



**Ministerio
de Educación**
Gobierno del Chubut



**PROGRAMA PROVINCIAL DE
DESARROLLO DE
COMPETENCIAS
EMPRENDEDORAS**

PLAN DE NEGOCIOS



Nombre de la escuela: EPJA N° 7730

Docentes tutores: Beatriz Loncon, Alejandra Torres, Christian Moran.

Apellido/s y nombre/s de los estudiantes: Ivo Carrasco

Subsecretaría de Política, Gestión y Evaluación Educativa

Dirección General de Promoción Científica y Técnica

Programa Provincial de Desarrollo de Competencias Emprendedoras

Gregorio Mayo N° 136 | Rawson - Chubut | 0280 4483768



emprendedores.educhubut@gmail.com



educacionchubut



Educación Científica y Técnica



1- RESUMEN EJECUTIVO:

El presente proyecto productivo tiene como finalidad la fabricación y comercialización de exhibidores para vinos y copas, elaboradas con melamina reciclada. Esta iniciativa se enmarca dentro de un enfoque sustentable, combinando diseño personalizado con compromiso ambiental.

El proyecto se encuentra en etapa ejecutada, con operaciones ya en marcha y una propuesta de valor clara: ofrecer productos de calidad, personalizados según las preferencias del cliente, tanto en dimensiones como en estilo. Esta diferenciación permite posicionar nuestras cavas como una alternativa exclusiva frente a las opciones estandarizadas que ofrece el mercado.

El cliente objetivo está compuesto por adultos mayores de 25 años, de ambos géneros, con interés en el consumo o coleccionismo de vinos, quienes valoran tanto la funcionalidad como la estética en la presentación y conservación de sus botellas.

El escenario competitivo, en la localidad de Trevelin, presenta la existencia de carpinteros como oferentes de productos de madera, sin embargo, ninguno se especializa en cavas para vinos, lo que representa una oportunidad concreta de ocupar un nicho de mercado poco explorado con una propuesta específica y diferenciada.

Este proyecto, de carácter principal, tiene como objetivo continuar consolidándose en el mercado local a través de la calidad del producto, la atención personalizada y una visión sustentable en el uso de materiales reciclados.

Subsecretaría de Política, Gestión y Evaluación Educativa

Dirección General de Promoción Científica y Técnica

Programa Provincial de Desarrollo de Competencias Emprendedoras

Gregorio Mayo N° 136 | Rawson - Chubut | 0280 4483768



emprendedores.educhubut@gmail.com



educacionchubut



Educación Científica y Técnica



2- DEFINICIÓN DEL NEGOCIO:

Descripción del Emprendimiento

Mi emprendimiento no se enfoca únicamente en la fabricación de exhibidores para vinos, sino también en la creación de todo tipo de repisas, utilizando materiales reciclados y descartes de melamina. Sin embargo, en esta etapa del proyecto, nos centraremos en el desarrollo de cavas de vinos.

Estos exhibidores están hechos a partir de retazos de melamina de distintos colores, tornillos, tapacantos y otros accesorios reutilizables, lo que permite aprovechar al máximo los materiales disponibles y contribuir al cuidado del medio ambiente.

El objetivo principal es ofrecer un producto funcional, compacto y adaptable, pensado para optimizar el espacio y evitar "puntos ciegos" tanto en viviendas como en locales comerciales. El valor añadido radica en que las cavas se fabrican a medida, según el diseño y color elegido por el cliente, garantizando comodidad, estilo y personalización.

Una gran ventaja competitiva del proyecto es su ubicación: el pueblo Del Molino, en Trevelin, está emergiendo como una zona vitivinícola en crecimiento, con más de 15 viñedos habilitados. Esta situación representa una oportunidad ideal para ofrecer cavas a un mercado en expansión, atrayendo a diversos compradores interesados en productos funcionales y estéticos para conservar y exhibir vinos.

3- ESTUDIO DE MERCADO:

3-1- POTENCIALES CLIENTES:

La metodología utilizada para obtener información de nuestros futuros clientes:

Se realizó un cuestionario cerrado dirigido a 50 personas de la localidad de Trevelin con el objetivo de obtener información sobre las características de nuestros futuros clientes y sobre la percepción que



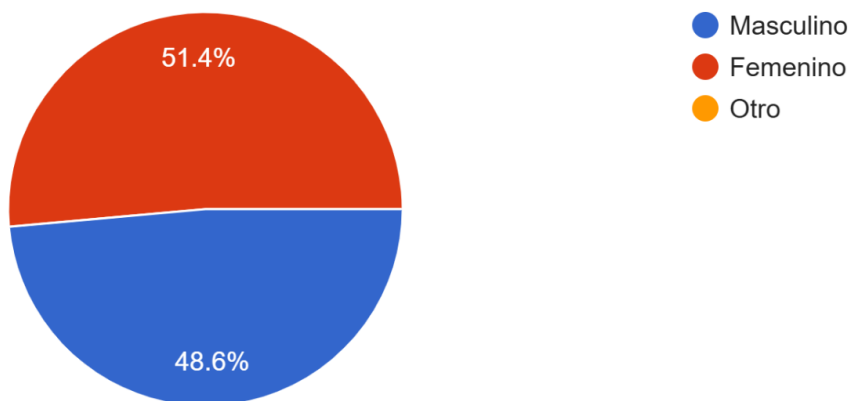


tendrían sobre nuestro producto.
el cuestionario fue el siguiente:

- ¿Género?

