SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
CENTRO AGROEMPRESARIAL Y ACUÍCOLA
REGIONAL GUAJIRA
PROGRAMA DE VÍCTIMAS
PLAN DE NEGOCIOS

2553982

EMPRENDIMIENTO DE UNIDADES PRODUCTIVAS: Dielda Sarmiento
APRENDICES: Ana cuija. Gomez. Gomez - Ingris Maria Gomez Gomez Elena Gomez Sotomayor Maria Antonia Brito Sapuana
INSTRUCTOR: FRANCISCO JAVIER NUÑEZ ARREGOCES
NOMBRE DE LA IDEA DE NEGOCIO Restaurante las Delicias
RAZÓN SOCIAL:
NOMBRE COMERCIAL: Restaurante las Delicias
1. PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO
VISIÓN: Ser reconocidos entre los mejores Restaurante del municipio por nuestro servicio gastronomico, ambiente y atención.
MISIÓN: Superar las expectativas de los clientes de tal forma que nuestro restaurante sea conocido como una experiencia memorable, Mantener una exielente calidad en nuestros platos.
OBJETIVO GENERAL: Ofrecer un restaurante con platos tipicos con saboies inigualables y productos de calidad.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS: Satisfacer al cliente de modo que regrese y nos recomiende preparar una cocina de leña con todos sus complementos y ofrecer platos exquisitos en un ambiente acogedor y fuera de lo ordinario.
BREVE DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO El restaurante las Delicias es un negocio con el compromiso de exceder las expectativas de nuestros clientes, contamos con un ambiente seguro, agradable y acogedor. Brindamos unos productos de calidad con un buen sasón. y proporcona un ambiente familiar, que haran que nuestros clientes se sientan como en casa.
2. ANÁLISIS DEL MERCADO
ANÁLISIS DEL ENTORNO EMPRESARIAL, evaluar que instituciones o empresas trabajan en el mismo sector, analizar con cuales de estas instituciones se puede realizar alianzas estratégicas, convenios u otras acciones que le(s) favorezcan
En colombia existe una gran cadena de restaurante llamado Juancho parrilla y se dedica a comidas tipicas colombianas, que nos brinda un sabor en las comidas de campo, este restaurante nos puede favorecer a nosotros porque brinda la oportunidad de enseñar todos sus conocimientos y de surtir los pequeños Restaurantes con las mejores carnes y platillos.

ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

CONCEPTO	No.
Número de personas en la zona donde piensan vender su producto o servicio	38.232 habitantes
Número de personas que compran el producto o servicio en la zona	80 P. promedio
Establecer la cantidad que compran por periodos	800 U. a.
Establecer la cantidad de productos o servicios a ofrecer	1.000. 0.

SEGMENTO DE MERCADO: SEGMENTO DE MERCADO: Público objetivo

Geograficamente: Barrancas la Guajira
Demograficamente: Mujeres, hombres, niños y niñas
Psicologicos: Brindar un menu, adonde las personas se sientan agusto

VENTAJA COMPETITIVA: En nuestro Restaurante las Delicias no solo se Caracteriza por sus platos si no, por la atencion que se le brinda al cliente y el ambiente, esa es una de las ventajas que tiene nuestro Restaurante a Comparacion a otros

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

EMPRESAS	NIVEL DE ACEPTACIÓN			TIPO DE CLIENTE QUE ATIENDE	¿Por qué RAZÓN LA ELIGEN?	¿DÓNDE COMERCIALIZAN EL PRODUCTO?	¿A QUE PRECIO LO VENDEN?
	ALTA	REGULAR	POCA				
R. Las Delicias	X			Estato. 1.2.3	P. Bajos	Casa.	10.000
la casona		X		Estato 3,4,5	Calidad	Casa	28.000

ESTRATEGIA DE MERCADO

ESTRATEGIA DE PRODUCTO O SERVICIO: Enumerar de una manera concreta, todo lo que el cliente obtendrá al comprar los productos o servicios (ventajas, beneficios, servicios post-venta, garantías, etc.). Resaltar las ventajas y beneficios diferenciales con referencia a los productos de las empresas o negocios de la competencia.

En nuestro restaurante, los clientes disfrutar del sason y del servicio que brindan nuestros empleados, y deleitan su paradar. para que Regresen al restaurante, por la calidad del servicio

ESTRATEGIA DE PRECIO: ¿Cuál será el precio del producto?; ¿Cómo se ha determinado el precio?

