

# UNIVERSIDAD EMPRESARIAL SIGLO 21

## CONTADOR PÚBLICO



*Formulación y evaluación de proyecto para la puesta en marcha de un estudio de grabación y salas de ensayo en la ciudad de Córdoba.*

**Barreneche, Estefanía**

**Año 2016**

## Índice

RESUMEN.....	5
ABSTRACT .....	5
INTRODUCCIÓN.....	6
JUSTIFICACIÓN Y ANTECEDENTES GENERALES .....	9
OBJETIVOS DEL TRABAJO FINAL DE GRADO.....	14
ObjetivoGeneral .....	14
Objetivos Específicos.....	14
MARCO TEÓRICO .....	15
Proyecto como ciclo .....	16
Estudio de Mercado .....	18
Estudio Técnico.....	19
Estudio Administrativo.....	20
Estudio Legal .....	21
Estudio financiero.....	23
METODOLOGÍA.....	31
DESARROLLO .....	34
Descripción de la Empresa.....	34
Surgimiento de la idea .....	34
Visión.....	35
Misión .....	35
Objetivos.....	35
Infraestructura .....	35
Principales clientes .....	36
Principales proveedores .....	36
Consideraciones legales e impositivas .....	36
Organización de la empresa .....	37
Análisis de viabilidad comercial.....	38
Mercado Competidor .....	38

Mercado Consumidor.....	41
Análisis de viabilidad técnica.....	57
Mercado Proveedor .....	57
Localización.....	59
Ingeniería.....	60
Análisis de viabilidad administrativa .....	65
Personal .....	65
Equipos y mobiliario.....	69
Servicios.....	70
Análisis de viabilidad legal.....	72
Normativa que impulsa a la industria musical .....	72
Normativa legal que impulsa a las pymes .....	73
Normativa legal para las empresas en general .....	73
Análisis de viabilidad financiera.....	75
Inversiones antes de la puesta en marcha.....	75
Beneficios del proyecto.....	76
Egresos del proyecto .....	83
Flujo de caja proyectado.....	85
Análisis de sensibilidad.....	87
Criterios de valuación de proyectos. ....	89
CONCLUSIONES .....	101
BIBLIOGRAFÍA.....	104
ANEXOS.....	106
Anexo n° 1: Bandas que integraron escenario Hangar Rock en las ediciones 2012/3/5/6 del Cosquín Rock .....	106
Anexo n° 2: Formulario de encuestas a potenciales clientes de Sala de Ensayo y Estudio de grabación.....	107
Anexo n° 3: Base de datos de encuestas a potenciales clientes de Sala de Ensayo y Estudio de grabación.....	111
Anexo n° 4: Guion de entrevista con Ingeniero de música .....	113

Anexo n° 5: Presupuesto Pro audio.....	115
Anexo n° 6: Presupuesto Musicor .....	116
Anexo n° 7: Presupuesto Músicos de Raza.....	118
Anexo n° 8: Presupuesto Altos Músicos .....	119
Anexo n° 9: Tabla comparativa de proveedor según precios de instrumentos, equipos y accesorios.....	120
Anexo n° 10: Población total. Departamento Capital. Prov. Córdoba. 2010.....	121
Anexo n° 11: Modelos de Recibos de Sueldo.....	122
Anexo n° 12: Organismos nacionales de regulación, promoción y/o control de la industria musical en Argentina.....	126
Anexo n° 13: Tabla de depreciación anual .....	128
Anexo n° 14: Calendario de reinversión de equipamiento. ....	129
Anexo n° 15: Cálculo del valor de desecho. ....	130

## **RESUMEN**

El presente Trabajo consiste en la formulación y evaluación de un Proyecto de Inversión para la puesta en marcha de un estudio de grabación y sala de ensayos, en la localidad de Córdoba Capital, en el año 2016.

Se espera que a partir del mismo se logren reducir los márgenes de incertidumbre de las personas interesadas en invertir sus recursos económicos -y tiempo de desempeño profesional- en esta iniciativa.

Para llevar adelante la formulación del proyecto se efectuaron estudios de factibilidad comercial, técnica, legal, y administrativa. Su posterior evaluación se llevó a cabo mediante un análisis financiero donde se recuperaron los antecedentes recolectados en los estudios anteriores y se evaluó mediante la aplicación de diferentes indicadores (*VAN, TIR, Período de recupero*) la conveniencia y los riesgos de emprender el proyecto. En este sentido, el presente trabajo remarca tanto aquellos aspectos que favorecen al proyecto, como aquellos que repercuten negativamente al mismo.

## **ABSTRACT**

The present work aims to the formulation and assessment of an investment project to launch a recording studio and a rehearsal room in the city of Cordoba during this year.

It is expected that this project will manage to reduce the level of uncertainty for people interested in investing their economic resources and professional performance in this initiative.

Commercial, technical, legal and financial feasibility studies were made in order to carry out the formulation of the project. Its further evaluation was achieved through a financial analysis from which data of previous studies was collected and by which the benefits and risks of undertaking the project were evaluated through different indicators, such as NPV, IRR and recovery period. In this respect, this work highlights both the aspects that serve the purposes of the project as wells as the ones which affect it negatively.

# INTRODUCCIÓN

La formulación y evaluación de proyecto es una herramienta financiera que se utiliza para disminuir la incertidumbre que enfrentan aquellas personas que están considerando invertir recursos económicos a una determinada iniciativa. Como así lo indica su nombre está compuesta por dos etapas, la primera es la formulación del proyecto y consiste en recolectar antecedentes a través de los estudios de mercado, técnico, administrativo, legal y financiero que nos permitan determinar las inversiones necesarias para la puesta en marcha, los ingresos esperados y los costos de operación. La segunda etapa es desarrollada con un estudio financiero. La misma consiste en la sistematización de la información recolectada mediante la construcción de un flujo de caja, para luego realizar su proyección y evaluación a través de indicadores financieros. El resultado de dicha evaluación permitirá al o los inversionistas interesados valerse de mayores elementos de juicio para llevar a cabo o no el proyecto en cuestión.

En el presente trabajo final de grado se realizara la formulación y evaluación de la puesta en marcha de salas de ensayo y estudio de grabación en la ciudad de Córdoba en el año 2016. Los inversionistas<sup>1</sup> interesados son músicos amateurs, que habiendo acondicionando una sala de ensayo y sala de grabación para un proyecto musical propio, se preguntan si sería rentable extender los servicios y la disposición del espacio a otras bandas/músicos, aprovechando las instalaciones con las que cuentan. Dichos inversionistas buscan una actividad que además de ser de mutuo interés, les permita obtener ganancias y desenvolverse laboralmente.

Mediante la formulación y evaluación de dicho proyecto se pretende brindar a las personas interesadas mayores elementos de juicio que faciliten la decisión de emprenderlo o desestimarlos.

Con el fin de lograr una exposición clara del trabajo realizado, a continuación se detallará la estructura del mismo. El trabajo se divide en tres partes a saber, Introducción, Desarrollo y Conclusiones.

La primera parte está compuesta, además de la presente introducción general al Trabajo Final de Grado, por los siguientes apartados:

*Justificación y antecedentes generales:* Allí se presenta un panorama de la industria musical, dando cuenta del aumento en la producción nivel mundial, como a nivel nacional, provincial y local, a partir de estudios especializados.

---

<sup>1</sup>Cuyas identidades preservaremos.

*Objetivos del Trabajo Final de Grado.* Se plasman los objetivos que orientan el presente trabajo, constituidos por un objetivo general y seis objetivos específicos.

*Marco teórico.* En dicho apartado se desarrollan los conceptos centrales que han guiado el desarrollo del trabajo, a partir de los autores Nassir y Reinaldo SapagChain y Gabriel Bacca Urbina, especialistas en Proyectos de Inversión.

*Metodología:* En el último apartado del capítulo introductorio se desarrollan las estrategias metodológicas utilizadas para llevar a cabo el trabajo.

En lo que respecta a la segunda parte, el Desarrollo se subdivide en función de los objetivos planteados para el presente proyecto en los siguientes apartados:

*Descripción de la Empresa.* En el mismo se presenta cómo surge la idea de la empresa; cuál es la visión, la misión y los objetivos de la misma; se describe la infraestructura de la empresa. También se presentan los principales clientes y principales proveedores; las consideraciones legales e impositivas correspondientes y la propuesta de organización de la empresa a crear. Cada uno de estos puntos será retomado y desarrollado más detenidamente en los distintos estudios de viabilidad que conforman el capítulo en cuestión.

*Análisis de viabilidad comercial.* Aborda en profundidad la composición del mercado competidor y caracteriza el mercado consumidor.

*Análisis de viabilidad técnica.* Dicho estudio contempla: la descripción del mercado proveedor; la localización del proyecto; así como también la ingeniería necesaria para acondicionar el inmueble conforme a los requisitos de la empresa.

*Análisis de viabilidad administrativa.* Desarrolla en primer lugar la organización del personal. Otro aspecto contemplado refiere al equipamiento mobiliario administrativo. Finalmente se desarrollarán los servicios que completan los costos administrativos.

*Análisis de viabilidad legal.* Profundiza en el conjunto de normativas a tener en cuenta en la conformación de la empresa.

*Análisis de viabilidad financiera.* Resume en términos monetario la información presentada a lo largo de todo el capítulo, y evalúa el proyecto mediante indicadores financieros.

Finalmente, el capítulo Conclusiones recupera la información presentada, evaluando la rentabilidad del proyecto y exponiendo recomendaciones profesionales a los inversionistas. Se espera con el presente trabajo, además de aportar al campo profesional, contribuir a la toma de una decisión de inversión fundada en las vastas

herramientas que se ha puesto a disposición de las personas involucradas en el proyecto.



## JUSTIFICACIÓN Y ANTECEDENTES GENERALES

Siguiendo la bibliografía especializada en la materia (DEL AGUILA, M. 2015; CHECA, M. A.2015; ISELLA, F. 2015, RIVATA, G. 2014) el avance tecnológico de los últimos tiempos ha transformado todos los aspectos de nuestras vidas. En la industria musical ese cambio no fue menor: las redes sociales, las páginas web, las plataformas de financiamiento colectivos, entre otros, lograron modificar la formas tradicionales de producción, distribución, promoción y comercialización de trabajos musicales. La existencia y el uso intensivo de estas nuevas herramientas favorecen a la industria por diferentes motivos. En términos generales, dinamiza el mercado cultural ya que se tiene acceso a movimientos, géneros y tendencias musicales de todo el mundo.

Por otra parte, la existencia de estas nuevas herramientas provocaron cambios en los actores más importantes en la industria musical: el artista y el público. En lo que al músico respecta, el avance tecnológico le dio la posibilidad de auto-gestionarse en todos los aspectos de la cadena productiva. Agilizó procesos y abarató costos de producción, promoción, distribución, y comercialización que más fácilmente pueden ahora canalizar los artistas. En sintonía con las transformaciones, en el ámbito de la difusión de los materiales musicales, la era digital ha transformado el concepto de público. Es decir, en oposición al característico *mainstream* (consumo mayoritario), se diversifican los públicos consumidores. Esta, va acompañada de un cambio en las formas de interacción público-artista. Tal como dice Mariano del Águila ;mientras que antes el público solo era un oyente o espectador, hoy asume un rol mucho más activo: escucha, valoriza y difunde los trabajos musicales a través de sus redes sociales. La audiencia incluso asume criterios de curación y/o programación o incluso participa en el financiamiento de los proyectos a partir de las plataformas de *crowdfunding* (o financiamiento masivo/participativo) (AGUILA, M. 2015: s/n°).

Las nuevas herramientas y el cambio que provocaron en los actores, facilitan el surgimiento de nuevos artistas, bandas o grupos musicales ya que tienen la posibilidad de difundir su trabajo de manera masiva a bajo costo. Esto hace que muchas bandas y músicos amateur se animen a ver en la música una posible fuente de ingresos y no solo un pasatiempo. Muchas de las bandas del momento surgieron gracias al impacto que sus videos caseros provocaron en las redes sociales. Se reemplazan así los canales de distribución, promoción y comercialización tradicionales.

*“Durante mucho tiempo la música grabada “era tangible” (se constituía en su soporte físico), ya sea a través de vinilos, casetes y, finalmente, CD. En la actualidad la música es principalmente “accesible”, “acumulable” y*

*“distribuible”. A granel. Todo el tiempo. En cualquier lugar”. (DEL AGUILA, M. 2015: s/n°).*

Dada las transformaciones en el mundo de la música, algunos autores prefieren hablar de “escena” por sobre el concepto de “industria musical” por su impronta social, la pluralidad de actores que la componen y para poner el acento en los cambios descritos, donde la tecnología acerca a músicos y consumidores, salteando el peso de las grandes discográficas (que le otorgan el lado *industrial* de la producción artística). En este sentido, bajo la noción de escena se agrupan un conjunto de, en términos de Checa, *“bandas, sellos, medios, público [que] afirman la existencia del núcleo social que los vincula, fundamentado (en este específico caso) en un consumo musical diferenciado estilísticamente.”*(CHECA, M. A.2015: s/n°)

Argentina no es ajena a este cambio que provocó la tecnología en la escena musical. En términos de Checa, *“es en este último período donde los artistas independientes del país se han percatado de la riqueza del trabajo colaborativo y han empezado a nuclearse alrededor de sellos musicales que elevan la independencia y la autogestión como premisas fundamentales”* (CHECA, A. 2015: s/n°). En parte, estas transformaciones fueron reforzadas con la implementación de la Ley N° 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, que establece porcentajes de emisión mínima en la programación radial de música de origen nacional, de un 30%; y de música producida en forma independiente, de un 50% (LEY 26522, artículo 65)<sup>2</sup>.

Estos dos aspectos (trabajo colaborativo y ley de medios) hicieron eco en la ciudad de Córdoba. Dicha ciudad es sede de numerosas universidades públicas y privadas, motivo por el cual allí residen jóvenes de distintas ciudades del país e incluso de países vecinos. En este sentido, dado su histórico atractivo como polo de educación superior, la cantidad de habitantes de entre 20 y 24 años es la más numerosa, seguido del grupo etario “25-29”<sup>3</sup>. Según la encuesta de consumos culturales y entorno digital (SInCA 2013<sup>a</sup>: 36), es precisamente el grupo constituido por jóvenes de entre 18 y 29 años, los que en mayor proporción ejecutan un instrumento (alrededor del 27%)<sup>4</sup>. En dicha encuesta se revela que esta mayor predisposición se observa también en términos geográficos, siendo las provincias de la región centro,

---

<sup>2</sup> Véase en *Desarrollo*, apartado “Análisis de viabilidad legal”, el subapartado titulado “Normativa que impulsa a la industria musical”

<sup>3</sup> Para mayor detalle de la información estadística, véase Anexo n° 10: Población total. Departamento Capital. Prov. Córdoba. 2010

<sup>4</sup> “Los jóvenes, sobre todo hasta los 29 años, tocan algún instrumento musical en mucha más proporción que los mayores, sobre todo de los de 65 y más”. (SInCA 2013<sup>a</sup>: 36).

entre ellas Córdoba, las que tienen mayor porcentaje de población que ejecuta algún instrumento. (SInCA 2013<sup>a</sup>: 36)

En este sentido, dicha ciudad es actualmente uno de los grandes centros de atracción para músicos y bandas nacionales que conforman el circuito musical emergente. Este proceso se fue consolidando en la medida en la que un conjunto de sellos independientes, siguiendo a Checa, *“se abren paso como interlocutores válidos de creaciones culturales que competen al colectivo de consumo alternativo”*(CHECA, M. A. 2015: s/n°). Ejemplo de ello son Lo-Fi, Discos del Bosque y Ringo Discos. Así el sistema de cooperación entre bandas nucleadas por sellos independientes ha logrado fructíferos resultados en la capital y alrededores. Por ejemplo, mediante el sello Ringo Discos (que reúne a un conjunto considerable de bandas emergentes de toda Córdoba, e incluso de otras partes de Argentina), se han facilitado los lazos para la organización de fechas y shows en conjunto; y en algunos casos posibilitando la inclusión de temas propios en compilados de otros sellos (RIVATA, G. 2014: 5).