Genero

35 respuestas



Subsecretaría de Política, Gestión y Evaluación Educativa

Dirección General de Promoción Científica y Técnica

Programa Provincial de Desarrollo de Competencias Emprendedoras

Gregorio Mayo N° 136 | Rawson - Chubut | 0280 4483768



emprendedores.educhubut@gmail.com



educacionchubut

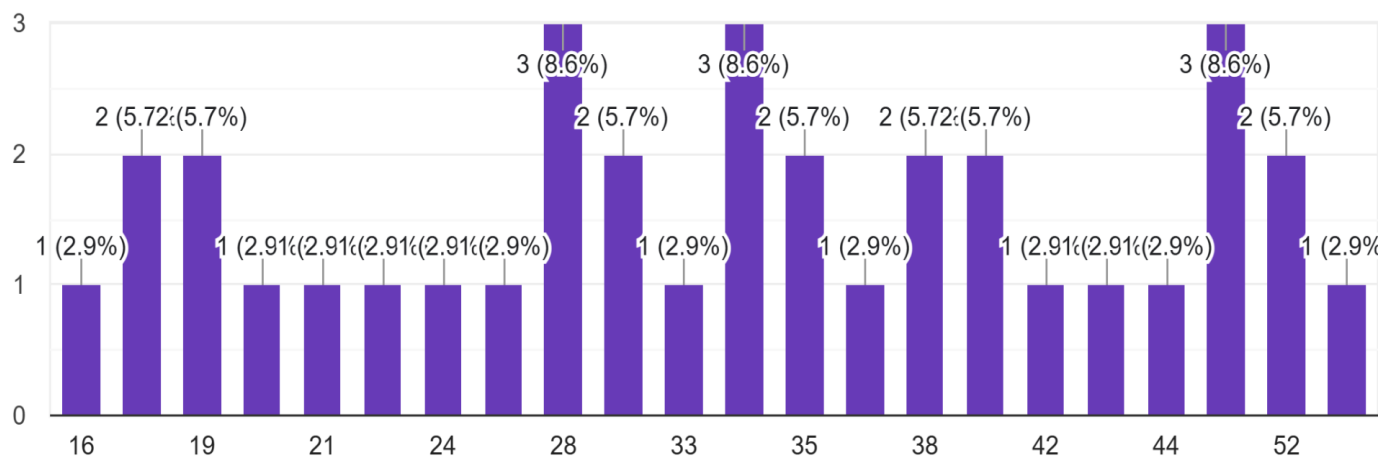


Educación Científica y Técnica



Edad

35 respuestas



Subsecretaría de Política, Gestión y Evaluación Educativa

Dirección General de Promoción Científica y Técnica

Programa Provincial de Desarrollo de Competencias Emprendedoras

Gregorio Mayo N° 136 | Rawson - Chubut | 0280 4483768



emprendedores.educhubut@gmail.com



educacionchubut

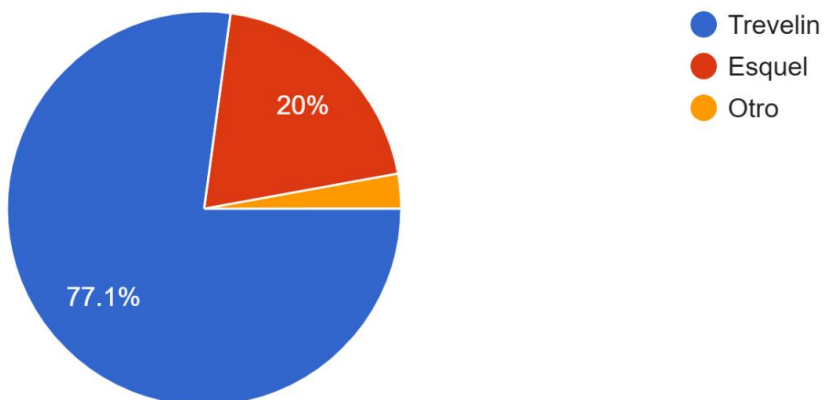


Educación Científica y Técnica



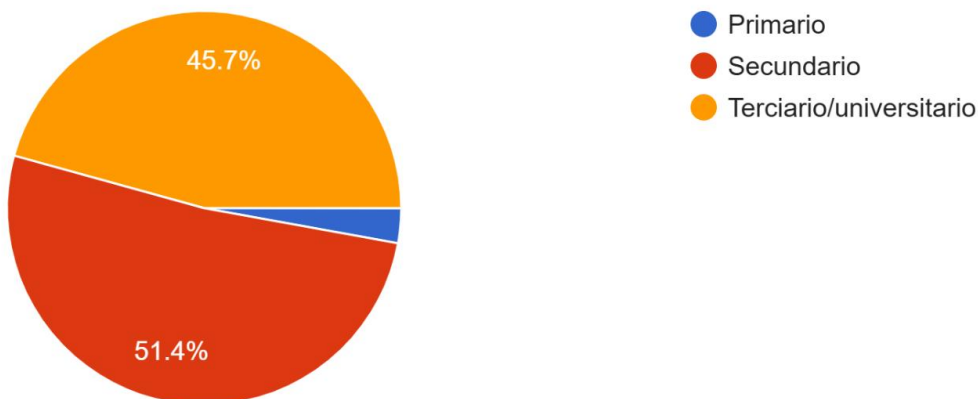
¿Donde vives?

35 respuestas



Nivel educativo

35 respuestas



Subsecretaría de Política, Gestión y Evaluación Educativa

Dirección General de Promoción Científica y Técnica

Programa Provincial de Desarrollo de Competencias Emprendedoras

Gregorio Mayo N° 136 | Rawson - Chubut | 0280 4483768



emprendedores.educhubut@gmail.com



educacionchubut



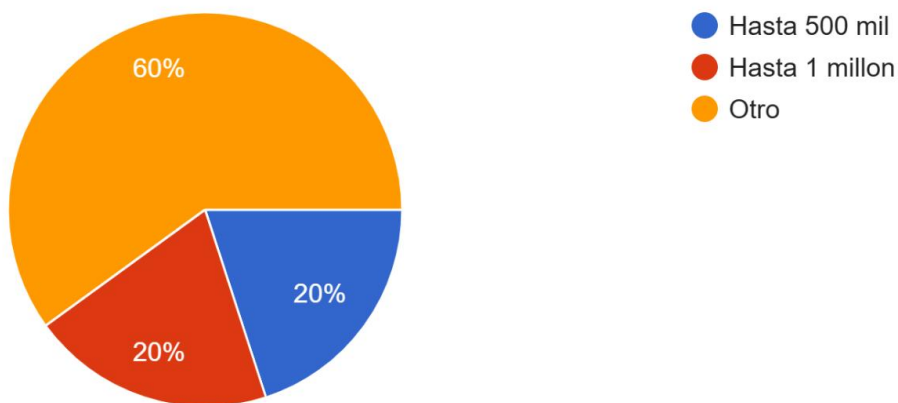
Educación Científica y Técnica



• ¿Nivel de ingresos?

Nivel de ingresos

35 respuestas



Subsecretaría de Política, Gestión y Evaluación Educativa

Dirección General de Promoción Científica y Técnica

Programa Provincial de Desarrollo de Competencias Emprendedoras

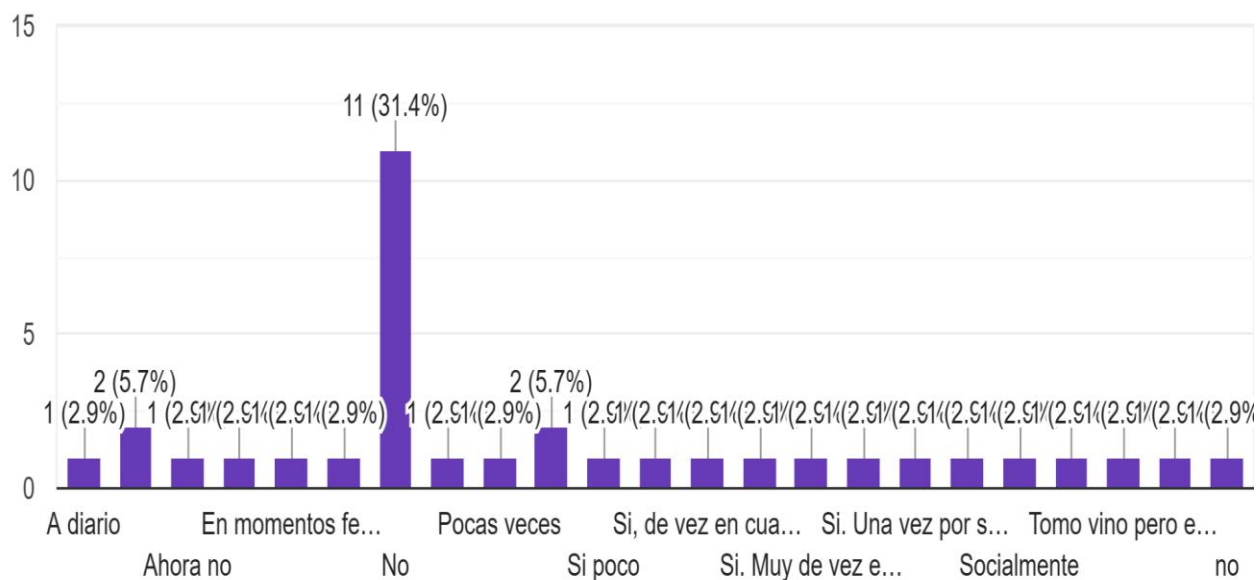
Gregorio Mayo N° 136 | Rawson - Chubut | 0280 4483768

