-mail: yojuancho87@hotmail.com

MISIÓN:

Nuestra misión se basa principalmente en satisfacer a nuestros clientes Ofrecerle de forma dinámica ofertas para que nuestros clientes siempre estén conformes con nuestro servicio.

VISIÓN:

Nosotros queremos conquistar el mercado libreño, para luego extendernos por las localidades vecinas a está.

Y también desarrollarnos como empresa líder en el mercado.

Tener una base amplia de clientes.

FUNDAMENTACIÓN DE LA IDEA.:

Esta idea surge a través de que observamos que en nuestra ciudad hay muchas empresas que utilizan este servicio, que tiene la ciudad vecina de uruguayana y es por eso que nosotros queremos realizar este emprendimiento.

IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO

La necesidad que identificamos es que en nuestra ciudad carece de este servicio, que es accesible, económico, eficaz, rápido y fácil de concretar.

OBJETIVOS

Objetivos generales

- *Impactar en el mercado, logrando un servicio a menor costo y mejor calidad.
- *Obtener recursos inmediatos para la puesta en marcha.
- *Recuperar los costos iniciales a corto plazo.

Objetivos específicos

- *Que el servicio sea llevado acabo sin margen de error.
- *Fijar el costo del servicio más adecuado al mercado.
- *Que la oferta cubra las expectativa de la demanda.
- *Que el cliente este conforme y satisfecho.

MARKETING:

La forma de comercializar este producto es a través de:

- Una excelente publicidad y promoción mediante todos los medios para conquistar con mas rapidez al mercado.

IDENTIFICACIÓN CUALITATIVA DEL MERCADO:

- Utilizan las empresas y / o personas en general.
- Lo preferirán por que es un servicio nuevo e innovador, fácil y brinda una sensación de tranquilidad.

ANÁLISIS FODA:

Fortaleza:

- Muy buena atención al cliente.
- Líder en la zona.
- Contamos con el producto adecuado para la demanda.
- Podemos manejar el precio consideradamente.
- Atención personalizada.

Debilidades:

- No poder satisfacer toda la demanda.
- No tener buenos equipos de comunicación.
- Tener fallas frecuentes en los ciclomotores.

Oportunidades:

- No hay competencia establecida en el radar libreño.
- Contamos con una subvención del estado.
- Poseemos vehículos ágiles (de rápido traslado).
- Innovando con algo ya conocido, lo que hace que trabajemos mejor sobre él.

Amenazas:

- Perder la licitación y no poder inscribirnos.
- Dejarnos anticipar por terceros.
- Qué los ciclomotores no pasen la revisión técnica o con los ciclomotores que contamos no sean aptos para el servicio que queremos dar.

Formas de mitigar los posibles riesgos (FODA):

- Expandiremos nuestra línea de transporte para una mejor atención a nuestra demanda.
- Invertiremos en equipos de alta tecnología de comunicación.
- Colocaremos un mecánico auxiliar permanente único y exclusivo de nuestras empresas.

Situación actual:

No tenemos una situación actual, debido a que este plan, no ha sido todavía elaborado como proyecto.

Recursos requeridos:

- Necesitaremos dos infraestructuras pequeñas: una que se utilizará para la atención al cliente, y la otra para el micro-taller mecánico con una playa de estacionamiento para los ciclomotores.
- Recursos financieros: \$ 1700,00 cada ciclomotor aproximadamente.
- Personal: como mínimo necesitaremos de 8 personas en adelante, 2 mecánicos, 2 personas con conocimientos administrativos, 3 personas que estarán en circulación por la ciudad.

PLAN DE NEGOCIO

INTEGRANTES:

GONZALEZ, María

AVANCINI, María

VALENZUELA, Gabriela

PROFESOR A CARGO: QUIROZ, Jorge

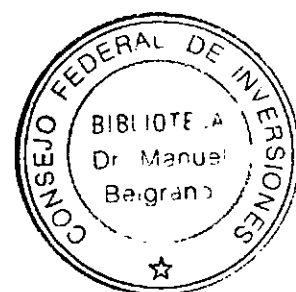
ESCUELA: TÉCNICA N° 2

CURSO: 3ro. Polimodal "A"

AÑO LECTIVO: 2004

INDICE:

Titulo del proyecto.....	pag.2
Area tematica.....	pag.2
Integrantes.....	pag.2
Idea.....	pag.3
Fundamentos.....	pag.3
Objetivos.....	pag.3
Objetivos generales.....	pag.3
Objetivos empresariales.....	pag.4
Mision.....	pag.4
Vision.....	pag.4
Fortalezas.....	pag.4
Oportunidades.....	pag.4
Debilidades.....	pag.4
Amenazas.....	pag.5
Aspectos positivos.....	pag.5
Aspectos negativos.....	pag.5
Formas de mitigar los riesgos.....	pag.5
Duracion de la ejecucion.....	pag.5



Título del proyecto

Pool y Boliche "GAMMA"

Área temática:

Corresponde al área de servicio

Integrantes:

González Maria
DNI: 32579751
Nacionalidad: Argentina
Edad: 17 años
Nivel de educación: 100% TERCER AÑO Polimodal EGO.
Año de graduación: 2004
Dirección: Pje. Acosta y Vidal
Tel.: 423918
E-mail: mariadelosangeles_libres@hotmail.com.

Avancini Maria José
DNI: 32637819
Nacionalidad: Argentina
Edad: 17 años
Nivel de educación: 100% TERCER AÑO Polimodal EGO.
Año de graduación: 2004
Dirección: Pje. Libreño 1451
Tel.: 426524

Valenzuela Gabriela Noemi
DNI: 32727652
Nacionalidad: Argentina
Edad: 17 años
Nivel de educación: 100% TERCER AÑO Polimodal EGO.
Año de graduación: 2004
Dirección: Gdor. Gómez 2399
Tel.: 426883

IDEA:

Instalar un pool y boliche para brindar un servicio a las personas de distintas edades, ya sea jóvenes o adultos, para que se sientan a gusto, dándoles en la planta baja mesas de pool para recrearse en la planta alta un lugarailable.

Vale también describir que habrá tanto en la planta alta como en la baja, un bar, una discoteca y baños. Y solo abajo un guardarropas y la entrada con una salida de emergencia; y arriba un balcón. También tendrá abundante ventilación en todo el local.

