

TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN

MODALIDAD DISTANCIA

**FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTO PARA
OFICINAS DE ALQUILER TEMPORARIO**

Autor: Uran Natalia

Contador Público

Agosto de 2011

Comisión Académica de Evaluación:

Tortone Julio

Garbero Carla



Universidad Empresarial Siglo 21

RESUMEN

El trabajo que se presenta aquí consta de una Formulación y Evaluación para la instalación de oficinas de alquiler temporario.

El objetivo que tiene como principal es obtener con el mismo una rentabilidad superior a la establecida como piso, además lograr una inserción en el mercado rápida y efectiva, dando a conocer el servicio.

Para el logro del objetivo también deberán cumplirse los objetivos particulares del proyecto, como la investigación del mercado meta, determinación del monto de inversión, decidir la forma jurídica e impositiva que adoptará la empresa y establecer la rentabilidad del proyecto.

A fin de lograr los objetivos y obtener elementos de prueba del proyecto, se llevará a cabo un proceso, el cual consta del estudio de cuatro viabilidades: comercial, técnica, organizacional y financiera.

Los resultados que se obtienen luego de los estudios anteriormente mencionado, son aquellos que hacen que la inversión sea rentable y atractiva. Algunos de estos resultados son, la necesidad y oportunidad insatisfecha en el mercado, el tamaño de la inversión inicial y los pocos metros que se requieren para instalar el negocio. Además, las ventajas de ser una SRL. frente a otras figuras societarias y lo que implica el uso de la misma.

Por último el reflejo de los estudios anteriores en valores numéricos, comprobando que se supera la rentabilidad deseada, y que la inversión inicial se recuperará en el transcurso de los cinco años, que son el horizonte de planeamiento.

ABSTRACT

The work that appears here consists of a Formulation and Evaluation for the installation of offices of temp rent.

The objective that it has as main is to obtain with itself yield superior to the established one like floor, in addition to obtain an insertion in the fast and effective market, presenting the service.

For the profit of the objective, the particular objectives of the project will have to be fulfilled, as the investigation of the market puts, determination of the amount of investment, the decision of the legal and tax form that will adopt the company and also to establish the yield of the project.

To aim to obtain the objectives and to achieve elements of proof of the project a process will be carried out, which consists of the study of four viabilities: commercial, technical, organizational and financial.

The results that are obtained previously after studies mentioned, are those that cause that the investment is profitable and attractive. Some of these results are, the necessity and opportunity unsatisfied in the market, the size of the initial investment and the few meters that are required to install the business. In addition, the advantages of being a S.R.L., in front of other societal figures and what imply the use of the same one.

Finally the reflection of the previous studies in numerical values, verifying that surpasses the wished yield, and the initial investment will be recovered in the course of the five years, that are the planning skyline.

INDICE DE CONTENIDOS

Contenido	Página
<u>Capítulo 1: Introducción</u>	
1.1 Introducción	1
1.2 Planteamiento del tema de estudio	3
1.3 Objetivo general	4
1.4 Objetivos particulares	4
<u>Capítulo 2: Marco Teórico</u>	5
<u>Capítulo 3: Marco Metodológico</u>	13
<u>Capítulo 4: Desarrollo</u>	
4.1 Análisis de viabilidad comercial	
4.1.1 La ciudad de Córdoba Capital	16
4.1.2 El sector inmobiliario	17
4.1.3 Estudio de mercado	18
4.1.4 Investigación de mercado	24
4.1.5 Estrategia o Plan de Marketing	27
4.1.6 Conclusión	33
4.2 Análisis de viabilidad técnica	
4.2.1 Localización	34
4.2.2 Domicilio	34
4.2.3 Ubicación física del proyecto	34
4.2.4 Tamaño del proyecto	35
4.2.5 Inversiones proyectadas	35
4.2.6 Ingeniería del proyecto	38
4.2.7 Depreciación y amortización de activos fijos	41
4.2.8 Financiamiento previsto para la inversión	41
4.2.9 Ingresos proyectados	42
4.2.10 Erogaciones proyectadas en forma mensual	43
4.2.11 Análisis de costos salariales	45

4.3	Análisis de viabilidad organizacional	
4.3.1	Organización administrativa y funciones de sus integrantes	46
4.3.2	Justificación de la figura societaria adoptada	46
4.3.3	Organigrama de la sociedad	48
4.4	Análisis de viabilidad Financiero	
4.4.1	Estado de Resultados	49
4.4.2	Flujo de fondos del proyecto	49
4.4.3	Tasa de descuento	49
4.4.4	Indicadores de rentabilidad	50
4.4.5	Análisis de sensibilidad	51
4.4.6	Efectos de la inflación	52

Capítulo 5: Conclusión

5.1	Conclusión	54
-----	------------	----

Capítulo 6: Bibliografía y partes finales

6.1	Bibliografía y fuentes de información	56
6.2	Anexos	57

CAPITULO 1: INTRODUCCIÓN

1.1 INTRODUCCIÓN

En Argentina actualmente el mercado inmobiliario y de la construcción se encuentra en un proceso de recuperación, después de haber transcurrido en el año 2008 un sentimiento generalizado de incertidumbre y luego en el año 2009 presentándose complicaciones importantes.

Un factor muy importante que se presenta beneficiando este sector, son las exportaciones de los productos agropecuario actualmente en alza el precio de las mismas, permitiendo que ingresen divisas al país que luego son utilizadas en inversiones de tipo inmobiliarias.

Algo que se presenta frecuentemente es suponer que la compra de un inmueble nos otorgara una tasa de retorno alta la locación del mismo, por lo contrario los estudios nos demuestran que esta tasa ya no es la misma que en años anteriores, de hecho esta disminuyendo, debido principalmente al exceso de oferta de los inmuebles, que da como resultado un consumidor mas exigente.

Gracias a los factores mencionados, se presenta la posibilidad de desarrollar este proyecto, ya que se estima que se presentaran las condiciones externas e internas óptimas para lograr instalarse con éxito en un mercado innovador.

La empresa se creará para este proyecto, es decir que cuando se produzca la puesta en marcha del mismo, nacerá una nueva empresa en este mercado.

Un hecho destacable es que la idea de este trabajo surge por la detección de una necesidad insatisfecha en Córdoba capital. Esta necesidad queda explicita debido a la situación actual de los factores del macroambiente del mercado.

Es muy frecuente que ante un panorama un tanto negativo, los consumidores resignen de llevar adelante sus actividades comerciales como profesionales, o en ciertos casos se acceda al servicio con un excesivo costo.

Es importante definir y diferenciar a que llamamos oficinas de alquiler temporario. El mismo consta de inmuebles que están destinados a albergar actividades comerciales y profesionales, con espacios diseñados con estilo, equipamiento acorde a cada necesidad y tecnología de último momento. Este servicio estará dirigido solo a una parte del mercado del sector inmobiliario, el cual como mencionamos se encuentra imposibilitado de tener un servicio acorde y puntual a su necesidad.

Para obtener una propuesta concreta para atraer a posibles inversores, se procederá en primera instancia a un estudio profundo de mercado, de manera de conocer cuales son y cuantos son los potenciales consumidores para este proyecto.

Posteriormente se evaluara en el estudio técnico, el lugar óptimo donde instalar la empresa, y determinar el importe de la inversión inicial.

Por otro lado definiremos la estructura legal e impositiva conveniente para poner en marcha el proyecto, especificando aquellas características fundamentales que nos llevan a esta elección.

En última instancia se obtendrá la rentabilidad del proyecto, así como también en cuanto tiempo se recupera la inversión inicial, cuales son los ingresos y egresos anuales en un horizonte temporal de 5 años. Todo ello será posible a través del análisis de viabilidad financiera.

Como resultado final obtendremos una fuerte estrategia para introducirse en el mercado, con un servicio innovador y de calidad. Además se obtendrá toda la información necesaria para demostrar la conveniencia de la implementación de este proyecto.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL TEMA EN ESTUDIO

El presente trabajo se enfoca en la formulación y evaluación de un proyecto de inversión, en este caso de oficinas de alquiler temporario, ubicadas en la ciudad de Córdoba capital.

Este presenta su justificativo en el hecho de detectar una necesidad insatisfecha de un segmento del mercado del sector inmobiliario de alquiler de inmuebles más precisamente. Si bien la compra de un inmueble y su utilización para alquilarlo genera una rentabilidad, la instalación de este negocio producirá un margen de rentabilidad mayor, ofreciendo un servicio innovador y acorde a las necesidades en cuestión.

Por esto se realizara un fuerte y profundo estudio de mercado, definiendo con precisión los potenciales consumidores y específicamente su necesidad. Para luego desarrollar una estrategia eficaz para lograr introducirse en el mercado con éxito.

1.3 OBJETIVO GENERAL

El objetivo general de este trabajo es obtener una rentabilidad que sea mayor al 10 %, en un horizonte temporal de 5 años. Además en este periodo de tiempo lograr instalar de manera sólida este tipo de servicio dentro del mercado de los alquileres.

1.4 OBJETIVOS PARTICULARES

- Investigar el mercado del sector inmobiliario a fin de conocer los potenciales consumidores y poder proyectar los ingresos para el proyecto, en el plazo de los primeros 6 meses de la formulación.
- Determinar el monto de la inversión inicial que se necesitara para poner en marcha el proyecto, en el plazo de 2 meses siguientes, a través del estudio técnico.
- Decidir cual es la estructura legal e impositiva que es más favorable para este proyecto.
- Establecer cual será la rentabilidad de este proyecto, el periodo en el que se recupera la inversión inicial, y la proyección de ingresos y egresos en cada año del horizonte de planeación.

CAPITULO 2: MARCO TEORICO

El desarrollo de la Formulación y Evaluación del proyecto, en un comienzo, estará basada en la obra "Preparación y Evaluación de proyectos" de Sapag Chain N y R. El motivo de la elección del mismo, es que la obra es muy completa y practica para ponerla en ejecución. Si se quiere hacer un proyecto rápido y corto, solo con la primera parte del libro basta. En nuestro caso se utilizo casi todo el material de este autor. El libro tiene definiciones muy claras de cómo hacer un proyecto, y a su vez todas sus partes son aplicables a la realidad y se adapta perfectamente al tema elegido en este proyecto.

"Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, como por ejemplo, una necesidad humana".¹

En la actualidad la preparación y evaluación de proyectos se ha transformado en un instrumento de uso prioritario entre los agentes económicos que participan en cualquiera de las etapas de la asignación de recursos. Es importante destacar que la técnica no debe ser tomada como decisional, sino como una posibilidad de proporcionar información a quien debe decidir.

FIGURA 1: ¿Cómo generar la idea de proyecto?



FUENTE: elaboración propia

¹ "Preparación y evaluación de proyectos", Sapag Chain N. y R., cuarta ed. MCGraw-Hill 2003.

Al identificar el problema que se va a solucionar con el proyecto, o una oportunidad de negocios que se va a hacer viable con el, deberán prioritariamente, buscarse todas las opciones que conduzcan al objetivo. Cada opción será un proyecto.

En una primera etapa se prepara el proyecto, es decir, se determinara la magnitud de sus inversiones, costos y beneficios. En una segunda etapa, se evaluara el proyecto, en otras palabras, se medirá la rentabilidad de la inversión. Ambas etapas constituyen lo que se conoce como la preinversión.

TIPOLOGIA DE PROYECTOS

FIGURA 2: Tipología de proyectos



FUENTE: Elaboración propia

Uno de los primeros problemas que se observan al evaluar un proyecto es la gran diversidad de tipos que se pueden encontrar, dependiendo de:

- Según el objetivo o la finalidad del estudio, es decir, de acuerdo con lo que se espera medir con la evaluación, es posible identificar tres tipos de proyectos que obligan a reconocer tres formas de obtener los flujos de caja para lograr el resultado deseado. Estas son:
 - a) Estudios para medir la rentabilidad del proyecto, es decir, del total de la inversión independientemente de donde provengan los fondos.

b) Estudios para medir la rentabilidad de los recursos propios invertidos en el proyecto.

c) Estudios para medir la capacidad del propio proyecto para enfrentar los compromisos de pago asumidos en un eventual endeudamiento para su realización.

- Según la finalidad o el objeto de la inversión, es decir, del objetivo de la asignación de recursos, es posible distinguir entre proyectos que buscan crear nuevos negocios o empresa y proyectos que buscan evaluar un cambio, mejora o modernización de una empresa ya existente.

La evaluación de proyectos, consiste en la determinación de las ventajas y desventajas de un proyecto particular, por medio de una evaluación de antecedentes, la evaluación de proyectos estima la eficiencia, seguridad y rentabilidad de un proyecto, buscando reducir la incertidumbre y mejorar la decisión.

PROCESO DE PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS

La evaluación de proyectos considera los estudios de viabilidad:

- Comercial
- Técnica
- Legal
- De gestión
- De impacto ambiental
- Financiera

Un resultado negativo arrojado por cualquiera de estos estudios determinara la inviabilidad del proyecto. El estudio de inversiones se centra en la viabilidad financiera, tomando el resto de los estudios como referencia.

ETAPAS DEL DESARROLLO DE UN PROYECTO

1- Idea: esta etapa busca identificar un problema propio o de terceros que resolver. Las diferentes formas de solucionar estos problemas constituirán las ideas de negocio.

2- Pre-inversión: se realizan diferentes estudios de viabilidad:

- Perfil: nivel inicial del estudio, que se elabora a partir de la información existente, el juicio común y la experiencia, y presenta estimaciones globales de las inversiones, costos e ingresos. El perfil se busca determinar la existencia de razones que justifiquen el abandono de la idea antes de destinar recursos a un análisis más acabado.
 - Pre-factibilidad: segundo nivel del estudio, que se basa en fuentes secundarias de información para definir las principales variables y estimar en términos generales las inversiones probables, los costos de operación y los ingresos del proyecto.
 - Factibilidad: último nivel del estudio, que se elabora en base a fuentes primarias de información, y contiene una gran cantidad de variables cuantitativa.
- 3- Inversión: el estudio de proyectos consta de dos etapas:
- a- la de formulación y preparación
 - b- evaluación

Formulación y preparación: en esta etapa se recopila la información y se la sistematiza por medio de la construcción del flujo de caja proyectado.

Evaluación: se realiza la medición de la rentabilidad del proyecto, el análisis de las variables cualitativas y la sensibilización del proyecto. El cálculo de la rentabilidad se realiza sobre la base de una serie de supuestos, por lo que es necesario que el cálculo se complemente con un análisis cualitativo de los elementos no cuantificables que podrían influir sobre la decisión de inversión.

¿QUE REQUIERE UN ANÁLISIS COMPLETO DE UN PROYECTO?

- Estudio de mercado: determinación del mercado del proyecto, que establecerá la demanda y los ingresos, así como los costos e inversiones de operación. El estudio debe considerar el consumidor, la competencia, la comercialización y los proveedores del proyecto.
- Estudio Técnico: provee información para la cuantificación de las inversiones y del costo de operación. Este estudio define la función de

producción que optimiza el empleo de recursos. A partir de esta función de producción se obtienen los requerimientos de capital, mano de obra y materiales para la puesta en marcha y la posterior operación del proyecto.

- Estudio legal: este estudio no responde a decisiones internas al proyecto, como la organización, pero los afecta de forma indirecta, e influye en los costos asociados a los mismos.
- Estudio organizacional y Administrativo: estudio de los factores administrativos, procedimientos organizativos y aspectos legales. Para cada proyecto existe una estructura organizativa que se adapta mejor a los requerimientos de su operación. Esta estructura determinara las necesidades de personal calificado para la gestión y permitirá estimar los costos indirectos de mano de obra ejecutiva.
- Estudio financiero: sistematización de la información financiera generada por los demás estudios, que consiste en la identificación y ordenamiento de los ítems de inversiones, costos e ingresos que se deducen de los estudios previos. En este estudio se confecciona un calendario de inversiones previas a la puesta en marcha y de las inversiones necesarias durante la operación.
- Estudio de impacto ambiental: existen 3 tipos de estudios de impacto ambiental: cualitativos, cualitativos numéricos y cuantitativos.

HERRAMIENTAS DE EVALUACION DE INVERSIONES

En la ultima etapa del proyecto, precisamente en el análisis de viabilidad financiera, se trabaja con la obra "Fundamentos de Finanzas Corporativas" de de Ross, Westerfield y Jordan. En esta etapa se elige nuevamente a la misma editorial de libros, que se caracterizan ambos por sus investigaciones modernas y las aplicaciones prácticas, estos son básicamente los motivos por los cuales se aplica este material en el trabajo.