Por otra parte, mediante la implementación de la Ley Nacional N° 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual en el territorio local, que exige un porcentaje de emisión local a las radios de la ciudad, ha crecido la cantidad de solistas y bandas cordobesas que graban discos de buena calidad para poder mostrar su trabajo y así lograr ocupar los nuevos espacios de difusión abiertos en la programación radial. En este sentido, en una entrevista dada en Septiembre de 2015, por uno de los socios dueño del estudio de grabación *440 Estudio*, el empresario consideraba que para el 2016 se espera un crecimiento de la actividad en estudios de audio de un 20%, conforme la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (Afsca) sostenga los controles en las emisoras (SAINT PHATL. 04/09/2015).

A estas particularidades de las formas en las que se concretaron las transformaciones de la producción musical y la normativa nacional en el territorio local en que se instalará el proyecto, conviene resaltar dos cuestiones que hacen de la provincia de Córdoba (y en consecuencia, de su ciudad capital) ventajosa para la nueva escena musical: la promoción de la producción discográfica local y la radicación de festivales de distintos géneros.

En relación al primer aspecto, a través del programa Disco es Cultura, la Agencia de Córdoba Cultura del Gobierno de la Provincia de Córdoba busca fomentar y difundir la producción musical de artistas locales e independientes a través de un ciclo de conciertos, en donde tienen la oportunidad de presentar su material discográfico. Para tales fines, se pone a disposición del/los artista/s de forma gratuita

salas de teatros, personal y elementos de sonidos e iluminación dejando el total de la recaudación del concierto de lanzamiento de su disco. Según información publicada en el portal de noticias cba24, por la difusión de la convocatoria para 2016, desde su lanzamiento en el 2010, dicho programa se ha afianzado proponiendo una grilla de más de 40 presentaciones anuales, en donde artistas cordobeses pudieron presentar su nuevo material en las salas oficiales de la Agencia (en la ciudad de Córdoba: Teatro Real, el Centro Cultural Córdoba y el Teatro Libertador) y salas privadas asociadas. A través de este ciclo se lanzaron 177 discos, en eventos que contaron con la presencia de más de 25.000 espectadores (CBA24 del 22/02/2016).

Respecto a la segunda ventaja mencionada en relación a los números y variados festivales de los que la provincia de Córdoba es anfitriona, es importante resaltar que durante estos eventos se asigna espacios y escenarios exclusivos para músicos locales emergentes. Dicha oportunidad se transforma en una ventana a diversos públicos que hacen de la locación cordobesa, un lugar privilegiado para desarrollarse musicalmente<sup>5</sup>.

En síntesis, en términos de desarrollo a nivel global, según Fer Isella *“estamos viviendo el mejor momento de la industria musical [...] gracias a la tecnología, nunca antes en la historia de la música hubo tanta producción global, ni tanta distribución, acceso y consumo masivos.”* (ISELLA, F. 2015: s/n°).

Sin embargo, se presenta un desafío que no se ha podido saldar y es la profesionalización de la carrera del músico y de las bandas. A la hora de difundir su trabajo, a pesar del impulso normativo y de contar con nuevos canales como pueden ser las redes sociales y plataformas digitales; tanto bandas como sellos independientes deben aun mejorar su acceso a los medios de comunicación tradicionales, los cuales garantizan mayor popularidad. (CHECA, A. 2015)

En este marco, se considera favorablemente el aporte y acompañamiento que se pueden hacer desde salas de ensayo y grabación equipadas de manera tal que garanticen calidad en sonido; y de esta forma logren canalicen la parte técnica del multifacético nuevo rol de los artistas.

Tal como pudimos reconstruir a partir de los antecedentes citados, están dadas las condiciones contextuales (cambios en la industria musical, fomento del estado

---

<sup>5</sup>Sólo por mencionar un ejemplo, el festival de rock que se realiza durante febrero desde el año 2001, Cosquín Rock, brindó desde 2012 hasta su última edición (con excepción del año 2014) un escenario denominado Hangar Rock de Córdoba, que agrupa a nuevas –y no tan nuevas– bandas locales. Véase Anexo 1: Bandas que integraron escenario Hangar Rock en las ediciones 2012/3/5/6 del Cosquín Rock.

nacional y provincial, composición demográfica de la ciudad de Córdoba) a favor de un aumento de la producción musical que, según expertos, puede alcanzar un 20% respecto al periodo 2015. La decisión de los inversionistas de expandir los servicios de ensayo y grabación en el marco de un contexto ventajoso de la industria justifica un estudio más acabado para evaluar la conveniencia económica de dicha iniciativa.

# OBJETIVOS DEL TRABAJO FINAL DE GRADO

## Objetivo General

Formular y evaluar un proyecto de inversión para la puesta en marcha de un estudio de grabación y salas de ensayo en la ciudad de Córdoba en el 2016.

## Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de la competencia y de los potenciales consumidores a fin de estimar la demanda.
- Determinar los requerimientos técnicos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.
- Evaluar el mercado proveedor a fin de cuantificar los requerimientos técnicos mediante la alternativa más conveniente.
- Determinar los costos organizacionales que se desprenden de la estructura diseñada para el funcionamiento de las salas y el estudio de grabación.
- Evaluar el marco legal dentro del cual se desarrollará el proyecto.
- Realizar un análisis financiero mediante la aplicación de diferentes indicadores para determinar así conveniencia de la puesta en marcha del proyecto.

## MARCO TEÓRICO

Para el desarrollo del presente trabajo final de grado se utilizarán los conceptos y métodos desarrollados por autores especialistas en la materia, ellos son: Nassir y Reinaldo Sapag Chain y Gabriel Bacca Urbina.

Como primera medida se plasma lo que los autores entienden como “proyecto”. Gabriel Bacca Urbina, en su libro *Evaluación de proyectos*, define al proyecto como “*la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre tantos, una necesidad humana.*” (BACCA URBINA, G. 95: 2). Siguiendo el planteo del autor, su evaluación tiene como objetivo conocer su rentabilidad económica.

Por su parte los autores Nassir y Reinaldo Sapag Chain amplían dicho concepto agregando también que el surgimiento de un proyecto debe pensarse como una manera de aprovechar una oportunidad de negocio (SAPAG CHAIN, N. y SAPAG CHAIN, R. 2007).

De las definiciones antes expuestas, la que mejor se adecua al presente trabajo es aquella que complementa a la noción de proyecto como oportunidad de negocio. A partir de dicha definición, se tomarán las herramientas desarrolladas por los autores para la recolección y organización de información y antecedentes justificatorios mediante los cuales se establezca la conveniencia o no de destinar recursos económicos a una iniciativa planteada por las personas interesadas en realizar la inversión.

Existen diferentes tipos de proyectos, que los autores categorizan de acuerdo al objetivo o finalidad del estudio, la finalidad de la inversión, o en función de sus fuentes de financiamiento. Acorde al objetivo o la finalidad del estudio, es decir, según lo que se espera medir con la evaluación, es posible identificar tres tipos de proyectos que obligan a conocer tres flujos de cajas para lograr el resultado deseado. Estas son:

- a) Estudios para medir la rentabilidad del proyecto, es decir, el 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 objetivo de la inversión, es decir, el objetivo de la asignación de recursos, es posible distinguir entre proyectos que buscan crear nuevos negocios o empresas y proyectos que buscan evaluar un cambio, mejora o modernización de una empresa ya existente. En el primer caso, la evaluación se concentrará en determinar todos los costos y beneficios asociados directamente con la inversión. En el segundo, sólo considerará aquellos que son relevantes para la decisión que se deberá tomar.

De la misma manera, cada uno de los casos anteriores también se puede clasificar en función de su fuente de financiamiento, distinguiéndose entre aquellos financiados con leasing, los financiados por endeudamiento con el sistema financiero o con proveedores, los financiados con recursos propios y los financiados con una combinación de estas fuentes.

El proyecto objeto de examen encuadra dentro del tipo creación de una nueva empresa; y su evaluación busca medir la rentabilidad del total de la inversión (independientemente de donde provengan los fondos).

## **Proyecto como ciclo**

De acuerdo a lo desarrollado por los autores Nassir y Reinaldo Sapag Chain, el estudio de un proyecto se puede ver como un proceso cíclico que reconoce 4 grandes etapas: idea, pre inversión, inversión y operación.

La etapa de la idea que, como se dijo anteriormente, puede surgir de una oportunidad de negocio o como la búsqueda de solución a algún problema.

La etapa de la pre inversión se realizan los tres estudios de viabilidad: perfil, pre factibilidad y factibilidad. En el estudio de perfil se realizan estimaciones muy globales de las inversiones, costos y beneficios. Lo que se busca en esta instancia es determinar si existe alguna variable que impida el desarrollo del proyecto antes de asumir los costos de un estudio más profundo. El estudio de pre-factibilidad se basa en información de fuentes secundarias para realizar estimaciones más precisas de la inversión, costos e ingresos del proyecto que las determinadas en el estudio de perfil. En este estudio se descartan los proyectos con mayores elementos de juicio. Esta aproximación de las cifras hace recomendable la sensibilización de los resultados obtenidos, es decir, medir como cambia la rentabilidad ante modificaciones en el comportamiento de sus variables. Por último, el estudio de factibilidad se elabora sobre la base de antecedentes precisos obtenidos de fuentes primarias.



Sumado a los estudios de viabilidad, en la pre-inversión se llevan a cabo dos grandes etapas que merecen ser resaltadas por la importancia que revisten en el presente trabajo; ellas son: la formulación y preparación de proyecto, y la evaluación del proyecto.

1. FORMULACION Y PREPARACION DEL PROYECTO: Aquí se calculan las magnitudes de las inversiones, los costos y los beneficios. Cuenta a su vez con 2 sub-etapas:

a) Recopilar información que tenga algún grado de efecto en los flujos de ingresos y egresos. Dicha información se obtiene de estudios de mercado, estudios técnicos, estudio organizacional-administrativo y estudio legal.

b) Sistematizar en términos monetarios la información recopilada. Esta sistematización se hace a través de un estudio financiero que se traduce en la construcción de un flujo de caja proyectado, y que servirá de base para la evaluación del proyecto. Como se explicó anteriormente existen tres flujos de cajas dependiendo de lo que se busque medir: Flujo de caja para medir la rentabilidad de la inversión, flujo de caja para medir la rentabilidad del inversionista y por último un flujo de caja para medir la capacidad de pago del proyecto frente a eventuales endeudamientos.

2. EVALUACION DEL PROYECTO: Busca determinar la rentabilidad del proyecto a partir de estimaciones de lo que se espera sean en el futuro los costos y beneficios. En esta etapa también es posible distinguir tres sub-etapas:

a) Medición de rentabilidad del proyecto: Se hace sobre la base de un flujo de caja que se proyecta, a su vez, sobre la base de una serie de supuestos.

b) El análisis de variables cualitativas: Complementa la evaluación realizada con todos aquellos elementos no cuantificables que podrían incidir en la decisión de realizar o no el proyecto.

c) La sensibilidad: sensibiliza aquellos aspectos que podrían, al tener mayores posibilidades de un comportamiento diferente al previsto, determinar cambios importantes en la rentabilidad calculada.

Sapag Chain N y Sapag Chain R entienden a la preparación y la evaluación de proyectos como una técnica que busca recopilar, crear y analizar antecedentes justificatorios que permitan juzgar las ventajas y desventajas de asignar de recursos a una determinada iniciativa (SAPAG CHAIN, N. y SAPAG CHAIN, R. 2007). Si bien dicha técnica no debe ser tomada como decisional, ayuda a reducir la incertidumbre inicial respecto a la conveniencia o no de llevar a cabo una inversión.

Ambas etapas, se componen de los cinco estudios que a continuación se abordaran en detalle, a saber, estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional-administrativo, estudio legal y estudio financiero.

## Estudio de Mercado

El objetivo del estudio de mercado es:

*“reunir antecedentes para determinar su influencia en el flujo de caja del proyecto, cada actividad del mismo deberá justificarse por proveer de información para calcular algún ítem de inversión, costo de operación o de ingreso”. (SAPAG CHAIN, N Y SAPAG CHAIN, R. 2007: 68).*

Para cumplir con dicho propósito, es importante resaltar que la investigación de mercado tiene una aplicación muy amplia. Es decir, no refiere únicamente a la demanda potencial del producto o servicio, como suele pensarse, sino que abarca otros cuatro mercados tan importantes como el consumidor, ellos son: mercado proveedor, mercado competidor, mercado distribuidor y mercado externo.

El cuadro a continuación resume las principales características de cada uno de los mercados<sup>6</sup> y su abordaje para el presente proyecto:

**Mercado consumidor:** La complejidad del consumidor hace que se tornen imprescindibles varios estudios específicos sobre él, ya que así podrán definirse diversos efectos sobre la composición del flujo de caja del proyecto. Los hábitos y las motivaciones de consumo serán determinantes al definir tanto al consumidor real (el que toma las decisiones de compra) como la estrategia comercial que deberá diseñarse para enfrentarlo en su papel de consumidor. En el presente trabajo se abordará el mercado consumidor y su demanda desde un punto diferente del que lo hacen Nassir Sapag Chain y Reinaldo Sapag Chain. Los autores citados para determinar los ingresos del proyecto, realizan un estudio y una proyección de la demanda de los consumidores la cual depende

---

<sup>6</sup> Por las características del servicio del proyecto, no se abordará el mercado distribuidor.

de aspectos tan subjetivos como ser: gustos, preferencias, presupuesto, prestigio de la marca o institución, etc. Esto no significa que el estudio del consumidor sea un imposible, pero requiere conocimientos en materia de marketing y este no es el fin del presente trabajo. Aquí se trabajarán ciertas preferencias de consumos, las cuales se revelarán mediante una encuesta a potenciales consumidores.

***Mercado proveedor:*** Deben estudiarse todas las alternativas de obtención de materiales, equipos, costos, condiciones de compra, durabilidad, demora en la recepción. Muchos proyectos tienen una dependencia extrema con este mercado. El precio es fundamental en la definición de los costos y la inversión de capital de trabajo, es por ello que su estudio debe considerar su concepto amplio que abarca: condiciones de pago, políticas de crédito, políticas de descuentos, etc. Para mayor claridad en el presente trabajo se describirá el mercado proveedor en el apartado “Estudio técnico”.

***Mercado competidor:*** Es importante conocer su estrategia comercial; los antecedentes que se conozcan de ella se utilizarán en la definición de la propia estrategia comercial. Se debe analizar los precios de venta; las condiciones, plazos y costos de los créditos; los descuentos por volúmenes y pronto pago; promociones publicidad, canales de distribución, etc. Tener en cuenta que además de la competencia directa (empresas que ofrecen los mismos productos o servicios) se consideran otras formas de competencia (como por ejemplo para el caso de los servicios que se proponen ofrecer, pueden ser competencias parciales, al ofrecer uno sólo de ellos).

***Mercado externo:*** Se refiere a la posibilidad de considerar no solo al mercado local en cuanto a proveedores, competidores, distribuidores, y consumidores sino también al mercado externo. Puede ser estudiado separadamente o inserto en los estudios anteriores. Aquí se abordarán complementando en cada uno de los estudios ya mencionados.

## **Estudio Técnico**

El objetivo del estudio técnico es, en términos de los autores trabajados:

*“llegar a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado. De la selección de la función óptima se derivarán las*

*necesidades de equipos y maquinarias que, junto con la información relacionada con el proceso de producción, permitirá cuantificar el costo de operación". (SAPAG CHAIN, N Y SAPAG CHAIN, R. 2007: 172).*

Al tratarse de un proyecto que ofrece servicios, y principalmente por el tipo de servicios que ofrece, el estudio técnico adquiere importancia, no para la determinación de la función óptima y el proceso de producción, sino para determinar los requerimientos de equipos, materiales, insumos, y en mano de obra física para el acondicionamiento del inmueble. Para cada uno de estos ítems es de ayuda elaborar balances donde se detallen los conceptos, la cantidad, el costo que conforman cada concepto.

Gabriel Bacca Urbina incluye en este estudio, los estudios organizacionales, administrativos y legales, pero para mayor claridad se considerarán como estudios independientes.

## **Estudio Administrativo**

En la mayoría de los proyectos, por sus características específicas y únicas, se debe definir una estructura organizacional que satisfaga los requerimientos planteados por este.

Para dicha estructura se deberán determinar las erogaciones necesarias asociadas con su diseño e implementación. Según los autores *"las estructuras se refieren a las relaciones relativamente fijas que existen entre los puestos de una organización. Y son el resultado del proceso de división de trabajo..."*(SAPAG CHAIN, N Y SAPAG CHAIN, R. 2007: 227).

