

Plan de Negocios - 2020 -



Una compañía de:

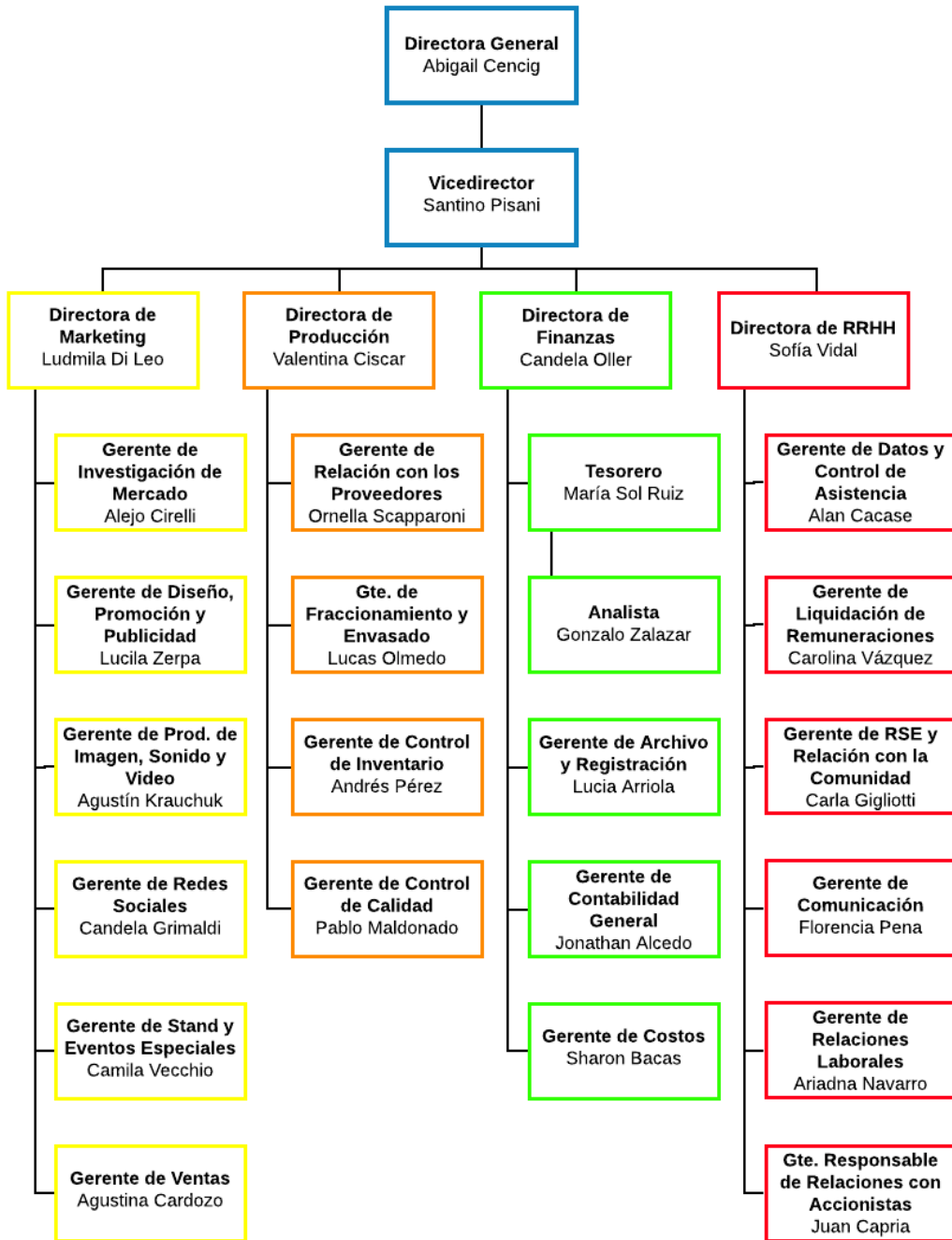


Sponsor:



Índice.

Organigrama	3
Resumen Ejecutivo	4
Área de Marketing	5
Área de Recursos Humanos	11
Área de Producción	14
Área de Finanzas	16



Organigrama de Higía J.A.C.