Cualquier empresa cuenta con un número enorme de posibilidades de inversión. Cada una de ellas es una alternativa disponible para la empresa. Algunas opciones son valiosas y otras no. Desde luego, la esencia de la administración financiera exitosa es aprender a discriminar entre ellas. Es por esto que se presentan

distintas técnicas utilizadas para analizar los negocios potenciales y decidir cuales vale la pena concretar.²

- Valor Actual Neto (VAN): es la diferencia entre el valor de mercado de una inversión y su costo. Es una medida de la cantidad de valor que se crea o añade el día de hoy como resultado de haber realizado una inversión.

“una inversión debe ser aceptada si su VAN es positivo y debe ser rechazada si es negativo”

- Tasa interna de Retorno (TIR): es aquella tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero.

“con base en la regla de la TIR, una inversión es aceptada si la TIR es superior al rendimiento requerido. De lo contrario debería ser rechazada”

- Periodo de recupero: es el periodo que se requiere para recuperar la inversión inicial.

“basándose en la regla del periodo de recupero, una inversión es aceptada si el periodo calculado es inferior al numero de años previamente especificado”

- Periodo de recupero descontado: es la cantidad de tiempo que debe transcurrir para que la suma de los flujos de efectivo descontados sea igual a la inversión inicial.

“con base en la regla del periodo de recupero descontado, una inversión es aceptable si su periodo de recuperación descontado es inferior al numero de años previamente definido”

- Índice de rentabilidad: es el valor presente de los flujos futuros de efectivo dividido por la inversión inicial.

“la regla nos dice que si obtenemos un VAN positivo el IR será mayor a uno, y si tenemos un VAN negativo el IR será menor a uno”

LEY DE SOCIEDADES COMERCIALES (Ley 19.550)

Concepto. Tipicidad.

Habrá sociedad comercial cuando dos o más personas en forma organizada, conforme a uno de los tipos previstos en esta Ley, se obliguen a realizar aportes para

² Fundamentos de Finanzas Corporativas, quinta edición, editorial McGraw-Hill.

aplicarlos a la producción o intercambio de bienes o servicios participando de los beneficios y soportando las pérdidas.³

Sujeto de derecho.

La sociedad es un sujeto de derecho con el alcance fijado en esta Ley.

Tipos de sociedades:

1- sociedades de interés: son sociedades que cuenta por lo general con muy pocos socios y se caracterizan fundamentalmente por la responsabilidad solidaria e ilimitada, aunque subsidiaria de sus integrantes.⁴

- Sociedades colectivas: son el paradigma de sociedades por parte de interés. Todos sus socios responden en forma solidaria e ilimitada por las obligaciones sociales, aun cuando ellos cuentan con el derecho de exigir a los acreedores la agresión prioritaria del patrimonio.
- Sociedades en comandita simple: se caracterizan por la existencia de dos categorías de socios: los socios comanditados o solidarios, que responden como los socios de sociedades colectivas y los socios comanditarios responden solamente por los aportes efectuados a la sociedad.
- Sociedades de capital e industria: también se caracterizan por la existencia de dos categorías de socios: los capitalistas, que responden de los resultados de las obligaciones sociales y los industriales que responden hasta la concurrencia de las ganancias percibidas.
- Sociedades accidentales o en participación: son sociedades constituidas para una o más operaciones determinadas, pero que permanecen ocultas a los terceros.

2- Sociedades por cuotas: son exclusivamente las sociedades de responsabilidad limitada, caracterizadas por la división de su capital social en cuotas de igual valor, y la responsabilidad de todos sus socios se limita por las cuotas que hubieran suscripto e integrado.

3- Sociedades por acciones: son aquellas en las cuales su capital social se divide en acciones que se incorporan a títulos representativos, y así circulan. Sus socios denominados accionistas, limitan su responsabilidad a la integración de las acciones suscriptas.

³ Ley de sociedades comerciales 19.550 y sus modificaciones, editorial Errepar.

⁴ Curso de derecho societario, Ricardo A. Nissen, editorial AD.HOC

- Sociedad anónima: sus características son la división total de su capital en acciones así como la limitación de la responsabilidad de los socios a la integración de las acciones suscriptas por estos.
- Sociedades anónimas con participación estatal mayoritaria.
- Sociedades en comandita por acciones: tienen dos tipos de socios: los socios comanditarios que tienen las mismas características que los de la sociedad anónima y los comanditados o solidarios que responden en forma solidaria.
- Sociedades de economía mixta: no se encuentran legislados por la ley 19.550, sino por la ley 12.962.

CAPITULO 3: MARCO METODOLOGICO

En el presente apartado se expone la metodología a utilizar para el desarrollo del proyecto, el perfil de investigación y las fuentes a consultar para obtener información confiable.

Actualmente se dispone de varias alternativas metodológicas para proyectar el mercado, y la selección y uso de una o más de estas depende de una serie de variables. En función de su carácter, podemos clasificarlas en métodos de carácter cualitativo, modelos causales y modelos de series de tiempo.

En este trabajo aplicaremos los métodos de carácter cuantitativo y cualitativo, y dentro de este, la investigación de mercado, que la utilizaremos para la recolección de información relevante para ayudar en la toma de decisiones, o para aprobar o refutar hipótesis sobre un mercado específico, mediante distintas herramientas.

Esencialmente el tipo de investigación es exploratorio, ya que es el tipo más flexible, y sensible a lo inesperado, de aquí obtendremos una investigación preliminar de la situación, de los gastos mínimos, los ingresos, etc.

Para la recolección de la información utilizaremos tipos de fuentes de información:

- ✓ Fuentes primarias: a su vez estas las diferenciamos en cualitativas y cuantitativas.
 - Métodos cualitativos:
 - Entrevista en profundidad: las mismas se realizaran a personas idóneas del sector y a competidores actuales, de allí obtendremos los primeros datos que nos acercaran al tema de este proyecto.
 - Pseudocompra: a través de esta técnica como cliente oculto podemos extraer datos de la competencia, como precios, servicios, etc.
 - Publicaciones periódicas e informes: de esta fuente podrán extraerse datos estadísticos de estudios de mercado, de factores del ambiente, precios de insumos, entre otros.

- Métodos cualitativos:

- Revisión bibliográfica: es la principal herramienta con que se cuenta para entender con profundidad los temas principales como la evaluación y formulación de proyectos en profundidad y amplitud.

- Publicaciones periódicas: esta fuente es importante, ya que aunque el desarrollo de los temas son breves, nos aporta el grado de actualidad y novedad que influyen en el trabajo, como por ejemplo información de economía, construcción, sociedad, política, reformas legales, etc.

- Normas: esta es otra de las fuentes a considerarse en este trabajo, ya que deberán cumplir reglas y requisitos, nacionales, provinciales y municipales, en diversos ámbitos, como por ejemplo la habilitación del establecimiento, constitución de una sociedad, cuestiones impositivas y laborales, etc.

- Entrevistas personales: con personas idóneas en el ámbito de la construcción e inmobiliaria, para obtener opiniones sobre el proyecto, la potencial demanda, la actualidad de mercado, rentabilidad de negocios similares, oferta de inmuebles, etc.

- ✓ Fuentes secundarias:

- Estudios de organismos públicos y privados, así como también de empresas, a cerca de la construcción, la variación del índice de construcción, el mercado inmobiliario de alquileres, y demás datos estadísticos e índices.

Toda la información recabada es sometida a un análisis cualitativo con el propósito de comprender el contexto de los datos y generar información confiable que sustente el desarrollo de este proyecto.

CAPITULO 4: DESARROLLO

A través de la Formulación y Evaluación de este proyecto, se pretende obtener un estudio concreto y real del negocio en cuestión, determinando su viabilidad.

La propuesta para el desarrollo de este trabajo se hará en base al marco metodológico mencionado anteriormente.

En el desarrollo del proyecto se trabajara sobre:

1. Análisis de viabilidad Comercial: aquí se determinara si el mercado sufrirá cambios o no con el servicio ofrecido del proyecto y la aceptabilidad que tendría en el mercado. Esto nos permitirá determinar la cuantía de la demanda e ingresos de la operación. También se estimara la competencia y ofertas que hoy se encuentran en el mercado, y aquellas que podrían incorporarse. Con estos datos podremos determinar el precio al cual ofertar y de allí hacer un presupuesto de ingresos.

2. Análisis de viabilidad Técnica: aquí se cuantificará el monto de las inversiones necesarias para la puesta en marcha del negocio. Definiremos la función de producción que optimice el empleo de los recursos disponibles en el servicio. De esta función obtendremos la información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, equipamiento, entre otros. Se determinara la ingeniería del proyecto para poder conocer más a cerca de la parte técnica del inmueble. Este es uno de los factores que marcara la diferencia del servicio con el de los competidores.

3. Análisis de viabilidad Organizacional: lo mas importante en este estudio será la determinación de la forma legal en que se organizara la empresa, como se dará de alta al proyecto y cual es la forma mas adecuada de organización para cuando la empresa este en marcha. Además identificaremos los integrantes con sus respectivas funciones en la organización.

4. Análisis de viabilidad Financiera: con la información obtenida de los estudios anteriores, determinaremos si el proyecto es viable o no, analizando

los flujos de efectivo para cada periodo del horizonte de planeación, utilizando las herramientas para evaluar inversiones y las reglas de decisión que contienen las mismas con respecto a la aceptabilidad o no de inversiones. También determinaremos si necesitaremos cambios o no en los presupuestos tanto de los ingresos como de los gastos y la inversión inicial.

4.1 ANÁLISIS DE VIABILIDAD COMERCIAL

En el presente trabajo se realizó un análisis de las perspectivas de los negocios inmobiliarios en relación con sus principales factores dinámicos que inciden en el emprendimiento a desarrollar dentro de Córdoba capital y así determinar la validez del proyecto en lo que concierne a la viabilidad comercial.

Los objetivos particulares de este estudio serán confirmar la posibilidad real de colocar el producto en el mercado, conocer los canales de distribución, determinar el tamaño de la demanda esperada y conocer las características y ubicación de los potenciales consumidores.

4.1.1 La ciudad de Córdoba Capital

Es importante situar geográficamente al proyecto y analizar las características históricas, culturales y demográficas del lugar donde se desarrollara, para de esta manera conocer el entorno en donde esta inserto el producto final.

Esto permitirá identificar y conocer a los usuarios finales, que para el caso del proyecto bajo análisis, son las personas que alquilaran las oficinas temporarias instaladas como negocio.

Ubicada en el centro geográfico de la Republica Argentina, la provincia de Córdoba ocupa el 4% del territorio nacional, con una superficie de 165.321 Km.2. En cuestiones políticas-económicas es considerada la segunda Provincia más importante del país con más de un millón de habitantes.⁵

La ciudad de Córdoba capital fue fundada el 6 de julio de 1573 por Jerónimo Luis de Cabrera, entre sus características más importantes, se destaca que es una factoría cultural, receptora de estudiantes universitarios de todo el país y del mundo.

Córdoba se encuentra subdividido en más de 401 barrios, algunos extensos como Alto Alberdi, pero la mayoría de pocas manzanas. Los más conocidos son: Alta

⁵ Datos arrojados por el ultimo censo del año 2010 indican una población que asciende a 1.330.023 habitantes (Fuente: [http://es.wikipedia.org/wiki/C%C3%B3rdoba_\(Argentina\)](http://es.wikipedia.org/wiki/C%C3%B3rdoba_(Argentina)))

Córdoba, Alberdi, Alto Alberdi, Argüello, Centro, Cerro de las Rosas, Cofico, General Paz, Güemes, Jardín, Nueva Córdoba, San Vicente y Urca. Los *countries*, también conocidos como barrios cerrados o privados, se localizan principalmente en la zona noroeste, aumentando a un número considerado en estos últimos años⁶. En el proyecto se estudiara detenidamente los barrios céntricos, que será donde se ubicara el negocio, se lo elegirá de acuerdo a superficies, accesos, líneas de transporte, seguridad, etc.

Mas precisamente el lugar preferentemente se ubicaría en el Barrio de Nueva Córdoba, ya que es un lugar céntrico y los accesos para llegar a el son mucho mejor que los del barrio centro, al igual que el estacionamiento, el cual puede hacerse sobre la vía publica o la elección de playadas de estacionamiento. Otra de sus ventajas es que no se encuentra muy lejos de las dependencias públicas y lugares para realizar trámites con respecto a los negocios, o cualquier tipo de actividad que demande estos. Un factor a tener en cuenta es que en este lugar se puede encontrar espacios más amplios como pisos de edificios u locales que se encuentran en planta baja de gran amplitud, tanto para alquilarlo como para comprar alguno de estos y continuamente se va renovando la oferta de los mismos.

No obstante este es un proyecto que sería de fácil adaptación para cualquier barrio céntrico, como los que se mencionaron antes. Además la elección en este proyecto será el comienzo del negocio para luego instalar otras sucursales en otros barrios céntricos y cercanías del aeropuerto de Córdoba.

Analizaremos las dos posibilidades existentes para el espacio físico. Por un lado el alquiler de un local o piso apto para oficinas, en la actualidad este alquiler ronda alrededor de los \$3200⁷ mensuales por un local de las dimensiones necesarias para llevar a cabo el proyecto que, en el análisis técnico se explicara detalladamente.

La segunda opción es la compra, que aproximadamente tiene un valor de \$320,000⁸. Los precios son para las zonas centro y Nueva Córdoba.

4.1.2 El Sector Inmobiliario

Dentro de la economía de un país, existen diversas actividades o sectores productivos y de servicios que se relacionan entre si y que son en conjunto con las acciones de los consumidores (nacionales o internacionales) lo que conforma la estructura económica.

⁶ Wikipedia web, Link: [http://es.wikipedia.org/wiki/C%C3%B3rdoba_\(Argentina\)](http://es.wikipedia.org/wiki/C%C3%B3rdoba_(Argentina))

⁷ Dato estimado para 80 m² por un precio de USD 10 m², extraído de la entrevista con la inmobiliaria

⁸ Dato estimado para 80 m² por un precio de USD 1000 m², extraído de la entrevista con la inmobiliaria ubicada en el anexo.

Dentro de estos sectores productivos se encuentra la industria de la construcción, que es aquella que se dedica a producir el stock de inmuebles e infraestructura física para el desarrollo de las distintas actividades humanas. Por otro lado, e íntimamente relacionado a la industria de la construcción, encontramos al mercado inmobiliario, que es el espacio social en cuyo marco se encuentran los productores y consumidores, o los vendedores y compradores de los nuevos bienes producidos por la industria de la construcción y de los ya existentes.

El mercado inmobiliario es básicamente un mercado de stocks, si bien la demanda y la oferta se corresponden entre si para determinar los precios, el plazo de maduración de los productos hace que sea la oferta la que domine los ciclos de precios.

La industria de la construcción y la actividad inmobiliaria influyen de manera directa en la recuperación de los indicadores económicos generales de la economía nacional, y su participación en el PBI y en la inversión interna ha sido de suma importancia en el proceso de recomposición de la economía en nuestro país.

Este mercado esta en constante evolución y cambio, no solo por los factores externos como la situación económica y política, sino por su propia dinámica y crecimiento. En este contexto, la elaboración, el desarrollo y la gestión de nuevos emprendimientos, requieren incorporar nuevas y mejores herramientas que permitan optimizar los resultados y articular las necesidades y demandas de todos los involucrados en el proceso.

4.1.3 Estudio de Mercado

El principal objetivo de este estudio, en el trabajo, es obtener información que ayude a enfrentar las condiciones de mercado, tomar decisiones y anticipar la evolución del mismo.

La información que se obtendrá externa acerca de los competidores, proveedores y condiciones especiales del mercado, hábitos de consumo de a quien va dirigido el servicio, entre otros.

Básicamente, este estudio nos proveerá de información de ingresos y egresos que deriven del proyecto. El mismo consta de dos etapas fundamentales:

1. Análisis
2. Investigación de Mercado
3. Estrategia de Marketing

1. ANÁLISIS

▪ **MACROAMBIENTE**

o Económico: dentro de America latina, Argentina se encuentra tercera como economía nacional más importante, a continuación de Brasil y México, lo cual genera que a nivel mundial los inversores pongan sus miradas en este país.

Antes de pronosticar la situación del 2011, debemos hacer un breve repaso de las cosas más importantes que vinieron sucediendo estos años.

En el 2010 hubo una fuerte recuperación coyuntural, con un Crecimiento económico de aproximadamente 8%, en 2009 se registrara un crecimiento del PBI de sólo 0,9 %.

Una de las causas por las que se produzco este crecimiento en el año 2010 fue la demanda internacional de materias primas agrícolas y las exportaciones del sector automotriz, que tuvo producciones record en este año, exportando casi el 60% a Brasil.