En el diseño de la estructura organizacional del proyecto se debe caracterizar los puestos del personal administrativos, ejecutivo y de servicio a fin de poder estimar los costos de las remuneraciones administrativas.

- Las inversiones en la estructura organizacional, se refieren tanto a la infraestructura necesaria, como al equipamiento requerido. A diferencia del estudio técnico, las necesidades en infraestructura, hacen referencia a los costos del proceso "administrativo" y no productivo. Por tanto se considera mobiliario necesario a, por ejemplo, computadoras, sillas, escritorios, etc. En esta sección también se deberá tomar en cuenta, las amortizaciones de los muebles y equipos, que si bien no representan una efectiva salida de dinero son relevantes a los fines impositivos (este

aspecto se desarrollará con mayor detalle en el apartado de construcción de flujo de caja).

Otros costos que se derivan del estudio organizacional, son todos aquellos que se originan por servicios prestados por terceros, como pueden ser alquileres, gastos de mantenimiento, seguros, servicios (electricidad, teléfonos, Internet, etc.), impuestos, entre otros.

## **Estudio Legal**

En materia jurídica, es necesario conocer el marco legal en el cual se desenvolverá el proyecto: leyes, decretos, reglamentos, restricciones, etc. Al tratarse de un proyecto naciente, habrá que tener en cuenta la constitución legal de la empresa, y la forma societaria que tomará, de acuerdo a las conveniencias que cada una conlleva. Los aspectos económicos más significativos en materia legal, probablemente sean los tributarios, entre los cuales se pueden mencionar, impuestos a las ganancias, el IVA, ingresos brutos, cargas sociales, y previsionales, etc.

Dichos aspectos tributarios repercutirán de manera distinta, dependiendo principalmente de la forma constitutiva que adopte la empresa y los ingresos que sea capaz de generar.

La forma societaria que mejor se adecua al proyecto es Sociedad de responsabilidad limitada, donde los socios participan en la administración de la empresa y limitan su responsabilidad al capital por ellos aportados. Los costos de su constitución son: costos de escritura pública o del instrumento privado, la publicación de edictos, y tasa de constitución que exige el IPJ (inspección de personas jurídicas).

Como sociedad, esta alcanzada por impuestos nacionales, provinciales y municipales:

1. Impuestos Nacionales: Impuesto a la ganancia e impuesto al valor agregado.
2. Impuesto provincial: Ingresos brutos.
3. Impuestos Municipal: Comercio e industria.

A continuación se realiza una breve descripción de cada uno de ellos:

### *Impuesto a la ganancia:*

El artículo 1° de la ley establece que estarán sujetas a este régimen todas las ganancias obtenidas por personas de existencia visible o ideal. A los efectos de la

presente ley se entiende por ganancia a los rendimientos, rentas o enriquecimientos que cumplan tres condiciones:

- Existencia real o potencial de una fuente permanente.
- Periodicidad.
- Habilitación de dicha fuente productora.

Para el caso de las Sociedades de capital todos sus rendimientos estarán alcanzados; cumpla o no con las condiciones antes mencionadas y la alícuota a la que se encuentran gravados es del 35%.

#### Impuesto al valor agregado

Es un impuesto nacional que tiene como objeto gravar la venta de cosas muebles, la prestación de servicios y la importación de ambos. Las características más relevantes de dicho impuesto son:

- Rige por el método de lo devengado: Se debe ingresar independientemente que haya cobrado la venta o el servicio.
- Es un impuesto Mensual: Se presentan por mes vencido y dicho vencimiento depende de la terminación de CUIT del contribuyente (aproximadamente se da a mediados de mes).
- Al tratarse de un responsable inscripto cuando vende se genera un IVA debito fiscal y cuando se compra se genera un IVA crédito fiscal, la diferencia entre ambos me determinara a base imponible sobre la cual se aplica la alícuota que corresponda según la actividad.
- La alícuota general es del 21%, pero se evaluará en el estudio legal si corresponde encuadrar la actividad en los artículos referidos a las alícuota reducida, alícuota diferencial, o el artículo n° 7 referido a las exenciones.

#### Ingresos brutos:

Están alcanzadas por dicho impuestos los rendimientos obtenidos por el ejercicio habitual de una actividad realizada a título oneroso dentro de la provincia de Córdoba. Al igual que el IVA, se liquida a mes vencido, y el método que utiliza es por lo devengado. La alícuota a aplicar a la actividad estará estipulada en el art 17 de la ley impositiva anual 2015. La mayoría de las actividades están gravadas al 4%. Se evaluara en el apartado “Estudio legal” si corresponde o no la aplicación de una alícuota reducida.

## Estudio financiero

Tiene como objetivos ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan los estudios anteriores, elaborar cuadros analíticos para la evaluación del proyecto y evaluar antecedentes para determinar su rentabilidad. La sistematización consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos de los estudios previos, para su evaluación.

En el estudio financiero también se definen inversiones y beneficios que en estudios anteriores no se definieron ellos son: la inversión en capital de trabajo y el valor de desecho.

### ***Inversiones propias del estudio financiero: El capital de trabajo.***

Las inversiones se pueden clasificar en: inversiones antes de la puesta en marcha e inversiones durante la operación.

#### 1. Antes de la puesta en marcha se deberá invertir en:

- *Activos fijos:* se utilizarán en el proceso de transformación de insumos y servirán de apoyo a la operación normal del proyecto. Ellos son: Terrenos, obras físicas, equipamiento e infraestructura. La importancia de estos activos radica en que están sujetos a depreciación, lo cual afecta al resultado de la evaluación por su efecto en el cálculo de los impuestos. Este aspecto se desarrollará con mayor detalle en el apartado de construcción de flujo de caja.
- *Activos intangibles:* Son inversiones que se realizan sobre los activos constituidos por servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha. Ellos son: gastos de organización, patentes y licencias, gastos de puesta en marcha, capacitación, base de datos, sistemas de información pre operativos, etc. Al igual que los activos fijos estos activos están sujetos a amortización, lo cual afecta al flujo de caja por la disminución de la renta imponible.

La información necesaria para determinan tanto los activos fijos como los intangibles provienen de los estudios de mercado, técnico y organizacional.

- *Capital de trabajo:* en términos de los autores abordados, el capital de trabajo: *“constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinados [...] El capital de trabajo inicial constituirá una parte de las inversiones de largo*

*plazo, ya que forma parte del monto permanente de los activos corrientes necesarios para asegurar la operación del proyecto.”(SAPAG CHAIN, N Y SAPAG CHAIN, R. 2007. 262,263).*

2. Inversiones durante la operación: refiere a las reinversiones de remplazo o las inversiones para la ampliación. El calendario de inversión de reemplazo está definido en función de la vida útil de cada activo, la cual se puede determinar mediante diferentes criterios: la vida útil contable (plazo de depreciación), la vida útil técnica (número de horas de uso, unidades de producción, etc.), la vida útil comercial (por la imagen corporativa) y la vida útil económica (define el momento óptimo para hacer el reemplazo). La necesidad de efectuar un reemplazo se origina por: la capacidad insuficiente de equipos actuales, el aumento de los costos de mantenimiento o reparación, la disminución de la productividad por la detención para la reparación, o por la obsolescencia comparativa de la tecnología.

***Beneficios propios del estudio financiero: El valor de desecho.***

A continuación se presentaran un conjunto de beneficios que deberán incluirse en el flujo de caja para determinar su rentabilidad de la manera más precisa posible. Por ejemplo: si existe la posibilidad de venta de los activos que se reemplazaran, o la venta de subproductos o desechos ésta deberá incluirse en la construcción de flujo de caja. Por otra parte, puede suceder que en muchos proyectos no haya ingresos directos asociados con la inversión sino que el beneficio estén dados por el ahorro de costos que puedan observarse entre la situación base y la situación con proyecto. Un ahorro de costos más particular es el que puede obtenerse de cálculos tributarios por ejemplo: si se reemplaza un equipo totalmente depreciado por otro nuevo, la depreciación del segundo hace que disminuya la renta imponible y en consecuencia el impuesto a pagar. Todos estos beneficios constituyen recursos disponibles para enfrentar compromisos financieros del proyecto, sin embargo existen otros recursos que si bien no están disponibles para hacer frente a dicho compromisos deben tenerse en cuenta para medir la rentabilidad del proyecto, ellos son: el recupero de capital de trabajo y el valor de desecho del proyecto. El primero está constituido por *“un conjunto de recursos que, siendo absolutamente imprescindibles para el funcionamiento del proyecto- y por lo tanto no estar disponibles para otros fines – son parte del patrimonio del inversionista y por ello tienen el carácter de recuperable”*(SAPAG CHAIN, N Y SAPAG CHAIN, R. 2007: 276).

Lo mismo ocurre con el valor de desecho del proyecto. Al evaluar la inversión, normalmente la proyección se hace por un tiempo menor a la vida útil del proyecto.



Por ello al término del periodo de valuación deberá estimarse el valor del activo en ese momento (ya sea suponiendo la venta, considerando el valor contable o estimando los beneficios futuros que podría generar desde el término del periodo de valuación hasta el fin de la vida útil). Existen tres métodos para el cálculo del valor de desecho, los primeros dos valoran los activos y el tercero valora la capacidad futura de generación de recursos.

1. *Método contable:* El valor de desecho está dado por la sumatoria de los valores contables de los activos. Los valores contables son los que a esa fecha no se han depreciado aún. En aquellos activos que no hay pérdida de valor (por ejemplo los terrenos) se les asignará al término del periodo de valuación un valor igual al de su adquisición.

Es un método conservador y como tal tiende a arrojar resultados negativos. Su uso se recomienda en el estudio de perfil y ocasionalmente en el de pre-factibilidad.

2. *Método comercial:* Parte de que los valores contables no reflejan el verdadero valor de los activos al término de su vida útil. Por tal motivo plantea que el valor de desecho de la empresa correspondería a la suma de los valores comerciales que serían posible esperar, corrigiéndolos por su efecto tributario. Con este método se presentan algunas dificultades, a saber: la dificultad de estimar cuanto podrá valer dentro de 10 años un activo que todavía no se adquiere, la dificultad práctica de su aplicación a proyectos que tienen gran cantidad y diversidad de activos, y por último la dificultad para incorporar el efecto tributario que generaría la posibilidad de hacer efectiva su venta.

No se recomienda este método en la formulación de un proyecto nuevo, pero sí tendría valor en proyectos que se evalúan en una empresa en marcha (proyecto de reemplazo, de ampliación o de abandono).

3. *Método económico:* Según este método el proyecto valdrá lo que es capaz de generar desde el momento que se evalúa hacia delante. Es el valor que un comprador estaría dispuesto a pagar por el negocio. Dicho de otra forma, el valor de desecho es igual al valor actual de los beneficios netos de caja futuros. Este método tiende a mostrar un resultado más optimista y probablemente más real que el que se obtendría en cualquiera de los dos métodos anteriores.

Aquí finaliza la etapa de preparación o formulación de proyectos que, como se dijo al principio, consiste en la recopilación y sistematización de información de carácter monetario mediante los cuatro estudios desarrollados anteriormente. Ahora se describirá la segunda etapa que también se desarrolla dentro del estudio financiero y

consiste en la evaluación del proyecto. Su principal objetivo es medir su rentabilidad, y para ello se abordarán tres temas fundamentales: El flujo de caja y su construcción, criterios de valuación y análisis de sensibilidad.

### ***Flujo de caja de la inversión***

El flujo de caja es el elemento sobre el cual se efectuará la evaluación del proyecto. Vale recordar que existen tres tipos diferentes de flujos de caja; uno para medir la rentabilidad del proyecto, otro para medir la rentabilidad del inversionista y por último un flujo de caja para medir la capacidad de pago del proyecto frente a los préstamos que ayudaron a su financiación.

De acuerdo a lo establecido por Sapag Chain N. y Sapag Chain R. (2007), los elementos del flujo de caja son cuatro:

- Egresos iniciales de fondos.
- Ingresos y egresos de la operación.
- El momento en que ocurren estos ingresos y egresos.
- El valor de desecho o salvamiento del proyecto.

Al respecto, conviene aclarar que a diferencia de la contabilidad, en el flujo de caja se trabaja con entradas y salidas reales. La contabilidad reconoce como ingreso el total de las ventas sin reconocer la posible recepción diferida en el tiempo si éstas se hubiesen realizado a crédito. También reconoce como egreso la totalidad del costo de ventas que por definición corresponde solo a los costos de los productos vendidos, sin inclusión de aquellos costos en los que se haya incurrido por concepto de elaboración de productos para existencias. Esta diferencia entre devengados y causados reales se hace necesaria ya que el momento en que se hacen efectivos los ingresos y egresos serán determinantes para la evaluación del proyecto.

Tanto los costos como los beneficios que componen el flujo de caja derivan de los estudios técnico, de mercado y organizacional. Sin embargo existe un egreso que no es proporcionado como información por dicho estudios y que no puede dejarse de lado: El impuesto a las utilidades. Para su cálculo deben tomarse gastos contables que no constituyen movimientos de caja pero que permiten disminuir la utilidad contable sobre la cual deberán pagarse el impuesto. Estos gastos conocidos como gastos no desembolsables están constituidos por: depreciaciones de activos fijos, amortizaciones de activos intangibles, y valor en libro o valor contable de los activos que se venden.

Concepto/periodo	1	2	3	4	5	...
<b>+ Ingresos afectos a impuestos</b>						
<b>_ Egresos afectos a impuestos</b>						
<b>_ Gastos No Desembolsables</b>						
<b>= Utilidad antes de Impuesto</b>						
<b>_ Impuesto</b>						
<b>= Utilidad después de Impuesto</b>						
<b>+ Ajustes por gastos no desembolsables</b>						
<b>_ Egresos No afectos a Impuestos</b>						
<b>+ Beneficios no Afectos a Impuestos</b>						
<b>= Flujo de Caja</b>						

Fuente: Elaborado a partir de Sapag Chain N. y Sapag Chain R. (2007) p 294

El flujo de la caja de inversión se estructura por:

- *Ingresos y egresos afectos a impuesto*: todos aquellos que aumentan o disminuyen la utilidad contable de la empresa.
- *Gastos no desembolsables*: gastos que para fines de tributación son deducibles, pero que no ocasionan salidas de caja; por tal motivo se restan primero para aprovechar su descuento tributario, y se suman en el ítem *Ajuste por gastos no desembolsables* con lo cual se incluye solo su efecto tributario.
- *Egresos no afectos a impuestos* aquellas inversiones que no aumentan la riqueza contable de la empresa por el solo hecho de adquirirlos. Generalmente es solo un cambio de activos o un aumento simultaneo de un activo con un pasivo.
- *Beneficios no afectos a impuestos* son el valor de desecho del proyecto y la recuperación del capital de trabajo  
(SAPAG CHAIN, N. y SAPAG CHAIN, R. 2007: 294,295).

### **Criterios de evaluación de proyectos.**

A continuación se abordarán los indicadores más relevantes que desarrollan los autores en su libro.

### El criterio del Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto de una inversión se entiende como la diferencia entre la suma de los valores actualizados de todos los flujos netos de caja esperados del proyecto y la inversión inicial. Los flujos de caja proyectados se actualizan a través de una tasa denominada tasa mínima requerida o tasa de descuento, la cual nos permite saber cuál es el valor de dicho flujo en el presente. Dicha tasa representa lo que nos pagaría un proyecto con riesgo similar al proyecto evaluado.

La fórmula del VAN es:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{Y_t - E_t}{(1+i)^t} - I_0$$

Este criterio plantea que el proyecto debe aceptarse si su VAN es igual o superior a cero, en otras palabras si la inversión que llevamos a cabo tiene mayor valor que su costo de implementación.

Cuando el VAN tiene un valor igual a cero indica que el proyecto renta justo lo que el inversionista exige a la inversión. Si el resultado es positivo indica que el proyecto proporciona esa cantidad remanente sobre lo exigido, por último si el resultado es negativo debe interpretarse como la cantidad que falta para que el proyecto rente lo exigido por el inversionista. (SAPAG CHAIN, N. y SAPAG CHAIN, R. 2007: 321, 322).

### El criterio de la tasa interna de retorno (TIR)

El criterio de la tasa interna de retorno evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo, con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual. En términos más simples la TIR es la tasa de rendimiento que hace al VAN igual a cero.