emprendedores.educhubut@gmail.com educacionchubut Educación Científica y Técnica



¿Sos de tomar vino? (en caso de que la respuesta sea si) Con que frecuencia..

35 respuestas



Subsecretaría de Política, Gestión y Evaluación Educativa

Dirección General de Promoción Científica y Técnica

Programa Provincial de Desarrollo de Competencias Emprendedoras

Gregorio Mayo N° 136 | Rawson - Chubut | 0280 4483768



emprendedores.educhubut@gmail.com



educacionchubut

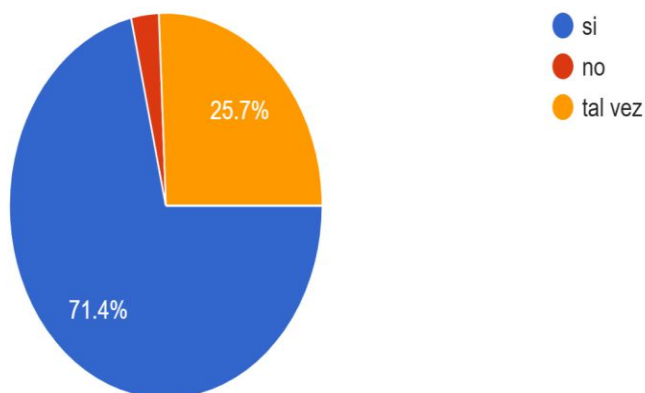


Educación Científica y Técnica



Cree que una cava es un buen regalo para un fanático de los vino

35 respuestas



3-2- COMPETENCIA:

Tabla Comparativa	De los distintos competidores o grupos de competidores	De la empresa Propia
FORTALEZAS	Varios años en el mercado y con una clientela asegurada	Producto a diseño y con precios accesibles
DEBILIDADES	Los diseños son más estándares	Sin experiencia en el rubro

Análisis de la Competencia

Subsecretaría de Política, Gestión y Evaluación Educativa

Dirección General de Promoción Científica y Técnica

Programa Provincial de Desarrollo de Competencias Emprendedoras

Gregorio Mayo Nº 136 | Rawson - Chubut | 0280 4483768



emprendedores.educhubut@gmail.com



educacionchubut



Educación Científica y Técnica



Estructura del mercado:

El mercado se asemeja a una competencia monopolística, ya que hay varios oferentes de productos similares (repisas, muebles, estanterías, cavas), pero cada uno ofrece una propuesta diferenciada en cuanto a diseño, calidad, materiales o personalización. No hay un líder absoluto en el rubro en la región.

● Principales competidores:

1. Mueblerías tradicionales de Trevelin y Esquel

Ofrecen muebles estándar, muchas veces fabricados en serie.

No suelen trabajar con productos hechos a medida ni con materiales reciclados.

2. Carpinteros independientes

Hacen trabajos personalizados, pero en general a precios más altos.

No todos tienen un enfoque ecológico o de reutilización de materiales.

● 3. Ferias de emprendedores o redes sociales

Aparecen pequeños emprendimientos que fabrican mobiliario decorativo o artesanal.

Pueden competir en precio, pero no siempre en calidad o diseño profesional.

Fortalezas del producto

1. Personalización a medida: cada cava se diseña según las preferencias del cliente en cuanto a tamaño, color y estilo, adaptándose perfectamente al espacio disponible.

2. Uso de materiales reciclados: se reutilizan retazos de melamina, lo que reduce costos, disminuye el impacto ambiental y agrega un valor ecológico al producto.

3. Diseño funcional y compacto: están pensadas para optimizar espacios pequeños y evitar puntos ciegos, lo que mejora la organización y estética del ambiente.

4. Adaptabilidad estética: el uso de melamina de diferentes colores permite crear diseños modernos, rústicos o elegantes, según el gusto del cliente.

5. Producción local con identidad regional: el emprendimiento se ubica en Trevelin, un pueblo en





crecimiento vitivinícola, lo que crea una conexión directa con los clientes potenciales de la zona.

6. Versatilidad del producto: aunque el enfoque está en cavas de vino, el conocimiento y técnica pueden aplicarse a otros tipos de repisas o muebles a medida, ampliando la oferta del emprendimiento.

Debilidades del producto

1. Producción limitada: al ser un emprendimiento en etapa inicial, la capacidad de producción es reducida, lo que puede dificultar la atención a una alta demanda.
2. Falta de reconocimiento de marca: al ser un proyecto nuevo, aún no cuenta con posicionamiento fuerte en el mercado ni con una base consolidada de clientes.
3. Dependencia de materiales reciclados: la disponibilidad de retazos de melamina puede variar, lo que puede afectar la continuidad o uniformidad en algunos diseños.
4. Logística y distribución: si bien el producto se adapta bien al mercado local, podría ser un desafío enviar cavas a otras zonas sin una estructura de distribución establecida.
5. Competencia con productos industriales: aunque tu producto es personalizado y ecológico, algunos clientes pueden preferir opciones más baratas fabricadas en serie.

Participación en el mercado (estimado)

Actualmente no hay estadísticas oficiales sobre la participación exacta en Trevelin o alrededores, pero el crecimiento de la actividad vitivinícola y el interés por productos decorativos ligados al vino genera una oportunidad clara de posicionarse en un nicho nuevo con poca competencia directa.

Evolución esperada del entorno competitivo

Con el avance de los viñedos en la zona (más de 15 habilitados), es probable que:
Aumenten los negocios relacionados con el vino (turismo, gastronomía, tiendas).
Surjan nuevas necesidades de mobiliario especializado (como cavas y exhibidores).

Se valore más lo hecho a medida, de diseño ecológico y regional.
Esto representa una ventaja estratégica si el emprendimiento se posiciona temprano en el mercado.

