



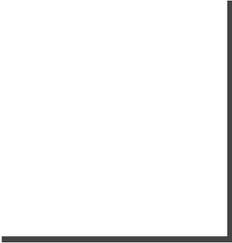
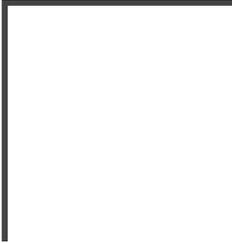
PLAN DE NEGOCIOS

MISIÓN, VISIÓN Y PROPÓSITO

Nuestra misión como empresa de triple impacto es no solo concientizar acerca del daño que genera el plástico en el medio ambiente pero también tomar acción acerca del tema y dar una solución. Nuestra idea es que los sorbetes de metal logren reemplazar los de plástico lo más posible y así reducir su consumo y su contaminación.

Nuestra visión es lograr llegar a vender la mayor cantidad de sorbetes posible y concientizando a la sociedad. Lograr que cada vez sea menos el porcentaje de consumición de plástico y generar un cambio. Para nosotros, lo ideal sería lograr que todo nuestro colegio use sorbetes de metal, reemplazando los de plástico.

Nuestro propósito es ser agentes de cambio en nuestra sociedad y comenzar a cambiar hábitos de manera personal, inspirando a los que nos rodean y dando un buen ejemplo. También, usar parte de nuestras ganancias para hacer un impacto directo económico y social .



Plan de Marketing

¿Quién sería el cliente ideal?



Nuestro cliente "target" serían los jóvenes, adolescentes, interesados por el medio ambiente y por la nueva moda que son los sorbetes de metal. Se difundirá el producto por la red social de Instagram, ya que es la de uso más habitual de la gente de esta edad, y alguna otra red social.

Instagram: @sip.arg

OPCIÓN DE DISTRIBUCIÓN: A MINORÍAS ESPECIALMENTE



- ❖ Conexión con el cliente
- ❖ Cara a cara
- ❖ Dar nota/garantía de lo vendido

PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

Técnicas y acciones concretas para aumentar el volumen de venta (un 2x1)



Acción permanente. Medios a partir de los cuales se da a conocer el producto → vender UNA EXPERIENCIA

VENDER UNA EXPERIENCIA: hacer de la venta algo especial, algo que le resuene a la gente en la cabeza. Incluir cosas originales en el instagram (idea de licuados y concientización) y ser **ACCESIBLES:** poner varias maneras de contacto, no solo por mail. Usar dm de Instagram y hasta wpp.

Precio del producto

- Que el precio que se establezca sea lo suficientemente alto para **cubrir todos los costos**, así la compañía será rentable.
- Debés tener en cuenta los costos de **materiales y de producción**.
- Debes establecer la política de **remuneración y de comercialización**.

\$260

15% de nuestras ganancias van Rincón



Finanzas



Capitalizacion

Cuanto van a valer nuestras acciones

Nuestro objetivo es vender 30 acciones, 13 de las cuales irían a internos, mientras que las otras 17 irían a accionistas externos.

Cada acción tendría un valor de 450\$ lo cual sería suficiente para cubrir costos de producción.

¿Es rentable?

Tiene un VAN de más de 400\$,

Una TIR de más del 92%

Y una razón costo beneficio de 1,73

Esto demuestra que nuestro producto es sumamente rentable.

Las celdas en rojo no se editan ya que se calculan automáticamente

Las celdas pintadas en verde son las que debés completar

Costos Fijos	13	Estudiantes Totales	
	16	Reuniones	
	\$ 80	Sueldo Director General	\$ 5
	\$ 224	Sueldos Directores	\$ 3.5
	\$ 320	Salarios	\$ 2.5
	\$ 624	Total Sueldos y Salarios	
	\$2,000	Stand ferias / Publicidad	
	\$ -	Movilidad eventos extra áulicos del programa	
	\$ -	Herramientas	
\$ -	Otros (impresiones, premios, etc.)		
\$2,624	Total Costos Fijos		