FUNDAMENTOS:

Creamos este proyecto al ver que los jóvenes y /o adultos no tienen un lugar específico con estas condiciones en el cual puedan sentirse a gusto.

Esto surge a través de la necesidad reflejada en las personas a las que va destinada. Con la finalidad que se encuentra conforme al lugar.

El marketing se haría por medio de volantes, folletos, sistemas radial y televisivo.

Los que los utilizaran serían los jóvenes y adultos a los que va destinado.

Considerando que en esta localidad no se encuentra un lugar con estos servicios creemos que lo preferirán.

OBJETIVOS:

- Satisfacer al cliente.
- Lograr fines de lucro.
- Lograr las metas propuestas.

El objetivo de este proyecto es lograr la diversión y el entretenimiento de las personas que concurrirán, además que los clientes se sientan conformes y seguros. También obtener fines de lucro.

OBJETIVOS GENERALES:

- Que los consumidores tengan conformidad con los servicios brindados.
- Tener un dominio del mercado.

OBJETIVOS EMPRESARIALES:

- Tener fines de lucro.
- Llegar a cumplir todos los objetivos propuestos.

MISIÓN:

La meta que queremos lograr es la de mantener conforme a los clientes a través de una mejor atención y llegar a conquistar al mercado local sabiendo que no tenemos mucha competencia.

VISION:

Al ver nuestro proyecto en una forma amplia podemos decir que estamos dispuestas a cumplir los objetivos propuestos anteriormente mencionados, tratando de lograrlos.

FORTALEZAS:

- Ser algo innovador en la zona.
- Poder llegar a manejar los costos.
- Poder brindar un servicio diferente.
- Prestar dos servicios juntos.

OPORTUNIDADES:

- La poca competencia en la localidad que nos da la oportunidad de poder llegar a conquistar el mercado.

DEBILIDADES:

- No tener capital propio para llevarlo a cabo.
- No poder satisfacer toda la demanda.
- No conseguir el capital necesario para llevarlo a cabo.

AMENAZAS:

- No poder mantener el nivel y calidad del servicio.
- No poder satisfacer al cliente.
- No tener capital propio.

ASPECTOS POSITIVOS:

- Buena calidad del servicio.
- La disponibilidad de precios.
- Los objetivos concretos.
- El lugar amplio y cómodo.
- Lo innovador del proyecto.
- La diferencia entre otros locales que no brindan estos dos servicios juntos.

ASPECTOS NEGATIVOS:

- No tener conformidad de los clientes.
- No poder conseguir el local adecuado.
- Los costos elevados que lleva este proyecto.

FORMAS DE MITIGAR LOS RIESGOS

Las formas de mitigar los riesgos son la de tener atención especializada para mantener la conformidad del cliente, tratando de negociar los costos con los proveedores hasta llegar a un acuerdo en el cual ambos estemos de acuerdo, y en cuanto al local podemos decir que si bien no lo encontramos con estas condiciones se le podrían realizar reformas.

DURACIÓN DE LA EJECUCIÓN

Aun no tenemos el tiempo que nos va llevar ponerlo en funcionamiento, pero podemos detallar los pasos a seguir:

- Búsqueda del local
- Realizar las reformas al local, (en caso de que tengamos que hacerlas).

Plan de Negocio

Alumnas: López Tania Fernanda

Miño Griselda Elena I.

Pascua Romina Teresa

**Instituto de Formación Docente "Profesor
Agustín Gómez" Nivel Polimodal**

Año: 2004

Sala de Informática y telecomunicación

Area Temática:

Sala de informática para la utilización de los alumnos de distintas escuelas del nivel primario y secundario.

Integrantes:

Nombre y Apellido: Tania Fernanda López

D.N.I: 32.727.564

Nacinalidad: Argentina

Edad: 17 años

Dirección: Barrio 100 viv. MZA. S casa N° 4

Telefono: 425271

**Nivel Educativo: Cursando el tercer año en la Modalidad
Economía y Gestión de las Organizaciones**

Nombre y Apellido: Griselda Elena Itati Miño

D.N.I: 33.126.211

Nacionalidad: Argentina

Edad: 17 años

Dirección: Barrio 60 viv. MZA. B csa N° 19

Telefono: 421990

e-Mail: tania lópez_1@ hot mail. com

Nivel Educativo: Cursando el tercer año en la modalidad
Economía y Gestión de las Organizaciones

Nombre y Apellido: Romina Teresa Pascua

D.N.I: 33.023.813

Nacionalidad: Argentina

Edad: 17 años

Dirección: Barrio 100 viv. MZA. E casa N° 10

Telefono: 15501684

e-Mail: roturqueza@ hot mail.com

Nivel Educativo: Cursando el tercer año en la Modalidad
Economía Y Gestión de las Organizaciones

Fundamentación:

Este proyecto consiste en un emprendimineto, que consideramos muy importante para la comunidad educativa. Hemos pensados en este servicio para los chicos del nivel primario y secundario tengan conocimientos en el area de computación, que les sera de gran ayuda para su desarrollo en el futuro.

Esperamos obtener un gra margen de ganancias y satisfacer las necesidades de los clientes.

Nuestro objetivo principal es tener éxito y que las demás escuelas incorporen este sistema de aprendizaje.

Pretendemos incrementar mas adelante servicios de Internet, impresiones, escaner.

Visión:

Esperamos que nuestro emprendimiento crezca cada vez más

Economía y Gestión de las Organizaciones

para que podamos así seguir más adelante contando con más infraestructura, materiales y por supuesto con mas alumnos interesados para el aprendizaje.

Problemas o Necesidades a resolver con esta idea:

Nosotros llegamos a la conclusión que existe cada vez más chicos sin conocimientos acerca de la informatica, es por este motivo que pretendemos aportar un poco más de información al respecto con este Plan de Negocio y esperamos que sepan aprovecharlo.

Fortaleza:

- *Profesores con buena disponibilidad.
- *Cuota accesible.
- *Clases de apoyo.
- *Horarios adecuado.