3-3- ANÁLISIS DE LOS DISTRIBUIDORES Y PROVEEDORES:

3-3 Análisis de los Distribuidores y Proveedores

Subsecretaría de Política, Gestión y Evaluación Educativa

Dirección General de Promoción Científica y Técnica

Programa Provincial de Desarrollo de Competencias Emprendedoras

Gregorio Mayo N° 136 | Rawson - Chubut | 0280 4483768



emprendedores.educhubut@gmail.com



educacionchubut



Educación Científica y Técnica



Los principales proveedores para este emprendimiento son:

Carpinterías, fábricas y talleres que generan retazos y descartes de melamina.

Comercios locales o ferreterías que proveen tornillos, tapacantos y accesorios menores.

Características principales:

Producto: materiales de descarte, con bajo o nulo costo, que permiten fabricar productos sostenibles.

Relación: se basa en la confianza y la colaboración con carpinterías que buscan reducir residuos.

Poder de negociación: el emprendimiento tiene buen poder de negociación, ya que los materiales provienen de descarte, lo que minimiza el costo.

Posibilidad de integración hacia adelante: existe la opción futura de establecer acuerdos fijos o convenios de recolección con carpinterías, creando una red estable de abastecimiento y reduciendo aún más los costos.

Red de distribuidores

Actualmente, la distribución es directa al cliente, mediante:

Entregas locales.

Promoción por redes sociales.

Participación en ferias o mercados artesanales.

Características principales:

Producto personalizado y local, con entregas limitadas a la zona de Trevelin y alrededores.

Relación directa con el cliente, lo que permite una mayor fidelización.

Poder de negociación: alto, al no depender de distribuidores externos.

Posibilidad de integración hacia atrás: en el futuro, se puede incorporar una red de distribuidores regionales o colaborar con vinotecas, tiendas de diseño o productores de vino locales que ofrezcan las cavas como complemento.

Alianzas estratégicas

Subsecretaría de Política, Gestión y Evaluación Educativa

Dirección General de Promoción Científica y Técnica

Programa Provincial de Desarrollo de Competencias Emprendedoras

Gregorio Mayo N° 136 | Rawson - Chubut | 0280 4483768



emprendedores.educhubut@gmail.com



educacionchubut



Educación Científica y Técnica



Viñedos locales: posibilidad de aliarse con bodegas o emprendimientos vitivinícolas que deseen ofrecer cavas personalizadas a sus clientes o usarlas como parte de su presentación.

Emprendedores y artesanos locales: colaboración para ferias, eventos o combos promocionales.

Carpinterías locales: acuerdos para el abastecimiento continuo de retazos y apoyo en cortes o mecanizado.

3-4- TAMAÑO DEL MERCADO:

Tamaño del Mercado

1. Potenciales clientes:

Los principales clientes potenciales del producto son:

Hogares amantes del vino que desean almacenar sus botellas de forma estética y funcional.

Viñedos y bodegas locales, que buscan exhibir sus vinos en espacios de venta o degustación.

Restaurantes, vinotecas, bares y alojamientos turísticos que quieren incorporar cavas como parte del diseño y experiencia del cliente.

En la región de Trevelin y alrededores (incluyendo Esquel y zonas turísticas), se estima un universo inicial de entre 500 y 1.000 clientes potenciales entre hogares de clase media-alta, negocios gastronómicos y establecimientos vinculados al turismo del vino.

2. Ubicación geográfica:

Zona principal: Trevelin, especialmente por ser parte del nuevo corredor vitivinícola de Chubut.

Zonas secundarias: Esquel, Ruta 259, Lago Rosario, y emprendimientos turísticos en la Comarca Andina.

Potencial de expansión hacia otras regiones de la Patagonia con desarrollo enoturístico.

3. Consumo estimado (en volumen):

Hogares o particulares podrían adquirir 1 cava cada 3 a 5 años, dependiendo del diseño y cantidad de botellas que almacenan.

Comercios o bodegas pueden requerir 1 a 3 cavas por local, especialmente si tienen puntos de exhibición.

Se estima una demanda inicial de entre 50 y 100 unidades por año, con posibilidad de crecimiento a medida que el producto gane visibilidad y se afiancen alianzas con viñedos.





3-5- MARCO REGULATORIO

Marco Regulatorio

El emprendimiento se enmarca dentro de la producción artesanal y de mobiliario a pequeña escala, por lo que debe cumplir con la habilitación comercial municipal, normas básicas de seguridad e higiene en el taller, y estar registrado legalmente, por ejemplo, mediante el monotributo. El uso de materiales reciclados se ve favorecido por la Ley de Gestión de Residuos Sólidos Urbanos (Ley 25.916), lo que aporta valor ambiental. Además, el desarrollo del enoturismo en Trevelin impulsa este tipo de productos, y existen programas públicos de apoyo a emprendedores que podrían facilitar el crecimiento del proyecto.

REQUISITOS PARA HABILITACIÓN DE ACTIVIDADES

COMERCIALES – P.F. 2.025

PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO PARA LA OBTENCIÓN DE LA HABILITACIÓN COMERCIAL

1. Presentar Formulario "F|0001" (Formulario de Solicitud | Tasa por Habilitación e Inscripción de Comercios e Industrias), suscripto por el interesado.-
2. Copia del DNI; LC; LE, según corresponda.
3. Constancia de Inscripción en la Agencia de Regulación y Control Aduanero (ARCA).
4. Constancia de Inscripción a Ingresos Brutos emitida por la Secretaría de Hacienda.
5. Certificado de Libre Deuda – Persona emitido por la Secretaría de Hacienda. En caso de haber suscripto un Convenio de Pago en concepto de cancelación de deuda, se admite Certificado de Deuda Líquida y Exigible.
6. Constancia Libre de Faltas emitida por el Juzgado Municipal de Faltas.
7. Presentación de planos visados y cálculo de superficies del establecimiento comercial a habilitar. De manera subsidiaria, el contribuyente puede solicitar Autorización Provisoria ante la Secretaría de Obras Públicas y Planeamiento a los efectos de iniciar el trámite de inscripción o renovación de la Tasa por Habilitación e Inscripción de Comercios, Industrias y Actividades de Servicios, de conformidad con lo prescripto en el Anexo I, artículo 45º de la Ordenanza Nº 2.415/24.
8. Los establecimientos comerciales que registren gran afluencia de público (vgr. Locales bailables, restaurantes, salones de eventos, cervecerías,

Subsecretaría de Política, Gestión y Evaluación Educativa

Dirección General de Promoción Científica y Técnica

Programa Provincial de Desarrollo de Competencias Emprendedoras

Gregorio Mayo Nº 136 | Rawson - Chubut | 0280 4483768



emprendedores.educhubut@gmail.com



educacionchubut



Educación Científica y Técnica



etcétera), deberán poseer los respectivos planos de seguridad.

9. Contrato de Locación Inmobiliaria con certificación de firmas. La certificación de firmas del instrumento será optativa.