Resumen Ejecutivo.

La compañía “**Higía J.A.C.**”, está integrada por los alumnos de 6to año Economía del Instituto Secundario San José Obrero. Éste proyecto es el resultado de la participación del programa de “*Aprender a Emprender - La Compañía*” de la **Fundación Junior Achievement**.

Este proyecto nos permitirá crecer como personas, desarrollar nuestras habilidades, aprender a trabajar en equipo y poner en práctica los conocimientos que adquirimos en el secundario, para llevar exitosamente a cabo las tareas que se nos exijan.

Para que esto sea posible, contamos con el asesoramiento del espacio curricular de Trabajo y Ciudadanía, Economía Política y Proyectos Organizacionales, dictados por las profesoras Claudia Luna, Anabela Ejsmut, y Gabriela Arrieta, las cuales nos acompañarán y asesorarán durante las semanas que dure el programa.

Misión.

“Ofrecer un producto innovador y de primera calidad, que cumpla con la condición del triple impacto, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes de todas las edades y concientizando las mentes de los mismos para cuidar nuestro planeta y a nosotros mismos.”

Visión.

“Concientizar a nuestros clientes sobre el cuidado del medioambiente, siendo así el emprendimiento escolar más recordado por ello. Ser eficientes y eficaces frente a los objetivos planteados. Enfocarnos en el crecimiento, laboral y personal, de los integrantes, mejorando así nuestra comunicación, logrando un buen ambiente de trabajo, para poder concentrarnos en la calidad de la producción para competir en el mercado”.

Valores.

“Trabajo en equipo como herramienta principal para un óptimo desarrollo.”

“Apoyarnos mutuamente, sin distinción de áreas u obligaciones, para poder lograr nuestros objetivos y el correcto desarrollo de la empresa.”

“Colaboración del equipo de trabajo para una comunicación efectiva.”

“Priorizar y concientizar sobre la importancia de la responsabilidad dentro del grupo de trabajo.”

“Asegurar y priorizar el buen trato con nuestros clientes”.

Área de Marketing



El área de **Marketing**, a cargo de Ludmila Di Leo, establece como principal objetivo:

“Presentar nuestro producto de manera creativa e innovadora para que las personas se vean atraídas al emprendimiento, utilizando los distintos medios de difusión, brindando la mejor imagen posible de manera virtual, manteniendo una relación sólida con los seguidores, y cumpliendo con las expectativas de los clientes.

Llevar un análisis y reunir información sobre los aspectos y dificultades relacionadas con la transferencia y venta de productos y servicios del proveedor al consumidor.”

Características del Producto.

- Producto sustentable, vegano, cruelty free, artesanal, y aprobado por ANMAT.
- No reseca la piel.
- Fragancia de menta, por lo que refresca, es antimicrobiano, combate infecciones en la piel y es beneficioso para las vías respiratorias.
- Fáciles de transportar.
- Bactericida e hidratante.
- Sin conservantes ni parabenos.
- Sin envase plástico.
- Fácil de utilizar.

Nombre.

El nombre elegido tiene relación con producto, ya que Higía es la diosa de la limpieza, cumpliendo la misma función que los jabones que comercializamos.

Slogan.

Nuestro slogan se definió como **“Limpieza al alcance de tus manos”**. Hace referencia a nuestros jabones, ya que son transportables debido a su práctico y compacto packaging, porque lo podés llevar a todas partes, y “al alcance de tus manos”, ya que lo que se higienizaría son las manos y porque es accesible por su precio.

Logo.

Nuestro logo está representado por unas manos, ya que el producto sirve para la higiene de las mismas. Sus extremos, que se conectan con el nombre, “Higía”, tienen unas flores, que es lo que hace resaltar y le da alegría al logo.



Colores.

Los colores elegidos son el color celeste, debido a que representa la tranquilidad, frescura, pureza y confianza. Y el rosa oscuro en el nombre de la compañía, haciendo un contraste con el fondo, resaltando. Es un color relajante que influye en los sentimientos invitándolos a ser amables, suaves y profundos, e induciéndonos de esta forma a sentir cariño, amor y protección.