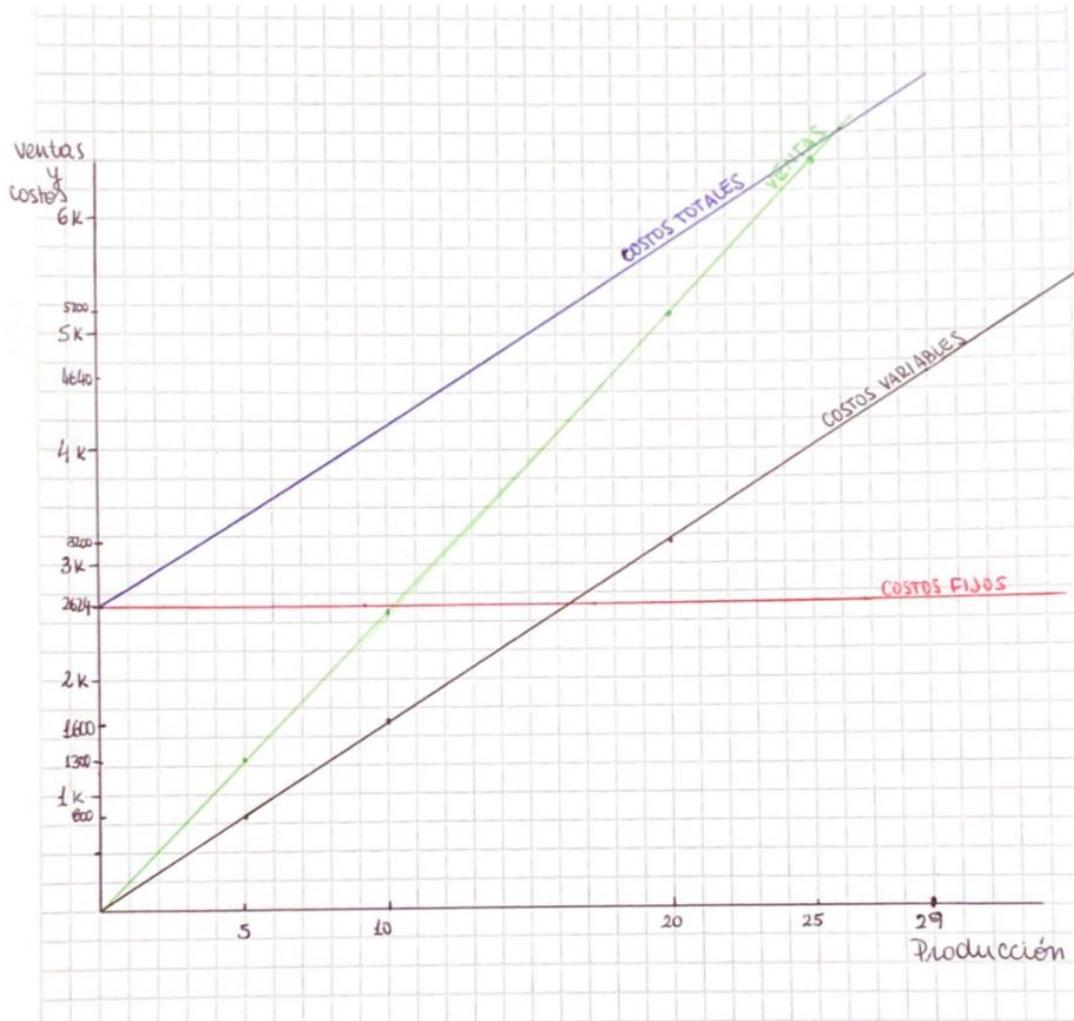
Costo Variable Unitario	\$ 131	Costos insumos por unidad producida	
	10%	Comisión por venta	
	\$ -	Costos asociados a la cobranza de venta unitaria (Mercado Pago, Posnet, Tarjetas, etc.)	
	\$ 3.50	Costos asociados a distribución y entrega unitaria	
	\$ 160	Costo Variable Unitario	

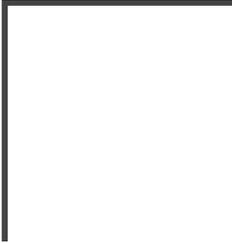
Precio	\$ 250	No puede ser menor al costo variable unitario, debe contemplar margen para costos fijos + % de ganancia + riesgos
--------	--------	---

Punto de Equilibrio	\$2,624	Costos Fijos
	\$ 91	Contribución Marginal Unitaria (Precio - CVU)
	29	Unidades (CF/CMU)

Escenarios:	Escenario 1	Escenario 2	Escenario 3	Escenario 4	Escenario 5	Escenario 6
PE x (unidades)	0.5	PE	2	5	10	20
Unidades	14	29	58	145	290	580
Costos Fijos	\$ 2,624	\$ 2,624	\$ 2,624	\$ 2,624	\$ 2,624	\$ 2,624
Costos Variables	\$ 2,312	\$ 4,625	\$ 9,249	\$ 23,123	\$ 46,246	\$ 92,492
Costos Totales	\$ 4,936	\$ 7,249	\$ 11,873	\$ 25,747	\$ 48,870	\$ 95,116
Facturación	\$ 3,624	\$ 7,249	\$ 14,497	\$ 36,243	\$ 72,486	\$ 144,972
Ganancia Bruta	-\$ 1,312	\$ -	\$ 2,624	\$ 10,496	\$ 23,616	\$ 49,856
Impuesto	0	0	131.2	524.8	1180.8	2492.8
Ganancia Neta	-\$ 1,312	\$ -	\$ 2,493	\$ 9,971	\$ 22,435	\$ 47,363
Unidades/Semana	0.91	1.81	3.62	9.06	18.12	36.24
Unidades/Semana/Persona	0.07	0.14	0.28	0.70	1.39	2.79
Valor de Acción	\$ 127	\$ 178	\$ 274	\$ 561	\$ 1,041	\$ 2,000
Rendimiento de Acción	-28%	0%	54%	216%	485%	1024%

Capitalización:	
Objetivo = PE	29
Acciones Internas	13
Acciones Externas	13
Costos Variables	\$ 4,625
Herramientas	
Total Capital Inicial (PE)	\$ 4,625
Promedio Valor de Acción	\$ 178
Spread valor acciones	30%
Valor Acción Interna	125
Valor Acción Externa	231





Recursos
Humanos



Plan de Recursos Humanos

Sueldo a director general: 5\$ por semana

Sueldos a directores : 3.5\$ por semana a cada director

Salarios a miembros que no son directores : 2.5\$ de salario por reunion

Premios: Premio al mayor vendedor

Comisiones: Un 10% de cada venta va al vendedor

Motivaciones: Hacer énfasis en los mayores vendedores y subirlo a Instagram. Además el premio al mayor vendedor motiva mucho a los miembros de la compañía.