Oportunidades:

- *Aceptación del servicio
- *Ampliación del espacio donde se dictan las clases
- *Incorporación de nuevas personas interesadas en el aprendizaje
- *Incorporación de nuevas computadoras
- *Progreso con los clientes

Debilidades:

- *Daño de los materiales por parte de los alumnos
- *Selección de los profesores
- *Pocas estabilidad de los precios de los materiales

Amenazas:

- *Rechazo por parte de los alumnos
- *Pérdida de la imagen de la empresa
- *Pérdida de clientes "Importantes"
- *Competencia
- *Deterioro de las computadoras

Misión:

En principio la mayor capacitación de chicos con pocas posibilidades, para que mas adelante puedan estar mucho más actualizados y les permita ingresar en un mercado mucho más amplio.

Misión personal:

Obtener una buena rentabilidad, administrando los insumos de las la mejor manera posible y poder seguir adelante con nuestro emprendimiento

Descripción del Mercado

El servicio sera utilizado primeramente por los alumnos tanto de las escuelas del nivel primario como secundario, pero si decean tambien sera utilizada por profesores que dispongan de horarios.

Este es un servicio que para poder cumplir es necesario solamente el pago de una cuota minima, que sera destinada para el salario de profesores y para el mantenimiento de las salas.

Competencia:

Nuestra principal competencia en esta area es un servicio que ya existe hace un tiempo, pero carece de ideas nuevas ideas para atraer a los clientes.

Contamos con una gran variedad de promociones que al alumnado le puede ser muy util

Posibles formas de nitigar posibles riegos

Las amenazas y las debilidades que se presentaron en el desarrollo de este Plan de Negocio, son escasa y existen diferentes formas de nitigarias, que son detalladas a continuación.

- *El gastodel alquiler del local sera Innecesario ya que

contamos con las escuelas

***Los alumnos cuentan con un apoyo incondicional para resolver cualquier tipo de problema que se presenten**

***El mantenimiento y la actualización de las maquinas sera de manera constante.**

Duración de ejecución

Nuestro periodo de tiempo estimado será de 1 año como mínimo en donde los alumnos cada mes podrán contar con un periodo de tiempo donde podrán poner en practica todo lo que hayan aprendido hasta ese momento

Recursos:

Recursos Requeridos:

Necesitamos de dinero en efectivo para realizar la compra de las maquinas, escritorio etc.

PLANES DE NEGOCIOS

ELIZABETH SÁNCHEZ

Año 2.004

<u>CONTENIDOS</u>	Pag.
++IDEA DE NEGOCIO (TECNICA RACIONAL).....	3.-
++FUNDAMENTACION.....	5.-
++EVALUACION DE ALTERNATIVAS DE NEGOCIO.....	6.-
++INVESTIGACION DE MERCADO.....	7.-
++DETERMINACION DEL NEGOCIO.....	8.-
++PROYECCION DE MARKETING.....	9.-
++ESTRATEGIA DE PROMOCION.....	10.-
++ESTRUCTURACION DEL PLAN DE NEGOCIO.....	11.-
++ANALISIS FODA.....	12.-
++CARACTERIZACION DE LOS CLIENTES.....	14.-
++MUEBLES E INMUEBLES DE LA EMPRESA.....	15.-

ELIZABETH LUJAN SANCHEZ.-

+++++

TECNICA RACIONAL

NECESIDAD	IDEA DE NEGOCIO
AGENCIA DE VIAJE EJECUTIVO.-	+VIAJAR RAPIDO Y SEGURO +TECNOLOGIA Y CONFORT.- +RESPONSABILIDAD.- +ENCOMIENDAS A DOMICILIO.- +PASAJES ACCESIBLES.- +MICRO SERVICIO PUERTA A PUERTA.- +CONFIABILIDAD HACIA LOS CLIENTES.-

ELIZABETH LUJAN SANCHEZ.-

+++++

TECNICA DE IDEA

++OBJETIVO:

LOGRAR QUE LOS EJECUTIVOS ELABOREN EN SUS NEGOCIOS CON UN VIAJE SEGURO, RAPIDO Y PLACENTERO.

PARTICIPANTE: SANCHEZ ELIZABETH LUJAN, D.N.I.31.570.300.-

EDAD :19 AÑOS.-

DOMICILIO : BARRIO CAA-GUAZU, DUPLEX N°30.-

LOCALIDAD : PASO DE LOS LIBRES, CORRIENTES.-

NACIONALIDAD: ARGENTINA.-

IDEA DE NEGOCIO:

- ++JUNTAR LOS DIFERENTES EJECUTIVOS.-
- ++LLEVAR CORRESPONDENCIA CON EL MEJOR SEGURO.-
- ++UN VIAJE RAPIDO Y SEGURO.-
- ++HORARIO Y PASAJES ACCESIBLES.-
- ++DESAYUNO, ALMUERZO, MERIENDA Y SENA.-
- ++UN VIAJE PLACENTERO Y CON LA MAYOR TECNOLOGIA.-
- ++DOS CHOFERES Y UNA AZAFATA.-
- ++ENCOMIENDAS A DOMICILIO.-

ELIZABETH LUJAN SANCHEZ.-

+++++

TECNICA DE ASOCIACION.-

++NEGOCIOS CONOCIDOS:

++RED MEGATONE.-

++CAÑADENSE MUEBLES.-

++PEDASCOLL HNOS.-

++HELADOS GARAVANO.-

++CRISTALERIA SANTA RITA.-

++IDEA DE NEGOCIO:

QUE LOS PATROCINANTES DE LA EMPRESA CONOZCAN NUESTRO
SERVICIO, DADO QUE POSEE LA MAYOR ATENCION PERSONALI/
ZADA, SEGURIDAD, CONFORD, COSTOS VAJOS Y CONFIABILIDAD
HACIA LOS PATROCINANTES Y CLIENTES EN GENERAL.
COMPROBANDO LA CALIDAD DEL PERSONAL Y LA EMPRESA.-

ELIZABETH LUJAN SANCHEZ.-

+++++

FUNDAMENTACION

++ESTE PROYECTO SE REALIZA A TRAVES DE LAS NECESIDADES DE LOS FUTUROS CONSUMIDORES, YA QUE EL OBJETIVO PRINCIPAL A DESARROLLAR ES LO QUE DE/ SEA O NECESITA EL CLIENTE Y NO LO QUE LA EMPRESA SABE O QUIERE PRODUCIR. SIN TOMAR EN CUENTA LAS NECESIDADES EN NUESTRO MEDIO EMPRESARIO LOCAL.