1. Determinar los costos en el mercado (alimentos y personal)
2. Indagar los precios de la competencia

ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN: Enumerar de una manera concreta, los aspectos a considerar en relación a los mecanismos de venta (venta directa, con distribuidores, etc.)

1. En mi casa
2. Domicilio

ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN: ¿Qué se hará para promocionar el negocio? ¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?

1. Realizar publicidad por las redes Sociales
2. Volantes repartidos en el pueblo
3. Calcular el precio de la publicidad. y tomarla de la ganancia

3. ESTUDIO TÉCNICO DE LA PRODUCCIÓN

Describa las características de la localización del negocio.

Dirección :
Nº celular :
E-mail :

Realizar un bosquejo de la distribución del local

Caja → recaudos
Cocina → preparación de los alimentos y limpieza
Comedor → atención al cliente

Especificaciones técnicas y el diseño del producto

Diseñar el diagrama de operaciones en proceso de la elaboración de su producto o servicio.

Recepción y llegada de los clientes
Distribución de los platos
Pago del Servicio

SIMBOLO	REPRESENTACION
O	Operación
□	Inspección
⇨	Desplazamiento o Transporte
D	Deposito provisional o espera
▽	Almacenamiento permanente

Hacer un listado de las máquinas, equipos y herramientas que se necesitan para elaborar el producto o brindar el servicio que se ha definido.

MAQUINARIA	CANTIDAD	EQUIPOS Y HERRAMIENTAS	CANTIDAD
Cocina industrial	1	Freidora	1
Molinos electricos	1	licuadora	2
ollas apresion	3	Calderos	4

Realizar el cálculo de materiales y/o materias primas que usarán en el proceso productivo.

MATERIAS PRIMAS / INSUMOS	CANTIDAD REQUERIDA	UNIDADES A PRODUCIR	NECESIDAD DE MATERIALES
Carnes	15kg	15.000	25kg
Verduras	10kg	10.00	20kg
grano	20kg	10.00	30kg

Hacer un listado de los posibles proveedores que proporcionaran los insumos necesarios para la elaboración del producto o servicio.

4. ESTUDIO ECONÓMICO

Determinar la proyección de **ventas en unidades**

No.	PRODUCTO	PRECIO	PERIODOS				TOTAL
			1	2	3	4	
1	Sopas	6.000	800	1000	900	1000	16200.000
2	Secos	10.000	600	500	700	800	26000 000
3	Asados	15.000	1000	900	800	600	54500 000
							96700.000 =

Elaborar el **Plan de Inversión**

RUBRO	VALOR UNIDAD	UNIDADES REQUERIDAS	INVERSIÓN TOTAL
1. ACTIVOS FIJOS			
TERRENOS Y/O LOCAL			
MAQUINARIAS Y EQUIPOS			
Cocina industrial, nevera, olla	2000000	3	6000000
HERRAMIENTAS			
Freidor, licuadora, cuchillos	600000		600000
MUEBLES Y ENSERES			
TOTAL ACTIVOS FIJOS			6600000
2. GASTOS PRE-OPERATIVOS			
			400.000
TOTAL GASTOS PRE-OPERATIVOS			
3. CAPITAL DE TRABAJO			
Planfe			300 000
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			300000
TOTAL			7300000 =

Determinación de la **Estructura de costos**

RUBRO	VALOR UNIDAD	UNIDADES REQUERIDAS	COSTO TOTAL
1. COSTOS DIRECTOS			
MATERIALES		mensual	600000
MANO DE OBRA			1200060
GASTOS DE FABRICACIÓN			100 000
TOTAL COSTOS DIRECTOS			1900.000
2. COSTOS INDIRECTOS			
GASTOS ADMINISTRATIVOS mano obra.			300 000
SERVICIOS PÚBLICOS luz, agua, gas, Celular			400000
ARRIENDO local			300 000
GASTOS DE VENTAS			
TOTAL COSTOS INDIRECTOS			1200.000
TOTAL			3100000 =

Determinar el **COSTO TOTAL UNITARIO = CFU + CVU**

$$CFU = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Número Total de Unidades producidas durante el ciclo de vida del proyecto}}$$

Calcular el **precio de venta unitario = CTU + GANANCIA**

$$CVU = \frac{\text{Costo Variable total}}{\text{Número de unidades producidas en un periodo de tiempo (días, semanas, meses, etc)}}$$

Contribución marginal = Precio de venta – Costos variable unitario

Punto de equilibrio = COSTO FIJO TOTAL/ Margen de contribución = Cantidades

Anacilia Gómez Gamez. Ingris Maria Gomez Gamez Maria Antonia Brito S
Elenagomezsoto