Con respecto al año 2011, se espera una marcada disminución del PIB, llegando aproximadamente en un 4,5%.

La tasa de inflación según INDEC en el 2010 fue de 10,9%, y según institutos privados de economía y consultoras fue de 25% aproximadamente, en estos últimos estudios nos basaremos y tomaremos como referencia para el proyecto.

Para este año se espera que la inflación sea de valores similares al año pasado o levemente superiores, lo cual se presenta como una ventaja en este ámbito.

Otro factor favorable y muy importante, es que muchas provincias dentro del país presentan condiciones buenas para la instalación de empresas multinacionales. Alguno de estos factores o condiciones favorables son, ventajas de infraestructura, impositivas y disponibilidad de recursos humanos.

Por otro lado en el panorama mundial, se presento una recuperación en el año 2010, luego de una fuerte recesión producida en el año 2009. Pero de todas formas se espera que para este año el ritmo de crecimiento disminuya, debido a que el efecto rebote de la recesión ya no existe.

Algo favorable para destacar es que los países que estaban emergiendo, se les pronostica un gran crecimiento, que hoy ya se esta viendo en países como, Brasil, China, India, entre otros.⁹

⁹ Los datos mencionado en este análisis se extrajeron de las siguientes fuentes:

o Político: este año es muy particular en este ámbito, ya que habrá elecciones Nacionales, Provinciales y Municipales. Es un acontecimiento muy importante que no se puede dejar de lado o minimizar, ya que como paso años anteriores, este hecho genera una sensación de incertidumbre generalizada en la sociedad.

Sumado además a esto, la escasez de candidatos que se presentan para estas elecciones, actualmente y según encuestas realizadas, la gente no solo tiene incertidumbre con la economía del país si no también con el candidato que votara en estas elecciones, algo que no sucedía antes.

Algo que trae aparejado esta situación, es el circulante que los habitantes depositan en el mercado, buscando colocarlo en aquella inversión que les otorgue la mayor rentabilidad posible.

Por lo tanto para hacer un pronóstico seguro en este ámbito, habrá que esperar a ver el resultado de las elecciones de este año.

o Tecnológico: Se han presentado mejoras y avances en el plano tecnológico e industrial, ya que empresas multinacionales han renovado su confianza en la Argentina, y hasta han redoblado su apuesta (tal es el caso de Volkswagen, Renault, Fiat, etc.). En lo que a tecnología para oficinas se refiere, podemos ver un crecimiento y una evolución significativa. Esto presenta una oportunidad importante, ya que nuestra intención es ofrecerle a este público todas aquellas comodidades y facilidades para que puedan desarrollar sus tareas y actividades sin ningún impedimento. Este factor macroeconómico es fundamental en el proyecto en cuestión.

o Cultural / Social: actualmente las estadísticas reflejan un crecimiento económico y junto con este una tendencia negativa en los indicadores sociales. Es importante destacar que esta situación no se presenta en este año en particular, si no que hubo un deterioro gradual y constante en las condiciones de vida. Es por ello que la pobreza, el desempleo y la desigualdad son problemas que se han

- Entrevistas personales adjuntadas en los anexos
- <http://www.zurichadvanced.com.ar/images/PanoramaFinancieroMundialEnero2011.pdf>
- http://www.buenosaires.diplo.de/contentblob/1896208/Daten/1281103/Bilaterale_Wi_Beziehungen_Download.pdf

vuelto de gran importancia para nuestros actuales gobernantes y los que aspiran llegar este año a esos puestos.

No se puede negar que en los últimos años la pobreza ha disminuido, tomando como referencia el año 2002 que alcanzo los picos de pobreza, pero estas disminuciones no han sido lo suficiente, ya que actualmente puede decirse que los pobres ocupan un número importante dentro de los habitantes de este país.

En el sector del empleo se produjo algo parecido, ya que tomando como referencia el mismo año 2002, el índice de desempleo fue teniendo bajas, pero no las suficientes. Sigue siendo un problema grave aun el de los trabajadores no registrados, que en su mayoría se presenta en las empresas que tienen un número mas reducido de empleados, y el costo de los mismos significa un importante costo.¹⁰

▪ MICROAMBIENTE

o Competidores actuales: el negocio que se llevara a cabo con este proyecto no presenta un número importante de competencia a nivel local, en lo que al servicio en si se refiere. En cuanto a la competencia local, podemos nombrar los siguientes negocios, con una breve descripción:

1. **Q- Office**: Oficinas corporativas de alquiler temporario ubicadas en la ciudad empresaria, sito en la Av. Monseñor Pablo Cabrera. Los servicios con los que cuenta estas son:

- _ Amplias Oficinas
- _ Sala de Reuniones
- _ Show Room, Audio, TV, y Video-Conferencias
- _ Teléfonos/Fax.
- _ Oficinas con Internet, banda ancha, Wi-Fi
- _ Computadoras, impresoras, fotocopadoras y scanners.
- _ Precios: el único precio que manejan aquí, es el de jornada que es de \$400.¹¹

¹⁰ Fuente de información: <http://www.revistacriterio.com.ar/sociedad/la-situacion-social-en-la-argentina/>

¹¹ Fuente de la información: entrevista en anexo con personal de la empresa y pagina Web

2. **O-Ventual:** Oficinas temporales, ubicadas en la zona céntrica de la Ciudad de Córdoba, específicamente en la calle Ayacucho 346. Básicamente brinda los siguientes servicios:

- _ Sala de Reuniones, box de trabajo o recepción por hora, por día o por semana.
- _ Constitución de domicilio, recepción de documentación o encomiendas, 8 horas diarias.
- _ Secretaria Integral: recepción de llamados, envío y recepción de faxes, impresiones, escaneos, etc.
- _ Precios: Los precios varían de acuerdo a cada espacio: \$20, \$15 y \$35 x hora.¹²

o Nuevos Competidores: Debido a que la Industria de la construcción, se encuentra en permanente crecimiento, se estima que los espacios físicos aptos para un negocio como el de este proyecto, aumentarán. Es por esto y por el problema ya desarrollado, que podemos estimar que ingresen nuevos competidores en este mercado inmobiliario de oficinas de alquiler temporario. Por las razones explicadas, mayor publicidad y difusión de este tipo de servicios, es probable que nuevas empresas intenten ingresar al mercado, con mejoras e innovaciones en los servicios, sobretodo con tecnología de avanzada, ya que es un recurso tan importante en la presentación del servicio que puede marcar la diferencia con la competencia.

o Proveedores: en este trabajo, los potenciales proveedores no son de gran relevancia, al ser un servicio lo que se ofrece y no un producto; además tampoco se necesitan muchos insumos para proveer el servicio a los potenciales consumidores. Básicamente se necesita de una inversión inicial en mobiliario e instalaciones, y luego con el negocio ya en marcha el mantenimiento de estos mismos. Como proveedores, podemos nombrar a los de servicios, como por ejemplo, Internet; uno de los mas importantes para la empresa, ya que este hará que el servicio brindado sea mejor para el cliente y teniendo en cuenta el proceso de globalización constante en el que nos encontramos, y la utilización masiva de este medio de comunicación por la sociedad, casi sería excluyente no contar con el mismo. El resto de los servicios, son los que se necesitan

¹² Fuente de información: mail en anexo de personal de la empresa y en red social:
<http://www.facebook.com/Oventual?sk=photos>

en cualquier oficina o inmueble, como los son la luz, el gas, el agua, línea telefónica, etc.

- Clientes: el servicio que se ofrece en este proyecto, está dirigido a personas cuya actividad comercial, profesión u oficio, requieran de un espacio físico al cual no puedan acceder por un plazo de 2 o 3 años, como en los contratos comerciales, significando esto un gasto fijo mensual. O bien, tampoco sean propietarios de un espacio adecuado para el desarrollo de sus actividades. Sin embargo, se trata de fidelizar a clientes que puedan llegar a tener un número de alquileres todos los meses, o que puedan llamarse clientes frecuentes, completando el volumen de servicios prestados con personas eventuales, que soliciten este servicio. No deja de ignorarse el hecho de que, existe la posibilidad de que a estas personas su negocio o presesión empiece a ser mas rentable y pueda acceder a un alquiler o compra. Pero también se considera que con la ida de estos, además puede ingresar otras personas iniciándose en negocio o profesiones.

También es importante expandirse al resto de la provincia y país, considerando a Córdoba como centro de negocios o nexo entre empresas de distintas localidades, países, etc. Por esta razón, es importante que conozcan del servicio y del lugar, personas que no habitan en esta Ciudad.

El perfil del cliente para este trabajo, apunta mayoritariamente a las personas que realizan actividades comerciales, las cuales pueden llegar a desarrollarse eventualmente, o que no requieran de un espacio físico, todos los días, para su desarrollo normal. En cuanto a los ingresos del potencial cliente, serian aquellos que obtienen uno de clase media, que un gasto fijo mensual de un alquiler, reduciría su ganancia. Y para el caso de los que poseen inmueble propio, el costo de oportunidad que se tiene por no alquilarlo a otra persona, sea mayor o casi igual a la ganancia propia del negocio. Más adelante se desarrollará profundamente el mercado potencial, debido a su vital importancia para este proyecto.

- Productos Sustitutos/Servicios: para este proyecto, no existirían los servicios sustitutos directos, ya que para las personas que no acceden al alquiler de oficinas eventuales, en su reemplazo

deberán afrontar un gasto fijo de alquiler o sino comprar un inmueble, estos son los sustitutos indirectos del servicio.

4.1.4 Investigación de Mercado

Esta investigación luego será aplicada en los siguientes análisis para las distintas decisiones que se tomen. Los objetivos que cumpliremos al finalizar esta investigación son:

- Analizar la información obtenida, para así definir y comprender el mercado.
- Identificar oportunidades y amenazas.

1. PROCESO DE INVESTIGACION

El proceso constara de 5 etapas, con las cuales se desarrollara en profundidad el mercado. Las mismas son las siguientes:

1- Diseño de la investigación

Identificación del problema: en este proyecto no se intenta solucionar un problema, si no aprovechar una oportunidad que presenta el mercado. Esta investigación requirió que anteriormente se analizara los factores externos, los competidores y otros datos. Se llego a la conclusión de que la demanda de este servicio estaba insatisfecha, a través de las entrevistas realizadas y de la detección de esta prestación de servicio en otras ciudades.

2- Obtención de información

Como se menciona en el marco metodológico, básicamente las fuentes de información que utilizamos fueron primarias, principalmente las encuestas y entrevistas y también se utilizaron fuentes secundarias, principalmente los estudios realizados y puestos a disposición en las paginas de Internet. Se obtuvieron datos tanto de tipo cualitativo como cuantitativos.

A continuación detallaremos las fuentes de información:

- Fuentes primarias: se realizaron 2 encuestas personalmente, una dirigida a una persona del sector inmobiliario, particularmente de la inmobiliaria Urbana, y otra a una persona

perteneciente a una empresa que dicta un servicio similar y que es uno de los competidores, Q-office. Además de esto se pidieron cotizaciones a través de e-mails sobre los precios vigentes de la competencia, se obtuvo información de otro de los competidores, o-ventual.

Otra información de tipo primaria que se obtuvo es la de empresas que no prestan este tipo de servicio, pero que eventualmente alquilan espacios para los mismos usos, la información fue suministrada por el hotel Kent, ubicado en el Barrio de Nueva Córdoba, que nos cotizó el precio de un salón que alquilan para entrevistas, que consta de un espacio con amoblamiento solamente, con una capacidad reducida de personas.

Toda la información se adjunta en el anexo.

- Fuentes secundarias: las principales fuentes que se encuadran aquí son las que se obtuvieron de Internet. Se obtuvo información principalmente de los costos para la inversión inicial, en cuanto a equipos, muebles y útiles, insumos varios, etc.

En cada segmento donde se utilizó estas fuentes de información, se detallan en los pies de página, las direcciones consultadas.

3- Tratamiento, análisis e interpretación de los datos

En esta etapa analizamos los datos que obtuvimos con las encuestas, las cotizaciones y la información online, y los mismos nos llevan a confirmar que existe una oportunidad en el mercado que no se encuentra explotada.

Esta oportunidad, va acompañada de una necesidad de algunas personas que se encuentra insatisfecha, y terminan satisfaciéndose con otros servicios que no cumplen sus expectativas.

4- Informe y presentación

Luego de recabar la información necesaria, puede arribarse a varias conclusiones que luego se verán aplicadas a lo largo del trabajo. A continuación las conclusiones.

- Primero, con la información, pudo confirmarse que la oportunidad que presenta el mercado es real, ya que existe gente que pregunta y solicita este tipo de servicios.
- Se pudo determinar que las personas que demandarían este servicio son, profesionales, consultoras para selección de personal, capacitaciones, lanzamientos de productos, empresas multinacionales que vienen a instalarse por primera vez y necesitan contratar personal, etc.
- Obtuvimos los precios que están cobrando las competencias, y las horas que se contratan estos servicios aproximadamente. Con ello se pudo determinar los precios a fijar en estos servicios, y la proyección de número de servicios, formando así con estos datos los ingresos proyectados.
- Con respecto al macroambiente, se pudo determinar cual es la situación actual en cada uno de estos factores.
- Por ultimo, se cuantifico con datos reales, el costo de la inversión inicial del proyecto, para luego hacer las estimaciones financieras.

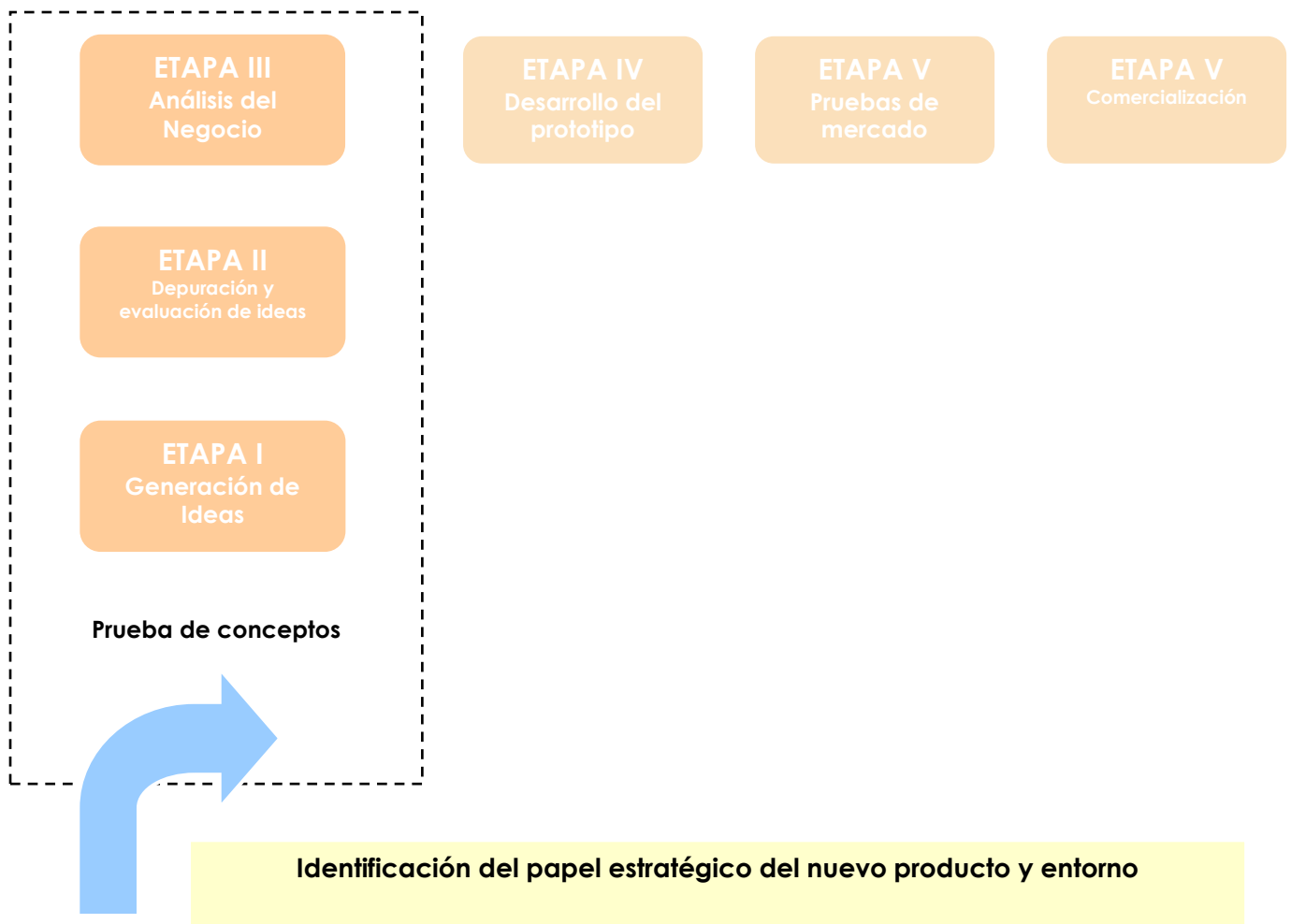
5- Estrategia

La estrategia básicamente, será presentar un servicio que sea innovador, con el confort y tecnología de oficinas de primera línea. Esto solo se podrá lograr a través de una fuerte campaña publicitaria, que de a conocer a los consumidores de la existencia del servicio y demuestre que todas sus necesidades pueden ser cumplidas o satisfechas con el mismo.