La fórmula de la TIR:

$$\sum_{t=1}^n \frac{Y_t - E_t}{(1+r)^t} - I_0 = 0$$

En términos de Sapag Chain N. y Sapag Chain R.:

*“La tasa calculada así se compara con la tasa de descuento de la empresa. Si la TIR es igual o mayor que ésta el proyecto debe aceptarse, por el contrario si la TIR es menor debe rechazarse. La consideración de aceptación de un proyecto cuya TIR es igual a la tasa de descuento se basa en los mismos aspectos que la aceptación de un proyecto cuyo VAN es cero” (SAPAG CHAIN, N. y SAPAG CHAIN, R. 2007: 321, 322).*

En relación a esto último, se refiere a que no aporta valor, es indiferente llevar a cabo dicho proyecto u otro con el mismo riesgo.

#### Periodo de recupero de la inversión

Es uno de los criterios tradicionales de la evaluación mediante el cual se determina el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial, resultado que se compara con el número de periodos aceptable por la empresa.

Si los flujos fuesen idénticos y constantes en cada periodo, el periodo de recupero sería equivalente a la inversión inicial sobre los beneficios netos generados por el proyecto en cada periodo.

Si el flujo neto difiriera entre períodos, el cálculo se realiza determinando por suma acumulada el número de períodos que se requiere para recuperar la inversión.

Dos falencias que tiene el criterio es que ignora las ganancias posteriores al periodo de recuperación, y tampoco considera el valor tiempo del dinero al asignar igual importancia a los fondos generados el primer año con los de los años restantes. Por esta última limitación es que existe otro método que es el periodo de recuperación descontado que consiste en descontar los flujos a la tasa de descuento y calcular la suma acumulada de los beneficios netos actualizados al momento cero.

Para finalizar existen dos criterios comúnmente utilizados pero que no se entrara en detalle debido a la poca importancia relativa que tiene respecto a los criterios arriba descritos, ellos son:

- La tasa de retorno contable (TCR): Es una razón porcentual entre la utilidad esperada de un periodo y la inversión inicial requerida. Este criterio es el inverso del periodo de recuperación y por lo tanto sus desventajas son similares. (SAPAG CHAIN, N. y SAPAG CHAIN, R. 2007: 330, 331).
- Razón Beneficio – Costo (RBC): Esta dada por la sumatoria de los ingresos proyectados actualizados sobre la sumatoria de los egresos proyectados actualizados (incluida en ellos la inversión inicial).(SAPAG CHAIN, N. y SAPAG CHAIN, R. 2007: 332, 333).

### Análisis de sensibilidad

A partir de la propuesta teórica desde la cual se trabaja, se entiende de considerable importancia del análisis de sensibilidad puesto que los valores de las variables que se han utilizado para llevar a cabo la evaluación del proyecto pueden tener desviaciones con efectos de consideración en la medición de sus resultados. En este sentido, aclaran Sapag Chain N. y Sapag Chain R:

*“La evaluación del proyecto será sensible a las variaciones de uno o más parámetros si, al incluir estas variaciones en el criterio de valuación empleado, la decisión inicial cambia. El análisis de sensibilidad revela el efecto que tiene las variaciones sobre la rentabilidad en el pronóstico de las variables relevantes”. (SAPAG CHAIN, N. y SAPAG CHAIN, R. 2007: 399).*

Las variables relevantes son aquellas que tiene mayor efecto frente a los distintos grados de error en su estimación. Sobre dichas variables es necesario realizar estudios más profundos para poder determinarlas con el mayor grado de precisión posible.

El análisis de sensibilidad puede ser unidimensional o multidimensional dependiendo de la cantidad de variables que se sensibilicen. En el primer caso la sensibilización se aplica a una sola variable, y consiste en determinar hasta qué punto puede modificarse dicha variable para que el proyecto siga siendo rentable. En el análisis multidimensional se examinan los efectos incorporando dos o más variables de manera simultánea. En ambos modelos se busca determinar de qué manera varía el VAN frente al cambio en los valores de las variables. Lo que se hace es definir el VAN de equilibrio como cero, por cuanto es el nivel mínimo de aprobación de un proyecto y se busca determinar el punto de quiebre o variabilidad máxima de una variable que resistiría el proyecto. En el presente trabajo se utilizará el análisis multidimensional teniendo en cuenta que la rentabilidad de este proyecto en particular no se limita a la modificación de una única variable, sino que son varias las que influyen en ella.

## METODOLOGÍA

Este apartado describe las consideraciones metodológicas que respaldan el trabajo realizado para obtener la titulación de grado. El alcance del presente trabajo se encuadra en un Proyecto de Inversión, que busca evaluar una oportunidad de negocio.

Para su realización se tiene en cuenta la elaboración de un diagnóstico, a partir del cual se ponen en práctica conocimientos profesionales específicos. En el caso del proyecto de inversión que aquí se propone, las variables del diagnóstico hacen referencia al conjunto de estudios de viabilidad desarrollados en el marco teórico.

Por tratarse de un estudio evaluativo, en tanto pretende dar cuenta de la viabilidad de inversión en un Estudio de grabación y Salas de Ensayo en la ciudad de Córdoba, se requiere de un conjunto de estrategias metodológicas para poder abordar el entramado multidimensional que se presentó en el marco teórico. Para cumplir con dicho propósito, se llevaron adelante una serie de técnicas de recopilación de información, a saber, encuestas, entrevistas semi-estructuradas y revisión bibliográfica y documental. A continuación se detallan cómo y con qué fin se aplicó cada técnica:

### **Encuestas:**

Con el propósito de caracterizar las preferencias de consumo de músicos de la ciudad en tanto potenciales consumidores, se realizó un relevamiento mediante la técnica de encuesta.

El cuestionario se caracteriza por reunir un número de preguntas que se realizarán a todos los encuestados en los mismos términos y en el mismo orden, “*la homogeneidad formal es rigurosa*” (COMBESSIE, J C. 2005: 49).

El formulario empleado contó con dieciséis preguntas cerradas<sup>7</sup> y fue completado por treinta músicos locales<sup>8</sup> entre fines de Febrero y principio de Marzo de 2016.

La muestra fue no probabilística, selectiva. Los encuestados fueron definidos mediante el cumplimiento de un conjunto de características. En primer lugar, se encuestó a músicos que tengan o hayan tenido una banda. Otro aspecto importante que se consideró fue que tuvieran como lugar de residencia la ciudad de Córdoba.

---

<sup>7</sup>Véase Anexo n° 2: Formulario de encuestas a potenciales clientes de Sala de Ensayo y Estudio de grabación.

<sup>8</sup>Véase Anexo n° 3: Base de datos de encuestas a potenciales clientes de Sala de Ensayo y Estudio de grabación.

Finalmente, por las características del relevamiento (formato y difusión digital) se contó con un público familiarizado con plataformas digitales y redes sociales<sup>9</sup>.

Para el análisis y presentación de los resultados se utilizó estadística descriptiva, que proporcionaron respuestas en función de los objetivos planteados, relacionados fundamentalmente al estudio de mercado consumidor.

### **Entrevistas:**

La entrevista semi-estructurada se caracteriza por su planificación, sin perder la fluidez que la diferencia de una encuesta. Para lograr el punto intermedio se cuenta con una guía de entrevista o un memento (recordatorio), que se redacta antes de la entrevista e incluye la lista de tema o los aspectos que deberán ser abordados. Para que resulte útil, debe ser fácil y rápidamente consultable (detallado y preciso). Sin embargo, la lista no debe apuntar a guiar rígidamente la entrevista, ésta debe seguir su propia dinámica. (COMBESSIE, J C. 2005).

Aquí se entrevistó a los inversionistas para ahondar sobre sus expectativas, objetivos, rentabilidad esperada, riesgo que están dispuestos a correr, etc. Dichos registros fueron empleados para la reconstrucción de la descripción de la empresa que buscan constituir, como así también para definiciones de viabilidad técnica, dado su pertinencia en la materia.

También se entrevistó a los proveedores para conocer los costos de los instrumentos y equipos, disponibilidad de repuestos, formas de pago, descuentos o algún otro beneficio. Como instrumento de relevamiento, se acordó con los proveedores consultados el envío de una planilla, la cual fue devuelta amoldada a los criterios bajo los cuales presupuesta cada empresa<sup>10</sup>.

Por otra parte, se establecieron entrevistas a modo de reuniones informativas con especialistas en la disciplina (músicos e ingenieros en sonido) para asesoramiento en temas como: aislamiento acústico, equipos de grabación, etc.<sup>11</sup> principalmente recuperados en el estudio de viabilidad técnica.

---

<sup>9</sup> Se difundió el formulario en un grupo cerrado que funciona en la red social Facebook, que pone en contacto a músicos residentes en la Ciudad de Córdoba. En cierto sentido, el estar familiarizado con una plataforma digital da cuenta de un público vinculado con las actualizaciones y circuitos virtuales de la nueva escena musical.

<sup>10</sup> Véase anexos 5,6,7 y 8.

<sup>11</sup> Véase Anexo n° 4: Guion de entrevista con Ingeniero de música



Finalmente se empleó la técnica para el relevamiento de precios, disponibilidad horaria de turnos para grabación y/o ensayo y otros servicios de las empresas que constituyen el mercado competidor, mediante comunicación telefónica<sup>12</sup>.

***Revisión bibliográfica y documental:***

Con el propósito de contextualizar la industria musical en Argentina y la nueva escena musical en Córdoba, se consultaron distintos registros bibliográficos. Estos documentos estuvieron constituidos principalmente por: artículos científicos de la industria (DEL AGUILA, M. 2015; CHECA, M. A.2015; ISELLA, F. 2015; RIVATA, G. 2014), datos estadísticos oficiales (INDEC 2010; SInCA 2013a/2013b), sitios Web<sup>13</sup>, entre otros.

También se consultaron programas culturales, organismos públicos reguladores y normativas de las distintas escalas jurisdiccionales (municipales, provinciales y nacionales) que brindaron información necesaria para la realización del contexto en la justificación y estudio legal e impositivo.

---

<sup>12</sup> La misma se complementó con información disponible en los sitios oficiales de las empresas competidoras.

<sup>13</sup> Véase Bibliografía

# DESARROLLO

## Descripción de la Empresa

A continuación se presentarán los elementos principales que componen la empresa a crear.

### ***Surgimiento de la idea***

Ambos inversionistas integraron una banda que utilizaba como espacio de ensayo, una habitación del inmueble donde reside uno de ellos. A partir de esta experiencia, además de capitalizarse materialmente con instrumentos y equipos de audio/grabación, han ido acumulando con el transcurso del tiempo, conocimientos en el acondicionamiento del ambiente y las técnicas de grabación. Incluso, uno de los inversionistas se desempeña profesionalmente como sonidista y musicalizador en eventos a raíz de dicha experiencia.

Al respecto, conviene aclarar que, siendo uno de los inversionistas el dueño del inmueble y el otro inversionista el propietario de la mayoría de los equipos que se utilizaron para acondicionar la sala de ensayo, se trata de un emprendimiento con importante capital inicial.

En la actualidad, tras disolverse la banda, ambos inversionistas evalúan la posibilidad de expandir el servicio a terceros aprovechando que cuentan con el espacio físico, parte del capital necesario (equipos, instrumentos, etc.), y están las condiciones contextuales a su favor. Para tales propósitos ambos inversionista deben remodelar el espacio del que disponen y acondicionar un segundo espacio como sala de ensayo y estudio de grabación.

A los fines de tomar la decisión valiéndose de mayores y mejores elementos de juicio, se llevará a cabo un proyecto de inversión.

El emprendimiento se llevaría a cabo en la Ciudad de Córdoba, dado que allí se encuentra el inmueble del que disponen, además de que es la ciudad en donde residen ambos inversionistas. Las ventajas con las que cuenta la ciudad en cuestión son amplias considerando el desarrollo cultural con el que cuenta, tal como se abordó en la presentación de los antecedentes y se profundizará en el estudio del mercado consumidor.

Detallado como surge la idea, es necesario nombrar tres elementos fundamentales: Misión, Visión y Objetivos.

## **Visión**

Posicionarse entre los mejores del mercado local por prestar un servicio de excelencia.

## **Misión**

Brindar un espacio acondicionado y equipado con instrumentos de alta calidad que permita a las personas desarrollar sus aptitudes y conocimientos musicales.

## **Objetivos**

Con la puesta en marcha del estudio de grabación y las salas de ensayo se busca brindar un lugar:

- Acondicionado con instalaciones de primera calidad;
- Equipado con instrumentos, materiales y accesorios de primera calidad;
- Tranquilo, donde se pueda ensayar en cumplimiento de las normas de convivencia;
- Accesible, en términos geográficos por su ubicación céntrica.

Además de los servicios antes descriptos, se busca lograr una ventaja competitiva respecto a otras salas de ensayo brindando los siguientes servicios complementarios:

- Acompañamiento y asesoramiento a los músicos por parte de los técnicos en sonido y socio sonidista.
- Disposición de espacios compartidos para la dispersión y contacto de músicos

Otros aspectos que lograrán obtener ventajas competitivas son: Ofrecer distintas formas de pago y bonificaciones a medida que aumentan las horas de ensayo.

## **Infraestructura**

Para el desarrollo de la actividad se dispone de un inmueble ubicado en el barrio Nueva Córdoba, a pocas cuadras del Parque Gral. Sarmiento, a la altura del Museo Provincial de Ciencias Naturales Dr. A. H. Illia<sup>14</sup>. Como ya se hizo mención, el mismo ya cuenta con una sala de ensayo equipada y acondicionada acústicamente para su uso, la cual requiere reformas mínimas.

---

<sup>14</sup> Se trata de un sector estratégico de la ciudad de Córdoba, como podrá observarse en el estudio del mercado consumidor/competidor.

Por otra parte, el inmueble tiene una habitación de ingreso al domicilio, que se dispondrá para ser empleada como recepción, y otro ambiente amplio que se acondicionaría como segunda sala de ensayo (*Premier*), comunicada con un box que funcionaría como estudio de grabación de alta calidad. Las reformas se abordarán en profundidad en el Análisis de Viabilidad Técnica.

### ***Principales clientes***

En principio por el tipo de servicio que se brinda los principales clientes serán:

- Músicos profesionales
- Músicos amateurs

Desarrollen éstos su actividad de manera solista o conjunta. Mediante el análisis del mercado consumidor a continuación, se presentarán preferencias de consumos de los potenciales clientes del emprendimiento.

### ***Principales proveedores***

Para la adaptación sonora de una segunda sala de ensayo y grabación, se cuenta con la experiencia de uno de los socios inversionistas. A partir de dicho asesoramiento y consultas a otros expertos se procederá a contratar mano de obra (albañiles, carpinteros, por ejemplo) para el acondicionamiento de las salas y recepción. Los materiales necesarios para el aislamiento acústico serán adquiridos en casas de materiales de construcción junto con el resto de materiales necesarios en la remodelación.

Por otra parte se comprará en casas de música:

- Los equipos necesarios para el funcionamiento, en especial, del estudio de grabación: retornos, micrófonos, mezcladora de sonidos, etc.
- Los instrumentos de alquiler para las distintas salas: guitarras, bajo, órgano, batería, etc.
- Accesorios como micrófonos, auriculares, parlantes, etc.

### ***Consideraciones legales e impositivas***

En lo que respecta a los aspectos legales e impositivos, el tipo societario que mejor se adecua al proyecto es Sociedad de responsabilidad limitada, por el número de inversionistas y el monto de la inversión. Como SRL, la sociedad está sujeta a la inscripción en el registro público de comercio y está alcanzada por los siguientes impuestos:

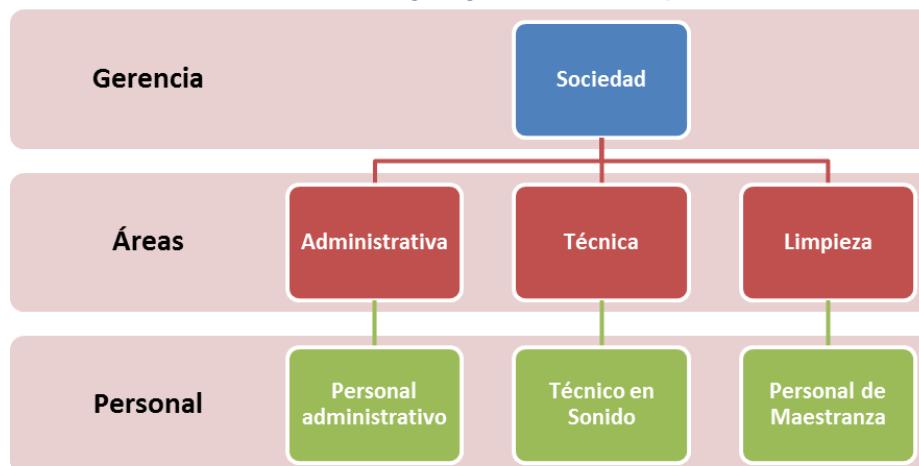
- Impuestos nacionales: Impuestos a la ganancia, impuesto al valor agregado, de seguridad social (aportes y contribuciones sociales).
- Impuestos provinciales: Impuesto a los ingresos brutos.
- Impuesto Municipales: Comercio e industria.