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
CENTRO AGROEMPRESARIAL Y ACUÍCOLA
REGIONAL GUAJIRA
PROGRAMA DE VÍCTIMAS
PLAN DE NEGOCIOS

EMPRENDIMIENTO DE UNIDADES PRODUCTIVAS: 2563982

APRENDICES: Maria Cantón Soto Martinez / Liceth Cotes, Yonelba Sierra Junelis Sojeda Sierra, mariza pinto manjarrez

INSTRUCTOR: FRANCISCO JAVIER NUÑEZ ARREGOCES

NOMBRE DE LA IDEA DE NEGOCIO

RAZÓN SOCIAL:

NOMBRE COMERCIAL: CORY STORE

1. PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

VISIÓN: En el año 2026, ser una empresa legalmente constituida con punto físico, dedicada a la distribución, importación, comercialización y venta al por mayor de accesorios (bolsos, para damas.)

MISIÓN: fortalecer mi emprendiendo y lograr que este se capitalice, tener punto físico y lograr la venta al por mayor a otras emprendedoras.

OBJETIVO GENERAL: Fortalecer mi punto físico y ser punto de lanza y distribuidor al por mayor.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:
- distribuir bolsos al por mayor a otros emprededores
- Generar contenido en Redes sociales para lograr incrementar las ventas.

BREVE DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO CORY STORE, es un emprendimiento dedicado a la venta y comercialización de bolsos y sus derivados nacionales e importados, ofreciendo el precio y calidad del mercado.

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

ANÁLISIS DEL ENTORNO EMPRESARIAL, evaluar que instituciones o empresas trabajan en el mismo sector, analizar con cuales de estas instituciones se puede realizar alianzas estratégicas, convenios u otras acciones que le(s) favorezcan.

En mi Municipio se encuentra Un almacen de Razon Social La mano de Dios, Podria estubleecer con esta una aliaza para ser su distribuidor y Vender los bolsos al por mayor.

ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

CONCEPTO	No.
Número de personas en la zona donde piensan vender su producto o servicio	42.000 habitantes
Número de personas que compran el producto o servicio en la zona	4.200. habitantes
Establecer la cantidad que compran por periodos	30 bolsos trimestrales
Establecer la cantidad de productos o servicios a ofrecer	3 productos

SEGMENTO DE MERCADO: SEGMENTO DE MERCADO: Público objetivo

Mi emprendiento esta Ubicado en, Baranoas, La Guajira. Calle 17 N° 11-38 Y esta distinado para damas.

VENTAJA COMPETITIVA:

Calidad y mejor precio: en mi emprendimiento mis Clientes encuentran bolsos desde $ 35.000, lo que hace puedan adquirirlos todo tipo de persona. Y encuentran gran Variedad.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

EMPRESAS	NIVEL DE ACEPTACIÓN			TIPO DE CLIENTE QUE ATIENDE	¿Por qué RAZÓN LA ELIGEN?	¿DÓNDE COMERCIALIZAN EL PRODUCTO?	¿A QUE PRECIO LO VENDEN?
Mano de Dios	ALTA	REGULAR	POCA				
		X		1, 2 estrato	bajo Precio	Variedades	desde $50.000
Sundara	X			estrato 2,3	Variedad	Variedades	desde $50.000

ESTRATEGIA DE MERCADO

ESTRATEGIA DE PRODUCTO O SERVICIO: Enumerar de una manera concreta, todo lo que el cliente obtendrá al comprar los productos o servicios (ventajas, beneficios, servicios post-venta, garantías, etc.). Resaltar las ventajas y beneficios diferenciales con referencia a los productos de las empresas o negocios de la competencia.

En mi emprendimiento mis clientes encuentran gran Variedad de bolsos, debido a que manejo tres lineas: económica, Premiu y de lujo, pueden ser adquiridas por cualquier persona.

ESTRATEGIA DE PRECIO: ¿Cuál será el precio del producto?; ¿Cómo se ha determinado el precio?

1. Precio al que me venden los bolsos + envio
2. Precio al que lo vende la competencia.

ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN: Enumerar de una manera concreta, los aspectos a considerar en relación a los mecanismos de venta (venta directa, con distribuidores, etc.)

1. en mi punto Fisico
2. a Domicilio

ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN: ¿Qué se hará para promocionar el negocio? ¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?