4.1.5 ESTRATEGIA O PLAN DE MARKETING

1. PRODUCTO

FIGURA 3 "Proceso de desarrollo de un nuevo producto"



FUENTE: *Fundamentos de Marketing, Roberto Dvoskin, editorial Granica*

A continuación se describen las etapas a tener en cuenta para el lanzamiento de un nuevo producto. Este análisis es fundamental para reducir el riesgo de tomar una mala decisión.

I. Generación de la idea:

En este proyecto la búsqueda de idea se inicia con la detección de necesidades y deseos de los consumidores.

Entonces la técnica que se utilizó, es la de identificación de las necesidades/problemas, ya que era la que más se ajustaba al proyecto.

Surgieron las siguientes ideas:

- Compra de inmueble para la instalación de oficinas.
- Alquiler de inmueble para la instalación de oficinas.

II. Depuración y evaluación de la idea:

En esta etapa se analizaron las dos posibles ideas, se tuvieron en cuenta variables como el precio, la inversión y otras más. Los datos que se obtuvieron con respecto a los precios, son los siguientes:

- USD 10 por m² para el alquiler de un inmueble.
- USD 1000 por m² para la compra de un inmueble.

Tratamos de analizar globalmente las dos posibilidades, haciendo cálculos posibles de ingresos. Además tomamos el supuesto de que las personas que pongan en práctica el proyecto dispondrán de fondos para comprar el inmueble.

Se opta por la elección de comprar el inmueble para la instalación de las oficinas.

III. Análisis del negocio

Aquí desarrollaremos una descripción preliminar del servicio para continuar con su análisis.

El alquiler de oficinas temporarias es un servicio que se brinda, para aquellas personas que buscan satisfacer necesidades puntuales o servir como un gran complemento del alquiler clásico. El servicio incluye lo siguiente:

- Espacios exclusivos, amoblados y decorados.
- Servicio de recepción de gente, en sala de espera.
- Disposición de computadoras, proyectores, etc.

- Internet WI-FI en todas las oficinas.
- Ambiente climatizado.

IV. Desarrollo del prototipo

En esta etapa, la idea de la instalación de oficinas de alquiler temporario, deja de ser solo eso, para pasar a ser un producto. Los servicios finales que se ofrecerán son los siguientes:

- Oficina común: la misma cuenta con un escritorio con ambientación de despacho, dos sillas, se incluye una computadora con servicio de Internet, y ambiente climatizado.
- Sala de Reuniones: equipada con una mesa para reuniones, con capacidad aproximada de 6 personas, cuenta con una computadora e instalaciones para notebook, con Internet banda ancha, Wi-Fi, con los servicios comunes a todos los espacios.
- Sala de Conferencias: equipada con capacidad para 25 personas, con pantalla y cañón para presentaciones, proyecciones, videoconferencias y tele conferencias. Apta para capacitaciones para el personal, conferencias, selección de personal, entrevistas, eventos, etc. Cuenta con todas las instalaciones, ambiente climatizado, Internet Wi-Fi.
- Recepción: Ubicada en el ingreso para la atención al público y clientes. Dentro del horario contara con una persona encargada de recibir a los clientes, recepción de llamadas, faxes, encomiendas y demás.

V. Pruebas de mercado

Para cumplir con esta etapa lo que se hizo fue, en las entrevistas que se adjuntan en anexo, solicitar opinión acerca de cómo aceptan los consumidores sus servicios y que opinión les merece la rentabilidad del mismo en esta ciudad.

Como conclusión de lo que se obtuvo como respuesta, fue que la gente esta conforme con el servicio y demandan de mas de este tipo de lugares que presten el servicio.

VI. Comercialización

En esta etapa se desarrolla una estrategia para el lanzamiento del servicio.

- Inmediatamente que se decida poner la puesta en marcha, deberá comenzarse con la publicidad del servicio.
- La misma estará dirigida a la ciudad de Córdoba, y la provincia de Córdoba.
- Estará dirigida a aquellas personas que determinamos en la investigación de mercado, como "mercado meta".
- Llegara a estas personas, a través de publicidad en medios gráficos como revistas, diarios, en Internet, a través de su página Web y otros más.

2. PRECIO

En esta parte, determinaremos los precios con los cuales se ofrecerá el servicio, como se determinaron los mismos y su comparación con la competencia.

El primer paso que se llevo a cabo, fue averiguar qué es lo que la gente estaba necesitando y de allí desarrollar el servicio. Por otro lado siempre hay que tener en cuenta para determinar el precio, cuanto está dispuesto a pagar el consumidor por el mismo.

Objetivos de la política de precios:

En el largo plazo el precio será definido por el mercado, pero la empresa será la primera en fijar el precio del servicio en el lanzamiento del servicio y después lo modificara a lo largo del ciclo de vida del mismo. A continuación describiremos los objetivos que nos guían para la determinación de los precios:

- En primer lugar, sobrevivir, esto implica que el precio del servicio, no puede ser menor al costo de prestarlo.
- Alta participación en las ventas, a través de precios bajos con el objetivo de comprar mercado.
- Maximizar los beneficios a largo plazo, implicara bajos precios en el lanzamiento y aumentarlos a partir de la etapa de crecimiento.
- Desarrollar una imagen de marca.

- Generar barreras de entrada al mercado, por parte de los competidores.

Son varios los objetivos, pero a lo largo de la determinación del precio, uno prevalecerá sobre el resto, siendo el más importante.

Precios y ciclo de vida de un producto:

- Introducción: en esta etapa del servicio, fijaremos un precio, dentro de todo bajo, para poder atraer al mercado objetivo.
- Crecimiento: en esta segunda etapa de vida del servicio, evaluaremos cual es el nivel de prestaciones, y de allí optaremos por dos opciones:

-Aumentar los precios, para hacer más visible la calidad del servicio.

-Mantener un precio bajo, para seguir aumentando el nivel de las ventas, si consideramos que el que se está teniendo no es el adecuado.

- Madurez: aquí las utilidades deben ser mayores, pero existe el problema que es muy difícil aumentar los precios, ya que el mercado se encuentra maduro.
- Declinación: en esta etapa las ventas pueden disminuir, pero estas disminuciones se pueden compensar con aumento selectivos de precios.

Conclusiones de la determinación de precio:

Luego de realizar distintos análisis, se determinan los precios del servicio, los mismos serán los siguientes:

- Oficina común: desde \$65 por hora.
- Sala de Reuniones: desde \$85 por hora.
- Sala de conferencias: desde \$105 por hora.

Pudimos llegar a estos, determinando como objetivo principal, establecer precios bajos en la etapa de lanzamiento, para poder hacer conocer el servicio y ganar mercado.

Por otro lado, en los anexos se muestran los precios de la competencia, en algunos casos menores y en otros mayores a los de la empresa, para poder determinar el de este proyecto, se tuvo en cuenta el tamaño de la oficina de la empresa y la de los competidores y los servicios que ofrecen cada una.

3. PLAZA

La locación del negocio será en la Ciudad de Córdoba, específicamente en el B° Nueva Córdoba. Se eligió este barrio por distintos aspectos estratégicos, uno de ellos es el acceso al mismo, en cuanto al tráfico vehicular durante una jornada laboral normal, y las posibilidades de estacionamiento van desde estacionamientos controlados por parquímetros en las calles a cómodas playas de estacionamiento. Otro aspecto a tener en cuenta es su proximidad a la Terminal de ómnibus de la ciudad de Córdoba, los organismos provinciales y municipales, por ejemplo, municipalidad, tribunales de la provincia de Córdoba, Anses, Afip, Ministerios, Registros de la propiedad, automotores, personas jurídicas, centro de la ciudad, entidades bancarias privadas y públicas, etc.

El lugar no está elegido aun, ya que el mismo se determinará en el momento de poner en marcha este proyecto, y ver que inmuebles se encuentran disponibles para la compra en el mercado.

Las características del lugar son bastantes comunes, lo que hace que al momento de la compra se pueda encontrar una variada oferta.

4. PROMOCION

El servicio será difundido a los potenciales clientes a través de distintos medios de comunicación, que se detallan a continuación:

- Registro en páginas de Internet que publican alquileres de inmuebles en Argentina.
- Publicidad en revistas barriales, de zonas céntricas y aledañas.
- Pagina Web oficial del negocio, con toda la información antes mencionada en la descripción de producto y de precios.

- Publicación del negocio en redes sociales como, facebook, twitter, etc.
- Folletería y afiches publicitarios, ubicados en puntos estratégicos de la ciudad.
- Difusión en radios informativas de actualidad, economía, política, etc., de la provincia de Córdoba y alrededores.

4.1.6 CONCLUSION

Luego del análisis de los distintos aspectos involucrados en el desarrollo de un emprendimiento inmobiliario de las características planteadas por el presente trabajo, se concluye en esta primera etapa de análisis que el sector presenta numerosas oportunidades de negocios y, a pesar de los aspectos negativos presentes principalmente en el ámbito macroeconómico, el sector muestra claros indicios de crecimiento para el futuro, y la actividad tendrá un nivel de demanda que, al menos por varios años mas permitirá que la misma se sostenga para incrementar la oferta y aumentar la cantidad de este tipo de negocios.

Por todo ello se concluye que el sector es propicio para llevar adelante el proyecto y las expectativas que presenta el mercado son muy favorables, a pesar de la crisis económica-política de los últimos años en nuestro país así como también en el resto del mundo, sobre todo en países que son considerados potencias mundiales.

4.2 ANÁLISIS DE VIABILIDAD TECNICA

Este proyecto requiere de un estudio técnico para verificar si es viable en este aspecto. Para esto se deberán cumplir los objetivos particulares de analizar el tamaño óptimo, la localización óptima y los equipos necesarios para la ejecución del proyecto.

Básicamente se pretende resolver las preguntas de donde, cuando, cuanto, como y con que producir el servicio a ofrecerse.

4.2.1 Localización

El proyecto se desarrolla en la ciudad de Córdoba capital, en el mes de julio del año 2010.

4.2.2 Domicilio

El proyecto no tiene designado un domicilio en particular, ya que se formula de forma Standard para que se adapte a cualquier lugar que tenga características similares a las solicitadas, que luego especificaremos.

4.2.3 Ubicación física del proyecto

La localización óptima del proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u obtener el costo unitario mínimo del servicio.

Como mencionamos anteriormente las posibilidades de ubicación, eran dentro de los barrios mas céntricos de la provincia de Córdoba, de ellos elegimos el barrio de Nueva Córdoba, y a continuación enumeraremos algunos de los factores cualitativos para explicar como se llego a esta elección.

- Ubicación céntrica, destacando en este punto que el acceso es menos complicado que en el barrio centro de la ciudad.
- Disponibilidad de insumos que se puedan necesitar en cualquier momento.
- En este barrio se encuentran las construcciones de edificios más grandes, con mayor amplitud, en pisos, semipisos, locales

comerciales, etc. y relativamente son construcciones que no tienen mucha antigüedad, ya que hace pocos años que surgió el auge de construcción aquí.

- Cercanía de las oficinas públicas más recurridas para realizar trámites, inclusive en algunas el acceso puede ser caminando.

Luego de analizar algunas de las ventajas de esta elección, es importante destacar que este lugar es el elegido como el comienzo de este negocio, y de acuerdo se vayan conociendo las distintas necesidades o distintos consumidores que se acerquen al negocio, se puede plantear la idea de instalar sucursales en diversos puntos estratégicos, como centro de la ciudad, cercano al aeropuerto, etc.

4.2.4 Tamaño del proyecto

El presente proyecto de inversión tiene como objetivo primordial el de poner al alcance de la gente la mayor cantidad de servicios acorde al nivel que se pretende alcanzar.

Al no existir en Córdoba un servicio similar proyectado, la demanda del mismo está totalmente insatisfecha.

4.2.5 Inversiones proyectadas

Son los costos de la inversión fija que la empresa debe incurrir para lograr la puesta en marcha del proyecto, y los mismos ascienden a \$355.644¹³

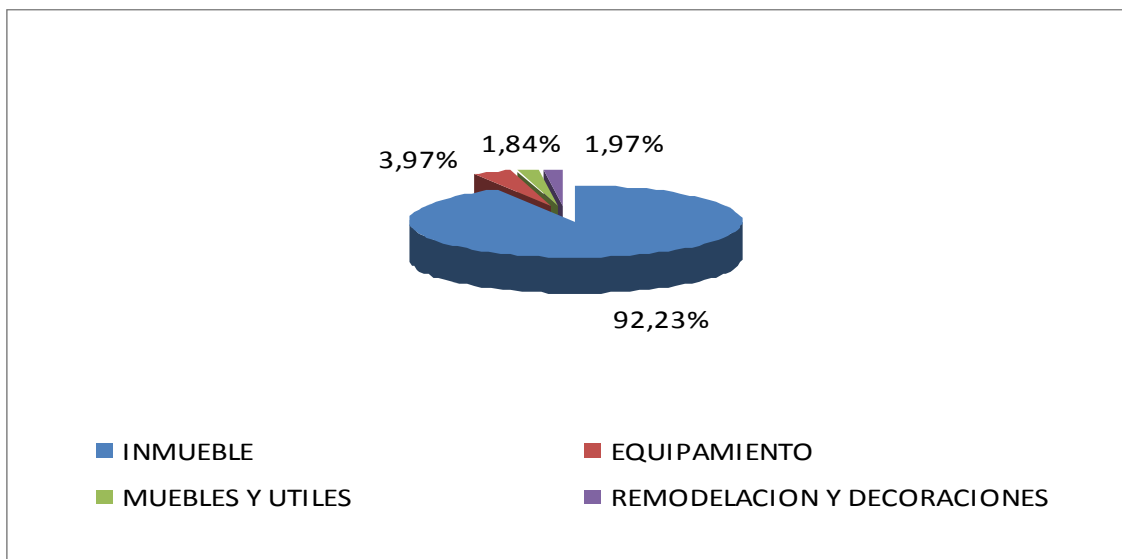
TABLA 1: *Inversiones proyectadas*

INVERSIONES PROYECTADAS	VALOR
INMUEBLE	\$328.000,00
EQUIPAMIENTO	\$14.110,00
MUEBLES Y UTILES	\$6.534,00
REMODELACION Y DECORACIONES	\$7.000,00
TOTAL	\$355.644,00

FUENTE: *Elaboración propia*

¹³ Valores a fecha Noviembre 2010.

GRAFICO 1: Incidencia de cada componente de la inversión inicial



FUENTE: Elaboración propia

- **Inmueble:** el valor del mismo es de \$328.000¹⁴ estimados, para la zona que se eligió y los metros cuadrados requeridos.

- **Equipamiento:** el mismo consiste en todos aquellos aparatos de tecnología necesarios para la prestación del servicio¹⁵. A continuación se detallan los mismos:

¹⁴ Valor extraído de entrevista, junio 2011

¹⁵ Valores extraídos de <http://www.librematica.com.ar/lmt/index.php>, noviembre 2010.

¹⁶ Valores extraídos de <http://www.muebles-oficina.com/>, noviembre 2010.