### **Organización de la empresa**

Al nivel gerencial se ubican ambos socios. El segundo nivel del organigrama está compuesto por las áreas en las que se distribuye el personal, a saber, área administrativa, área técnica y área de limpieza; y el tercer nivel posiciona al personal que se distribuyen según el área definida anteriormente, a saber: empleada administrativa, técnico en sonido y personal de maestranza.

A continuación se grafica la estructura organizativa de la empresa:

*Gráfico n° 1: Organigrama de la empresa*



*Elaboración propia a partir de la propuesta de empresa*

Las tareas correspondientes a cada uno de los integrantes de la empresa se especificarán en el estudio de viabilidad administrativa.

Tras brindar un panorama general de los principales componentes que configuran la empresa, los próximos apartados presentan la información recaudada para los estudios de viabilidad del proyecto de inversión, mediante los cuales se pretenden evaluar la rentabilidad de la constitución y puesta en marcha de la empresa en cuestión.

## Análisis de viabilidad comercial

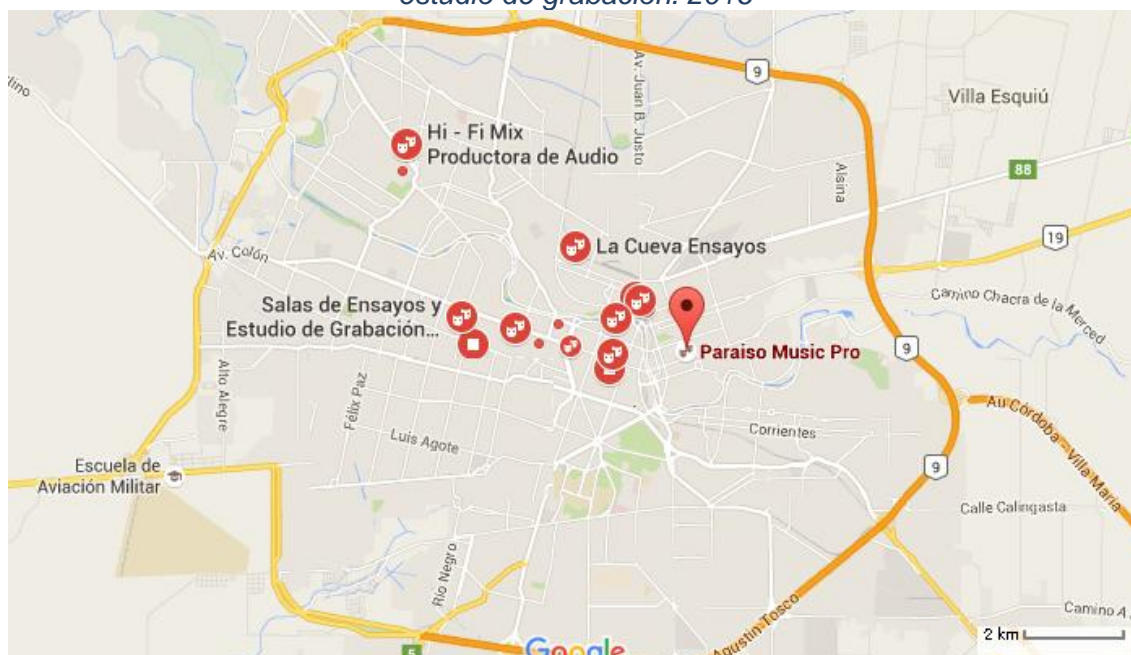
En el presente apartado se abordarán las particularidades que asumen el mercado competidor y el mercado consumidor para la empresa a crearse.

### ***Mercado Competidor***

Para el análisis del mercado competidor se han evaluado diecisiete empresas representativas de la ciudad de Córdoba que prestan los servicios de estudios de grabación y sala de ensayo (o solo uno de ellos). Si bien el número de competidores de la ciudad es mayor, se seleccionaron aquellos que se destacan ya sea por su presencia en los medios, su trayectoria, ubicación o su infraestructura.

Este criterio de selección tiene como fundamento centrar la atención en los competidores que tiene características que se asemejan a la visión que tienen los inversionistas del futuro proyecto.

*Imagen n°1: Mapa de la ciudad de Córdoba con referencia de las salas de ensayo y estudio de grabación. 2016*



*Fuente: Elaboración propia a partir de imagen satelital de Google Maps.*

Como puede observarse en el mapa, la mayoría de las salas están ubicadas en zona céntrica y zona norte, dejando descubierto las zonas sur y Nueva Córdoba. Esto resulta llamativo porque es en Nueva Córdoba donde se concentra la mayor parte del público objetivo<sup>15</sup>. Los elevados costos de alquiler de esa zona inmobiliaria podrían explicar esta situación. Lo cual en principio se presenta como una ventaja dada la ubicación del inmueble del que se dispone.

<sup>15</sup> Al respecto profundizaremos en el análisis del mercado consumidor.

Los horarios de atención son similares entre los distintos competidores. En la mayoría de los casos, el horario de apertura es al mediodía (entre las 12 y 13 horas); y cierran alrededor de las 23 y 24 horas. Este desfase respecto del horario comercial habitual evita la superposición con los horarios convencionales de cursado y laborales. Excepcionalmente, una de las empresas competidoras ofrece servicio las 24 horas.

A continuación se presenta una tabla con el listado de competidores a analizar:

*Tabla n°1: Estudio de grabación y Salas de ensayo. Precios por hora de ensayo y grabación. Ciudad de Córdoba 2016.*

	Nombre	Salas de Ensayo	Estudio de Grabación	Valor de la Hora		
				Ensayo	Grabación calidad media	Grabación calidad alta
1	Hi - Fi Mix	No	Si	-	-	500
2	440	No	Si	-	280	450
3	SUED	Si	Si	150	275	450
4	Pira	No	Si	-	250	300
5	A Estudio	Si	Si	100	200	250
6	Tempo	Si	Si	100	150	250
7	Electra Estudio	Si	Si	100	200	-
8	Moon Ligth Estudio	Si	Si	95	190	-
9	Elefante	Si	Si	120	175	-
10	JczDrums	Si	Si	125	167	-
13	Akasha Estudio	Si	Si	112.5	150	-
14	Plug Ged Estudio	Si	Si	105	130	-
15	La bajada	Si	Si	85	120	-
16	HammerJammer	Si	No	110	-	-
17	Sonido escondido	Si	No	110	-	-

*Fuente: Elaboración propia a partir de relevamiento telefónico*

Los datos de la tabla fueron relevados en el mes de Abril del 2016, y en ella se plasman los nombres de los estudios de grabación considerados competidores fuertes. En la tabla se puede distinguir tres segmentos competitivos.

#### Primer segmento

Éste se encuentra pintado del tono más claro y reúne a seis estudios de grabación profesional, ordenados jerárquicamente comenzando con el estudio con precios más altos en el mercado. *Hi - Fi Mix* solo ofrece servicio de grabación de alta calidad en 500 pesos la hora.

*SUED, 440 Estudio y Pira* además de grabación de alta calidad (que cuesta entre 450 y 300 pesos la hora), ofrecen una alternativa de grabación más económica que ronda entre los 250 y 280 pesos (servicio de grabación de ensayo). Vale aclarar que al momento de hacer el relevamiento los precios que se recolectaron hacían referencia al valor de diferentes duraciones del turno y que para poder lograr una escala comparativa se usó el valor precio por hora. En este sentido, es importante resaltar cuan reiterado es el uso de promociones por cantidad de horas de grabación. En el caso, por ejemplo del estudio *440*, se dan turnos con un mínimo de cinco horas. El resto varía, pero en general el mínimo es de dos horas.

*SUED* y los otros dos competidores que integran el primer segmento, *Tempo* y *A Estudio*, ofrecen también salas de ensayo y grabaciones de calidad intermedia. Si bien estos últimos tienen precios más accesibles (250 la hora de grabación de alta calidad), son los competidores directos de la empresa ya que ofrecen todos los servicios que la empresa pretende prestar.

Al consultar por la disponibilidad de turnos, la misma es de entre el 10% y 30% por ciento (es decir que la demanda ronda entre el 70 y 90%).

### Segundo segmento

En el segundo segmento se encuentran las empresas numeradas del 7 al 13, y se caracterizan por tener salas de ensayo y estudios, pero con una única calidad de grabación y principalmente por ser una grabación del ensayo (varios micrófonos, grabando todos los instrumentos a la vez, sin trabajo de posproducción).

Se ordenan descendientemente según el precio de grabación, que van desde los 200 a los 150 pesos. En varios de estos casos se hacen promociones por ensayo más grabación. Al igual que en el segmento anterior, los turnos se dan por dos horas o más, pero se mantuvo la escala para facilitar la comparabilidad. Por ejemplo, en el caso de *JczDrums* el precio se establece con un mínimo de 30 horas (en \$5000).

En lo que respecta al servicio de salas de ensayo, los precios no se corresponden en el orden comparativo con los precios de grabación, es decir, quienes ofrecen grabaciones más económicas no necesariamente tienen los precios más económicos en ensayo. En este segmento, la hora de ensayo oscila entre los 90 y los 125 pesos. Al consultar por la disponibilidad de turnos en todos los casos mencionados, la misma es de entre el 60% y 40% por ciento (es decir que la demanda ronda entre el 40% y 60%).



### Tercer segmento

Se relevaron como competidores, pero en un tercer segmento a aquellas salas de ensayo y grabaciones que no compiten con la calidad de servicio que se pretende prestar pero se consideran competidores en cuanto se encuentran en la zona céntrica de la ciudad. Si bien las dos primeras presentan también estudio de grabación, el fuerte de las empresas que integran este segmento es el servicio de sala de ensayo y los bajos costos por hora de los mismos (que van desde los 85 a 100 pesos). Al consultar por la disponibilidad de turnos en este segmento no se pudo obtener respuestas concretas como en los otros segmentos.

En conclusión, del relevamiento surge que los estudios de grabación que cuentan a su vez con salas de ensayo no tienen el mismo nivel de sofisticación que aquellos que se dedican solo y exclusivamente a la grabación. En este sentido, se desataca aquí una ventaja respecto a ambos nichos, ya que se pretende brindar ambos servicios y que los dos sean de excelencia, evitando así que los consumidores tengan que elegir entre: a) un lugar que cuente con sala de ensayo pero un estudio de grabación de poca calidad y b) un estudio de alta calidad pero sin salas de ensayo.

En lo que respecta a las formas de pago, exceptuando dos estudios de grabación del primer segmento que tienen servicio de débito, la regla general de pago es al contado efectivo.

### **Mercado Consumidor**

#### Consumos musicales en Argentina

Dentro de la viabilidad comercial es indispensable la caracterización del mercado consumidor. Para tales fines, se presentarán los resultados de la Encuesta Nacional de Consumos Culturales y Entorno Digital<sup>16</sup> realizada en 2013, mediante la cual se buscó conocer los gustos, las preferencias, los usos, las percepciones y las valoraciones de los argentinos respecto de la cultura en general, y de los consumos culturales en particular. Aquí se transcriben solo aquellos aspectos de la encuesta que impactan directamente al proyecto en cuestión.

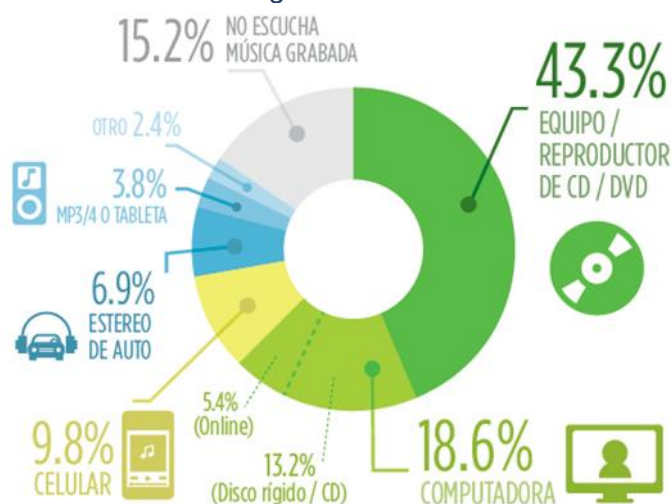
Entre las principales características del consumo de música se destaca en el presente abordaje el consumo de música grabada, que alude directamente al mercado

---

<sup>16</sup>La Encuesta Nacional de Consumos Culturales y Entorno Digital del año 2013, es una iniciativa de la Secretaría de Cultura de la Nación, llevada adelante por el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA), dependiente de la Dirección Nacional de Industrias Culturales. Se aplicó a población de 12 años y más residente en localidades de más de 30.000 habitantes de todo el país. El trabajo de campo fue realizado durante el primer semestre de 2013 por la Universidad Nacional de San Martín. El diseño muestral contempló la estratificación según las 6 regiones del país (AMBA, NOA, NEA, Centro, Cuyo y Patagonia). El tamaño de la muestra fue de 3.574 casos efectivos. (SInCA 2013a)

en el que se pretende insertar el servicio de grabación de música. En este sentido, se observa que alrededor del 85 por ciento de los argentinos escucha música grabada.

Gráfico n° 2: Porcentaje de la población que escucha música grabada, según soporte. Argentina 2013.



Fuente: Informe Música. Encuesta de consumos culturales y entorno digital (SInCA 2013<sup>a</sup>: 19)

Por otra parte, la encuesta en cuestión brinda información sobre los soportes con los que se escucha música grabada. Al respecto, se observa que alrededor de la mitad de los argentinos la escucha principalmente a través de algún equipo reproductor de CD y/o DVD. La otra mitad emplea diversos dispositivos de escucha, la mayoría ligados a la expansión de la cultura digital (celular, computadoras, tablets, etc.). (SInCA 2013<sup>a</sup>: 19).

Vinculado a los soportes de escucha de música grabada, la encuesta consultaba por la descarga y escucha online. En este sentido, el informe da cuenta que de cada 100 argentinos, 45 descargaron música de la web aunque sea alguna vez y en similar proporción escuchó música online. Al respecto en el informe se hace referencia a las transformaciones que se abordaron en el primer apartado *Antecedentes y justificación* sobre la penetración digital en el mundo de la música. Según el informe, cito:

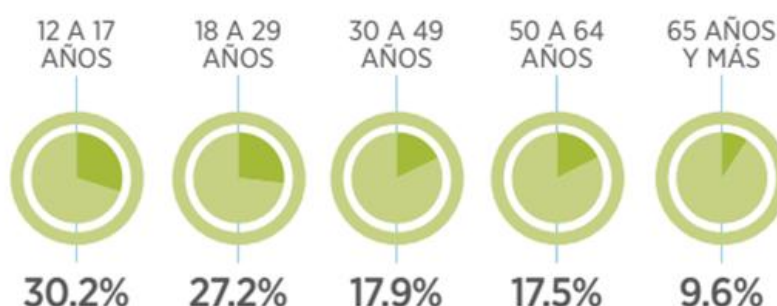
*“Las prácticas de consumo digital se concentran especialmente en el segmento de población joven y de ingresos medios y altos, con mayor intensidad en los menores de 29 años y en los de clases medias y altas. En este punto, cabe destacar que quienes más descargas realizan son también quienes más dinero gastan en música. Por lo tanto, las campañas “anti piratería” que criminalizan al consumidor por realizar descargas gratuitas estarían dirigidas a sus principales clientes, los más propensos a*

*gastar en música (los jóvenes de sectores de mayores ingresos).” (SInCA 2013<sup>a</sup>: 21)*

En relación a la ejecución de instrumentos, la encuesta arroja que alrededor 21 % de los argentinos toca algún instrumento musical, y que los varones lo hacen en mayor proporción que las mujeres (26,5% y 15%, respectivamente).