10. Los establecimientos comerciales que expendan bebidas alcohólicas, deberán solicitar Patente para el Expendio de Bebidas Alcohólicas. La

Patente se tramita presentando: DNI, Certificado de Antecedentes

Policiales y/o Antecedentes Penales

(<https://www.argentina.gob.ar/justicia/reincidencia/antecedentespenales>),

Constancia Libre de Faltas, Certificado de Libre Deuda – Persona y nómina de proveedores mayoristas (artículos 6°, 7° y 8° - Ordenanza N° 2082/22).

El establecimiento debe ser igual o mayor a 26 (veintiséis) metros cuadrados (Resolución Municipal N° 380/09 Bis).

11. Informe relativo a la Reglamentación de Prevención de Incendios y Medios de Evacuación exigidos, extendido por la Asociación Bomberos Voluntarios

(conforme Ordenanzas N° 521/05, N° 1.140/13 y N° 1.195/14).

Previo al otorgamiento de la habilitación comercial, se exigirá por aquellas actividades que se encuentren reglamentadas por otros Entes Públicos (Nacionales o Provinciales) la respectiva autorización de funcionamiento.

INSPECCIONES

- Bromatología (rubros alimenticios y afines).
- Obras Públicas (todos los rubros).
- Turismo (alojamientos y actividades afines).
- Bomberos (todos los rubros, conforme Ordenanzas N° 521/05, N° 1.140/13 y N° 1.195/14).

3-6- SITUACIÓN ACTUAL PROYECCIÓN Y TENDENCIA DEL SECTOR:

El sector del mobiliario artesanal y personalizado, especialmente vinculado al mundo del vino, se encuentra en crecimiento, impulsado por el auge del enoturismo en la Patagonia y la tendencia de los consumidores a elegir productos a medida, funcionales y con valor sustentable. La reutilización de materiales (como la melamina descartada) agrega un componente ecológico que está siendo cada vez más valorado por el mercado.

En localidades como Trevelin, el aumento de viñedos y emprendimientos turísticos abre una oportunidad concreta para ofrecer productos complementarios como cavas de vino personalizadas, que se integran tanto en hogares como en negocios gastronómicos o turísticos.

Proyección y tendencias:

Subsecretaría de Política, Gestión y Evaluación Educativa

Dirección General de Promoción Científica y Técnica

Programa Provincial de Desarrollo de Competencias Emprendedoras

Gregorio Mayo N° 136 | Rawson - Chubut | 0280 4483768



emprendedores.educhubut@gmail.com



[educacionchubut](https://www.facebook.com/educacionchubut)



[Educación Científica y Técnica](https://twitter.com/EducacionChubut)



Crecimiento sostenido del enoturismo en Chubut y la Patagonia.
Mayor demanda de productos personalizados, funcionales y estéticos.
Aumento del interés por el consumo responsable y la economía circular.
Posibilidades de expansión hacia otras zonas turísticas o provincias vitivinícolas.

Barreras:

Baja escala de producción inicial que puede limitar la respuesta a una alta demanda.
Escasa visibilidad de marca al comienzo del emprendimiento.
Competencia con productos industrializados más económicos.
Costos logísticos para distribución fuera de la región sin una red consolidada.
Dependencia de la disponibilidad de material reciclado (melamina).

4- ESTRATEGIA COMERCIAL:

4-1- PÚBLICO OBJETIVO:

¿A cuáles de los potenciales clientes pretende convertir en su público objetivo? Nómbralos o descríbalos por edad, sexo, localización, nivel de ingresos, hábitos de consumo. Si aún no se ha optado por un segmento determinado informar acerca de las distintas posibilidades.

Si se trata de empresas identifíquelas por rubro, tamaño, tipo, modalidad de compra, etc. Respecto a la clientela meta elegida: ¿Cuál es el tipo, calidad, especificaciones técnicas, rapidez, envases, atención, servicios complementarios, etc. que exige esa población meta para el producto en cuestión? ¿Dónde compran actualmente los productos y/o servicios que usted ofrecerá y por qué lo hacen allí? Mencione los tres principales. Tamaño. ¿Cuántos son y cuál es su volumen de compra?

¿Por qué piensa que le comprarán a Ud. y no dónde o cómo lo hacen habitualmente?

4-1 publico objetivo:

Personas particulares

Edad: 30 a 65 años.

Sexo: Sin distinción.

Localización: Trevelin, Esquel, y otras localidades de la comarca andina; también potenciales turistas que adquieren productos locales.

Subsecretaría de Política, Gestión y Evaluación Educativa

Dirección General de Promoción Científica y Técnica

Programa Provincial de Desarrollo de Competencias Emprendedoras

Gregorio Mayo N° 136 | Rawson - Chubut | 0280 4483768



emprendedores.educhubut@gmail.com



educacionchubut



Educación Científica y Técnica



Nivel de ingresos: Medio y medio-alto.

Hábitos de consumo: Interesados en decoración personalizada, funcionalidad, consumo responsable, diseño ecológico y productos hechos a medida. Muchos son amantes del vino o están empezando a armar sus bodegas personales.

Motivaciones de compra: Buscan productos únicos, de calidad, que optimicen espacios y reflejen estilo personal.

Empresas locales

Rubro: Bodegas, vinotecas, alojamientos turísticos (cabañas, hosterías), y restaurantes.

Tamaño: Micro y pequeñas empresas.

Modalidad de compra: Por encargo directo, con diseño personalizado y posible compra en lote.

Motivaciones de compra: Mejorar la presentación de sus productos, añadir valor estético a sus espacios, o disponer de soluciones prácticas para guardar vino.

4-2- PRODUCTO:

Describe los productos que el nuevo emprendimiento ofrecerá al mercado.

Producto A:

El emprendimiento se enfoca en la fabricación de exhibidores para vinos y diversos tipos de repisas utilizando materiales reciclados, especialmente retazos de melamina, tornillos reutilizables, tapacantos recuperados y otros accesorios en desuso. Esto permite ofrecer productos funcionales, personalizados y amigables con el medio ambiente.

Si el producto se está vendiendo: ¿En qué etapa de su vida está? (en crecimiento, estable o decreciente). ¿Qué estimación se puede hacer del volumen actual en el mercado de la venta de esos productos? (Ventas





mensuales)

Si no se está vendiendo: ¿Existen otros productos que cubran las mismas necesidades? ¿Qué estimación se puede hacer del volumen actual de las ventas de esos productos sustitutos?

El producto está en desarrollo y en crecimiento.

Las ventas pueden ser mensuales o también semanales según el pedido del cliente.

4-3- LOGÍSTICA:

¿Cómo distribuirá y venderá sus productos?

Sistema de distribución (Para cada Producto)	% del total de ventas.	Precio de venta.
Directa al usuario o consumidor.	80%	
A mayoristas, acopiadores o mercados de concentración.		
A través de distribuidores exclusivos.		
Supermercados.		
Comercios minoristas.	20%	
A industrias.		
Otros (especificar).		

4-4- PRECIO:

¿Cuál es el precio de venta promedio en el mercado de los productos que Ud piensa vender? (Coloque unidades)

¿Cuáles serán sus propios precios de venta?