TABLA 2: Descripción del equipamiento

EQUIPAMIENTO	CANTIDAD	VALOR ESTIMADO	TOTAL
COMPUTADORAS			
NOTEBOOK	3	\$2.500,00	\$7.500,00
PC	1	\$2.500,00	\$2.500,00
TELEFONOS			
COMUNES	3	\$70,00	\$210,00
TELEFONO/FAX	1	\$400,00	\$400,00
CAÑÓN PROYECTOR	1	\$3.500,00	\$3.500,00
TOTAL			\$14.110,00

FUENTE: Elaboración propia

- **Muebles y útiles:** los mismos constan del mobiliario que se encontrara en cada topología de oficina, estos juntos con el equipamiento le dan un valor agregado al servicio.¹⁶ A continuación la descripción:

TABLA 3 Descripción de Muebles y útiles

MUEBLES Y UTILES	CANTIDAD	VALOR ESTIMADO	TOTAL
ESCRITORIOS			
SIMPLE/COMUN	\$1,00	\$400,00	\$400,00
MESA OVAL	\$1,00	\$600,00	\$600,00
MESA DE REUNIONES	\$1,00	\$650,00	\$650,00
MESA DE RECEPCION	\$1,00	\$600,00	\$600,00
SILLAS			
COMUNES	\$8,00	\$200,00	\$1.600,00
SILLON	\$1,00	\$380,00	\$380,00
SILLA 3 CUERPOS	\$6,00	\$384,00	\$2.304,00
TOTAL			\$6.534,00

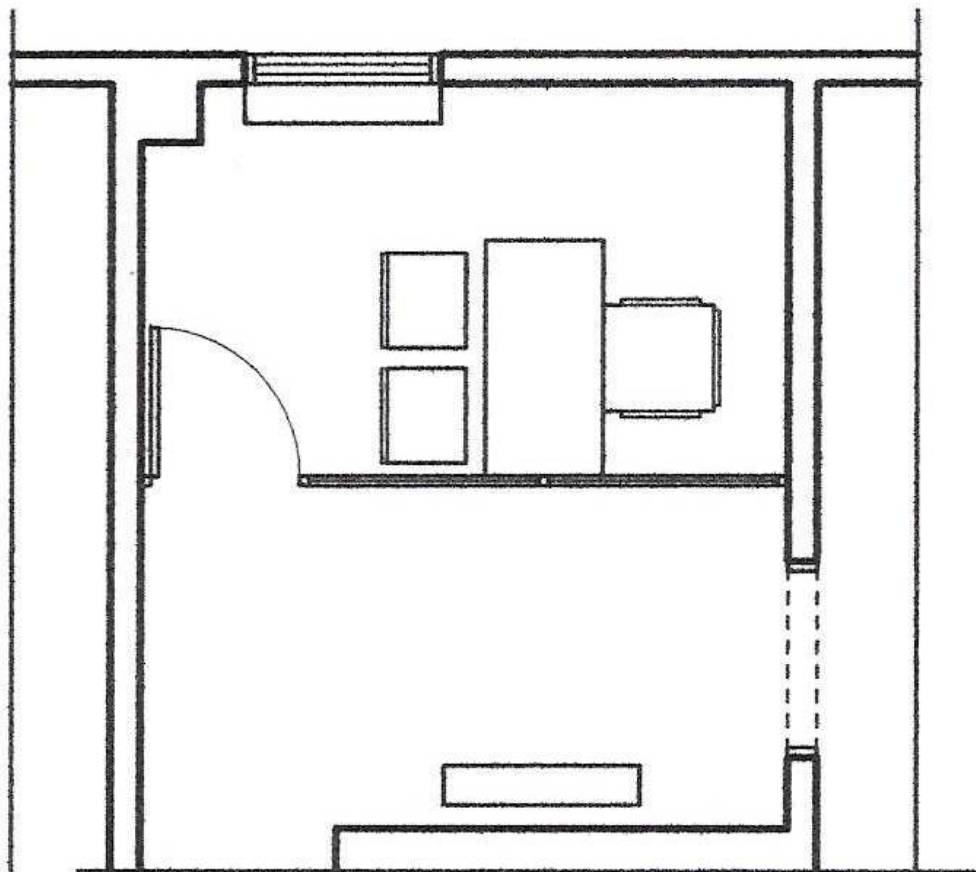
FUENTE: Elaboración propia

- **Remodelaciones y decoraciones:** aquí se contemplan pequeños arreglos que pueden llegar a hacerse dependiendo del lugar elegido y de las divisiones internas que tenga el lugar. Además se incorpora algunos objetos que tienen que ver con la decoración del lugar. El valor de todos ellos es estimado en esta cifra global.

4.2.6 Ingeniería del proyecto

Oficina clásica-despacho

FIGURA 4: "Plano de oficina clásica"



FUENTE: *Elaboración propia con colaboración de 3ros.*

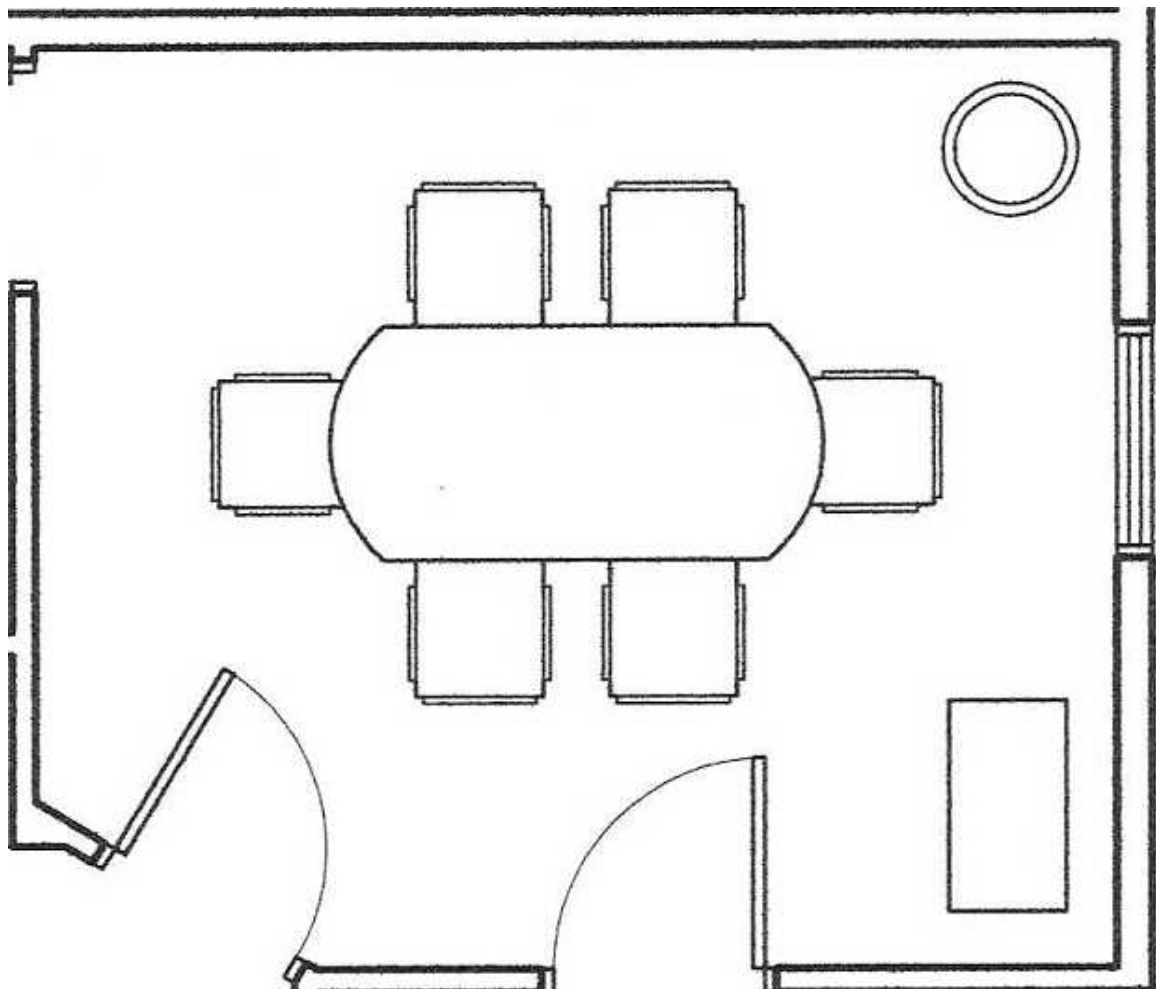
Descripción del despacho:

Es una oficina de uso exclusivo para cada cliente, de aproximadamente 9 m2, totalmente equipada y amoblada con un escritorio en L, sillón principal, dos sillas de visitas, PC, Internet banda ancha, WI-FI, impresora, interno telefónico, aire acondicionado, calefacción, limpieza y seguridad.

En el plano también se presenta el área de recepción, que será para ser utilizado por todos los clientes de todas las oficinas, de aproximadamente 9 m2, cuenta con sillones de espera, mesa de recepción donde se encontrara la secretaria, PC, Internet banda ancha, WI-FI, impresora, teléfono-fax, aire acondicionado, calefacciona, limpieza y seguridad.

Sala de Reuniones

FIGURA 5: "Plano de sala de reuniones"



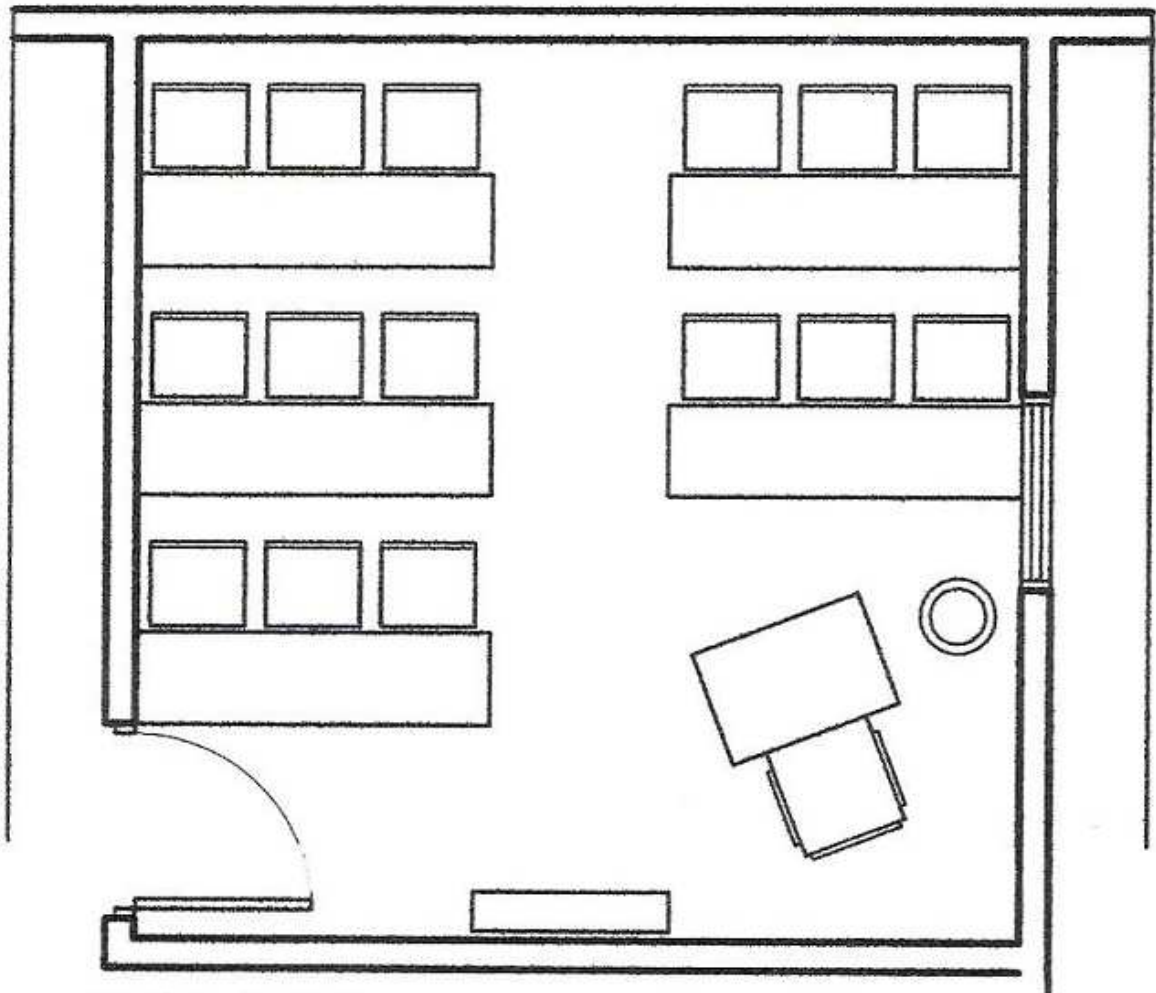
FUENTE: Elaboración propia con colaboración de 3ros.

Descripción sala de reuniones:

Esta sala es de uso exclusivo para cada cliente, de aproximadamente 17 m2, totalmente amoblada y equipada con una mesa de reunión con sillas para 8 personas aproximadamente, la misma cuenta con Notebook, Internet banda ancha, WI-FI, interno telefónico, aire acondicionado, calefacción, limpieza y seguridad.

Sala de Conferencias

FIGURA 6: "plano de sala de conferencias"



FUENTE: Elaboración propia con colaboración de 3ros.

Descripción sala de conferencias:

Es un espacio exclusivo para el cliente, equipada y amoblada para ser utilizada para el dictado de conferencias, cursos, capacitaciones etc., de aproximadamente 21 m², con capacidad para 15 personas, PC, proyector con pantalla, Internet banda ancha, WI-FI, interno telefónico, aire acondicionado, calefacción, limpieza y seguridad.

Además de las tres topologías de oficinas y la recepción, el lugar cuenta con dos baños, uno de para mujeres y otro para varones, otro espacio es el de una pequeña cocina para uso interno no de los clientes.

4.2.7 Depreciación y amortización de los activos fijos

Para el cálculo de la depreciación se utilizo el método de depreciación lineal, tomando como criterio 3 años para las computadoras y 10 años para los muebles y útiles. En el cuadro 1 del anexo se expone el cálculo de la misma.

4.2.8 Financiamiento previsto para la inversión

TABLA 4: *Financiación para la inversión*

FINANCIAMIENTO	%	\$
RECURSOS PROPIOS	100,00%	\$355.644,00
CREDITOS	0,00%	\$0,00
TOTALES	100,00%	\$355.644,00

FUENTE: Elaboración propia

Como muestra el cuadro de arriba, trabajaremos considerando que la financiación solo será cubierta con recursos propios dejando de lado la opción de solicitar crédito.

4.2.9 Ingresos Proyectados

En el primer año del proyecto se estima que las cantidades antes mencionadas serán un 15% inferiores que las proyectadas, ya que en ese tiempo tendría que darse a conocer.

Después en el segundo año dice que se alcanzaría a lo puesto en el estudio de mercado en 8% menor.

En el tercer año un aumento del 15% del año anterior y para el cuarto 10% respecto del tercero.

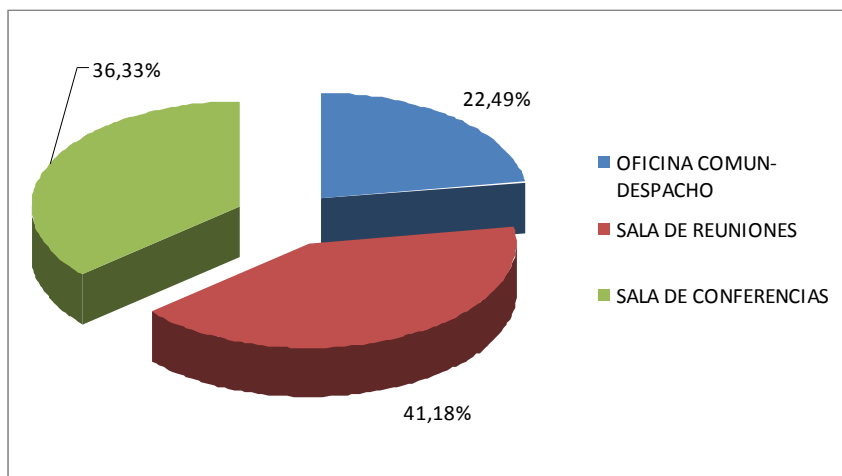
Para el último año del horizonte de planeamiento un crecimiento anual del 8% en cantidad de servicios.¹⁶

TABLA 5: Ingresos proyectados anuales

INGRESOS PROYECTADOS	MONTO	%
OFICINA COMUN-DESPACHO	\$81.900,00	22,49%
SALA DE REUNIONES	\$149.940,00	41,18%
SALA DE CONFERENCIAS	\$132.300,00	36,33%
TOTALES	\$364.140,00	100,00%

FUENTE: Elaboración propia

GRAFICO 2: Ingresos proyectados anuales



FUENTE: Elaboración propia

¹⁶ Ingresos proyectados en base a las entrevistas y una estimación.

