15 DE JULIO DE 2020

APRENDER A EMPRENDER 2020

PLAN DE NEGOCIOS

PAUL&ORD
C.A.B.A.

Índice

1. Introducción a la compañía
   1.1. Resumen Ejecutivo
   1.2. Resumen de la compañía
   1.3. Descripción del negocio
2. Plan de marketing y análisis de mercado
   2.1. Análisis de mercado
   2.2. Plan de Marketing
3. Plan de operaciones
   3.1. Técnicas de producción
   3.2. Control de Calidad
   3.3. Empaquetado y Etiquetado
4. Plan de Recursos Humanos
   4.1. Salario
   4.2. Sueldo
   4.3. Comisiones
   4.4. Premios y Motivaciones
5. Plan FInanciero
   5.1. Resumen Financiero
   5.2. Costos Fijos y Variables unitarios
   5.3. Precio y Punto de Equilibrio
   5.4. Costos de puesta en marcha
   5.5. Capitalización
6. Apéndices
   6.1. Apéndice I: Grafico del punto de Equilibrio y Escenarios
   6.2. Apéndice II: Canvas

Introducción a la compañía

Resumen Ejecutivo

Paul&Ord

Misión: Nuestra misión es la de ofrecer al mercado productos innovadores y destinados a la organización personal, basándonos en el desarrollo sustentable y de triple impacto, en trabajo en equipo y cooperación

Visión: Somos una empresa destinada a cuidar el medio ambiente a través de la utilización de materiales reciclables en nuestro proceso productivo, y que provea una solución a la falta de organización de distintos accesorios de los dispositivos móviles de nuestros clientes.

Producto: Nuestro producto se basa en un ordenador de escritorio hecho de materiales reciclables, que le permitirá al usuario mantener el orden y la limpieza de su escritorio.

Mercado: Nuestro mercado se ubica geográficamente en el sector AMBA, orientado a personas del sector ABC1, C2 y C3 Hombres y Mujeres de 15 a 40 años.

Punto de equilibrio: Alcanzamos el punto de equilibrio con 67 unidades vendidas.

Rentabilidad esperada: Proyectando un nivel de venta de 163 unidades, alcanzamos una rentabilidad por acción de 75% sobre el valor de la inversión.

Valor de la acción externa: El valor proyectado para la capitalización externa en nuestro proyecto es de $ 450 por acción.

Resumen de la compañía

Nuestra empresa, Paul&Ord, es un emprendimiento compuesto por 21 miembros y basado en la producción y venta de organizadores para productos tecnológicos, con la posibilidad de agregarle espacios para sus periféricos, como auriculares, cargadores, baterías externas y otros cables, usando materiales reciclables como materias primas principales. Existen diversos modelos según el dispositivo tecnológico principal, como por ejemplo, para celular o tablet, o inclusive combinados, adaptándonos a las necesidades del comprador.

Descripción del negocio

Resumen del producto: nuestro producto, consiste en Organizadores de escritorio, que le permita al usuario mantener el orden de su celular o tablet y los periféricos de este. Cuenta con variantes, que van desde un ordenador sencillo para apoyar el celular o tablet, hasta más complejos que incluye lugar para guardar el cargador con el cable USB, y los auriculares. Lo que hace que nuestro producto se diferencie a los demás productos, es su practicidad y su amabilidad con el medioambiente, debido a los materiales fáciles de reciclar.

Plan de Marketing y análisis de Mercado

Análisis de Mercado

Usuario Objetivo	
Edad	15-40
Genero	Ambos
Localización geográfica	Región del AMBA, Argentina
Sector socioeconómico	Sector ABC1, C2 y C3

Plan de Marketing

Estrategia de Precios

- Teniendo en cuenta todos nuestros modelos estamos proyectando un precio promedio de ventas de $350 por unidad. Proyectamos para este precio algunas actividades de promoción de producto y de descuentos por ventas en cantidad. Nuestro producto es comisionable al 10 % para el personal de ventas.

Estrategia de venta y distribución

- Vamos a vender nuestros productos de manera digital a través de distintas plataformas digitales como Google Sites o algunas de nuestras redes sociales.
- Incluimos una opción de reparto mediante el envío puerta a puerta de nuestros productos, con distintas empresas reconocidas de distribución y entrega. Esto nos permite una mayor cobertura geográfica y un mejor servicio.
- Adicionalmente, nuestro objetivo de ventas semanales es de 2 a 5 productos

Estrategia de comunicación

- La situación actual en la que nos encontramos nos lleva a realizar nuestro Marketing de forma Online. Esto quiere decir que lo realizaremos a través de los siguientes medios:

  - *Redes Sociales*: contamos con las redes sociales mencionadas a continuación para lograr una publicidad y reconocimiento de marca:
    - *Facebook*: Paul And Ord
    - *Instagram*: paulandord.ja
    - *Twitter*: @paulandOrd
  - *Página Web*: estamos desarrollando una página web para lograr atraer al público que navega por el Internet. Nuestra página va a contar con una descripción de la empresa, del producto y la opción de encargarlo y/o comprarlo, entre otras cosas.