Packaging.

El producto será envasado en una pastillero de acrílico de 4,6cm x 1,5cm, y tendrá pegada una etiqueta con el logotipo de la compañía.

Precio.

El precio acordado del producto es de \$120,-.

Calendario de Eventos 2020.

Agosto:

- 16 de agosto, Día del Niño;
- 19 de agosto, Día Mundial de la Asistencia Humanitaria;

Septiembre:

- 4 de septiembre: Día de la Secretaria;
- 5 de septiembre, Día Mundial del Hermano;
- 11 de septiembre, Día del Maestro;
- 17 de septiembre, Día Mundial de la Seguridad del Paciente y Día del Profesor.
- 19 de septiembre, Día Mundial de la Limpieza;
- 21 de septiembre, Día del Estudiante;

Octubre:

- 3 de octubre, Día Interamericano del Agua;
- 4 de octubre, Día Mundial de los Animales;
- 5 de octubre, Día Mundial de los Docentes;
- 11 de octubre, Día de los Tíos;
- 15 de octubre, Día Mundial del Lavado de Manos;
- 18 de octubre, día de la Madre.

Análisis FODA.

Fortalezas:

- Los jabones son veganos (no tienen componentes de origen animal).
- Buena calidad del producto.
- Es un producto necesario en éste contexto de pandemia, donde una de las prioridades es mantener la higiene como método de prevención del virus.
- El producto se puede transportar fácilmente.
- Es un producto económico.

Oportunidades:

- Eventos del colegio donde podremos presentarnos a vender.
- Es un producto altamente demandado por la situación actual.
- Venta fácil del producto.
- Apoyo de la institución, de Junior Achievement y de nuestro sponsor (mentores de HSBC).
- Tendencias favorables del mercado.

Debilidades:

- El precio podría ser susceptible a cambios por la situación económica.
- Limitado tiempo de producción debido al aislamiento.
- Precios competitivos en el mercado.
- Dificultad para ver los errores porque gran parte del trabajo lo haremos desde casa y no en grupo.
- Dificultad en la coordinación con los proveedores.

Amenazas:

- Economía inestable.
- Existencia de productos sustitutos.
- La extensión del aislamiento.
- Vulnerabilidad ante marcas reconocidas.
- Posible competencia.

Análisis del triple Impacto.

- Económico: es un producto accesible por su precio y que representará una ganancia significativa.

- Social: la sociedad buscará alternativas fáciles de transportar para mantener la higiene cuando sea posible salir a la vía pública.
- Ambiental: los jabones son veganos (sin conservantes ni grasa animal) y ecológicos y los pastilleros reutilizables.

Objetivos de Venta.

Cada integrante de la compañía, deberá vender cuatro (4) pastilleros por semana, en total serían 108. Al cierre de la misma, se habrán comercializado 972 productos.

Productos por semana	Alumnos	Semanas	Total
4	27	9	972

Plan de Comunicación.

Como empresa, tendremos como prioridad poder entablar una relación tanto con potenciales clientes como clientes fijos (relación sólida y duradera), y la satisfacción absoluta de los mismos. Creemos que la **comunicación empresa-cliente** debe ser un pilar fundamental, no sólo porque mejoramos su fidelidad con nuestra marca, sino que conseguimos aumentar el engagement y nos permite dar un feedback adecuado. Para conseguirlo, contamos con seis medios virtuales (redes), que serán similares entre sí, pero no se manejarán de la misma manera, para así poder abarcar de una forma fructuosa y provechosa al principal público presente en cada una de ellas. Estas redes por las cuales estaremos promocionando nuestro producto, son:

- **Facebook:** Higía JAC.
- **Instagram:** @higia.jac
- **Twitter:** Higía JAC
- **Mercado Libre:** HIGÍA.J.A.C.
- **Tik Tok:** higiajac
- **Gmail:** higiajac@gmail.com

Además, contamos con un fuerte sustancial, la innovación de nuestro producto y el difícil acceso en el mercado a nivel minorista, sin olvidarnos de la nula competencia dentro de la zona, lo que nos permitirá poder llegar a una mayor cantidad de clientes, siendo los principales vendedores.