DESDE ALLI PROVIENE LA OPORTUNIDAD DEL SERVICIO EDUCATIVO, PARA EL NIVEL POLIMODAL. SURGIENDO LA PREPARACION A LOS FUTUROS EMPRESARIOS PARA UN PLAN DE NEGOCIO.

ADOPTANDO LA CAPACITACION, LA ORGANIZACION DENTRO DEL DESARROLLO DE NUEVAS IDEAS DE NEGOCIO.

COMPROBANDO ENTRE LOS MERCADOS COMPETITIVOS Y SIENDO UNO ENTRE LOS TANTOS CONSUMIDORES, VEMOS LAS NECESIDADES QUE POR SIRCUNSTANCIAS LOS EMPRESARIOS NO VISUALIZAN QUE EXISTE NECESIDADES INSATISFECHAS.

DADO QUE ES PRIMORDIAL ESAS NECESIDADES INSATISFECHAS PARA MEJORAR EL MEDIO DE LA PROMOCION PARA LA COMPETENCIA.

SIENDO LA FINALIDAD DE ESTE PROYECTO O IDEA, DE UN NEGOCIO EMPRENDEDOR, PARA QUE SIRVA DE UTILIDAD Y QUE SATISFAGA LAS NECESIDADES DE VIAJAR A DIVERSOS LUGARES SIENDO CORRIENTES, CHACO Y BUENOS AIRES A PERSONAS DE NEGOCIOS, CON EL OBJETO DE LLEVAR Y TRAER ENCOMIENDAS A DOMICILIO CON RESPONSABILIDAD QUE LA EMPRESA RESPALDA.-

ELIZABETH LUJAN SANCHEZ.-

+++++

EVALUACION DE ALTERNATIVAS DE NEGOCIO.-

++ALTERNATIVAS:

++NOVEDAD DE LA IDEA.-	+DEDICACION REQUERIDA.-
++CONOCIMIENTO DEL NEGOCIO.-	+CONTROL/AUTONOMIA DEL NEGOCIO.-
++PODER DE NEGOCIACION DE LOS PROVEEDORES.-	+TAMAÑO Y FORTALEZA DE LOS COMPE/ TIDORES.-
++MERCADO AL QUE SE DIRIGE.-	+APOYO FAMILIAR.-
++DINERO QUE PUEDE GENERAR.-	+DEPENDENCIA DE ALGUNOS CLIENTES.-
++FORMA DE TRABAJAR.-	+POTENCIAL DE CRECIMIENTO.-
++RIESGO QUE IMPLICA.-	+COMPATIBILIDAD CON GUSTOS E INTE/ RESES PERSONALES.-
++EXITOS DE NEGOCIOS SIMILARES.-	

ELIZABETH LUJAN SANCHEZ.-

+++++

INVESTIGACION DE MERCADO

++ACTIVIDAD DE LA EMPRESA: LLEVAR A DESTINO A LOS EJECUTIVOS, SEGUROS Y PLACENTEROS.

LLEVAR ENCOMIENDAS A DOMICILIO.

ENTREGAR CORRESPONDENCIA CON SEGURIDAD EFECTIVA.

++NECESIDAD QUE SATISFACE: CONFORD, SEGURIDAD Y EL MAYOR CUMPLIMIENTO DE LA EMPRESA PARA LOS CLIENTES.--

++FACTOR CLAVE DEL NEGOCIO: VENTAS A TRAVES DE PROMOCIONES.

++ES DIFERENTE DE OTRAS EMPRESAS: DADO QUE ADEMAS A SER COMPETITIVA, TRATA DE ATRAPAR AL CLIENTE A TRAVES DE LA PUBLICIDAD Y CONFIABILIDAD.--

ELIZABETH LUJAN SANCHEZ.--

+++++

DETERMINACION DEL NEGOCIO/

PARA OFRECER AL VIAJANTE EJECUTIVO, COMODIDAD, EFECTIVIDAD, RESPONSABILIDAD, ATENCION PERSONALIZADA A TRAVES DE UNA COMPETENCIA COMERCIAL EFECTIVA Y / ACCESIBLE DENTRO DE LA PLAZA.

LOGRANDO ASI FORMAR UNA CLIENTELA SEGURA A TRAVES DE LA RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL.-

OBJETIVOS

++ES IMPRESINDIBLE COMO ALTERNATIVA DE SALIDA LABORAL.-

++ADOPTANDO LOS CONOCIMIENTOS Y ESTRATEGIAS PARA QUE SATISFAGA A LOS CLIENTES.-

++DESCUBRIR NECESIDADES INSATISFECHAS DE LA COMUNIDAD.-

++OFRECER NUESTRO SERVICIO DE FORMA EFICIENTE Y A UN PRECIO COMPETITIVO.-

*+ES PRIMORDIAL LA CONFIABILIDAD HACIA NUESTROS CLIENTES, CONJUNTO CON EL CONFORT Y LA ATENCION PERSONALIZADA.-

ELIZABETH LUJAN SANCHEZ.-

+++++

PROYECCION DE MARKETING

++UBICACION Y DISTRIBUCION: DONDE VA A ESTAR INSTALADO EL NEGOCIO?.-

+ESTARA UBICADO EN EL MICRO CENTRO DE LA CIUDAD, LOGRANDO DE ESTA MANERA MAYOR CONTACTO CON LA GENTE.-

++COMO VA A LLEGAR EL PRODUCTO? COMO SERVICIO HACIA EL CLIENTE?.-

+A TRAVES DE LA PUBLICIDAD.-

ELIZABETH LUJAN SANCHEZ.-

+++++

++ ESTRATEGIA DE PROMOCION.-

++INDIQUE QUE MEDIOS UTILIZARA PARA COMUNICARSE CON LOS CLIENTES:

+MEDIOS MASIVOS:COMERCIALES DE TELEVISION.

INTERNET.

RADIO.

REVISTAS Y DIARIOS.

OTROS...

+VIA PUBLICA: AFICHES(CALLES, RESTAURANTES, LOCALES COMERCIALES,)

VOLANTES.

CARTELES (EDIFICIOS Y RUTAS).

++INTENTE REDACTAR LA SINTESIS DE SU MENSAJE PUBLICITARIO:

"EMPRESA DE TRANSPORTE PARA EJECUTIVOS"

VIAJE LAS 24hs. CONFORT, RESPONSABILIDAD, EFICIENCIA, VIAJE ASEGURADO.-

PASO DE LOS LIBRES AL SERVICIO DE PERSONAL EJECUTIVO.-

ATENCION PERSONALIZADA.