Plan de Operaciones

Técnicas de producción

Debido al contexto turbulento y de incertidumbre que estamos viviendo, nos enfrentamos con un nuevo desafío para desarrollar las técnicas de producción. Nuestro modelo de producción se basa en una línea de montaje, donde a partir de una extensa red, basada en criterios como el domicilio de cada uno de los emprendedores o su responsabilidad de área en la compañía.

Logística: el desarrollo de los productos por partes es importante, pero para poder mantener la línea de montaje, es necesario mantener una eficiente y eficaz logística que permita transportar las distintas partes que conforman el producto, como también dividir las tareas entre los distintos emprendedores.
Almacenamiento: el distanciamiento nos obliga a fijar puntos de almacenaje, el criterio para mantener esos puntos de almacenamiento deberá estar en función de las ventas producida en esa área. Para esto, será necesario trabajar conjuntamente al director de marketing para saber y descifrar las necesidad y demandas de esa área, y a medida que avance el tiempo ir renovando los puntos de almacenamiento.
División de tareas: a partir de la fijación de la red o línea de montaje, podremos fijar tareas para la producción de nuestro producto, y a junto a la logística, y transportando el producto en las distintas instancias de producción. Donde cada emprendedor recibirá una lista detallada de las cuestiones de seguridad y producción pasos a paso del producto.
Seguridad: dado que nos encontramos distanciados, es muy importante desarrollar un protocolo detallado para que ninguno de los emprendedores sufra accidente durante la producción del producto.
Materia prima: nuestro producto esta hecho de cartón, ya que este es un material reciclable, amigable con el medio ambiente. Para armar nuestro producto, usaremos alguno tipo de pegamento plástico.

Control de Calidad

Una vez fijada la posible línea de montaje, será necesario definir nodos intermedios en partes de la línea de montaje, que determinen la viabilidad del producto en cada una de las etapas de producción. Será necesario la definición de integrantes del área de producción, especializado en los diferentes componentes del producto.

Para capacitar al personal, será necesario armar un plan de especialización para cada uno de los integrantes de producción. Y también distinguir nodos claves para el control de calidad. El relevamiento estadístico de la línea de montaje, que permita percibir los errores y proponer soluciones.

Empaquetado y Etiquetado

Definidos los sectores encargados del almacenaje, es importante detallarle a los emprendedores, como deben embalar y etiquetar diferentes productos. De forma tal que, los productos estén preparados para ser entregados a los respectivos clientes.

Plan de Recursos Humanos

Salarios	• El salario es correspondiente a $2 por reunión trabajada
Sueldos	• El sueldo para los directivos es de $3.5 por reunión, y $5 para el Director General (sin importar si hayan participado o no).
Comisiones	• 10% del precio del producto.
Premios y Motivación	□Para empleado del mes (aquel empleado que haya sido más aplicado al proyecto y que haya participado/aportado más al cumplimiento de metas y objetivos) $25. □Mayor vendedor: Aquella persona que haya vendido más productos en lapso de un mes recibirá el monto de $75. □Mayor productor: La persona que haya producido mayor cantidad de productos (que estén bien hechos) obtendrá la suma de $50.

Plan Financiero

Resumen Financiero

Nuestra empresa tiene presupuestado:

- Costo Fijos: $ 10.306
- Costo Variable: $ 195
- Precio: $ 350
- Contribución Marginal Unitaria: $ 155
- Punto de equilibrio (Unidades): 67

Venta de acciones: Planemos vender 21 acciones

Reinversión: No estipulamos una reinversión del dinero de los inversores

Costos Fijos y Variables Unitarios

Costos Fijos	
Sueldos	816,00
+ Sueldo Director General	80,00
+ Sueldos Directores	224,00
+ Salarios	512,00
Stand ferias / Publicidad	4.000,00
Movilidad eventos extra áulicos del programa	5.000,00
Herramientas	-
Otros (impresiones, premios, etc.)	500,00
Total	10.316,00

Costos Variables Unitarios	
Costos insumos por unidad producida	90,00
Comisión por venta (10%)	35,00
Costos asociados a la cobranza	40,25
Costos asociados a distribución y entrega	30,00
Total	195,25

Precio y Punto de Equilibrio

Precio	350,00

Punto de Equilibrio	
Costos Fijos	10.316,00
Contribución Marginal Unitaria	155,00
Unidades	67,00