Estrategias de Publicidad y Promoción.

La **publicidad** de nuestra compañía estará constantemente activa en nuestras redes sociales, especialmente Instagram. Allí estaremos interactuando con los seguidores diariamente. Brindaremos información sobre nuestro producto y sus usos, y también mostraremos la forma de trabajo y de producción. Además, subiremos contenido interactivo, de tal forma que los que nos sigan, mantengan una relación de confianza con la empresa.

En cuanto a nuestra estrategia de **promoción**, principalmente nos enfocaremos en el sitio web de Mercado Libre, pero también nos difundiremos mediante otros espacios, como nuestro Instituto. Incentivaremos a nuestros compañeros de forma tal que logren convencer y difundir la compañía a potenciales compradores. También realizaremos promociones y/o ediciones limitadas para las fechas especiales, tales como el “día del estudiante” o “día del profesor”. Se organizarán sorteos y concursos para que pueda crecer la comunidad digital y conseguir mayor interacción con los compradores.

Gracias al espacio que nos brinda la Institución, colocaremos publicidades, dentro y fuera de la misma para así llegar a toda la comunidad educativa.

Nuestro stand de ventas estará presente tanto en la entrada del colegio como en los actos o eventos que se realicen para ofrecer el producto a las familias. Además, los compañeros que estén a cargo estarán equipados con todos los productos de higiene que sean necesarios, manteniendo la distancia.

Área de Recursos Humanos



El área de **Recursos Humanos**, a cargo de Sofía Vidal, establece como principal objetivo:

"Conseguir entre todos los integrantes de la Compañía, un ambiente propicio para que las actividades que se realicen en él, puedan desarrollarse de manera óptima, sin conflictos y con un enfoque de integración y escucha para potenciar las habilidades y creatividad de las personas que lo componen."

Responsabilidad Social Empresarial.

Nuestra responsabilidad social consistirá en comprar los alimentos solicitados por el **"Refugio Palomar"**. El mismo es una organización sin fines de lucro que ayuda a los perros del zoonosis del partido de Tres de Febrero y los reinserta en un nuevo hogar. Está ubicado en Camilo Aldao 499-599, El Palomar, Tres de Febrero.

También, en las redes sociales se informará sobre estas donaciones para poder concientizar sobre la protección de los animales, ya que **"Higía J.A.C."** es un producto vegano y libre de crueldad animal.



"Centro Caseros de Protección al Animal".

Escala Salarial.

- Director General: \$5,-.
- Vicedirector: \$4,5
- Directores: \$3,50

Hora de Producción.

Se pagará \$2,50 la hora de producción. Los 27 integrantes de la Compañía producirán 2 horas por semana, por lo tanto, las horas semanales equivalen a \$5 por persona y al finalizar la Compañía sumará de \$45 por empleado y en total, por todos los integrantes \$1215.

Horas Extras.

La retribución de las horas extras será de \$3,75.

Comisiones.

La retribución adicional por cada producto vendido será del 10%.

Área de Producción



El área de **Producción**, a cargo de Valentina Ciscar, establece como principal objetivo:

“Coordinar y ejecutar las distintas etapas del proceso productivo, con el fin de hacerle llegar al consumidor, un producto con los estándares mínimos de calidad. Además de conseguir los elementos necesarios para la completa producción, descubrir innovaciones para una mayor eficiencia, supervisar y gestionar el ya antes nombrado proceso productivo y determinar la cantidad de productos a producir teniendo en cuenta el inventario disponible. También, tiene como objetivo cumplir con el tiempo estipulado de producción y entrega del producto terminado.”.

Proceso de producción.

El proceso productivo de las pastillas de jabón se divide en dos etapas, para las cuales se encuentran designados 4 (cuatro) grupos de trabajo con 5 (cinco) personas cada uno para embalar, y 2 (dos) grupos de trabajo para etiquetar: el primer grupo incluye 3 (tres) personas, y el segundo grupo 4 (cuatro) personas.