CONSULTAS: CALLE : AVENIDA CRISTOBAL COLON N°850, PASO DE LOS LIBRES, CTES.

TEL/FAX (03772-421063).-

ELIZABETH LUJAN SANCHEZ.-

+++++

ESTRUCTURACION DEL PLAN DE NEGOCIO.-

++NECESIDAD DE PERSONAL

++PERFIL DE LOS EMPLEADOS REQUERIDOS:

FUNCION 1: RECIBIR AL CLIENTE, BUENA PRESENCIA Y CORDIAL TRATO HACIA EL POTENCIAL CLIENTE.

FUNCION 2: CHOFER, CON CONOCIMIENTO GENERAL DE LA RUTA COMERCIAL PROPUESTA.-

FUNCION 3: AZAFATA, ESTATURA, IDIOMAS, CURRICULUM CON REFERENCIAS.

FUNCION 4: PERSONAL DE MAESTRANZA, CURRICULUM CON REFERENCIAS.

FUNCION 5: PROFESIONALES: (ASESOR LETRADO, ESCRIBANO, CONTADOR PUBLICO).

FUNCION 1: DE ACUERDO A LA CANTIDAD DE EMPLEADOS REQUERIDOS:

OFICINA: MINIMO CUATRO PERSONAS.-

FUNCION 2: CHOFERES: OCHO COMO PERSONAL MINIMO.-

FUNCION 3: AZAFATAS

FUNCION 4: PERSONAL DE MANTENIMIENTO.

FUNCION 5: INSPECTOR GENERAL.

ELIZABETH LUJAN SNCHEZ.

+++++

AMENAZAS Y OPORTUNIDADES.-

++CUALES SON LOS HECHOS QUE OCURREN O PUEDEN OCURRIR EN EL MERCADO QUE PERJUDICARIAN SU NEGOCIO?.-

AMENAZAS:

+++QUE EXISTA UNA COMPETENCIA CON MAYOR POSIBILIDAD DE OFERTA.-

+++QUE EL SERVICIO NO LOGRE LLEGAR AL CONSUMIDOR.-

CUALES SON LOS HECHOS QUE OCURREN O PUEDEN OCURRIR EN EL MERCADO QUE FAVORECERIAN SU NEGOCIO?

OPORTUNIDADES:

+++QUE EL CLIENTE SE ENCUENTRE SATISFECHO CON EL SERVICIO.-

+++QUE LA COMPETENCIA NO SEA EFECTIVA.-

+++QUE LA EMPRESA LLEGUE AL CONSUMIDOR EFECTIVAMENTE.-

+++CON PROMOCIONES REALMENTE VALIDAS, PARA LOGRAR UN PISO DE CLIENTES.-

ELIZABETH LUJAN SANCHEZ.-

+++++ ++++++

FORTALEZAS Y DEBILIDADES

++CUALES SON LAS CUALIDADES QUE TENEMOS?

FORTALEZAS: ATENCION PERSONALIZADA.-

RESPONSABILIDAD.-

EFICIENCIA.-

CAPACITACION Y CONOCIMIENTOS.-

FUENTES DE PATROCINANTES.-

VOLUNTAD Y AUTOESTIMA.-

CLIENTELA.-

++CUALES SON LAS POSIBLES DEBILIDADES?

DEBILIDADES: QUE LA COMPETENCIA OFRESCA MEJOR RENUMERACIONES, AL "ESTAF"
PROPIO PARA LOGRAR TRAER MAS CLIENTELA PARA SI.-

QUE LA COMPETENCIA OFRESCA PREMIOS EXTRA AL "ESTAF".-

ELIZABETH LUJAN SANCHEZ.-

+++++

CARACTERIZACION DE LOS CLIENTES

- ++SEXO: AMBOS, AUNQUE TIRANDO MAS PARA EL MASCULINO.
- ++EDAD: TENIENDO EN CUENTA ENTRE 30 Y 50 AÑOS.
- ++ESTADO CIVIL:-----
- ++TIPO DE FAMILIA:-----
- ++OCUPACION: AGENTES DE NEGOCIO EJECUTIVO EN SI.
- ++AHORRO:-----
- ++ESTILO DE VIDA: PERSONA RELACIONADAS CON EL NEGOCIO.
- ++HAMBITOS DE CONSUMO:-----
- ++NIVEL SOCIO ECONOMICO: CON ALTO PODER ADQUISITIVO.
- ++UBICACION GEOGRAFICA:-----
- ++TIEMPO LIBRE:-----

ELIZABETH LUJAN SANCHEZ.-

+++++

MUEBLES E INMUEBLES DE LA EMPRESA.-

- ++INNUEBLES: COMPRA DEL LOCAL COMERCIAL.-
- ++ACONDICIONAMIENTO INMUEBLES: ALFOMBRAS Y PINTURAS.-
- ++TERRENOS:-----
- ++EQUIPAMIENTO: COMPUTADORAS E IMPRESORAS, MAQUINAS REGISTRA/
DORAS, UTILES DE OFICINA ,TELEFAX, OTROS.-
- ++ALQUILERES:-----
- ++MERCADERIAS: VARIAS (CMESTIBLES).-
- ++AUTOMOVILES:6(SEIS) MICROS, PARA 18 pasajeros.-
- ++CONTRATAMIENTO DE PERSONAL: AVISOS, SELECCION Y CONTRATOS.-
- ++SUELDOS INICIALES: SUELDOS DE GERENTES,DE EMPLEADOS
- ++CAPACITACION Y ENTRETENIMIENTO: -----
- ++INSCRIPCION Y LICENCIA: HABILITACION DEL LOCAL.
Y TRAMITES VARIOS.-
- ++IMPUESTOS: TASA MUNICIPAL.
D.G.I.(DIRECCION GENERAL IMPOSITIVA).-
D.G.R.(DIRECCION GENERAL DE RENTAS).-
I.V.A.(IMPUESTO AL VALOR AGREGADO).-
- ++SEGURO: \$150 (POR MES).-
- ++OTROS : PAGO DE PATENTE (CADA 6 MESES).-
PAGO DE CUBIERTA.-
MANTENIMIENTO DE VEHICULO.-
U OTROS.-