Además, muestra el informe que publica los resultados de la encuesta, que existe una evidente asociación entre la edad y la práctica de ejecutar instrumentos. *“Los jóvenes, sobre todo hasta los 29 años, tocan algún instrumento musical en mucha más proporción que los mayores, sobre todo de los de 65 y más”.* (SInCA 2013<sup>a</sup>: 36)

*Gráfico n° 3: Porcentaje de la población que ejecuta instrumentos, según edad. Argentina 2013.*



*Fuente: Informe Música. Encuesta de consumos culturales y entorno digital (SInCA 2013<sup>a</sup>: 36)*

Por otra parte, la práctica de tocar instrumentos presenta un *evidente sesgo de clase*. En términos del informe publicado por el Ministerio de Cultura,

*“un 12% que dice tocar algún instrumento en el nivel socioeconómico más bajo, pero ese porcentaje crece más de tres veces conforme asciende el NSE, hasta llegar a un 35% que practica música en el nivel socioeconómico más alto”.* (SInCA 2013<sup>a</sup>: 36)

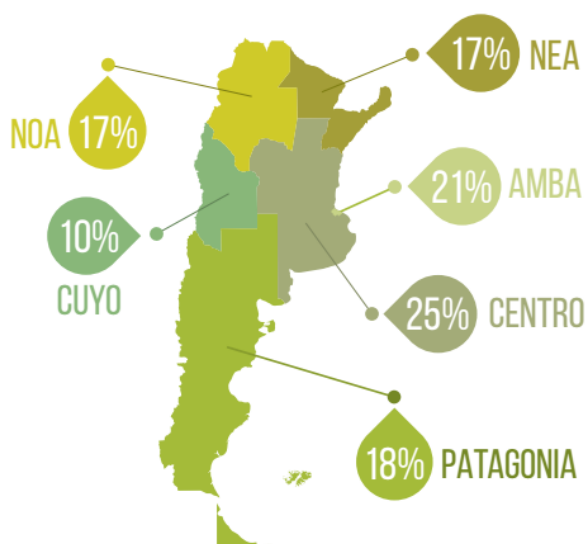
Gráfico n° 4: Porcentaje de la población que ejecuta instrumentos, según nivel socioeconómico. Argentina 2013.



Fuente: Informe Música. Encuesta de consumos culturales y entorno digital (SInCA 2013<sup>a</sup>: 36)

Respecto a la ejecución de instrumentos, es importante resaltar también, que dicha práctica es más común en la región Centro (integrada por la provincia de Córdoba, Santa Fe, Entre Ríos y Buenos Aires) para la cual asciende al 25 %.

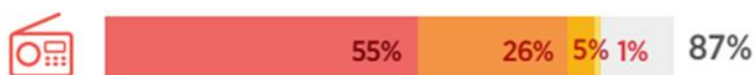
Gráfico n° 5: Porcentaje de la población que ejecuta instrumentos, según región geográfica en la que reside. Argentina 2013.



Fuente: Informe Música. Encuesta de consumos culturales y entorno digital (SInCA 2013<sup>a</sup>: 36)

Finalmente, un aspecto sobre el que he hecho luz la encuesta abordada refiere al consumo de programación radial. Dicho aspecto es central por la difusión de nuevos materiales artísticos y de creación local independiente que exige la ley de medios. Lejos de ser un medio en desuso, el 87 % de los argentinos la escucha. De los cuales, un 55 % lo hace todos los días.

Gráfico n° 6: Porcentaje de la población que escucha radio, según frecuencia de consumo. Argentina 2013.



#### REFERENCIAS

- TODOS O CASI TODOS LOS DÍAS (5 A 7 POR SEMANA)
- ALGUNOS DÍAS POR SEMANA (1 A 4 DÍAS)
- ALGUNAS VECES AL MES (1 A 3 VECES)
- MENOS DE 1 VEZ POR MES

Fuente: Informe Radio. Encuesta de consumos culturales y entorno digital (SInCA 2013b: 9)

En la región Centro, la escucha de radio general se eleva al 89%, siendo para esta región el consumo más frecuente de alrededor del 62%. Este dato es importante de resaltar, dado que el proyecto se radicará en la ciudad de Córdoba.

#### Consumos musicales en la Ciudad de Córdoba

Previo a desarrollar el conjunto de preferencias de consumos de los potenciales clientes relevadas mediante una encuesta de elaboración propia, resulta conveniente presentar algunas características generales de la ciudad en cuestión y de su población.

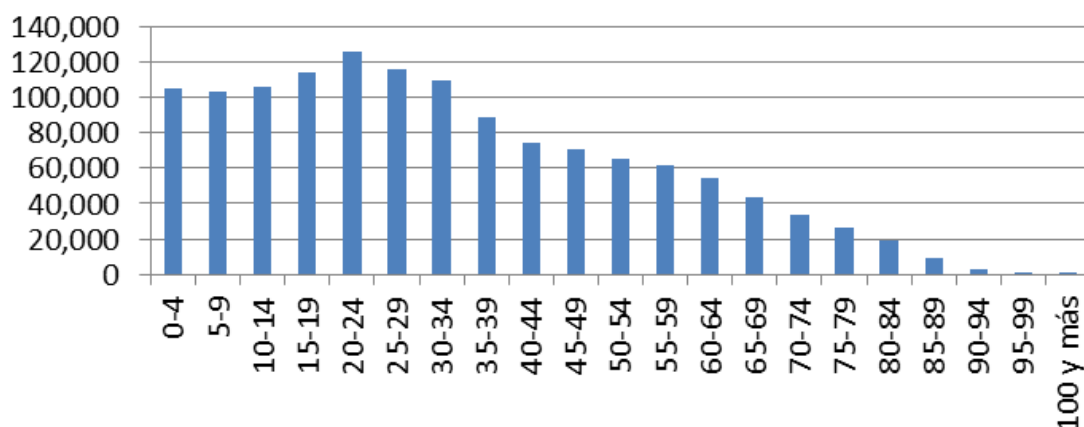
La ciudad de Córdoba es la capital de la provincia homónima y es la segunda ciudad en cantidad de habitantes de la Argentina: según el último censo nacional, allí residen un total de 1.329.604 de habitantes<sup>17</sup>.

Siendo la ciudad sede de numerosas universidades públicas y privadas, residen en Córdoba jóvenes de distintas ciudades del país e incluso de países vecinos. En este sentido, dado su histórico atractivo como polo de educación superior (por lo cual es conocida como *La Docta*), la cantidad de habitantes de entre 20 y 24 años es la más numerosa, seguido del grupo etario "25-29"<sup>18</sup>.

<sup>17</sup> Fuente: INDEC. Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010.

<sup>18</sup> Para mayor detalle de la información estadística, véase Anexo n° 10: Población total. Departamento Capital. Prov. Córdoba. 2010

Gráfico n° 7. Población total. Departamento Capital. Prov. Córdoba. 2010



Elaboración propia a partir de resultados del Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010. Fuente: INDEC.

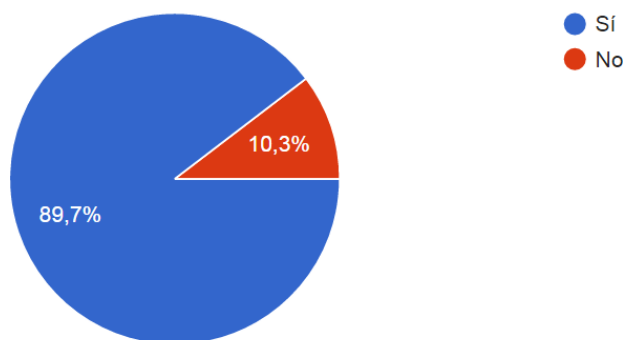
Tal como se presentó precedentemente, es precisamente el grupo constituido por jóvenes de entre 18 y 29 años, los que en mayor proporción ejecutan un instrumento (alrededor del 27%). Esta mayor predisposición se observa también en términos geográficos, siendo las provincias de la región centro, entre ellas Córdoba, las que mayor porcentaje de población que ejecuta algún instrumento.

Con el propósito de abordar el mercado consumidor más focalizadamente se llevó adelante un relevamiento de potenciales consumidores. Los mismos fueron definidos mediante el cumplimiento de un conjunto de características. En primer lugar se encuestó a músicos que tengan o hayan tenido una banda. Otro aspecto importante que se consideró fue que tuvieran como lugar de residencia la ciudad de Córdoba. Finalmente, por las características del relevamiento (formato y difusión digital) se contó con un público familiarizado con plataformas digitales y redes sociales<sup>19</sup>.

Comenzando con los resultados de la encuesta, conviene aclarar que del total de músicos, alrededor del 90 por ciento de los encuestados al momento de la encuesta tenían una banda. El porcentaje restante se corresponde con aquellos que habían participado de una banda musical con anterioridad.

<sup>19</sup> En cierto sentido, este aspecto supone un público más vinculado con la nueva escena musical.

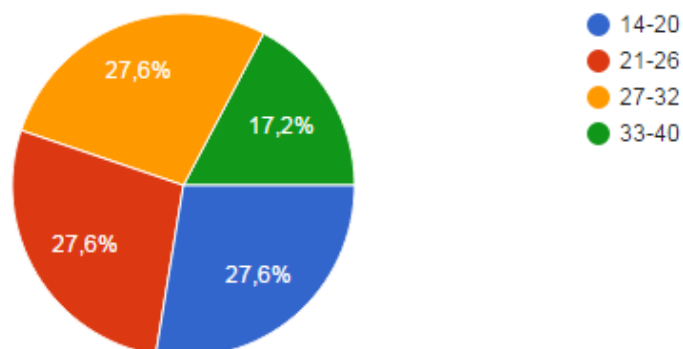
Gráfico n° 8: Porcentaje de potenciales consumidores encuestados que al momento de la encuesta tenían una banda. Córdoba 2016



Fuente: Elaboración propia a partir de relevamiento: Encuesta a músicos de Córdoba

Al consultar por las edades de los encuestados, se obtuvo el mismo porcentaje de respuestas (27,6%) en los tres grupos de menor edad: de 14 a 20 años; de 21 a 26 años; y de 27 a 32 años. El porcentaje restante corresponde a los encuestados mayores de 33 años. Es decir, que la mayoría del mercado consumidor se reparte entre los 14 y 32 años.

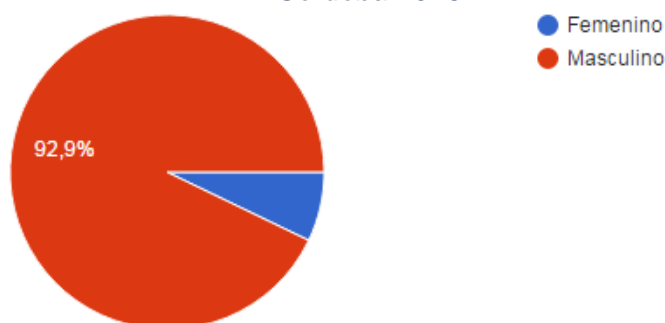
Gráfico n° 9: Porcentaje de potenciales consumidores encuestados por rango etario. Córdoba 2016



Fuente: Elaboración propia a partir de relevamiento: Encuesta a músicos de Córdoba

Respecto a la diferenciación por género de los potenciales consumidores de salas de ensayo y grabación a los que se logró llegar mediante el relevamiento, se observa una abrumadora mayoría masculina, con un porcentaje superior al 90 por ciento.

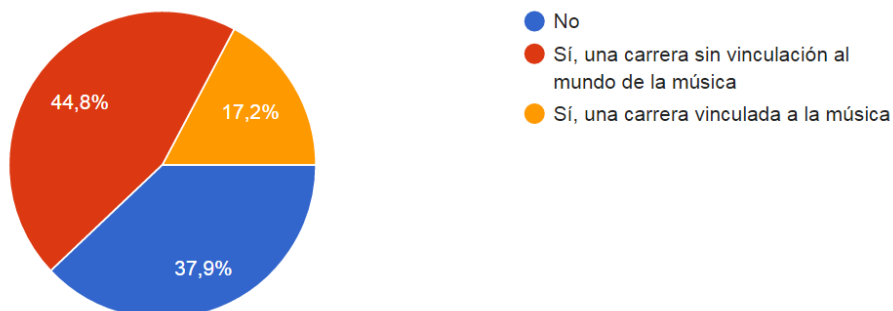
Gráfico n° 10: Porcentaje de potenciales consumidores encuestados por sexo. Córdoba 2016



Fuente: Elaboración propia a partir de relevamiento: Encuesta a músicos de Córdoba

En torno a la hipótesis de que la ciudad de Córdoba resultaba particularmente atractiva para músicos no profesionales que se encontraran desarrollando una carrera de grado (dada la histórica conformación de la ciudad como polo educativo), los resultados del relevamiento verificaron la hipótesis. Alrededor del 62 por ciento de los encuestados se encuentra estudiando una carrera universitaria. Lo llamativo al respecto es que en su mayoría, no son estudiantes abocados a carreras vinculadas con *lo musical*. En este sentido toma principal relevancia el carácter amateur.

Gráfico n° 11: Porcentaje de potenciales consumidores encuestados que estudian carrera universitaria según esté o no vinculada con la música. Córdoba 2016

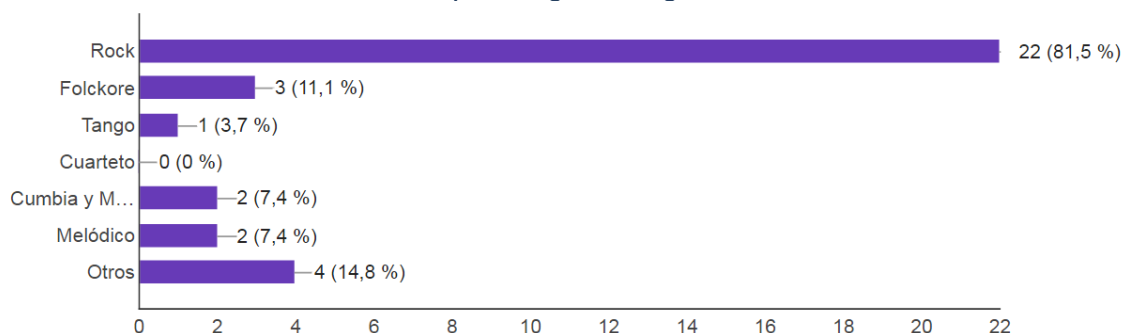


Fuente: Elaboración propia a partir de relevamiento: Encuesta a músicos de Córdoba

Otro aspecto que se consideró para tener en cuenta el tipo de instrumento y demás adaptaciones que requieren las salas de ensayo y estudio de grabación a montar, fue el género musical de la banda que los encuestados integran o integraban.



Gráfico n° 12: Porcentaje de potenciales consumidores encuestados según género musical de la banda que integran/integraban. Córdoba 2016

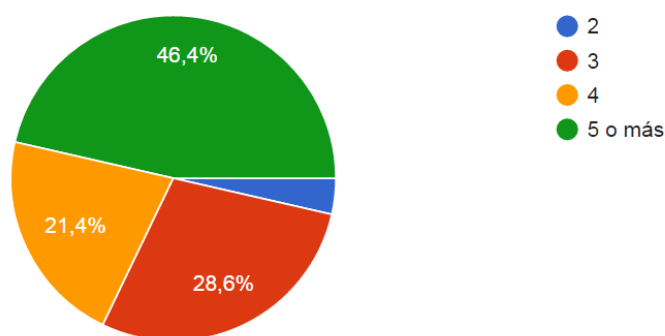


Fuente: Elaboración propia a partir de relevamiento: Encuesta a músicos de Córdoba

Al respecto se observa en el gráfico número 12 que en su mayoría, los encuestados optaron<sup>20</sup> por el género Rock (más del 80% de encuestados). El resto de los géneros fueron seleccionados en notoria menor proporción.

Por otra parte, y con el propósito de dimensionar la espacialidad de las habitaciones en las que funcionarán las salas de ensayo y la/s de grabación se consultó por la cantidad de integrantes que tienen la banda que integran o integraban.