1. Para comenzar con la producción, cada integrante del grupo de trabajo se colocará guantes y desinfectará el área de trabajo.
2. Con el área ya higienizada, se separarán del empaque original los pastilleros, se desinfectarán, y cierta cantidad de pastillas de jabón para cada uno de los mismos.
3. Control de calidad verificará que los pastilleros y las pastillas de jabón estén en correctas condiciones.
4. Luego, se incorporarán las pastillas de jabón en los pastilleros, y el mismo se cerrará.
5. Se colocarán las etiquetas con el código de Junior Archivement debajo de los pastilleros para que, posteriormente, control de inventario las identifique y realice el registro correspondiente en planillas de stock.
6. A continuación, se colocará la etiqueta autoadhesiva con el logo de nuestra compañía en la parte superior del pastillero.
7. Para finalizar, se procederá a un segundo control de calidad para verificar que las etiquetas estén pegadas correctamente, y que tanto las pastillas de jabón como los pastilleros no hayan sufrido algún cambio para salir al mercado en perfectas condiciones, y para satisfacción del cliente.

Proceso de producción en contexto de pandemia.

1. Las materias primas se enviarán al domicilio de la directora de producción, cuando esto ocurra, deberá colocarse guantes y desinfectar toda la mercadería.
2. Se procederá a dividir la cantidad de pastilleros y una cantidad de 14 unidades de pastillas de jabón para cada uno, verificando que los mismos estén en óptimas condiciones.

3. Se entregarán, manteniendo los recaudos de higiene necesarios, las materias primas y materiales de prevención para una producción de aproximadamente una semana de cada persona.
4. A continuación, cada integrante llevará a cabo su propia producción personal, colocando las 14 unidades de pastillas de jabón y las etiquetas correspondientes de Junior Archivement en la parte inferior y el logo de la compañía en la parte superior del pastillero.
5. Cada miembro, conociendo las normas de seguridad e higiene y las estrategias, deberá hacerse cargo del control de calidad de los productos. Como también tendrá que enviarle al gerente de control de inventario los respectivos códigos de Junior Archivement, para identificar la mercadería y realizar el registro correspondiente en planillas de stock.

Estrategias para el Control de Calidad.

- Obtener información sobre los estándares de calidad que el mercado espera.
- Mantener una transparente comunicación sobre información del producto entre todos los participantes.
- Obtener información sobre el proveedor para saber si los productos que nos brinda son de calidad.
- Elaborar una planilla de inspección para llevar un conteo y saber cuántos productos vienen con fallas y cuántos no.
- En caso de haber unidades con fallas, serán desechadas.
- Utilizar guantes, ser cuidadosos y mantener el espacio de trabajo desinfectado y limpio.
- Realizar pruebas de calidad durante el proceso productivo, tanto del empaque como del producto.
- Revisar el producto al menos 3 (tres) veces antes de entregarlo, tanto el empaquetado como el producto en sí.

Fraccionamiento y Envasado (descripción del packaging).

- Se utiliza un pastillero de acrílico transparente de 4,5 x 1,5 cm. El pastillero (ya esterilizado, apto para el envasado) va a contener 14 pastillas de jabón (fragancia de menta) en cada envase.
- Habiendo concluido con la distribución de pastillas sobre el envase, se cierra el pastillero y se coloca la etiqueta autoadhesivo, con nuestro logo, de tamaño 4 x 4 cm sobre la tapa.

Proveedores.

- Pastillas de jabón:

Proveedor: "Nano soap".

Vienen en bolsas de 1000 pastillas por fragancia, están \$3200,-. Envío: \$350,-.

Ubicación: Olivos.

- Pastillero de acrílico.

Proveedor: "TYT deco".

Vienen en packs de 20 pastilleros redondos de acrílico transparente con tapa 4,6cm x 1,5cm, \$212,-. Envío: \$300,-. Ubicación: Once.

- Etiquetas.

Proveedor: "Studio Graf".

Vienen en hojas A3 de \$65,-, entran 77 unidades. Retiro por local Ornella Scapparoni. Ubicación: Caseros.

- Guantes de látex.

Caja x100 unidades \$650,-. Necesitaremos aproximadamente 5 cajas.