ELIZABETH LUJAN SANCHEZ.-

+++++

TITULO DEL PROYECTO

SOLCITO 'S *EXPRESS*



PAÑALES

DESCARTABLES

PARA CHICOS Y

ADULTOS

MIEMBROS DEL GRUPO

- NOMBRE Y APELLIDO: Rocío Celeste MACHUCA
- D.N.I: 32.572.702
- NACIONALIDAD: Argentina
- EDAD: 17 años
- NIVEL EDUCATIVO: Cursando 3er. Año Polimodal Economía y Gestión de las Organizaciones.
- AÑO DE GRADUACION: 2004

- NOMBRE Y APELLIDO: Yamila Soledad PALACIO
- D.N.I.: 32.579.590
- NACIONALIDAD: Argentina
- EDAD: 17 años
- NIVEL ADUCATIVO: Cursando 3er. Año Polimodal Economía y Gestión de las Organizaciones.
- AÑO DE GRADUACION: 2004

- NO CONTAMOS CON ANTECEDENTES EN ACTIVIDADES EMPRESARIALES.

AREA TEMÁTICA: INDUSTRIAL

IDEA:

Esta idea surge debido a la permanente demanda y por falta de producción en la zona, es por ello que se quiere efectuar la producción de pañales descartables para niños y adultos y protectores femeninos en grandes escalas cubriendo así con necesidades básicas, incorporando de esta manera al mercado regional una nueva opción.

Fundamentos:

Luego de realizar una investigación en el mercado local y regional se ha llegado a la conclusión de poner en práctica el proceso de fabricación de estos productos, con una gran ventaja debido a la escasa competencia ya que no existe fábrica en la zona. Se pretende ofrecer al cliente un producto adecuándolo a un precio accesible.

Identificación del problema a resolver en esta idea

La población actual es muy extensa y busca constantemente satisfacer sus necesidades básicas e imprescindibles.

Es por ello que hemos realizado una investigación de lo que realmente los habitantes de nuestra ciudad y alrededores buscan con frecuencia en el mercado.

Se observó que existe una gran demanda (niños, adultos, ancianos) que requiere de productos descartables como ser pañales, protectores femeninos diarios entre otros productos de higiene personal.

Pero existe una problemática, no contamos con suficiente abastecimiento de estos productos en la zona, quienes lo comercializan se abastecen del interior.

Luego de realizar varios análisis referido al tema se plantea la idea de fabricar estos productos en nuestra ciudad, de esto surge nuestra idea de negocio "Fabricar pañales descartables para niños y adultos y protectores femeninos, brindando comodidad, otra forma de elección, aumento de abastecimiento en la zona", estableciendo la misma como objetivo previendo y analizando aspectos a tener en cuenta en un negocio.

Identificación cualitativa del mercado

Es sencillo detectar quienes utilizarán nuestro producto, se los puede agrupar de acuerdo a las edades, niños de 0-5 años pañales; mujeres de 10-45 protectores femeninos; ancianos y personas con discapacidad pañales para adultos.

Este producto será vendido en kioscos, supermercados y negocios de la zona con posibilidades de crecer y vender a mayores escalas.

Se pretende establecer precios accesibles, si bien no son productos innovadores se desea brindar al cliente una nueva opción.

ANÁLISIS FODA

Determinar los factores que pueden favorecer u obstaculizar el logro de nuestro negocio.

* Fortalezas:

- A- Contamos con insumos y máquina.
- B- Somos los únicos que fabricamos en la zona.
- C- Es un producto que satisface la necesidad de una gran parte de la población.
- D- Estamos capacitados para realizar el proceso de fabricación.
- E- No existe competencia en la zona en cuanto al proceso de fabricación.
- F- Contamos con capital propio.

*Oportunidades:

- A- Aceptación de los productos fabricados.
- B- Tendencia al crecimiento de las ventas.
- C- Aumento en la participación del mercado.
- D- Ampliación de la base de cliente.
- E- Ventajas del producto respecto a los competidores.

*Debilidades:

- A- Realizar créditos.
- B- No contamos con infraestructura adecuada para llevar a cabo la producción.
- C- Los insumos no se consiguen en la zona.
- D- La producción decaiga.

*Amenazas:

- A- Rentabilidad muy baja.
- B- Aumento de competidores en la zona.
- C- La competencia supera la calidad de nuestros productos.

RECURSOS DISPONIBLES

Equipamientos:

- Máquina manual y semi automática.

Insumos:

- Cantidad disponible para la fabricación de 5.000 pañales.

- ***Núcleo Absorbente:** Pad de celulosa natural que posibilita mayor absorción de líquidos.
- ***Corte Automático:** Proporciona mayor comodidad.
- ***Gel Súper Absorbente:** Absorbe y gelatiniza los líquidos en el interior del pañal.
- ***Tela Hipoalergénica:** Cubierta interior del pañal de suave textura, que mantiene la piel lejos de la humedad.
- ***Vías Anti Desbordes:** Sendas que distribuyen los líquidos a lo largo de todo el pañal.
- ***Banda de Distribución de Líquidos:** Facilita la absorción de líquidos en todo el pañal de manera homogénea.
- ***Cintas Pegables:** Permite pegar y despegar las cintas.
- ***Cinta Frontal Tape:** Cinta estampada con simpáticos dibujitos.

CH	M	G	EG
Chico	Mediano	Grande	Extra Grande
2,5 a 5 kg.	5 a 10,5 kg.	10,5 a 14,5 kg.	14,5 a 24 kg.



RECURSOS REQUERIDOS

- Compra de máquinas automáticas.
- Solicitar créditos para llevar a cabo más producción.-

PLAN DE NEGOCIOS.

TITULO DEL PROYECTO: " PLANTA DE RECICLADO"

CONCEPTO: "No más basura, reciclemos"

AREA TEMÁTICA: RECICLAJE Y MANEJO DE RESIDUOS SOLIDOS,
PLÁSTICOS, OTROS.

IDEA: Es crear una planta de reciclado, ya que nuestra ciudad no posee, el mismo mejoraría la calidad de vida de los ciudadanos y al mismo tiempo brindando empleo.