Para Promocionar mi negocio Seguria utilizando las redes Sociales y Crearia Contenido de interes con personas que manejen este medio y Sean reconocidas.

3. ESTUDIO TÉCNICO DE LA PRODUCCIÓN

Describa las características de la localización del negocio.

Dirección: Calle 17 NO 11 - 38 - Barrio Pablo VI
No Celular = 3024870350
E-mail = Sotocoratoni98@gmail.com

Realizar un bosquejo de la distribución del local Cuenta con tres zonas.

1. exhibición de productos
2. Recepción
3. bodegas. y creación de contenido.

Especificaciones técnicas y el diseño del producto

esto dependera de la tendencia actual y lo que ofrezcan mis proveedores.

Diseñar el diagrama de operaciones en proceso de la elaboración de su producto o servicio.

1. recepción de clientes
2. exhibidores de productos
3. area de creación de contido
4. bodega.

SIMBOLO	REPRESENTACION
○	Operacion
□	Inspeccion
⇨	Desplazamiento o Transporte
D	Deposito provisional o espera
▽	Almacenamiento permanente

Hacer un listado de las máquinas, equipos y herramientas que se necesitan para elaborar el producto o brindar el servicio que se ha definido.

MAQUINARIA	CANTIDAD	EQUIPOS Y HERRAMIENTAS	CANTIDAD
Celular	1	tripode	1
estantes	3		
bolsas	100		

Realizar el cálculo de materiales y/o materias primas que usarán en el proceso productivo.

MATERIAS PRIMAS / INSUMOS	CANTIDAD REQUERIDA	UNIDADES A PRODUCIR	NECESIDAD DE MATERIALES
No necesito materia prima.			

Hacer un listado de los posibles proveedores que proporcionaran los insumos necesarios para la elaboración del producto o servicio.

Proveedores Cali	
Proveedores Bucaramanga.	

4. ESTUDIO ECONÓMICO

Determinar la proyección de **ventas en unidades**

No.	PRODUCTO	PRECIO	PERIODOS				TOTAL
			1	2	3	4	
1	Bolsos normales	35.000	30	40	50	60	6.300.000
2	Bolsos importados	65000	30	40	50	60	11.700.000
3	Bolsos importados	10000	10	20	30	40	1.800.000

Elaborar el **Plan de Inversión**

RUBRO	VALOR UNIDAD	UNIDADES REQUERIDAS	INVERSIÓN TOTAL
1. ACTIVOS FIJOS			
TERRENOS Y/O LOCAL	400 000	1	400.000
MAQUINARIAS Y EQUIPOS			
Celular Iphone	1,800.000	1	1'800.000
HERRAMIENTAS			
tripode	100.000	1	100.00
aro de luz			
MUEBLES Y ENSERES			
estantes	1,200.000	4	4.800.000
recepción	1'000.000	1	1000
TOTAL ACTIVOS FIJOS			
2. GASTOS PRE-OPERATIVOS			
TOTAL GASTOS PRE-OPERATIVOS			
Adecuaciones	600.000	1	600.000
3. CAPITAL DE TRABAJO			
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			
TOTAL			

Determinación de la **Estructura de costos**

RUBRO	VALOR UNIDAD	UNIDADES REQUERIDAS	COSTO TOTAL
1. COSTOS DIRECTOS			
MATERIALES	Volos		10.000.000
MANO DE OBRA			
GASTOS DE FABRICACIÓN			
TOTAL COSTOS DIRECTOS			
2. COSTOS INDIRECTOS			
GASTOS ADMINISTRATIVOS (pagos Ayudantes)	1		SMLV
SERVICIOS PÚBLICOS Internet	1		70.000
ARRIENDO			
GASTOS DE VENTAS (bolsas	100		100.000
TOTAL COSTOS INDIRECTOS			
TOTAL			

Determinar el **COSTO TOTAL UNITARIO = CFU + CVU**

$$CFU = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Numero Total de Unidades producidas durante el ciclo de vida del proyecto}}$$

Calcular el **precio de venta unitario = CTU + GANANCIA**

Contribución marginal = Precio de venta – Costos variable unitario

$$CVU = \frac{\text{Costo Variable total}}{\text{Numero de unidades producidas en un periodo de tiempo (dias, semanas, meses, etc)}}$$

Punto de equilibrio = COSTO FIJO TOTAL/ Margen de contribución = Cantidades

Yonelba Sierra Diaz, Janelis Segura Sierra
Maritza Pinto. Mara Corazon Sotomayor Cotes.