Área de Finanzas



El área de **Finanzas**, a cargo de Candela Oller, establece como principal objetivo:

“Todos los miembros de esta área deberán ser responsables al momento de administrar los recursos monetarios y los archivos necesarios de la compañía. Deberán llevar una contabilidad transparente para el mejor desarrollo de la empresa y custodiar los ingresos de todos los integrantes del emprendimiento, para así poder obtener un panorama sobre la rentabilidad estimada a devolver a cada uno de nuestros accionistas”.

Costos.

14 pastillas de jabón	\$45,50
Pastillero de acrílico	\$11,20
Etiqueta	\$0,84
Costo total	\$57,54
Precio de venta	\$120,-

- Pastillero:

Costo total: 1000 pastilleros por \$11200,- (con dos envíos de \$300,- cada uno).

Un pack contiene 20 pastilleros. Para poder cumplir con nuestro objetivo de venta al finalizar la compañía, tendremos que comprar 1000 pastilleros. Haremos dos compras, cada una de 500 pastilleros. Cada compra será de \$5600,-, por lo que cada pastillero saldrá \$11,20.

- Pastillas de Jabón:

Costo total: 14000 pastillas por \$44.500,- (con dos envíos de \$350,- cada uno).

Un pack contiene 1000 pastillas. Para poder cumplir con nuestro objetivo de venta al finalizar la compañía, tendremos que comprar 14000 pastillas. Haremos dos compras, cada una de 7000 pastillas. Cada compra será de \$22.750,-, por lo que cada pastilla saldrá \$3,25. En cada pastillero entran 14 pastillas, por lo que el costo del producto por pastillero es de \$45,5.

Punto de Equilibrio.

Costos fijos:

Gastos Finanzas	\$800,-
Gastos RRHH	\$800,-
Gastos Producción	\$4.050,-
Gastos Marketing	\$1.500,-
Sueldos	\$329,-

Salarios	\$1.215,-
Total	\$8.694,-

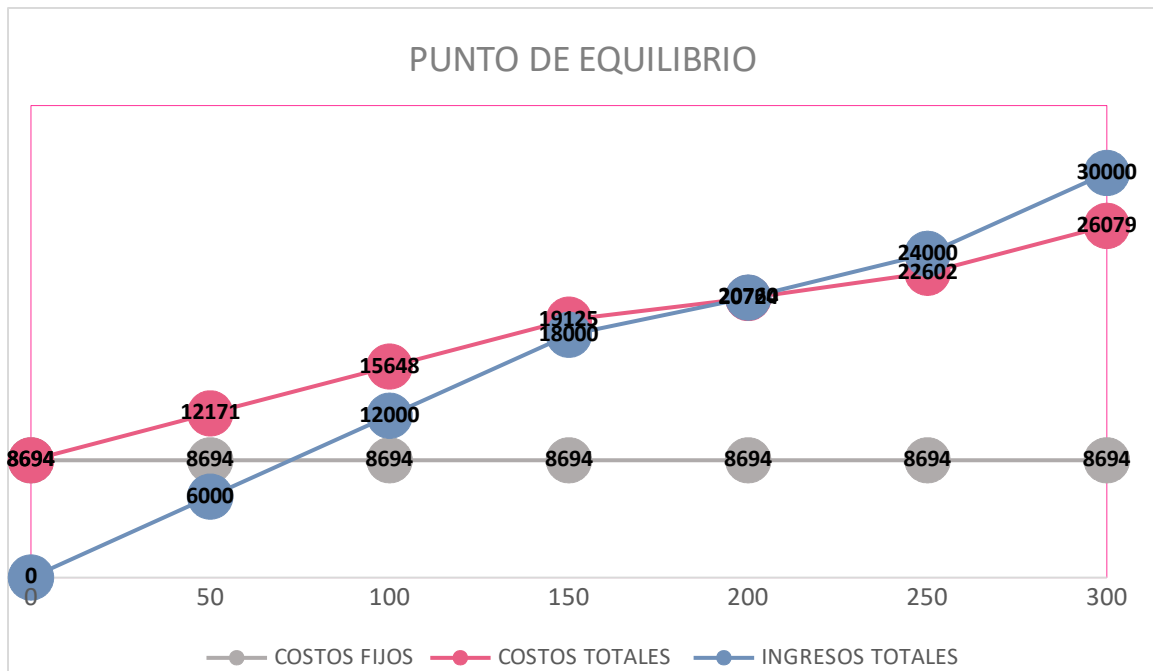
Costo variable por unidad.