4.2.10 Erogaciones proyectadas en forma mensual (cuadro 2 del Anexo)

En el cuadro 9 del anexo se detallan los gastos en forma mensual, aquí se podrá ver la variación que hay o no en cada mes.¹⁷

- Personal: Conforme al tipo de servicio que se brindara, se ha considerado tener dos empleadas administrativas, las cuales cumplan funciones de recepcionistas, tareas de telefonista, administración, etc. la inversión mensual será de \$5378.40 para los sueldos netos, y \$2040.86 para los aportes y contribuciones.
- Expensas: Aquí se considera el gasto mensual que se tiene por el mantenimiento del edificio el cual nos cobrara el consorcio del mismo.
- Limpieza: Este rubro tiene asignada una suma mensual de \$200, comprendiendo los materiales e insumos de limpieza.
- Gas: Tiene prevista una tarifa de \$40 bimestrales, se considero \$20 mensuales.
- Agua: Se estima una suma de \$50 por mes, para este tipo de inmueble y negocio.
- Teléfono: Se asigno a este rubro la suma de \$200, teniendo en cuenta la cantidad de aparatos y las tarifas vigentes.
- Luz: Se ha asignado la suma promedio de \$200 por mes, conforme las tarifas vigentes y la totalidad de KW que se esperan consumir.
- Internet: Tiene prevista una tarifa promedio de \$100 mensuales Internet banda ancha con Wi-Fi.

¹⁷ Erogaciones mensuales calculadas para el primer año del proyecto.

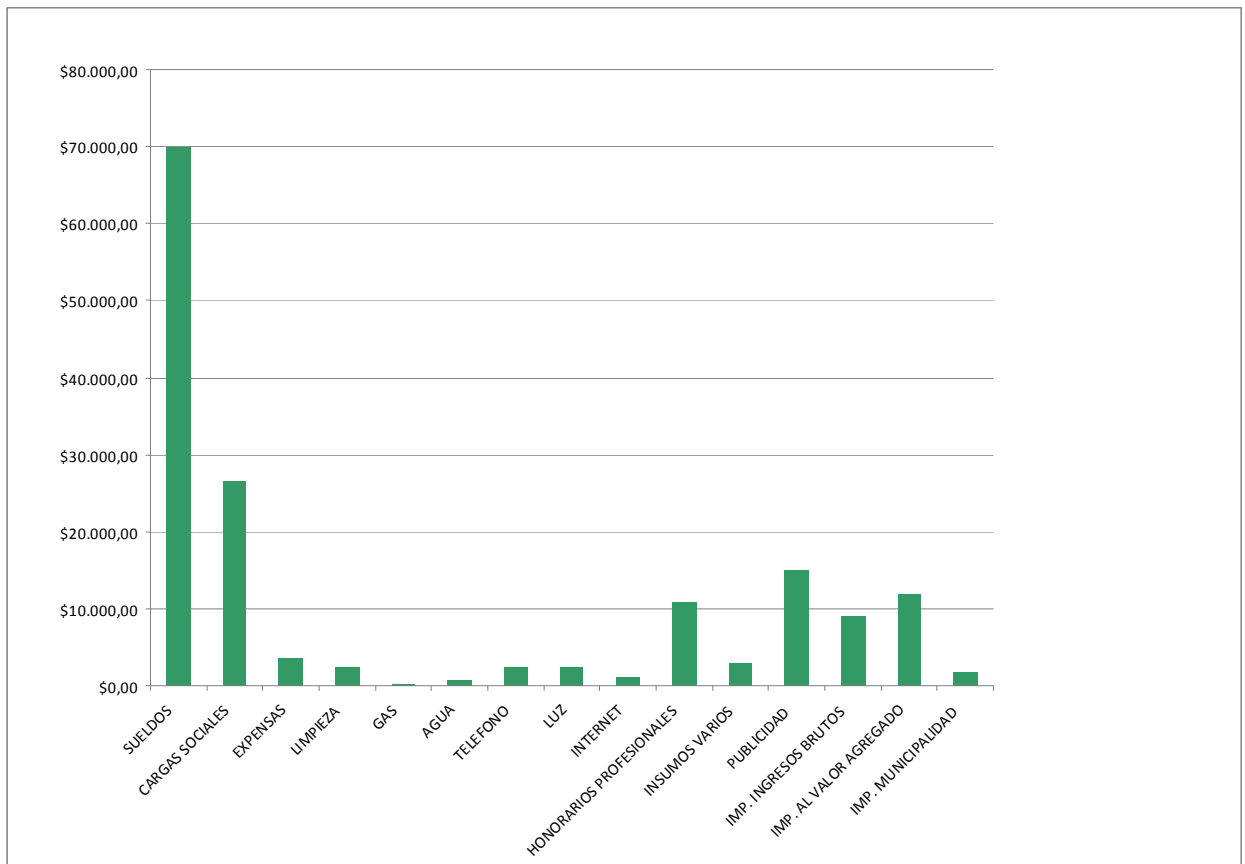
- Honorarios profesionales: (asesoramiento jurídico contable) Aquí se contempla la liquidación de los impuestos, considerando una tarifa de \$900 mensuales.
- Insumos varios: Para este rubro se estimo la suma de \$250 mensuales, para la compra de insumo de librería y otros.
- Publicidad: Se considera muy importante el conocimiento por parte de los potenciales consumidores del nuevo emprendimiento. Por eso a este rubro se destinan \$1250 ¹⁸mensuales.
- Impuesto a los Ingresos Brutos: En este rubro se calculo, como se muestra en el cuadro II del anexo, los primeros tres meses la alícuota general del 4% para la actividad en la que se encuadra este servicio, y el resto de los meses el 2,8% ya que los ingresos anuales no superan el monto exigido para pagar la alícuota general¹⁹.
- Impuesto al Valor Agregado: En este caso se estimo un impuesto fijo promedio, ya que no puede saberse mas aproximado el valor mensual, debido a que no tenemos el iva de las compras, es por eso que se estimo \$1000 mensuales en promedio.
- Impuesto Municipal: Para este impuesto se utilizo la misma base imponible que el resto de los impuestos, aplicando una tasa del 6%o para la actividad en la que se encuentra encuadrado el negocio.²⁰

¹⁸ Monto estimado para el primer año del proyecto.

¹⁹ Actividad: "servicios prestados al publico no clasificados en otra parte" alícuota general 4%, disminuida 2,8%

²⁰ Actividad: "servicios prestados al publico no clasificados en otra parte" alícuota general 6%o, mínimo \$95

GRAFICO 3: Erogaciones mensuales proyectadas



FUENTE: Elaboración propia

4.2.11 Análisis de costos salariales (cuadro 3 del Anexo)

Por ultimo para terminar de exponer los gastos mensuales, es muy importante desarrollar el gasto que ocasiona el sueldo del empleado y las contribuciones y cargas sociales que la empresa debe enfrentar por el mismo. En el anexo se detalla la información. Dicho cálculo obedece a la contratación de dos personas, detallándose en el cuadro cada uno de los ítems legales a tener en cuenta.

4.3 ANÁLISIS DE VIABILIDAD ORGANIZACIONAL

4.3.1 Organización Administrativa y funciones de sus integrantes

- Gerente: tendrá a su cargo la representación de la empresa, a su vez este deberá impartir directivas y ordenes para los demás empleados.

- Empleados Administrativos: la empresa tiene prevista como mencionamos anteriormente la contratación de dos empleados administrativos, quienes deberán cumplir las funciones de recepción, telefonista, administración en general. Los conocimientos que los mismos deberán tener son de PC intermedio, manejo de Office, Internet, redes sociales, sistemas informáticos, y deberán manejar el idioma Ingles de forma fluida.

Todos estos conocimiento mencionados, marcaran la diferencia en el servicio brindado para los clientes, ya que estas personas serán las responsables en parte de formar la reputación del lugar los primeros años de vida del mismo.

4.3.2 Justificación de la figura societaria adoptada

Este es uno de los puntos más importantes, ya que de acuerdo a ventajas y desventajas, beneficios impositivos o no y a las características propias del negocio, el proyecto debe elegir un tipo de organización societaria.

De acuerdo a la ley 19.550 explicada con anterioridad en punto III de este trabajo, se puede elegir entre varias formas de sociedades con distintas características cada una, diseñadas para diferentes empresas.

Se aconseja al inversionista la adopción de la forma jurídica de una sociedad de responsabilidad limitada, destacando como una de las características más importantes de esta que limita la responsabilidad al capital que los socios se comprometen a aportar.

Otro aspecto importante por el cual se sugiere constituir una SRL, es la confianza y la seriedad con la cual las personas, y potenciales consumidores van a ver a la empresa. Es por esto que se descarto constituir una sociedad de hecho.

Una de las desventajas de la sociedad de hecho es que la responsabilidad de los socios es ilimitada, y al no existir contrato social no hay delimitación de porcentajes de participación y de responsabilidades, ni cargo de los integrantes.

Otra figura que se descarto, es la sociedad Anónima, ya sus costos son mayores, requiere de un instrumento público, a diferencia de la SRL que solo necesita un instrumento privado con firma certificada. También el capital para la constitución de la S.A es mayor, entre otras ventajas.

Por otro lado, más adelante se especifican los ingresos proyectados para el horizonte de planeamiento del trabajo, y como se observara, no se puede acceder al Régimen Simplificado, ya que las ventas anuales superan los \$200.000²¹ anuales para Locación y prestación de servicio. Es por ello que impositivamente están obligados a ser responsables inscriptos.

Los impuestos que deberá determinar y pagar la sociedad son los siguientes:

- Impuesto al valor agregado 21%²²
- Impuesto a los Ingresos Brutos 2,8%²³
- Impuesto comercio e industria 6‰²⁴
- Ganancias de personas jurídicas 35%²⁵
- Ganancias de personas físicas (según tabla)²⁶
- Autónomos (dependiendo los ingresos es la categoría)²⁷
- Impuesto a los bienes personales (solo si supera los \$305.000 en bienes)²⁸

Se detallaron anteriormente impuesto para la sociedad, como para el socio gerente. Será obligatorio para la sociedad la inscripción en dichos impuestos, pero cuando la empresa este en marcha, cada año deberá liquidarse el impuesto, que podrá determinar pago o no.

²¹Fuente: <http://www.afip.gov.ar/monotributo/categorias.asp> (El valor pertenece a la ultima categoría "I" para la prestación y/o locacion de servicio)

²² Ley 23.349 Impuesto al Valor Agregado

²³ Código tributario provincia de Córdoba 2011

²⁴ Código tributario municipal de Córdoba 2011

²⁵ Ley 20.628 de impuesto a las Ganancias

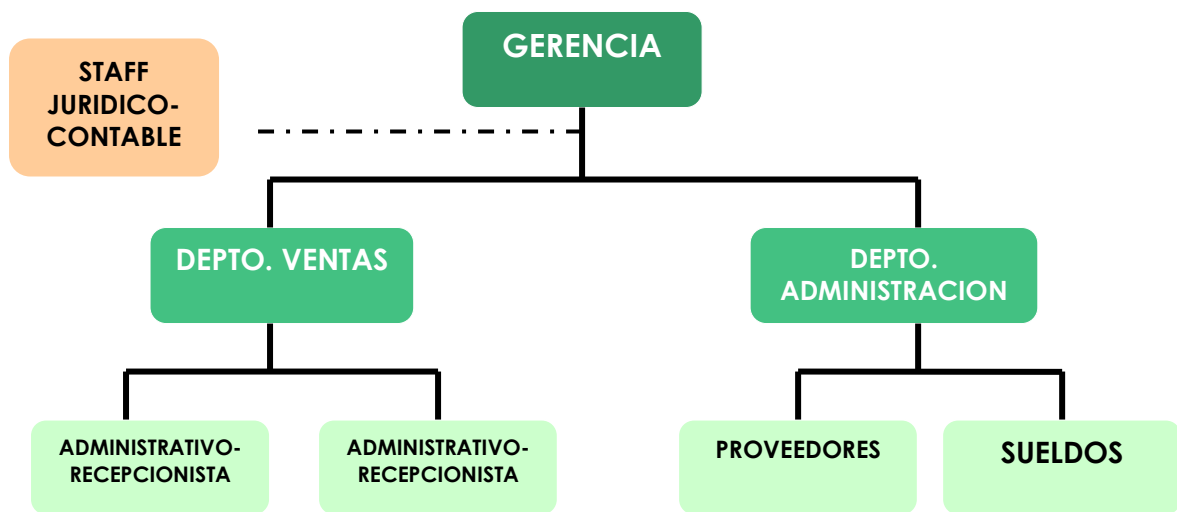
²⁶ Ley 20.628 de impuesto a las Ganancias

²⁷ Ley 24.241 Sistema integrado de jubilaciones y pensiones

²⁸ Ley 26.545 Impuesto a los Bienes personales

4.3.3 Organigrama de la sociedad

FIGURA 7: Organigrama de la sociedad



FUENTE: Elaboración propia

El organigrama de la sociedad en un comienzo es bastante simple, ya que son pocos empleados los que precisa esta sociedad. Básicamente estará manejada por sus dueños.

Se contempla esta figura societaria porque más adelante podrían incorporarse otras sucursales, incluyendo a más empleados y modificando el organigrama.

4.4 ANÁLISIS DE VIABILIDAD FINANCIERA

4.4.1 Estado de resultados:

En este apartado se sintetiza la información expuesta en estudios anteriores. Mediante este estado de resultados del proyecto detallado en el cuadro 4 del anexo se refleja el saldo del ejercicio para cada año previa deducción del correspondiente impuesto a las ganancias (35%) sobre el resultado operativo (diferencia entre ingresos y egresos).

4.4.2 Flujo de Fondos del proyecto:

De acuerdo a la información proporcionada en el cuadro v del anexo se puede observar el flujo de caja que adopta el proyecto. El mismo se estructura en 7 columnas. La primera para explicar los ítems de ingresos y costos que se cuantifican en los análisis anteriores. La segunda denominada la del momento cero, para reflejar todos los desembolsos que deben realizarse antes de que el proyecto empiece a funcionar. Las cinco columnas siguientes servirán para anotar los movimientos de caja proyectados para cada uno de los primeros cinco años.

Se requieren \$355.644²⁹ en concepto de inversión inicial en activos fijos para que el proyecto pueda ejecutarse.

Las cuotas de depreciación del activo fijo expuesto en el cuadro 1 del anexo representan un gasto no desembolsable para cada periodo. Estos gastos se agregan a los costos del proyecto a los fines contables permitiendo reducir la utilidad sobre la cual se deberá calcular el monto de los impuestos a pagar.

La diferencia entre ingresos por servicios y egresos asociados al costo del funcionamiento sumado la depreciación anual del activo fijo arroja un resultado positivo para los 5 años de evaluación del proyecto. De este modo se obtiene la utilidad afecta al impuesto. El impuesto se calcula aplicando un porcentaje del 35% sobre la utilidad obteniendo así la utilidad neta.

4.4.3 Tasa de descuento utilizada:

La tasa de descuento empleada en el presente proyecto representa la rentabilidad que se le debe exigir a la inversión por renunciar a un uso alternativo de los recursos en proyectos de riesgos similares.

²⁹ Remitirse a la viabilidad Técnica, Pág. 38

La expectativa de la tasa elegida para descontar los flujos del proyecto supera a la que nos brinda el uso del capital en inversiones tradicionales, en nuestro caso tomamos como referencia a los depósitos a plazo fijo en bancos nacionales a una tasa de 10,65%.³⁰

4.4.4 Indicadores de Rentabilidad del proyecto:

Obtenido el flujo de caja para cada periodo, se procede a calcular el valor actual neto (VAN), tasa interna de retorno (TIR), periodo de recupero, periodo de recupero descontado e índice de rentabilidad.

- **VAN (valor actual neto)**

Como se puede observar, se obtiene un VAN positivo, lo cual indica que es conveniente emprender el proyecto ya que la inversión vale mas en el mercado de lo que cuesta su adquisición. Por lo expuesto según la regla del VAN, la inversión debe ser aceptada.

- **TIR (tasa interna de retorno)**

Con los datos expuestos de los flujos de fondos de efectivo del proyecto, se calcula una TIR del %25,26 , tasa que hace que el VAN estimado de la inversión sea igual a cero.

Según la regla de la TIR, si el rendimiento requerido es menor a (TIR) la inversión debería ser emprendida. En el proyecto la inversión es aceptable, ya que la tasa interna de retorno es superior al rendimiento requerido del 10,65%.

- **Periodo de Recupero**

Los cálculos nos muestran que la inversión inicial se recupera en el segundo periodo, esto nos da como resultado que la inversión es aceptable ya que se recupera en un periodo dentro del horizonte de planeación.

³⁰ Tasa efectiva Anual ,Banco Macro, Abril 2011, 10,65%

▪ **Periodo de Recupero Descontado**

Como resultado obtenemos que la inversión inicial se recupera en el tercer periodo, al descontar cada flujo para cada año por la tasa requerida, observamos que el periodo aumento, pero de todas formas la inversión es aceptable ya que se encuentra dentro del horizonte que planeamos.