INTEGRANTES:

Rocío del Carmen Fagundez; DNI: 32.366.657; Argentina; 18 años
Primario completo secundario cursando; por egresar
Esteban Alisio 1368

Lorena Paola Sabala; DNI:32.579.542; Argentina; 18 años
Primario completo secundario cursando; por egresar
Brasil 242; Tel: (03772) 423565

FUNDAMENTACION: Partiendo de las investigaciones realizadas detectamos la necesidad de terminar o al menos reducir uno de los problemas que más afectan a nuestra población; los residuos vulgarmente llamados "BASURA".

Una de las propuestas y soluciones al gran problema seria la creación de una planta de reciclaje.

Para comenzar, en nuestra ciudad la materia prima abunda y nuestro proyecto va encaminado a que antes de contaminar el medio ambiente le podemos utilizar de mejor manera a los residuos contando con este producto.

IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA O NESECIDAD A RESOLVER CON ESTA IDEA.

En esta ciudad es un problema muy grave, con esta fabrica no terminaremos con este problema pero tratariamos de desminuirlo, y no seria favorable solo para la ciudad sino para la zona en general. Tambiën se disminuiria el riesgo que corren personas o familias enteras que se alimentan y viven de los residuos porque el mismo generaria trabajo para aquellas personas involucradas en el mismo. Todos sabemos que una fabrica necesita de muchas personas para trabajar en diferentes sectores o puestos.

COMERCIALIZACION:

La comercialización de los materiales que serían recuperados en la planta se trataría

De venderlas a empresas que requieran de nuestros productos, teniendo en cuenta que las empresas vinculan a la utilización de este tipo de materiales son de un número muy reducido en nuestro país esto debido en cierto modo a la racionalidad empresarial de utilizar materiales vírgenes o al desconocimiento por parte del sector industrial de las cualidades de este tipo de materiales al ser económicos que los materiales recuperados.

Una vez logrado el propósito en nuestra ciudad nos quedaría por dar a conocer la forma de comercializar

¿Cómo lo haríamos?

* Publicidad:

Mediante los medios de comunicación.

Los mismos habitantes de la zona se encargarían de divulgar.

Demostrando las metas logradas

NUESTRA MISION:

Es tratar de mejorar el ambiente trabajando con procesos de producción, teniendo en cuenta la tecnología avanzada, no para ofrecer un producto reciclado si para lograr algo más importante como es garantizar el mejoramiento del medio ambiente.

NUESTRA VISION:

Nuestras expectativas estén centradas en la idea de formar una sociedad colectiva, con el fin de producir y fabricar productos reciclados a nuestra sociedad.

Esperamos que prospere de manera rápida y eficaz, obteniendo respuestas favorables y pensando en seguir creciendo.

Se buscaría la forma disponible para tratar de satisfacer todas las necesidades que vayan surgiendo de los clientes a medida que el producto se vaya introduciendo en el mercado.

OBJETIVOS GENERALES:

* Lograr incrementar rápidamente en el mercado.

Obtener lucros y respuestas favorables

Obtener recursos para la puesta en marcha del proyecto.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

Que el cliente esté satisfecho con el producto.

Que el producto sea elaborado sin ningún tipo de error.

Que los costos sean Adecuados.

RECURSOS DISPONIBLES:

La planta poseería una estructura administrativa caracterizada por un edificio de una sola planta donde se establecería la oficina para tal fin, como también las estructuras de uso sanitarios y /o vestuarios para el personal de la planta. En lo que se refiere a la estructura destinada a la separación de residuos, esta consistiría en un galpón techado (tipo triángulo), con piso de material (carpeta de cemento) y paredes de ladrillos con vigas de soporte. Su estructura estaría montada fuera de la ciudad para no ocasionar problemas a los ciudadanos, ya que la misma sería muy amplia requiriendo de mucho espacio físico, cabe mencionar ciertas transformaciones de la materia prima que generarían olores desagradables, también evitaría el contagio de las personas ajenas con los residuos.

Debemos contar con:

*Máquinas (aplanadora, moledoras, mezcladora, etc.)

*Transporte (camiones, acoplado, etc.)

*Mano de obra especializada

Asimple vista nos damos cuenta que no será nada fácil montar este proyecto al cual recurriríamos al otorgamiento de un crédito bancario.

MATERIA PRIMA QUE ABUNDA:

* Aluminio (envases de gaseosas, materiales de línea blanca)

* Vidrio (envase de bebidas)

- * Cartón y papel (embalajes, periódicos, revistas)
- * Plásticos (principalmente botellas de PET y plásticos PE)
- * Compost (restos orgánicos)

DATOS SOBRE EL PERSONAL:

En cuanto a las personas que trabajen en la misma consistiría en un encargado del establecimiento, cuyas funciones sería dirigir la operación de las tareas diarias y un equipo de operarios que son los que realizarían las tareas de separación de los residuos, preparación de las cámaras de compost (restos de alimentos), incineración, mantenimiento de la maquinaria y limpieza del establecimiento.

Los operarios contarían con un equipamiento y vestuarios adecuado para realizar el trabajo, bajo pautas estrictas de seguridad e higiene, como también seguros de accidente y obra social.

Se contaría con personas capacitadas en diferentes áreas.

También personas no tan capacitadas como aquellos que viven de los residuos, ocupando puestos como clasificando los materiales, la limpieza, acondicionamiento del lugar ect.

Siendo una muy buena idea para brindar trabajo

DATOS SOBRE LA COMPETENCIA:

En verdad no contamos con ningún tipo de competencia ya que somos los únicos en la zona.

Tenemos que estar preparados ante la existencia de otra potencia similar para ello volcaríamos nuestras estrategias previas con las cuales nuestra idea seguiría con éxitos.

ANALISIS F.O.D.A

FORTALEZAS:

Con abundancia de materia prima

Disponibilidad de mano de obra

Bajo costo de materias primas

No contamos con una competencia semejante

Poseemos una comunidad amplia

DEBILIDADES:

No contar con personal capacitado
No contar con empresas semejantes en la cual reflejarnos
Que varíen los precios de las maquinarias

PLAN DE NEGOCIOS

TITULO DEL PROYECTO: "SERVICIO URBANO DE PASAJEROS"

IDEA: PRESTAR UN SERVICIO DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DESDE LA ZONA OMBUCITO A LA CIUDAD.