Comisión por venta	\$12,-
Costo del producto	\$57,54
Total	\$69,54

$$\text{P.E.} = \frac{\$8.694,- (\text{Costos fijos})}{\$120,- (\text{Precio por venta unitaria}) - \$69,54 (\text{Costo variable por unidad})}$$

$$= \frac{\$8.694,-}{\$50,46}$$

$$= 172,30 \rightarrow 173$$



Cálculos

- Capital.

Punto de equilibrio x Costo variable = Capital

$$173 \times 69,54 = 12.030,42$$

- Acciones.

$$\frac{\text{Capital}}{\text{Cantidad de acciones}} = \frac{12.030,42}{100} = 120,30$$

Acción externa= \$150,-.

Acción interna= \$100,-.

- Ventas.

(Precio de venta x Obj. semanal x Integrantes x Cant. de semanas)= Ventas

$$\$120,- \times 4 \times 27 \times 9 = \$116.640,-.$$

- CMV.

(Precio de costo x Obj. Semanal x Integrantes x Cant. de semanas)= CMV

$$\$57,54 \times 4 \times 27 \times 9 = 55.928,88.$$

- Salarios.

(Cant. de hs. trabajadas x Integrantes x Cant. de semanas x \$ por hs.) = Salarios

$$2 \times 27 \times 9 \times \$2,50 = \$1.215,-.$$

- Sueldos.

Directora General:

(Sueldo x Cant. de personas x Reuniones) = Sueldo.

$$\$5,- \times 1 \times 14 = \$70,-.$$

Vicedirector:

(Sueldo x Cantidad de personas x Reuniones) = Sueldo.

$$\$4,5 \times 1 \times 14 = \$63,-.$$

Directoras de Áreas:

(Sueldo x Cantidad de personas x Reuniones) = Sueldo.

$$\$3,5 \times 4 \times 14 = \$196,-.$$

Sueldos totales = \$329,-.

Estado de Resultado.

Ventas	\$116.640,-
CMV	(\$55.928,88)
Resultado Bruto	\$60.711,12
Comisiones (10%)	(11.664,-)
Salarios	(1.215,-)
Sueldos	(329,-)
Gastos de RRHH	(\$800,-)
Gastos de Finanzas	(\$800,-)
Gastos de Marketing	(\$1.500,-)
Gastos de Producción	(\$4.050,-)
Donaciones	(\$2.000,-)
Resultado neto del ejercicio antes del impuesto	\$38.353,12
Impuesto Junior (5%)	(\$1.917,66)
Resultado neto del ejercicio	\$36.435,46

- Rentabilidad:

$$\frac{\text{Resultado neto del ejercicio}}{\text{Acciones}} = \frac{\$36.435,46}{100} = \$364,35$$

Acciones Externas:

Valor de la acción \$150,-
 Rentabilidad + \$364,35
 Importe a devolver \$514,35

$$\text{Rentabilidad} = \frac{\$150,-}{\$364,35} \times 100\% = \frac{\$364,35 \times 100}{\$150,-} = 242,9\%$$

$$\text{Valor a devolver} = \frac{\$150,-}{\$514,35} \times 100\% = \frac{\$514,35 \times 100}{150,-} = 342,9\%$$

Acciones Internas:

Valor de la acción \$100,-
Rentabilidad + \$364,35
Importe a devolver \$464,35

$$\text{Rentabilidad} = \frac{\$100,-}{\$364,35} \times 100\% = \frac{\$364,35 \times 100}{\$100,-} = 364,35\%$$

$$\text{Valor a devolver} = \frac{\$100,-}{\$464,35} \times 100\% = \frac{\$464,35 \times 100}{100,-} = 464,35\%$$