Costos de Puesta en marcha

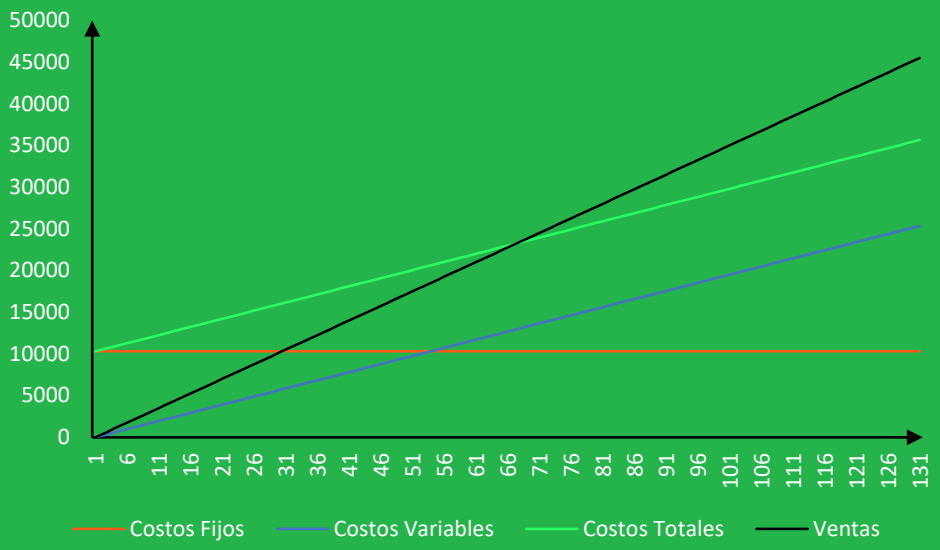
Fecha de Proyección 26/06/20			
Mes	Ingresos	Gastos	Ingresos Netos
Mayo	-	-	-
Junio	-	-	-
Julio	-	(1.000,00)	(1.000,00)
Agosto	4.046,00	(5.250,00)	(1.204,00)
Septiembre	10.500,00	(10.889,00)	(389,00)
Octubre	15.750,00	(9.732,00)	6.018,00
Noviembre	21.000,00	(13.074,00)	7.926,00

Capitalización

Objetivo	67
Acciones Internas	21
Acciones Externas	21
Costos Variables	13.015,83
Herramientas	-
Capital Inicial	13.015,83
Promedio Valor de Acción	309,90
Spread valor acciones	45%
Valor Acción Interna	170,45
Valor Acción Externa	450,36

Apéndice I: Grafico del punto de Equilibrio y Escenarios

Grafico del punto de Equilibrio



Escenarios

Concepto	Escenario 1	Escenario 2	Escenario 3	Escenario 4	Escenario 5	Escenario 6
Unidades	33	67	133	333	667	1.333
Costos Fijos	10.316,00	10.316,00	10.316,00	10.316,00	10.316,00	10.316,00
Costos Variables	6.507,91	13.015,83	26.031,65	65.079,13	130.158,26	260.316,51
Costos Totales	16.823,91	23.331,83	36.347,65	75.395,13	140.474,26	270.632,51
Facturación	11.665,91	23.331,83	46.663,65	116.659,13	233.318,26	466.636,51
Ganancia Bruta	(5.158,00)	-	10.316,00	41.264,00	92.844,00	196.004,00
Impuesto	-	-	515,80	2.063,20	4.642,20	9.800,20
Ganancia Neta	(5.158,00)	-	9.800,20	39.200,80	88.201,80	186.203,80
Unidades/Semana	2,08	4,17	8,33	20,83	41,66	83,33
Unidades/Semana/Persona	0,10	0,20	0,40	0,99	1,98	3,97
Valor de Acción	187,09	309,90	543,24	1.243,25	2.409,94	4.743,32
Rendimiento de Acción	(40%)	-	75%	301%	678%	1431%

Apéndice II: Canvas

Canvas

<table>
<tr><td rowspan="2">Aliados Clave: las redes sociales, los proveedores y los distribuidores</td><td>Actividades clave: marketing y producción</td><td rowspan="3">Propuesta de Valor: Personalización y Armado</td><td>Relación con los Clientes: A través de medios digitales</td><td rowspan="2">Usuarios: Todas aquellas personas que tengan un poco de tiempo libre y un escritorio desordenado</td></tr>
<tr><td>Recursos clave: Cartón</td><td>Distribución: Envío Puerta a Puerta</td></tr>
<tr><td colspan="2">Costos: Materiales y flete</td><td colspan="2">Ingresos: Producto</td></tr>
</table>