INTEGRANTES:

NOMBRE: MAYDANA CLAUDIA

D.N.I.: 32.177.629

EDAD: 18 AÑOS

NIVEL EDUCATIVO: 3º AÑO DEL Polimodal - Modalidad ECONOMÍA Y GESTIÓN DE LAS ORGANIZACIONES.

DOMICILIO: 5º SECCION OMBUCITO

PASO DE LOS LIBRES. (CTES).

CEL: 15528335.

NOMBRE: RIBERO LILIANA

D.N.I.: 32.738.249.

EDAD: 17 AÑOS

NIVEL EDUCATIVO: 3º AÑO DEL Polimodal – Modalidad ECONOMÍA Y GESTIÓN DE LAS ORGANIZACIONES.

DOMICILIO: 5º SECCION OMBUCITO

PASO DE LOS LIBRES . (CTES)

FUNDAMENTACION :

La idea surgió a partir de la necesidad que tenemos nosotras, como habitantes de la zona del Ombucito, dado que no nos brindan un servicio de transporte urbano adecuado para cumplir con las necesidades que los ciudadanos del lugar necesitamos.

El proyecto desarrollado es un servicio ideado para todos los usuarios de dicha zona, donde haría un recorrido por distintos puntos de la ciudad. Pensamos en este servicio ya que en la actualidad existe un sólo colectivo, que no hace su debido recorrido y el mismo es insatisfactorio; dicho colectivo se presenta en malas condiciones de funcionamiento y de seguridad e higiene; es por eso que deseamos ofrecer un mejor servicio.

POSIBLES ALTERNATIVAS PARA DAR VIABILIDAD AL SERVICIO

Nuestra idea de negocio es la siguiente:

Que nuestro servicio satisfaga al cliente, ofreciéndole mayor comodidad, varias unidades que realicen recorridos cada treinta minutos; seguros para nuestros pasajeros. Horario extendido desde las 0500 Hs, hasta las 2330 Hs.

La capacidad del colectivo será para 27 pasajeros.

Tendrá precios accesibles con tarifas diferenciales..

DETERMINACIÓN DE LOS GASTOS MINIMOS

Impuestos DGI.

Tasa municipal

Revisión técnica cada 3 meses

Pago de patente de los vehículos

Mantenimiento de los colectivos

Pago de seguros (colectivo, chofer y usuario)

El pasaje costara 0,50 centavos para civiles y 0,30centavos con uniforme escolar y jubilados. Discapacitados: no abonarán el boleto.

INVESTIGACIÓN DE MERCADO: Identificación cualitativa

Nosotros conocemos nuestro mercado debido a que realizamos una encuesta y vimos la necesidad de los usuarios. Ya que el servicio de transporte urbano actual no cumple con el horario correspondiente con los puntos de parada; además existe mala atención del chofer hacia los pasajeros. Cuentan con una sola unidad de transporte sin horario determinado.

PLAN DE MARKETING:

Este servicio urbano comenzará su recorrido en la zona del Ombucito hacia los distintos lugares de la ciudad, dado que las personas podrán usarlos sin problema alguno.

La competencia actual está en crisis por su estado financiero.

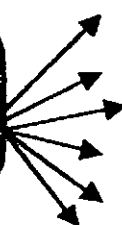
Para la promoción utilizaremos medios masivos (radios, medios televisivos, Internet, u otros), vía pública, (volantes, carteles en comercios, edificios u otros).

SERVICIO URBANO

AMBUCITO

PRECIOS ACCESIBLES: - \$0,50 ctvs. Civiles
- \$0,30 ctvs. estudiantes

AMBUCITO



CENTRO
HOSPITAL
TERMINAL
BARRIOS
BALANZA
AEROPUERTO

TELS. 15504941 / 15528335

DIRECCIÓN: CACIQUE AMBORORÉ Nº 1288
PASO DE LOS LIBRES, CORRIENTES.

+ ¡vivimos seguro y con la mejor atención!

ANÁLISIS F.O.D.A.

FORTALEZAS:

- Buena atención a los clientes.
- Buen mantenimiento de los colectivos.
- Contamos con una gran masa de mercado.
- Conocemos los antecedentes de la actual competencia.
- Podemos ofrecer movilidad y viático.

OPORTUNIDADES:

- Tenemos una competencia inferior a la nuestra.
- La escasez del servicio de transporte en la zona.
- Nuestro servicio es llamativo.
- Existe la posibilidad de obtener créditos para emprendedores.

DEBILIDADES:

- No tenemos financiamiento seguro.
- No contamos con lugar accesible para guardar los colectivos.
- No tenemos en vista las personas responsables, para choferes.
- No tenemos suficiente experiencia para manejar el negocio.

AMENAZAS:

- Si se presenta una nueva competencia.
- Si disminuye la cantidad de usuarios.
- Si no conseguimos los seis colectivos para nuestro negocio.
- Si no contamos con el capital.

COMO MITIGAR LOS RIESGOS PREVISTOS

Solicitar ayuda a nuestros padres con el fin de conseguir el financiamiento adecuado a nuestras aspiraciones.

Alquilar un galpón que reúna las condiciones necesarias para cumplir con el objetivo propuesto. (Taller mecánico, oficina y guarda de los vehículos)

Contratar una empresa del medio para que realice las contrataciones de personal. (existe una empresa en la ciudad).

Solicitar el asesoramiento legal correspondiente para la creación de la empresa con profesionales del medio.

Arbitrar todos los medios y recursos disponibles para prestar un buen servicio, a fin de evitar la amenaza de la competencia.

Ampliar el recorrido a fin de otorgar mayores ventajas a nuestros usuarios, para que utilicen nuestro servicio y no otro.

Realizar la adquisición de los vehículos por etapas, en caso de no conseguir el financiamiento adecuado para comenzar según lo previsto.

RECURSOS DISPONIBLES:

En la actualidad sólo contamos con nuestras ganas de emprender el negocio.
No disponemos de activos.
Contamos con personas mayores en nuestras familias que nos asesorarían.

RECURSOS REQUERIDOS :

Primera etapa: 3 (tres) unidades de transporte. (colectivos categoría urbanos)

Dinero para alquilar un galpón en la zona, para montar el taller mecánico y guardar los vehículos.

Segunda etapa: 3 (tres) unidades de refuerzo.

Capital para los gastos de inversión iniciales, a determinar por los profesionales asesores.

PASO DE LOS LIBRES, 27 de agosto de 2.004