Gráfico n° 13: Porcentaje de potenciales consumidores encuestados según cantidad de integrantes de su banda. Córdoba 2016



Fuente: Elaboración propia a partir de relevamiento: Encuesta a músicos de Córdoba

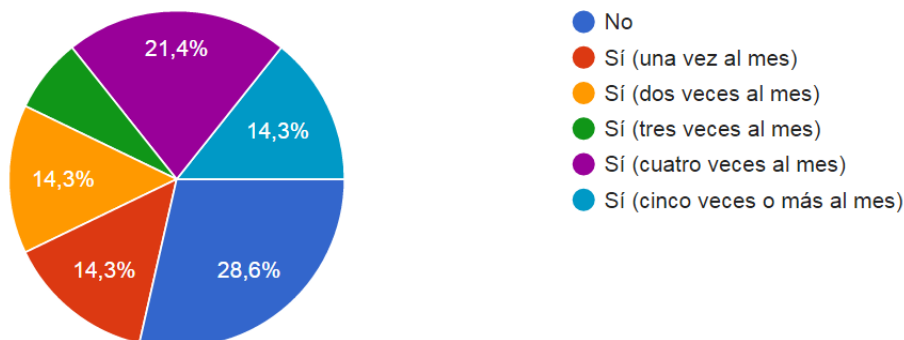
En este sentido, y tal como se grafica, más del 45 % de los músicos encuestados participa o participaba de bandas de cinco o más integrantes.

El gráfico n° 14 presenta los porcentajes de potenciales encuestados que asisten a sala de ensayo y la frecuencia con la que lo hacen. Al respecto, el 71,4 % dice asistir a salas de ensayo de grabación. De ese porcentaje, la mayoría (21,4%) asiste 4 veces al mes, de lo cual se deduce que asiste una vez por semana. En partes iguales (14,3%) se distribuyen quienes asisten una sola vez al mes; dos veces al mes

<sup>20</sup>Los encuestados podían optar por más de un género, por tanto los porcentajes no son acumulativos a 100% en el total de respuestas graficadas.

y quienes lo hacen con mayor frecuencia (5 veces al mes o más). Un porcentaje marginal (7,1%) asiste tres veces al mes.

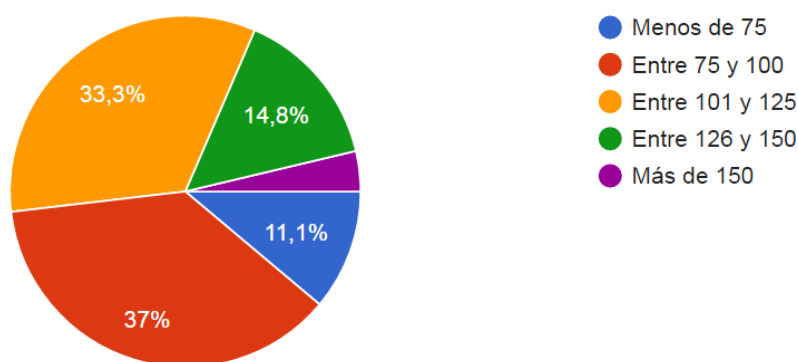
Gráfico n° 14: Porcentaje de potenciales consumidores encuestados según si asisten o no a sala de ensayo/grabación y por frecuencia de asistencia. Córdoba 2016



Fuente: Elaboración propia a partir de relevamiento: Encuesta a músicos de Córdoba

Tras consultar por el precio que suelen o solían pagar por la hora de ensayo, se ha obtenido mayor porcentaje de respuestas en las opciones “entre 75 y 100” pesos, con el 37 por ciento; y “entre 101 y 125” con más del 33 por ciento. Al respecto conviene resaltar que en el análisis de competidores, estos eran los precios más reiterados y se corresponden temporalmente entre relevamientos<sup>21</sup>.

Gráfico n° 15: Porcentaje de potenciales consumidores encuestados según costo aproximado que pagan por 1 hora en una sala de ensayo. Córdoba 2016



Fuente: Elaboración propia a partir de relevamiento: Encuesta a músicos de Córdoba

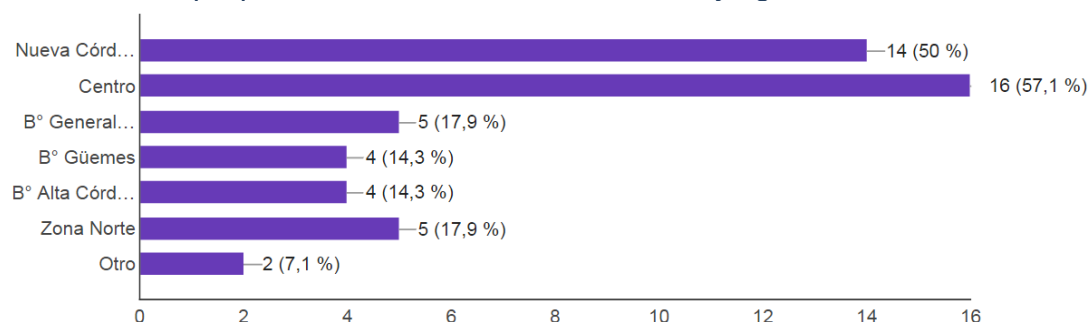
Otro aspecto central que se consultó fue el barrio de la ciudad en el que preferirían asistir a realizar actividades de ensayo o de grabación con su banda. Entre las opciones más elegidas se desatacó el barrio Centro (seleccionado por más del 50

<sup>21</sup> El relevamiento de competidores se realizó en febrero (y se mantuvieron los mismos precios en el mes de abril recolectados por un segundo relevamiento telefónico con el fin de mantener los importes actualizados) y la encuesta a potenciales consumidores se desarrolló entre febrero y marzo.

% de encuestados) y el barrio Nueva Córdoba, optado por la mitad de los encuestados. Conviene aclarar, que se podía responder con más de una opción.

Si se considera el mercado competidor, tal como se planteó arriba, la faltante de oferta en la zona de Nueva Córdoba justifica la respuesta de gran porcentaje de potenciales consumidores. Eso refuerza el carácter ventajoso de la ubicación de del inmueble del que se dispone.

*Gráfico n° 16: Porcentaje de potenciales consumidores encuestados según barrio de la ciudad en el que preferirían asistir a una sala de ensayo/grabación. Córdoba 2016<sup>22</sup>*



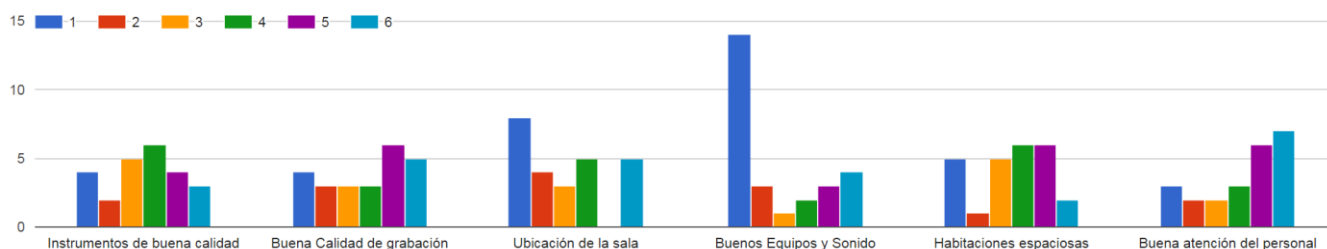
*Fuente: Elaboración propia a partir de relevamiento: Encuesta a músicos de Córdoba*

En relación al conjunto de cualidades con las que pueden contar las salas de ensayo y estudios de grabación, se consultó a los potenciales consumidores cómo organizan jerárquicamente entre:

- Instrumentos de buena calidad
- Buena Calidad de grabación
- Ubicación de la sala
- Buenos equipos de Sonido
- Habitaciones Espaciosas
- Buena atención del personal

<sup>22</sup>Los encuestados podían optar por más de un barrio, por tanto los porcentajes no son acumulativos a 100% en el total de respuestas graficadas.

Gráfico n° 17: Porcentaje de potenciales consumidores encuestados según orden de prioridad a distintos servicios. Córdoba 2016



Fuente: Elaboración propia a partir de relevamiento: Encuesta a músicos de Córdoba

Al respecto, la opción que fue puntuada en primer lugar por la mayor parte de los consultados fue “buenos equipos y sonidos”; seguidos por la opción “ubicación de la sala” que también fue seleccionada en primer o segundo lugar.

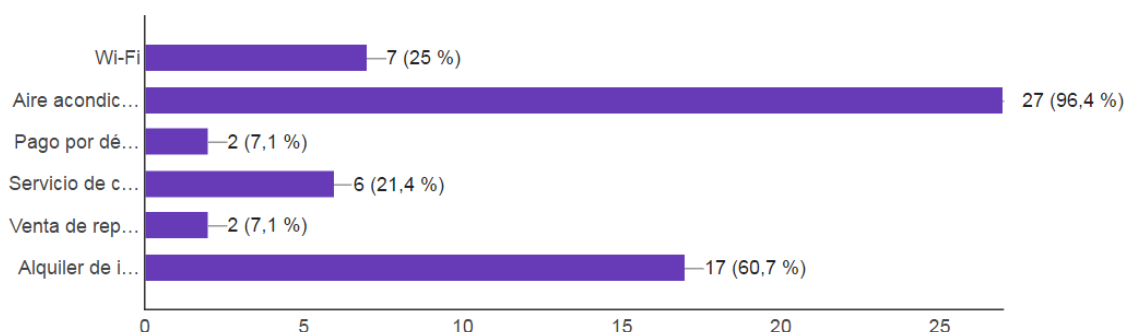
En tercer y cuarto puesto prioritario, han obtenido respuestas más reiteradas las opciones “instrumentos de buena calidad” y “habitaciones espaciaosas”. En este sentido, y pese a que el porcentaje de potenciales consumidores integra/ban bandas numerosas de 5 o más músicos, la opción de habitaciones espaciaosas no ha tenido demasiada demanda (siendo también optada en quinto lugar).

En el quinto lugar en orden de prioridad, han sido seleccionadas con mayor reiteración las opciones “buena calidad de grabación” y “buena atención del personal”. Esta última opción fue también la más seleccionada en sexto lugar.

Relacionado con lo anterior, se consultó por servicios adicionales que preferirían que disponga un estudio de grabación y sala de ensayo. Entre las opciones, se destacó el servicio de aire acondicionado que fue seleccionado por casi la totalidad de los encuestados.

Otro servicio adicional que obtuvo amplia demanda en el relevamiento fue el alquiler de instrumentos y accesorios, seleccionado por más del 60 por ciento de potenciales consumidores.

Gráfico n° 18: Porcentaje de potenciales consumidores encuestados según servicio adicional con el que preferirían que cuente una sala de ensayo/grabación. Córdoba 2016<sup>23</sup>

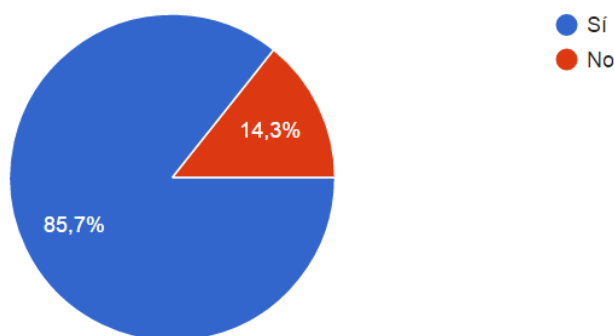


Fuente: Elaboración propia a partir de relevamiento: Encuesta a músicos de Córdoba

El resto de las opciones, que obtuvieron entre el 7 y el 25 por ciento fueron: Venta de repuestos y accesorios; Pago por débito; Servicio de Coffee/bar y Wi, Fi.

En relación a información específica sobre experiencias de grabación de los músicos encuestados, se relevó que del total encuestado más del 85 por ciento había grabado un demo con su banda.

Gráfico n° 19: Porcentaje de potenciales consumidores encuestados que habían o no grabado un demo con su banda. Córdoba 2016

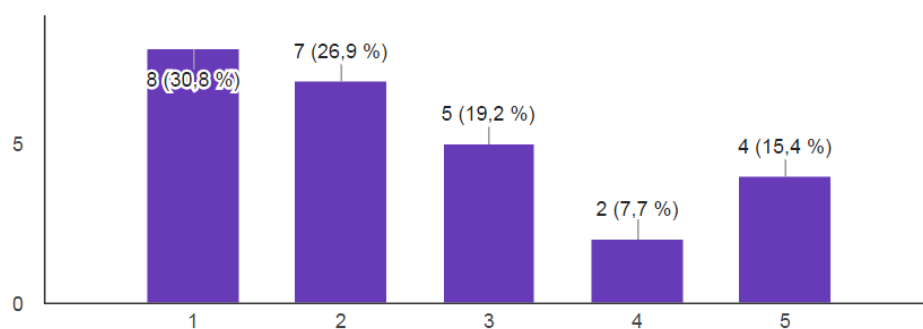


Fuente: Elaboración propia a partir de relevamiento: Encuesta a músicos de Córdoba

A quienes habían experimentado la grabación de un demo, se les solicitó que evaluaran dicha experiencia del 1 al 5, siendo: 1 muy buena; 2 buena; 3 regular; 4 mala y; 5 muy mala.

<sup>23</sup> Los encuestados podían optar por más de un servicio, por tanto los porcentajes no son acumulativos a 100% en el total de respuestas graficadas.

Gráfico n° 20: Porcentaje de potenciales consumidores encuestados según evaluación de la experiencia de grabación. Córdoba 2016

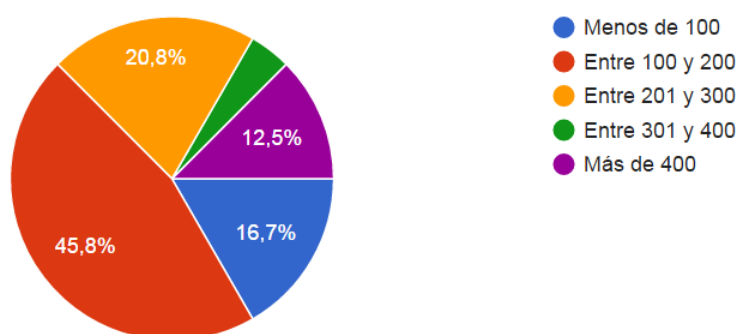


Fuente: Elaboración propia a partir de relevamiento: Encuesta a músicos de Córdoba

Al respecto, los encuestados evaluaron en su mayoría positivamente la experiencia de grabación: para más del 30 por ciento fue muy buena, seguidos por más de un 25% de “buena”. Mientras que aquellos para los que fue una experiencia regular, el porcentaje se reduce a alrededor del 20 por ciento. Las evaluaciones negativas concentran a menos del 8 por ciento en la categoría “mala” y a más del 15 por ciento en “muy mala”.

Seguidamente se consultó por el costo de la hora de grabación bajo la modalidad *demo*. Para más del 45 por ciento la misma oscila entre los 100 y 200 pesos; seguida por un 20 por ciento que han pagado por la hora de grabación entre 201 y 300 pesos.

Gráfico n° 21: Porcentaje de potenciales consumidores encuestados según costo aproximado que pagaron por 1 hora de grabación (demo). Córdoba 2016



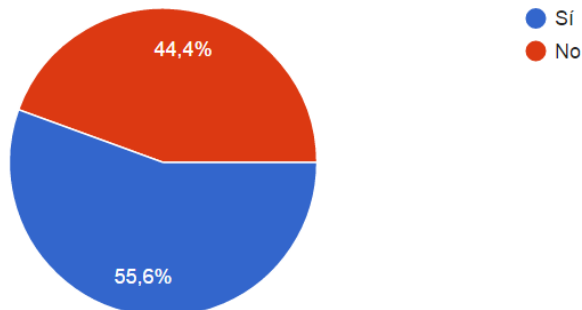
Fuente: Elaboración propia a partir de relevamiento: Encuesta a músicos de Córdoba

Al respecto conviene aclarar que dado que las experiencias de grabación no tienen limitación en el tiempo pasado, las mismas pueden no estar actualizadas. Por lo que no sorprende que más del 15 por ciento haya pagado menos de 100 pesos, siendo un precio bastante por debajo del relevamiento del mercado competidor.

En comparación con reiterada experiencia de grabación de *demo*, al consultar si los potenciales consumidores habían grabado junto a sus respectivas bandas algún

tema con sistema multipista<sup>24</sup>, el porcentaje de los que sí lo habían experimentado se reducía a alrededor del 55 por ciento.