Subsecretaría de Política, Gestión y Evaluación Educativa

Dirección General de Promoción Científica y Técnica

Programa Provincial de Desarrollo de Competencias Emprendedoras

Gregorio Mayo N° 136 | Rawson - Chubut | 0280 4483768



emprendedores.educhubut@gmail.com



educacionchubut



Educación Científica y Técnica



	PRECIOS	
	<i>De Venta Promedio del Mercado</i>	<i>De Venta Propios</i>
Producto A	\$ 40.000	A definir
Producto B		
Producto C		

¿Cuáles serán sus estrategias de financiación a terceros, por ej.: descuento por volumen, por forma de pago, por tipos de clientes?

4-5- IMPULSIÓN:

¿Cómo piensa hacer conocer sus productos?

Es necesario identificar el propósito de la impulsión. Básicamente hay tres tipos: para crear la necesidad (cuando se establece un mercado o una subcategoría nueva), por ej.: dentro de telefonía celular... celulares para jóvenes.

Para diferenciar los productos con respecto a la competencia (cuando se han identificado debilidades en los competidores).

Para aumentar el uso (cuando se es líder en el mercado).

4-5- La idea es utilizar redes sociales como Instagram, Facebook, WhatsApp, etc.

Esto va a ser publicado a nivel zonal ya que este tipo de redes son abiertas a mayores que están en la zona u en lugares más lejanos.

4-6- Estime la cantidad de cada producto que puede vender mensualmente y calcule el total de ingresos mensuales que tendrá por cada producto.

Subsecretaría de Política, Gestión y Evaluación Educativa

Dirección General de Promoción Científica y Técnica

Programa Provincial de Desarrollo de Competencias Emprendedoras

Gregorio Mayo N° 136 | Rawson - Chubut | 0280 4483768



emprendedores.educhubut@gmail.com



educacionchubut



Educación Científica y Técnica



Proyección en un Escenario Optimista				
Producto	Unidades	Cantidad mensual	Precio unitario	Total ingresos
Producto A	1	14	\$ 45.000	\$ 700.000
Producto B				
Producto C				

Proyección en un Escenario Realista				
Producto	Unidades	Cantidad mensual	Precio unitario	Total ingresos
Producto A	1	8	\$ 45.000	\$ 400.000
Producto B				
Producto C				

Proyección en un Escenario Pesimista				
Producto	Unidades	Cantidad mensual	Precio unitario	Total ingresos
Producto A	1	3	\$ 45.000	\$ 150.000
Producto B				
Producto C				

Subsecretaría de Política, Gestión y Evaluación Educativa

Dirección General de Promoción Científica y Técnica

Programa Provincial de Desarrollo de Competencias Emprendedoras

Gregorio Mayo N° 136 | Rawson - Chubut | 0280 4483768



emprendedores.educhubut@gmail.com



educacionchubut



Educación Científica y Técnica



5- ESTRATEGIA PRODUCTIVA:

5-1- PROCESO PRODUCTIVO:

Para el producto que se ha elegido, ¿Existen una o varias técnicas de producción normalmente utilizadas?
¿Cuáles son? (Distíngalas en base a los equipos y a la mano de obra).
¿Cuál es la técnica de producción que requiere la menor inversión?

Variables Externas: Analice y cuantifique qué factores del entorno específico y genérico van a influir en el Plan de Producción y prevea la evolución futura. (Algunos factores del entorno: capacidades de los competidores, costo de materia prima, cambios climatológicos) Materia prima; insumos mano de obra: que proviene de afuera; con un veinte por ciento de inflación.

Variables Internas: ¿Qué elementos de la estrategia interna escogida influyen y condicionan el plan de operaciones? (Determinadas políticas tales como liderazgo en costo, calidad, innovación, condicionan el Plan de Operaciones).

Técnicas de producción

Equipos

1. *Máquina de corte*: para cortar la melamina y otros materiales.
2. *Máquina de ensamblaje*: para ensamblar las piezas de la cava.
3. *Máquina de acabado*: para aplicar acabados y detalles finales.

Mano de obra

1. *Carpintería*: para cortar y cantear los bordes de los retazos del exhibidor.
2. *Ensamblaje y montaje*: para ensamblar y montar las piezas del exhibidor.

Técnica de producción con menor inversión

La técnica de producción con menor inversión sería la producción manual, utilizando herramientas básicas y materiales reciclados. Esto permitiría reducir costos de equipo y mano de obra especializada.

Variables Externas

Factores del entorno específico

1. *Costo de materia prima*: el costo de la melamina y otros materiales puede variar según la disponibilidad y la demanda.
2. *Cambios climatológicos*: los cambios en el clima pueden afectar la disponibilidad de materiales y la demanda de cavas para vinos.

Factores del entorno genérico

Subsecretaría de Política, Gestión y Evaluación Educativa

Dirección General de Promoción Científica y Técnica

Programa Provincial de Desarrollo de Competencias Emprendedoras

Gregorio Mayo N° 136 | Rawson - Chubut | 0280 4483768



emprendedores.educhubut@gmail.com



educacionchubut



Educación Científica y Técnica



1. ***Capacidades de los competidores***: la competencia en el mercado de cavas para vinos puede afectar la demanda y los precios.
2. ***Inflación***: la inflación puede afectar el costo de los materiales y la mano de obra.

Variables Internas

Estrategia interna

1. ***Liderazgo en costo***: la estrategia de liderazgo en costo puede requerir la reducción de costos de producción y materiales.
2. ***Calidad***: la estrategia de calidad puede requerir la inversión en equipo y mano de obra especializada para garantizar la calidad de las cavas.

5-2- PROCESOS Y OPERACIONES:

Defina y describa las diferentes etapas principales del ciclo entero de la manufactura del producto o de la prestación del servicio.





Etapas principales	Qué se obtiene	Cómo	Cuándo (tiempo de trabajo)	Con qué y cuánto	Con quién
Pedir retazos de melamina en la carpintería	los retazos de melamina	Llevando unos Mates y consultándole al carpintero	1 día	Gratis	Carpinterías
Canteado de los retazos	Obtuvimos todos los retazos listos para armar	Pegando el tapacantos en los retazos	1 día	Con 30 metros de tapacanto	Lo conseguí en distribuidora ayelen
Armado de la cava	Se obtiene el producto a punto de finalizar	Uniando los retazos con tornillos y pegándolo con cola vinilica	1 día	Con todos los materiales necesarios	Solo en el taller de casa
Instalación de la cava	Entregar el producto al cliente	Amurando o colgando las cavas a la pared	2 horas	Con las herramientas de instalación	Con el cliente y se cobra

Las etapas del proceso productivo se pueden representar haciendo uso del presente cuadro o utilizando un diagrama de bloques, lo que resulte más práctico.

Procesos y operaciones

Etapas principales del ciclo de manufactura

1. *Diseño y planificación*: diseño de la cava y planificación de los materiales y la mano de obra necesarios.
2. *Corte y preparación de materiales*: corte de la melamina y otros materiales según las especificaciones del diseño.