▪ **Índice de Rentabilidad**

Este índice mide el rendimiento que genera cada peso invertido en el proyecto descontado al valor presente.

El proyecto es aceptable ya que por cada peso invertido a valor presente se recupera 1,99% extra.

4.4.5 Análisis de sensibilidad:

Lo que tenemos que tener en cuenta en este punto, es que estamos realizando un análisis económico y financiero a futuro, y que siempre hay un elemento de incertidumbre o de riesgo asociado al proyecto, actualmente esta es una de las causas con mayor peso que dificultan a la gente a la hora de tomar las decisiones.

En este proyecto la variable a sensibilizar será las cantidades de servicios prestados. Al variar estos también cambiarán aquellos costos que son variables a los ingresos, pero de todas formas ninguno representa un porcentaje importante dentro del conjunto.

Para llevar a cabo este análisis se plantearon cuatro escenarios diferentes:

- Escenarios optimistas: aumentos del 10% respecto de la cantidad de servicios.
- Escenarios Pesimistas: disminución del 10% respecto de la cantidad de servicios.

Resultados obtenidos:

Escenarios optimistas: luego de analizar los cambios como resultado se obtiene que con ambos escenarios el VAN es positivo, lo cual nos indica que inclusive en esas situaciones la inversión es aceptable.

Escenarios pesimistas: como resultado se obtuvo luego del análisis que, a pesar de disminuir los ingresos el VAN es positivo, y los demás indicadores favorables, con lo cual se llega a la conclusión de que la inversión es aceptable también en estos escenarios.

En los cuadros del VII Y VIII del anexo, pueden verse las cifras del análisis anterior, el flujo de fondo para cada escenario y cada una de las herramientas calculadas para la evaluación de la inversión.

4.4.6 Efectos de la inflación:

“La inflación, en economía, es el incremento sostenido y generalizado de los precios en los bienes y servicios”³¹.

A lo largo de este proyecto, y sobre todo en el análisis financiero, se ha considerado en los flujos de caja, valores corrientes, es por ello que en este apartado se calculara y considerara los flujos a valores constantes, es decir, vamos a considerar la inflación.

Además buscamos que toda la información quede expresada en términos de poder adquisitivo al periodo cero, es decir, al momento que se lleva a cabo la inversión.

Es de suma importancia ya que aquí se reflejara lo real de los indicadores antes calculados, a continuación una explicación del cálculo y sus conclusiones.

Calculo de tasa de descuento que incorpore la inflación

$$R = (1 + i) (1 + h) - 1$$

I: tasa de descuento del proyecto

H: tasa de inflación

R: tasa de descuento

Tomando como tasa de inflación anual para el año 2010 10,7%

³¹ Fuente: <http://es.wikipedia.org/wiki/Inflaci%C3%B3n>

$$R = (1+10,65\%)(1+10,7\%)-1 = 22,48\%^{32}$$

R = 22,48%

Con los nuevos flujos actualizados y considerando la tasa de descuento se obtiene:

VAN = \$ 23.634,09 TIR = 25,26%
--

Como podemos observar en los resultados, con esta tasa de inflación, el VAN sigue siendo positivo, por lo tanto la inversión efectivamente sigue siendo aceptable, al igual que la TIR es mayor que la tasa de descuento y por ultimo el índice de Rentabilidad nos termina de mostrar que es mayo a uno, y por lo tanto la inversión es aceptable.

³² El valor de la tasa de inflación fue extraída de la siguiente fuente:
<http://www.tasadeinflacion.com.ar/tag/inflacion-2010/>

CAPITULO 5: CONCLUSION

5.1 CONCLUSIÓN

A través de este proyecto de inversión, lo que se pretende es mostrar una posibilidad viable para invertir en el mercado inmobiliario, esto podemos afirmarlo luego de haber realizado un estudio profundo que abarca diferentes áreas.

Un factor importante que nos lleva a esta decisión, es haber determinado en el estudio de viabilidad comercial, la existencia dentro del mercado inmobiliario de un grupo de personas que no tienen actualmente su necesidad satisfecha, y haber confirmándolo con casos concretos, a través de la entrevistas realizadas. Una vez que se determino esto, se preparo un fuerte plan de marketing para poder ingresar al mercado con éxito a la hora de implementar este proyecto.

Con la viabilidad técnica demostramos, que no se requiere un inmueble de gran tamaño para poder llevar al cabo el proyecto, destacando que en pocos metros pueden presentarse tres topologías de oficinas que no se encuentran disponibles en el mercado, por el precio y el servicio que se ofrece en este proyecto.

Como conclusión del análisis organizacional, podemos decir que la mejor figura societaria e impositiva, es la de la sociedad de responsabilidad limitada, en la cual encontramos muchas ventajas que la hacen atractiva, empezando por la responsabilidad que se limita al aporte de cada socio, los gastos de constitución que son mucho menores a los de otras sociedades como las anónimas.

Por otro lado, esta figura le aporta cierta seriedad ante los consumidores, los proveedores, y otros, una de las causas que nos llevaron a descartar la sociedad de hecho.

Con respecto a los impuestos, determinamos que la condición del contribuyente deberá ser la de responsable inscripto por los ingresos que se proyectaron, aunque requiera un costo mayor que el de un régimen simplificado, esto lo hace mas atrayente para las personas que también son responsables inscriptos, ya que podrán utilizar el crédito fiscal.

Por ultimo el atractivo de este proyecto se concluye con la determinación de la tasa de rentabilidad, destacando que es mayor a la que planteo como objetivo. Ofreciendo además una serie de herramientas que sirven para afirmar el proyecto

como viable, todas arrojando resultados positivos. Además algo muy importante es saber que la inversión se recupera dentro de los cinco años, que son el horizonte temporal del proyecto, y más precisamente a los dos años, lo cual da cierta seguridad y atractivo para el negocio.

CAPÍTULO 6: PARTES FINALES

6.1 BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES DE INFORMACIÓN

Libros consultados

- Fontaine, Ernesto r "evaluación social de proyectos" 12° edición. Alfaomega. Chile 1999.
- Sapag Chain N. y R "Preparación y evaluación de proyectos" 4° edición. MCGraw-Hill 2003.
- Fundamentos de Finanzas Corporativas, quinta edición, editorial McGraw-Hill.
- Curso de derecho societario , Ricardo A. Nissen, editorial AD.HOC
- Fundamentos de Marketing, Roberto Dvoskin, editorial Granica

Paginas Web

- <http://es.wikipedia.org>_ Julio 2010
- <http://www.tasadeinflacion.com.ar/> - Marzo 2011
- <http://www.indec.gov.ar/> - Marzo 2011
- <http://www.cba.gov.ar> – Noviembre 2010
- <http://www.infoleg.com> – Noviembre 2010
- <http://elinmobiliario.com> – Junio 2011
- <http://www.revistacriterio.com.ar> –_Junio 2011

Leyes Consultadas

- Ley 19.550 "Sociedades Comerciales".
- Ley 23.349 "Impuesto al valor agregado" y Decreto Reglamentario 692.
- Córdoba, Código Tributario y Ley Impositiva.
- Ley 20.744 "Régimen de Contrato de Trabajo".

Otras Fuentes

- Agenda "consultora"

7.2 ANEXOS

INFORMACIÓN RECIBIDA POR E-MAIL

Empresa: **KENT APART HOTEL**

Natalia,

Según lo conversado vía telefónica, te detallo la cotización del salón:

Salón para Entrevistas \$150+ IVA

Horarios: de 14hs a 20hs.

Disponibilidad: A confirmar

Como te comento podés pasar a verlo a partir de las 12hs. a 17hs.

Saludos

Marcos Vargas

Dto. Comercial

KENT APART HOTEL

Rondeau 121 - 5000 – Córdoba

Tel. /Fax: 0351 - 4225932

www.kentaparthotel.com

Empresa: **OVENTUAL - Oficina Eventual**

Hola, gracias por escribirnos. La oficina tiene básicamente tres espacios: Recepción, Puestos de trabajo y Sala de reuniones, como podrá observar en las fotos del perfil o bien dirigirse personalmente de lunes a viernes de 10 a 18 hs para conocer las instalaciones.

Los precios varían de acuerdo a cada espacio: \$20, \$15 y \$35 x hora respectivamente. Si decide alquilar un box de trabajo dispone de una PC totalmente equipada con acceso a Internet.

Para reservar la oficina necesitamos algunos días para coordinar disponibilidad de la misma.

Con respecto a los precios que anteriormente le mencioné, incluyen impuestos y servicios públicos.

Al tratarse de una oficina eventual los tiempos de alquiler los fija el cliente, es decir que puede acordar alquilar por una hora o más, de acuerdo a sus necesidades. Quedamos a su disposición por cualquier consulta.

Muchas gracias

Erika - OVENTUAL - oficina eventual

Entrevista para persona perteneciente al rubro inmobiliario

Datos Generales:

- Nombre de la persona entrevistada: Diana
- Organización a la que pertenece: "Inmobiliaria Urbana"
- Ubicación: Av. General Paz

Entrevista:

1. Actualmente, ¿tiene oficinas en alquiler?

Si, tenemos oficinas en alquiler. Además tenemos departamentos y locales. Alquilamos inmuebles tanto propios como de terceros. La mayor parte de ellos se encuentran en Nueva Córdoba y en el Centro de la ciudad.

2. Con frecuencia, las personas que alquilan estas oficinas o departamentos, ¿no renuevan o rescinden el contrato de alquiler?

Aquí tenemos que hacer una división. Por un lado, los inquilinos de locales comerciales con mucha frecuencia rescinden el contrato de alquiler, sin poder llegar al plazo de finalización del contrato. Por otro lado, los inquilinos de oficinas, rescinden o no renuevan el contrato con mucha menos frecuencia que los anteriores.

3. Enumere brevemente las causas por las que usted cree que los inquilinos dejan de alquilar los inmuebles.

Las causas son muchas y variadas, como se dijo anteriormente también dependen del tipo de inmueble en alquiler. Algunas de ellas son:

- Los profesionales que alquilan oficinas, por lo general dejan de alquilar porque pueden acceder a la compra de un inmueble. Ej.: abogados, contadores.
- Otras personas deciden mudarse a otro lugar, ya sea más grande porque les fue mejor, o también más chico para pagar menos.
- La mayoría de los locales comerciales se dejan de alquilar debido a que el negocio deja de ser rentable para sus dueños.

4. Con respecto al sector inmobiliario, y puntualmente a los alquileres. ¿Cómo cree que se encuentra la situación en general?

Mi opinión es que la situación no es muy buena en este momento, una de las causas fundamentales para mí es que la construcción de los inmuebles está creciendo al mismo ritmo que la inflación, y el resto de los productos, sueldos, etc., crecen a un ritmo más bajo. Por lo tanto la gente piensa que los inmuebles están sobrevaluados.

Consecuentemente al incrementar el precio de los inmuebles, también lo hacen el de los alquileres.

5. En un sentido más amplio, ¿puede decirme qué opinión tiene usted sobre la situación actual de la política, economía y sociedad?

Actualmente no es buena la situación, por lo general en años anteriores como este de elecciones, había mucho circulante dando vueltas para invertir y sobre todo en inmuebles, particularmente en este año no se dio que sea así.

Básicamente creo que el tema de las elecciones genera mucha incertidumbre a toda la sociedad.

6. Por último con respecto al sector inmobiliario, ¿Cómo proyecta o prevé que será la situación en el sector los próximos años?

Como ya lo exprese anteriormente, creo que la situación no será buena para nuestro sector. No puede saberse que va a pasar debido a que hay mucha incertidumbre.

7. ¿conoce usted las oficinas de alquiler temporario?

Sí, tengo conocimiento de estas oficinas.

8. ¿podría nombrarme alguna oficina de similares características que conozca aquí en la ciudad?

No, no puedo identificar alguna en particular aquí en la ciudad.

9. ¿Qué opinión le merece a usted este tipo de servicio brindado en las oficinas?

Me parece una idea de negocio muy innovadora, y pienso que puede ser un buen negocio económicamente.

10. ¿Cree usted que en nuestra ciudad funciona o puede funcionar este servicio?

Si, como dije anteriormente con el poco conocimiento que tengo de ellas me parece que puede funcionar aquí.

11. A continuación describiré distintos tipos de oficinas y usted deberá decirme, de acuerdo a sus conocimientos, que precio abonaría por los servicios que a continuación se describen:

- Oficina común: la misma cuenta con un escritorio con ambientación de despacho, dos sillas, se incluye una computadora con servicio de Internet, y ambiente climatizado.

- Sala de reuniones: equipada con una mesa para reuniones, con capacidad de 6 a 8 personas, cuenta con una computadora e instalaciones para Notebooks, con Internet inalámbrico y además con los servicios adicionales que se brindan en todas las oficinas.

- Sala de conferencias: equipada con capacidad para 25 personas aproximadamente, con pantalla y cañón para presentaciones, proyecciones, videoconferencias y tele conferencias. Apta para capacitaciones para el personal, entrevistas, eventos, etc.

Es difícil establecer el precio de todas, ya que tendría que ver personalmente como es la imagen de estas oficinas, pero creo que para la sala de conferencias no puede cobrarse menos de \$150. De este precio también pueden estimarse los otros dos, que obviamente tendrían que ser menores.

12. Para finalizar la entrevista, teniendo en cuenta los precios que anteriormente determino y las horas que usted considera que podrían alquilarse, ¿considera que es un negocio rentable?

A simple vista como lo dije anteriormente sí, creo que puede ser rentable, pero creo que para determinar esto con exactitud habría que hacer un estudio de mercado que lo confirme.

Otros datos que se obtuvieron de la entrevista y que no estaban dentro de las preguntas

En la entrevista mientras se hablaba de los alquileres temporales, la entrevistada nos comento que varias veces personas le habían preguntado si la inmobiliaria ofrecía este servicio. Además nos contó que una cadena internacional de productos alimenticios, instalada hace pocos años aquí, cuando tuvo que hacer las entrevistas a personal y la selección, solicitaba este servicio en nuestra ciudad y no pudo conseguir ninguno.

Otra cosa importante, fue que nos dijo cuales son los precios promedios que se están utilizando tanto para el alquiler como para la compra de oficinas en la zona centro-nueva córdoba. Nos dijo lo siguiente:

- Alquileres USD 10 por m2.
- Compra USD 1300 por m2

Además cuando estuvimos hablando sobre el precio de los alquileres, tanto los temporarios como los otros, nos dijo que en este negocio, dependía esto mucho de lo que visualmente mostraran estos lugares, que la imagen es lo más importante para establecer el precio.

Entrevista para persona perteneciente a negocio que preste un servicio similar.

Datos Generales:

- Nombre de la persona entrevistada: Silvia
- Organización a la que pertenece: "Quórum hotel"
- Ubicación: Av. Monseñor Pablo Cabrera

Entrevista:

1. Actualmente, ¿usted alquila oficinas temporalmente?

Si, actualmente tenemos algunas oficinas con las cuales estamos prestando el servicio temporal.

2. Estas oficinas, ¿se alquilan por hora, jornada, día o mes?

Por lo general el tiempo mínimo de alquiler es jornada, sería casi todo un día, después el resto de los alquileres son por más tiempo.

3. Describame en aspectos generales, ¿Cuáles son los servicios que se prestan en las mismas? Además, ¿hay distintos tipos de oficinas?

Son 600 M2 de Oficinas de alquiler temporal equipadas, acordes a las últimas tendencias.

Disponen de una eficiente y cómoda infraestructura:

Amplias oficinas gerenciales u operativas con la posibilidad de lograr distintos tamaños y configuraciones.

Salas de reuniones.

Showrooms, Audio, TV, video y videoconferencias.

Teléfonos / Fax / DDN / DDI.

Oficinas con Internet Banda ancha y WI FI.

Computadoras, impresoras, fotocopiadoras, scanners, etc.

4. ¿Cuáles son los precios que se están cobrando por las mismas?

El precio depende siempre del tipo de oficina es cuestión, el dato que te puedo brindar es que por jornada se maneja un precio aproximado de \$400.

5. De acuerdo a su conocimiento, ¿Cuáles son las personas o qué tipo de actividades realizan, las que alquilan las oficinas?

Las personas que por lo general nos demandan este tipo de servicios son empresas, por ejemplo que hacen capacitaciones, selecciones de personal, lanzamiento de nuevos productos, dictado de cursos, etc.

6. Aproximadamente, ¿Cuál es el número de alquileres que se tiene mensualmente?

Aproximadamente, estas oficinas que se alquilan por jornada, rondan entre 15-20 por mes.