Subsecretaría de Política, Gestión y Evaluación Educativa

Dirección General de Promoción Científica y Técnica

Programa Provincial de Desarrollo de Competencias Emprendedoras

Gregorio Mayo N° 136 | Rawson - Chubut | 0280 4483768



emprendedores.educhubut@gmail.com



educacionchubut



Educación Científica y Técnica



3. *Ensamblaje y montaje*: ensamblaje y montaje de las piezas de la cava.
4. *Acabados y detalles finales*: aplicación de tapacantos y acabados a la cava.
5. *Inspección y entrega*: inspección de la cava para garantizar su calidad y entrega al cliente.

5-3- El ritmo de producción es constante en el año, o sufre estacionalidad?

En caso de estacionalidad, describir cómo se distribuye porcentualmente la producción durante los meses del año.

El ritmo de venta es constante en el año, o sufre estacionalidad?

En caso de estacionalidad, describir cómo se distribuye porcentualmente la venta durante los meses del año

Por lo general la temporada de invierno en la zona es donde menos producción hay ya que el clima no acompaña para retirar materiales ni repartir y distribuirlos.

5-4- ¿Cuál es la capacidad de producción máxima posible?

En El mes trabajando de lunes a viernes es posible hacer unas 10 o 15 exhibidores según el diseño y tamaño

5-5- RECURSOS:

Recursos materiales.

Complete la tabla que sigue a continuación:

MATERIALES = Materias Primas, Componentes, Packaging.

Materiales	Cantidad requerida por unidad de producto
Listones de 10 cm de ancho, por 70 cm de largo	9 listones
tapacanto	40 metros
tornillos de 4cm	100
Tornillos de 1cm de largo	50

Subsecretaría de Política, Gestión y Evaluación Educativa

Dirección General de Promoción Científica y Técnica

Programa Provincial de Desarrollo de Competencias Emprendedoras

Gregorio Mayo N° 136 | Rawson - Chubut | 0280 4483768



emprendedores.educhubut@gmail.com



educacionchubut



Educación Científica y Técnica



--	--

Máquinas y otros	Función que desempeña	Número	Disponibilidad
Cierra circular	Cortar a medida los cortes más pequeños	1	1
Cierra Caladora	Hacer las muecas para enganchar las copas	1	1
Taladro	Hacer los agujeros de los tornillos y el agujero para Encastrar la botella	1	2
Plancha	Para pegar los tapacantos	1	1
Atornillador	Atonillar los listones de melamina	1	2

Recursos humanos necesarios.

Tareas a realizar	Número de personas requeridas	Cantidad de horas	Turnos	Categoría profesional requerida	Forma de contratación
Armado de los productos	1	4	De mañana	Oficio	Independiente

Subsecretaría de Política, Gestión y Evaluación Educativa

Dirección General de Promoción Científica y Técnica

Programa Provincial de Desarrollo de Competencias Emprendedoras

Gregorio Mayo N° 136 | Rawson - Chubut | 0280 4483768



emprendedores.educhubut@gmail.com



educacionchubut



Educación Científica y Técnica



--	--	--	--	--	--

6- ESTUDIO ECONÓMICO:

6-1- INVERSIONES:

Este es un listado de necesidades básicas para producir que necesito invertir comprando equipos, herramientas, máquinas y sus principales proveedores

Subsecretaría de Política, Gestión y Evaluación Educativa

Dirección General de Promoción Científica y Técnica

Programa Provincial de Desarrollo de Competencias Emprendedoras

Gregorio Mayo Nº 136 | Rawson - Chubut | 0280 4483768



emprendedores.educhubut@gmail.com



educacionchubut



Educación Científica y Técnica



Compra o Gasto– (Coloque cantidad)	Tiempo de vida útil	Precio aproximado	PROVEEDOR
Circular de banco	4 a 5 años	750.000	Mercado libre
Ingletadora	6 a 7 años	479.000	Mercado libre
Atornillador	3 años	230.00	Mercado libre
Fresadora	5 años	309.999	Mercado libre
		1.796.000	
TOTAL INVERSIONES			

6-2-

COSTOS VARIABLES:

Estos son mis costos variables para producir un solo producto (Todos los insumos y materia prima que necesite para cada producto).

Descripción PRODUCTO A	Unidades	Precio Unitario	Cantidad	Total por unidad
Listones de 10 cm x 70 cm de melamina	9	9.000\$		9.000\$
Tornillos	75	17,3\$		1.300\$
Tapacanto	30 metros	333\$		11.000\$

Subsecretaría de Política, Gestión y Evaluación Educativa

Dirección General de Promoción Científica y Técnica

Programa Provincial de Desarrollo de Competencias Emprendedoras

Gregorio Mayo N° 136 | Rawson - Chubut | 0280 4483768



emprendedores.educhubut@gmail.com



educacionchubut



Educación Científica y Técnica



COSTO VARIABLE UNITARIO	\$20.300
--------------------------------	-----------------

6-3- COSTOS FIJOS:

Costos fijos (Mensuales) que son una de las bases para producir son

CONCEPTO	TOTAL Mensual
Luz/agua	\$ 20.000
Gas	\$10.000
Teléfono celular / internet	\$ 6.000
TOTAL COSTOS FIJOS	\$36.000

6-4- ASIGNACIÓN DE COSTOS FIJOS A CADA PRODUCTO:

Identificar previamente costos inherentes a cada producto en particular y aquellos comunes a todos los productos.

PUNTO DE EQUILIBRIO (MENSUAL):

Calcule las cantidades de los distintos tipos de Productos que debería vender para estar en el Punto de Equilibrio según la siguiente fórmula:

Costos Fijos para Producto **A**

Cantidad Producto **A** = $\frac{\text{Costos Fijos para Producto A}}{\text{Venta Unitario Prod. A} - \text{Costo Variable Unitario Prod. A}}$ Precio

Venta Unitario Prod. **A** – Costo Variable Unitario Prod. **A**

$$36.000 / (45.000 - 20.300) = 1,45$$

Subsecretaría de Política, Gestión y Evaluación Educativa

Dirección General de Promoción Científica y Técnica

Programa Provincial de Desarrollo de Competencias Emprendedoras

Gregorio Mayo N° 136 | Rawson - Chubut | 0280 4483768



emprendedores.educhubut@gmail.com



educacionchubut



Educación Científica y Técnica



Cantidad Producto A = - 1,45 =

Se deben vender 2 unidades por mes para cubrir los costos fijos y variables. Con 1 unidad no alcanza, pero con 2 unidades ya estás en zona de ganancia.

6-6- COSTOS MENSUALES:

Proyecte sus costos para los próximos **12 meses**, como mínimo, de acuerdo a las ventas que piensa tener:

Concepto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Producto A						
(1) –Cantidad	14	16	17	19	22	23
(2) –C.V. U. Producto. A	20.300	20.300	20.300	20.300	20.300	20.300
(3) -Costo Variable Total de Producto A = (1)x (2)	284.200	324.800	345.100	385.700	446.600	466. 900
Producto B						
(1') –Cantidad						

Subsecretaría de Política, Gestión y Evaluación Educativa

Dirección General de Promoción Científica y Técnica

Programa Provincial de Desarrollo de Competencias Emprendedoras

Gregorio Mayo N° 136 | Rawson - Chubut | 0280 4483768



emprendedores.educhubut@gmail.com



educacionchubut



Educación Científica y Técnica



Concepto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
(2') –C.V. U. Producto. B						
(3')-Costo Variable Total de Producto B=(1')x (2')						
Producto C						
(1'') –Cantidad.						
(2'') –C.V.U. Producto. C						
(3'') -Costo Var. Total de Producto C = (1'')x (2'')						
Total Costos Variables (3'+ 3'+3'')	284.200	324.800	345.100	385.700	446.600	466.900
Total Costos Fijos	36.000	36.000	36.000	36.000	36.000	36.000
COSTOS TOTALES = CVT+ CFT	320.200	360.200	381.100	421.700	482.600	502.900

Subsecretaría de Política, Gestión y Evaluación Educativa

Dirección General de Promoción Científica y Técnica

Programa Provincial de Desarrollo de Competencias Emprendedoras

Gregorio Mayo Nº 136 | Rawson - Chubut | 0280 4483768



emprendedores.educhubut@gmail.com



educacionchubut



Educación Científica y Técnica



6-7- COSTOS DE AMORTIZACIÓN:

Son los costos de depreciación de las inversiones.
Se calculan según la siguiente fórmula:

Costo de Amortización = Monto de la Inversión (en \$) / Tiempo de vida útil (en meses)

Compra o Gasto– (Coloque cantidad)	Tiempo de vida útil	Precio aproximado	Costo de Amortización
Circular de banco	5 años	\$ 750.000	\$12.500
Ingletadora	6 años	\$ 479.000	\$6.650
Atornillador	3 años	\$ 230.000	\$ 6.300
Fresadora	5 años	\$309.999	\$5.160

Subsecretaría de Política, Gestión y Evaluación Educativa

Dirección General de Promoción Científica y Técnica

Programa Provincial de Desarrollo de Competencias Emprendedoras

Gregorio Mayo N° 136 | Rawson - Chubut | 0280 4483768



emprendedores.educhubut@gmail.com



educacionchubut



Educación Científica y Técnica



TOTAL COSTOS AMORTIZACIÓN	\$30.600
----------------------------------	-----------------

6-8- RESULTADO ECONÓMICO (12 meses):

CONCEPTOS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Ingresos totales	630.000	720.000	765.000	855.000	990.000	1.035.000
Costos totales	320.200	360.200	381.100	421.700	482.600	502.900
Costos de Amortización	30600	30600	30600	30600	30600	30600
RESULTADO ECONÓMICO = Ingr.Totales –Costos totales – Costos Amortización.	279.400	329.200	353.300	402.700	476.800	501500
Resultado Acumulado	279.400	608.600	961.900	1.364.600	1.841.400	2.342.900

Subsecretaría de Política, Gestión y Evaluación Educativa

Dirección General de Promoción Científica y Técnica

Programa Provincial de Desarrollo de Competencias Emprendedoras

Gregorio Mayo N° 136 | Rawson - Chubut | 0280 4483768



emprendedores.educhubut@gmail.com



educacionchubut



Educación Científica y Técnica



6-8- PATRIMONIO INICIAL:

Haga la lista de los equipos, herramientas, instalaciones, vehículos y otros elementos con que cuenta que usará para el emprendimiento y qué valor aproximado tienen.

Bienes existentes		
<i>Elemento</i>	<i>Valor de venta(\$)</i>	<i>Propietario (nombre y apellido)</i>
<i>Sierra Circular</i>	<i>\$ 150.000</i>	<i>CARRASCO IVO</i>
<i>Atornillador</i>	<i>\$ 215.000</i>	<i>CARRASCO IVO</i>
TOTAL BIENES EXISTENTES	\$ 365.000	

8- CONCLUSIONES:

- Incluya en este apartado cualquier comentario que considere valioso para aclarar o completar la descripción de su idea, teniendo en cuenta que ésta será sometida a evaluación. Si lo considera necesario, puede detallar o desarrollar cualquier aspecto que no le haya sido solicitado en esta guía, pero que por su relevancia deba ser tenido en cuenta. Se recomienda incluir algunas palabras que reflejen las causas por las que usted considera que su proyecto es atractivo y debería ser seleccionado.
- Contemple también al elaborar las conclusiones los Factores de Riesgo y Factores de Éxito.

9- OTROS DOCUMENTOS:

El Plan de Negocios podrá contener, además de la información mencionada hasta aquí, toda aquella información que los emprendedores consideren relevante para el análisis de la inversión. Como ejemplo, algunos de los puntos que podrían agregarse serían:

- CV de cada socio
- Análisis del impacto ambiental y la responsabilidad social empresarial.
- Plan de acción para el corto y mediano plazo.
- Programas de diseño y desarrollo de productos o servicios.

Subsecretaría de Política, Gestión y Evaluación Educativa

Dirección General de Promoción Científica y Técnica

Programa Provincial de Desarrollo de Competencias Emprendedoras

Gregorio Mayo N° 136 | Rawson - Chubut | 0280 4483768



emprendedores.educhubut@gmail.com



educacionchubut



Educación Científica y Técnica



- Descripción del proceso de compra en aquellos casos en que este es de alta complejidad.

10- INFORMACIÓN DE RESPALDO:

Si bien esta información no debe estar incluida o anexa al Plan de Negocios, es importante dejar en claro que se cuenta con datos e información que respaldan algunos supuestos. La información de respaldo más frecuente es:

- Modelos de Facturas de venta.
- Modelos de Facturas de compras.
- Cartas de recomendación.
- Cartas de compromiso de compra o abastecimiento.
- Planificación y Resultados del Estudio de Mercado.

11- DATOS PERSONALES DE LOS RESPONSABLES:

Nombre y Apellido: Ivo Carrasco
Domicilio: Trevelin barrio los maitenes
Teléfono: 2945 350403
Correo Electrónico: ivoocarrasco@gmail.com
Municipio: municipalidad de trevelin
Provincia: Chubut

12- DATOS DEL EMPRENDIMIENTO:

Nombre del emprendimiento: Gringotts
Conformación Legal: Monotributo
Dirección del emprendimiento: Trevelin barrio los maitenes
Teléfono del emprendimiento: 2945 350403
Correo Electrónico: ivoocarrasco@gmail.com
Dirección Web: No posee
Sector de actividad: Insumos para la industria vitivinícola

Subsecretaría de Política, Gestión y Evaluación Educativa

Dirección General de Promoción Científica y Técnica

Programa Provincial de Desarrollo de Competencias Emprendedoras

Gregorio Mayo N° 136 | Rawson - Chubut | 0280 4483768



emprendedores.educhubut@gmail.com



[educacionchubut](https://www.facebook.com/educacionchubut)



Educación Científica y Técnica