7. A su entender, ¿cree que este servicio sirve o se adapta para el mercado de la ciudad de Córdoba Capital?

Sí, yo creo que sirve para esta ciudad, que hay un mercado que no está explotado que tiene esta necesidad. Por otro lado creo que es fundamental para estos negocios la publicidad, de esto depende su supervivencia en el mercado.

8. ¿conoce usted si en Córdoba otra empresa brinda este servicio?

No conozco una empresa que brinde totalmente el servicio de temporarias, si conozco muchas otras empresas que alquilan salas de conferencias como nosotros por jornada.

9. Podría decirme usted, ¿Cuáles son las características que diferencian su servicio de otros posibles en la ciudad?

Centro de Servicios

Unidad de servicios integrales de apoyo logístico, que ayudarán a generar condiciones favorables para la operación de las empresas:

Max 24: cafetería, snack & shop, librería comercial, insumos para computación, fotocopias y correo. Atención 24 hs.

- Banco: comercial con todos los servicios (cajeros automáticos).
- Vigilancia perimetral las 24 hs.
- Transfer: desde y hacia el aeropuerto.
- Servicio de transporte personalizado: Remises y Ejecutivos.
- Transporte público de pasajeros: Tres líneas urbanas, y dos interurbanas.
- "Shuttle" privado: vincula CIUDADEMPRESARIA con el aeropuerto.
- Comedor buffet: autoservice de comidas rápidas.
- Servicio de transfer personalizado: remises de línea y ejecutivos.
- Atención de Emergencias médicas.
- Correo.

10. Considera que la ubicación de sus oficinas, ¿es favorable o desfavorable? Con respecto a los consumidores de este servicio.

No puedo calificarla totalmente como favorable o desfavorable, creo que tiene muchas cosas buenas la ubicación como también otras malas. Por ejemplo, cosas buenas su cercanía al aeropuerto, lo cual permite que el público que proviene del mismo sea de otro nivel económico, por otro lado con la infraestructura que se está llevando a cabo en esta avenida, el acceso es muy bueno, y va a ser mucho mejor cuando esté finalizada la obra.

Por otro lado tiene sus cosas desfavorables, como por ejemplo que no tenemos muchas cosas cercas para realizar trámites, las líneas de colectivos no son tan masiva ni tan frecuentes como en el centro, etc.

11. Para finalizar, considera que en los próximos años ¿podrían instalarse nuevos negocios que brinden este servicio, formando así un nuevo sector de alquileres temporarios?

Creo que para que se produzca la expansión , tiene que darse a conocer públicamente la empresa, establecerse sólidamente unos años y demostrar que el negocio es rentable, de esta forma la gente apuntaría a la apertura de este tipo de negocios al ver o percibir que puede generarse una buena rentabilidad prestándose este servicio.

DEPRECIACION BIENES DE USO CUADRO I- ANEXO

BIENES DE USO	DEP. AÑO 1	DEP. AÑO 2	DEP. AÑO 3	DEP. AÑO 4	DEP. AÑO 5
COMPUTADORAS	\$333,00	\$333,00	\$333,00	\$0,00	\$0,00
MUEBLES	\$601,00	\$601,00	\$601,00	\$601,00	\$601,00
INMUEBLE	\$6.560,00	\$6.560,00	\$6.560,00	\$6.560,00	\$6.560,00
TOTAL DEPRECIACION	\$7.494,00	\$7.494,00	\$7.494,00	\$7.161,00	\$7.161,00

EROGACIONES PROYECTADAS EN FORMA MENSUAL CUADRO II- ANEXO

CUENTAS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
SUELDOS	\$5.378,40	\$5.378,40	\$5.378,40	\$5.378,40	\$5.378,40	\$8.067,60	\$5.378,40	\$5.378,40	\$5.378,40	\$5.378,40	\$5.378,40	\$8.067,60
CARGAS SOCIALES	\$2.040,86	\$2.040,86	\$2.040,86	\$2.040,86	\$2.040,86	\$3.064,36	\$2.040,86	\$2.040,86	\$2.040,86	\$2.040,86	\$2.040,86	\$3.064,36
EXPENSAS	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00
LIMPIEZA	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00
GAS	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00
AGUA	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00
TELEFONO	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00
LUZ	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00
INTERNET	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00
HONORARIOS PROFESIONALES	\$900,00	\$900,00	\$900,00	\$900,00	\$900,00	\$900,00	\$900,00	\$900,00	\$900,00	\$900,00	\$900,00	\$900,00
INSUMOS VARIOS	\$250,00	\$250,00	\$250,00	\$250,00	\$250,00	\$250,00	\$250,00	\$250,00	\$250,00	\$250,00	\$250,00	\$250,00
PUBLICIDAD	\$1.250,00	\$1.250,00	\$1.250,00	\$1.250,00	\$1.250,00	\$1.250,00	\$1.250,00	\$1.250,00	\$1.250,00	\$1.250,00	\$1.250,00	\$1.250,00
IMP. INGRESOS BRUTOS	\$971,00	\$971,00	\$971,00	\$680,00	\$680,00	\$680,00	\$680,00	\$680,00	\$680,00	\$680,00	\$680,00	\$680,00
IMP. AL VALOR AGREGADO	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00
IMP. MUNICIPALIDAD	\$145,00	\$145,00	\$145,00	\$145,00	\$145,00	\$145,00	\$145,00	\$145,00	\$145,00	\$145,00	\$145,00	\$145,00
TOTAL DE EROGACIONES	\$13.005,26	\$13.005,26	\$13.005,26	\$12.714,26	\$12.714,26	\$16.426,96	\$12.714,26	\$12.714,26	\$12.714,26	\$12.714,26	\$12.714,26	\$16.426,96
TOTAL DE EROGACIONES ANUAL	\$160.869,52											

ANALISIS DE COSTO SALARIAL CUADRO III- ANEXO

SUELDO MENSUAL EMPLEADA ADMINISTRATIVA

ESPECIALIDAD	BASICO	PRESENTISMO	TOTAL	JUBILACION	LEY 19.042	OBRA SOCIAL	TOTAL	NETO A COBRAR
ADMINISTRATIVO	\$ 3.000,00	\$ 240,00	\$ 3.240,00	\$ 356,40	\$ 97,20	\$ 97,20	\$ 550,80	\$ 2.689,20
ADMINISTRATIVO	\$ 3.000,00	\$ 240,00	\$ 3.240,00	\$ 356,40	\$ 97,20	\$ 97,20	\$ 550,80	\$ 2.689,20
TOTAL								\$ 5.378,40

APORTES PATRONALES	\$ 3.240,00	
ASIGNACIONES FAMILIARES	4,44%	\$ 143,86
FONDO NACIONAL DESEMPLEO	0,89%	\$ 28,84
ANSAL	0,60%	\$ 194,40
JUBILACION	10,17%	\$ 329,51
LEY 19042	1,50%	\$ 48,60
OBRA SOCIAL	5,40%	\$ 174,96
ART FIJO	0,02%	\$ 0,60
ART VARIABLE	3%	\$ 97,20
SEGURO DE VIDA OBLIGATORIO	0,08%	\$ 2,47
TOTAL		\$ 1.020,43
TOTAL 2 EMPLEADOS		\$ 2.040,86

CALCULO DE AGUINALDO

ESPECIALIDAD	BASICO	PRESENTISMO	TOTAL	JUBILACION	LEY 19.042	OBRA SOCIAL	TOTAL	NETO A COBRAR
ADMINISTRATIVO	\$ 1.500,00	\$ 120,00	\$ 1.620,00	\$ 178,20	\$ 48,60	\$ 48,60	\$ 275,40	\$ 1.344,60
ADMINISTRATIVO	\$ 1.500,00	\$ 120,00	\$ 1.620,00	\$ 178,20	\$ 48,60	\$ 48,60	\$ 275,40	\$ 1.344,60
TOTAL								\$ 2.689,20

APORTES PATRONALES	\$ 1.620,00	
ASIGNACIONES FAMILIARES	4,44%	\$ 71,93
FONDO NACIONAL DESEMPLEO	0,89%	\$ 14,42
ANSAL	0,60%	\$ 97,20
JUBILACION	10,17%	\$ 164,75
LEY 19042	1,50%	\$ 24,30
OBRA SOCIAL	5,40%	\$ 87,48
ART FIJO	0,04%	\$ 0,60
ART VARIABLE	3%	\$ 48,60
SEGURO DE VIDA OBLIGATORIO	0,15%	\$ 2,47
TOTAL		\$ 511,75
TOTAL 2 EMPLEADOS		\$ 1.023,50

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS CUADRO IV- ANEXO

CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		INGRESOS			
SERVICIOS	\$309.519,00	\$335.008,80	\$355.946,85	\$391.541,54	\$422.864,86
		EGRESOS			
SUELDOS	\$69.919,20	\$69.919,20	\$69.919,20	\$69.919,20	\$69.919,20
CARGAS SOCIALES	\$26.537,32	\$13.268,66	\$13.268,66	\$13.268,66	\$13.268,66
EXPENSAS	\$3.600,00	\$3.600,00	\$3.600,00	\$3.600,00	\$3.600,00
LIMPIEZA	\$2.400,00	\$2.400,00	\$2.400,00	\$2.400,00	\$2.400,00
GAS	\$240,00	\$240,00	\$240,00	\$240,00	\$240,00
AGUA	\$660,00	\$660,00	\$660,00	\$660,00	\$660,00
TELEFONO	\$2.400,00	\$2.400,00	\$2.400,00	\$2.400,00	\$2.400,00
LUZ	\$2.400,00	\$1.050,00	\$1.050,00	\$1.050,00	\$1.050,00
INTERNET	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00
HONORARIOS PROFESIONALES	\$10.800,00	\$6.000,00	\$6.000,00	\$6.000,00	\$6.000,00
INSUMOS VARIOS	\$3.000,00	\$3.000,00	\$3.000,00	\$3.000,00	\$3.000,00
PUBLICIDAD	\$15.000,00	\$15.000,00	\$15.000,00	\$15.000,00	\$15.000,00
IMP. INGRESOS BRUTOS	\$9.033,00	\$10.387,95	\$10.207,29	\$10.921,80	\$11.249,45
IMP. AL VALOR AGREGADO	\$12.000,00	\$13.800,00	\$13.560,00	\$14.509,20	\$14.944,48
IMP. MUNICIPALIDAD	\$1.740,00	\$2.001,00	\$1.966,20	\$2.103,83	\$2.166,95
DEPRECIACION BIENES DE USO	\$7.494,00	\$7.494,00	\$7.494,00	\$7.161,00	\$7.161,00
TOTAL EROGACIONES	\$168.363,52	\$152.420,81	\$151.965,35	\$153.433,69	\$154.259,74
DIFERENCIA INGRESOS-EGRESOS	\$141.155,48	\$182.587,99	\$203.981,50	\$238.107,84	\$268.605,12
IMPUESTO A LAS GANANCIAS	\$49.404,42	\$63.905,80	\$71.393,53	\$83.337,74	\$94.011,79
RESULTADO NETO	\$91.751,06	\$118.682,19	\$132.587,98	\$154.770,10	\$174.593,33

FLUJO DE FONDOS PROYECTADO CUADRO V- ANEXO

CUENTAS	0	1	2	3	4	5
INGRESOS POR SERVICIO		\$309.519,00	\$335.008,80	\$355.946,85	\$391.541,54	\$422.864,86
COSTO DE OPERACION ANUAL		(\$160.869,52)	(\$144.926,81)	(\$144.471,35)	(\$146.272,69)	(\$147.098,74)
DEPRECIACION BIENES DE USO		(\$7.494,00)	(\$7.494,00)	(\$7.494,00)	(\$7.161,00)	(\$7.161,00)
VALOR LIBRO						
UTILIDAD		\$141.155,48	\$182.587,99	\$203.981,50	\$238.107,84	\$268.605,12
IMPUESTO A LAS GANANCIAS (35%)		\$49.404,42	\$63.905,80	\$71.393,53	\$83.337,74	\$94.011,79
UTILIDAD NETA		\$91.751,06	\$118.682,19	\$132.587,98	\$154.770,10	\$174.593,33
DEPRECIACION BIENES DE USO		\$7.494,00	\$7.494,00	\$7.494,00	\$7.161,00	\$7.161,00
INVERSIONES		(\$355.644,00)				
INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO						
RECUPERO						
VALOR RESIDUAL ACTIVO FIJO						
INVERSION DE REEMPLAZO						
FLUJO	\$355.644,00	\$99.245,06	\$126.176,19	\$140.081,98	\$161.931,10	\$181.754,33

VAN	\$ 158.111,03
TIR	25,26%
PERIODO DE RECUPERO	2 AÑOS, 11 MESES Y 5 DIAS
PERIODO DE RECUPERO DESCONTADO	2 AÑOS, 11 MESES Y 5 DIAS
INDICE DE RENTABILIDAD	1,99%

FLUJO DE FONDOS PROYECTADO ESCENARIO PESIMISTA (-10%) CUADRO VI- ANEXO

CUENTAS	0	1	2	3	4	5
INGRESOS POR SERVICIO		\$ 278.567,10	\$ 301.507,92	\$ 320.352,17	\$ 352.387,38	\$ 380.578,37
COSTO DE OPERACION ANUAL		\$ -160.869,52	\$ -144.926,81	\$ -144.471,35	\$ -146.272,69	\$ -147.098,74
DEPRECIACION BIENES DE USO		\$ -7.494,00	\$ -7.494,00	\$ -7.494,00	\$ -7.161,00	\$ -7.161,00
VALOR LIBRO						
UTILIDAD		\$ 110.203,58	\$ 149.087,11	\$ 168.386,82	\$ 198.953,69	\$ 226.318,63
IMPUESTO A LAS GANANCIAS (35%)		\$ 38.571,25	\$ 52.180,49	\$ 58.935,39	\$ 69.633,79	\$ 79.211,52
UTILIDAD NETA		\$ 71.632,33	\$ 96.906,62	\$ 109.451,43	\$ 129.319,90	\$ 147.107,11
DEPRECIACION BIENES DE USO		\$ 7.494,00	\$ 7.494,00	\$ 7.494,00	\$ 7.161,00	\$ 7.161,00
INVERSIONES	\$ -355.644,00					
INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO						
RECUPERO						
VALOR RESIDUAL ACTIVO FIJO						
INVERSION DE REEMPLAZO						
FLUJO	\$ -355.644,00	\$ 79.126,33	\$ 104.400,62	\$ 116.945,43	\$ 136.480,90	\$ 154.268,11

VAN	\$	71.515,59
TIR		17,48%
PERIODO DE RECUPERO	3 AÑOS, 4 MESES Y 24 DIAS	
PERIODO DE RECUPERO DESCONTADO	3 AÑOS, 4 MESES Y 24 DIAS	
INDICE DE RENTABILIDAD		1,666%

FLUJO DE FONDOS PROYECTADO ESCENARIO OPTIMISTA (+10%) CUADRO VII- ANEXO

CUENTAS	0	1	2	3	4	5
INGRESOS POR SERVICIO		\$ 340.470,90	\$ 368.509,68	\$ 391.541,54	\$ 430.695,69	\$ 465.151,34
COSTO DE OPERACION ANUAL		\$ -160.869,52	\$ -142.925,81	\$ -142.505,15	\$ -144.168,86	\$ -144.931,79
DEPRECIACION BIENES DE USO		\$ -7.494,00	\$ -7.494,00	\$ -7.494,00	\$ -7.161,00	\$ -7.161,00
VALOR LIBRO						
UTILIDAD		\$ 172.107,38	\$ 218.089,87	\$ 241.542,39	\$ 279.365,83	\$ 313.058,55
IMPUESTO A LAS GANANCIAS (35%)		\$ 60.237,58	\$ 76.331,45	\$ 84.539,83	\$ 97.778,04	\$ 109.570,49
UTILIDAD NETA		\$ 111.869,80	\$ 141.758,42	\$ 157.002,55	\$ 181.587,79	\$ 203.488,06
DEPRECIACION BIENES DE USO		\$ 7.494,00	\$ 7.494,00	\$ 7.494,00	\$ 7.161,00	\$ 7.161,00
INVERSIONES	\$ -355.644,00					
INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO						
RECUPERO						
VALOR RESIDUAL ACTIVO FIJO						
INVERSION DE REEMPLAZO						
FLUJO	\$ -355.644,00	\$ 119.363,80	\$ 149.252,42	\$ 164.496,55	\$ 188.748,79	\$ 210.649,06

VAN	\$	248.473,63
TIR		32,91%
PERIODO DE RECUPERO	2 AÑOS, 6 MESES Y 11 DIAS	
PERIODO DE RECUPERO DESCONTADO	2 AÑOS, 6 MESES Y 11 DIAS	
INDICE DE RENTABILIDAD		2,34%