Gráfico n° 22: Porcentaje de potenciales consumidores encuestados que habían o no grabado un tema con sistema multipista con su banda. Córdoba 2016

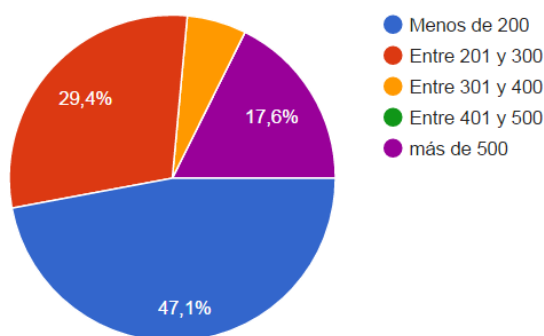


Fuente: Elaboración propia a partir de relevamiento: Encuesta a músicos de Córdoba

En este sentido, se torna importante resaltar a los fines del presente proyecto, que la ventaja de ofrecer un espacio que conjugue salas de ensayo a la que los clientes asistirían con frecuencia semanal, y estudios de grabación de alta calidad, facilitaría el flujo de grabaciones de calidad al prestar ambos servicios en simultáneo.

Por último, al consultar por los costos aproximados de la hora de grabación bajo dicha modalidad, se observa que para la mayoría de los encuestados, el precio pagado por hora era menor a los 200 pesos.

Gráfico n° 23: Porcentaje de potenciales consumidores encuestados según costo aproximado que pagaron por 1 hora de grabación con multipista. Córdoba 2016



Fuente: Elaboración propia a partir de relevamiento: Encuesta a músicos de Córdoba

En sintonía con lo que se planteaba en relación a los costos de grabación de *demos*, no se ha registrado el momento en el que se realizó la grabación, y por ende, cuan desactualizado se encuentra el precio.

<sup>24</sup> La diferencia principal que aquí se abordó entre *demo* y *multipista*, es que mientras el primero se trata de la grabación de un ensayo, es decir, graban todos los integrantes de la banda al mismo tiempo; el sistema de *multipista* se trata de la grabación de los instrumentos por separado para luego lograr la mezcla de todos ellos.

Finalizado el estudio de mercado las conclusiones que se desprenden se desarrollaran en el apartado correspondiente y a continuación se analizarán los aspectos técnicos del proyecto de inversión.



## **Análisis de viabilidad técnica**

### ***Mercado Proveedor***

Al analizar la viabilidad técnica del proyecto es fundamental considerar el conjunto de proveedores que proporcionarían los instrumentos, equipos y materiales necesarios para remodelar el inmueble y subsiguientemente, los costos de esto. Para una mejor comprensión aquí se detallan la lista de proveedores y en el apartado “ingeniería del proyecto” se plasman los costos mediante la confección de balances.

Para la adaptación sonora de las salas de ensayo y grabación se requiere contratar la mano de obra especializada en Durlock y aislamiento acústico.

El principal proveedor de los materiales necesarios para dicho trabajo es:

- Easy (Av. Gral O Hoggins 3853, Córdoba capital).

Los proveedores seleccionados para adquirir el mobiliario y equipos de la recepción son:

- Easy (Av. Gral O Hoggins 3853, Córdoba capital)
- Garbarino (Duarte Quirós 1400, local 1127, Córdoba capital)
- Sodimac.(Av. Colón 4880 , Córdoba capital)

Por otra parte se comprará en casas de músicas:

- Los equipos necesarios para el funcionamiento, en especial, del estudio de grabación: retornos, micrófonos, mezcladora de sonidos, etc.
- Los instrumentos de alquiler para las distintas salas: guitarras, bajo, órgano, batería, etc.
- Accesorios como micrófonos, auriculares, parlantes, etc.

Se le solicitó presupuesto a cuatro casas de música: Pro audio, Musicor, Músicos de Raza y Altos músicos. La elección del proveedor con el que se trabajará se dejó en manos de los inversionistas, los cuales luego de hacer un balance entre precios, calidad, stock disponible y políticas de pago optaron por trabajar con Músicos de raza y Altos músicos. Sin embargo existen equipos que ninguno de los proveedores consultados disponía. Para estos casos se solicitó precios a diferentes proveedores de la ciudad de Buenos Aires.

En la siguiente tabla se presenta las condiciones de pago y políticas de descuentos.

*Tabla n°2: Casas de Música. Condiciones de pago y políticas de descuentos. Ciudad de Córdoba 2016.*

Nombre	Condiciones de pago		Descuento
<b>Pro audio</b> <sup>25</sup>	Contado efectivo	x	bonificación 0%
	Cuenta NO		-
	Crédito Sí		-
<b>Musikor</b> <sup>26</sup>	Contado efectivo y/o cheque	x	bonificación 10 %
	Cuenta NO		-
	Crédito Sí	x	Hasta 12 cuotas sin interés (Naranja/Cordobesa), Promoción Tarjeta Cordobesa: 20 pagos sin interés
<b>Músicos de Raza</b> <sup>27</sup>	Contado efectivo, débito y/o cheque	x	Descuento por volumen: 5% del total
	Cuenta NO		-
	Crédito	x	-
<b>Altos Músicos</b> <sup>28</sup>	Contado efectivo	x	-
	Cuenta Corriente contra garantía propietaria		-
	Crédito	x	-

*Fuente: Elaboración propia a partir de relevamiento personal y vía web a proveedores.*

Para una mejor visualización de los precios de los equipos, instrumentos y accesorios por proveedor, se adjunta una tabla comparativa con los mismos<sup>29</sup>.

<sup>25</sup> Véase Anexo n° 5: Presupuesto Pro audio

<sup>26</sup> Véase Anexo n° 6: Presupuesto Musikor

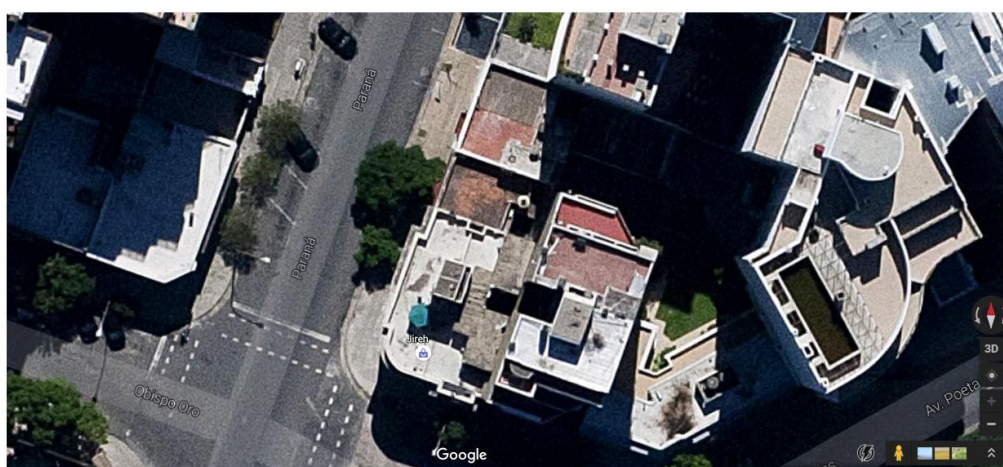
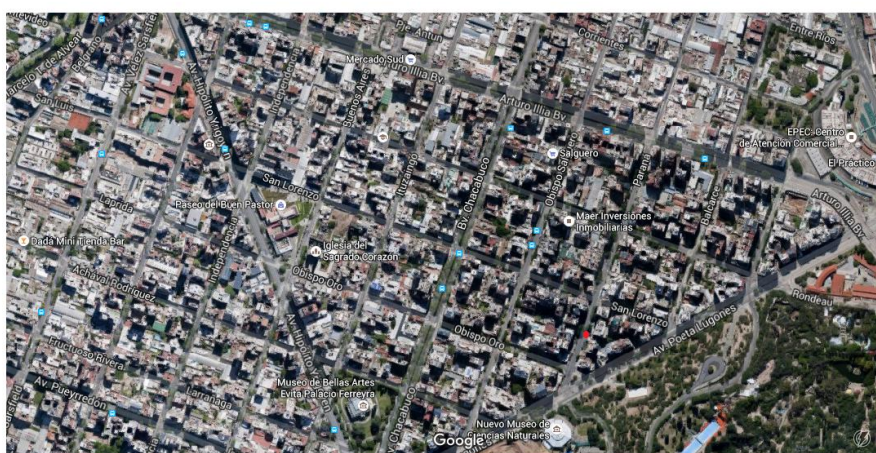
<sup>27</sup> Véase Anexo n° 7: Presupuesto Músicos de Raza.

<sup>28</sup> Véase Anexo n° 8: Presupuesto Altos Músicos.

## Localización

El inmueble se encuentra ubicado en el barrio de Nueva Córdoba a pasos del parque Sarmiento y cercano al Museo Provincial de Ciencias Naturales “Dr. Arturo Humberto Illia”. Sin precisar la dirección para preservar a los inversionistas, a continuación se presentan unas imágenes aéreas de la zona en la que se ubica el inmueble.

*Imagen n°2: Fotografías satelitales del aérea de la ubicación del inmueble. Ciudad de Córdoba. 2016*



*Fuente: Elaboración propia a partir de imagen satelital de Google Maps.*

Se trata de una ubicación privilegiada para el desarrollo de la actividad, ya que allí residen mayoritariamente jóvenes estudiantes provenientes de otras ciudades, que tal como se pudo presentar en el análisis del consumo musical a nivel nacional, se

<sup>29</sup> Véase Anexo n° 9: Tabla comparativa de proveedor según precios de instrumentos equipos, instrumentos y accesorios.

corresponden con el grupo etario y de nivel socioeconómico<sup>30</sup> de mayor representatividad entre los potenciales clientes.

Por otra parte, del relevamiento llevado adelante para el estudio de mercado se obtuvo como respuesta de preferencia de ubicación, precisamente el barrio en el que se encuentra el inmueble como la segunda más solicitada (después de barrio centro). Por tanto, se valora positivamente la localización.

### **Ingeniería**

La superficie del inmueble afectada a la actividad de ensayo y grabación contará con dos salas: la sala básica de treinta y seis metros cuadrados (36 Mts<sup>2</sup>) y la Sala Premier de cuarenta y ocho metros cuadrados (48 Mts<sup>2</sup>). La primera sala es la que empleaban los inversionistas, por lo que ya se encuentra acondicionada, requiere adaptaciones menores. Esta, será destinada a ensayos y grabaciones de calidad intermedia (grabaciones de ensayo).

La Sala Premier en cambio, requiere de una completa adaptación, y dado que se destinará principalmente a la grabación profesional de más alta calidad, su acondicionamiento prevé la comunicación por medio de un vidrio debidamente aislado a una habitación donde se encontrará el técnico haciendo su trabajo.

Además el inmueble cuenta con un depósito para la guarda de instrumentos, un baño y el ambiente destinado a la recepción. Las inversiones necesarias para acondicionar este último ambiente se abordaron en el apartado de viabilidad administrativa, puesto que es lo que recomiendan los autores sobre los cuales se basa el trabajo.

A continuación se detallan los materiales y mano de obra necesarios para acondicionar las salas de manera tal que se cumpla con el aislamiento acústico necesario para no romper con las normas de convivencia (considerando que el inmueble está en uno de los barrios más poblados de la ciudad). Además el aislamiento acústico es fundamental para lograr una calidad de sonido alta, por tal motivo los materiales que se seleccionen para revestir techos, pisos y paredes deben tener cualidades de absorción, reflexión y difusión del sonido. En la entrevista al experto se indagó sobre estas cuestiones, y su respuesta fue la siguiente:

*“Generalmente se usa, la pared de ladrillo, sobre eso se deja una capa de aire (un recinto de aire) de 10 o 15 cms, luego se pone una capa de*

---

<sup>30</sup> Bajo el supuesto de correspondencia entre máximo nivel de educación alcanzado –Nivel universitario incompleto- y la posibilidad de residir en una ciudad distinta a la del grupo familiar como referencias de un nivel económico *medio, medio-alto.*

*durlock, luego se pone lana de vidrio lo más compacta que se pueda, o piedra de vidrio que es más compacta todavía y sobre eso nosotros tenemos dos planchas más de durlock pegadas. Entonces pasándola de adentro para afuera: durlock, durlock, lana, durlock, espacio de aire, pared. En el piso lo mismo: va la piedra o lana de vidrio compacta, se pone capa de fenólico y sobre eso el piso flotante o parque (lo que quieras poner). Lo mismo para el techo. Es como que tener que hacer una sala dentro de otra sala lo más aislada que se pueda.”*

Con respecto a la mano de obra manifestó lo siguiente:

*“Por lo general la empresa que hace durlock te lo trabaja bien, lo que sí hay que conseguir es alguien que te haga el diseño del estudio. Generalmente lo hacen los ingenieros acústicos, porque tienen que ver la forma de cómo van colocadas las paredes ya que no pueden estar paralelas entre sí, y el techo no tiene que estar paralelo con el piso o si están paralelos tienen que tener cierta reflexión. La parte de acústica es lo más difícil (...) pasa en todos los estudios del mundo por más que este diseñado por el mejor ingeniero una vez que estas grabando y con todo terminado recién ahí puedes ver los resultados”.*

Como resultado de la entrevista se presenta los costos de acondicionamiento de las salas y la mano de obra necesaria para ello. El proveedor de estos elementos de construcción es la empresa Easy.<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> El presupuesto se solicitó en el mes de Abril.

Tabla n°3: Costos de acondicionamiento de las salas. Ciudad de Córdoba 2016.

<b>BALANCE DE MATERIALES</b>				
<b>Unidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>	<b>Total</b>
Cielo raso	Placa 1,20x2,40 mts2	33	103	3.399
Durlock	Placa 1,20x2,40 mts2	88	109	9.592
Lana de Vidrio	Rollo 21 mts2	10	1.340	13.400
Fenolico	Mt2	48	245	11.760
Pecera	Unidad	1	5.980	5.980
Puerta	Unidad	2	10.600	21.200
Zocalos	Z2,70 Mts	21	124	2.600
Manta aislante pf	Rollo 25 mts2	4	210	840
Pisoflotante	Caja de 2,93 Mts2	29	594	17.226
<b>Total</b>				<b>85.997</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de relevamiento personal a proveedores.

Tabla n°4: Costos de mano de obra de las salas. Ciudad de Córdoba 2016.

<b>BALANCE DE MANO DE OBRA</b>	
Acondicionamiento sala Básica	8.640
Acondicionamiento sala Premier	11.520
Aires Acondicionados	2.500
<b>Total</b>	<b>22.660</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de relevamiento personal a proveedores.

Si bien la sala básica está acondicionada y equipada, se calcula el monto de su remodelación ya que el anterior no era un acondicionamiento profesional apto para el servicio que se pretende prestar. En lo que respecta a las necesidades de equipamiento, aquí si se toman en consideración los equipos e instrumentos que están en existencia.

A continuación se plasma el balance de equipamiento necesario para la puesta en marcha del proyecto. A partir de los instrumentos y equipos recomendados por el experto se solicitaron presupuestos a los cuatro proveedores antes descriptos, y finalmente los inversionistas hicieron un balance entre precio y calidad para decidir cuáles adquirir.

Tabla n°5: balance de equipamiento de las salas. Ciudad de Córdoba 2016.

<b>BALANCE DE EQUIPAMIENTO I</b>				
<b>Unidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Batería 5 cuerpos	Mapex Meridian Bird	1	21.718	21.718
Guitarra eléctrica	Squier Telecaster	2	13.395	26.790
Guitarra Acústica	Fender	1	12.000	12.000
	Tylor 214	1	32.633	32.633
Guitarra clásica	Fonseca 41k	1	4.600	4.600
	Takamine Eg 128 SC	1	14.195	14.195
Bajo	Squier Jazz Bass	1	10.558	10.558
	Ibanez	1	16.000	16.000
Teclado	Ronald Xps 10	1	18.076	18.076
Amplificador guitarra	Vox ut 120 Valvular	2	11.600	23.200
	Marshall Mg 100"	1	12.783	12.783
Amplificador bajo	Ampeg Cobre	1	12.900	12.900
Preamplificadores Guitarra	API 512, DBX 386 valvular	1	15.500	15.500
Preamplificadores Bajo	Sansamp bass driver DI	1	5.877	5.877
Cajas (X2)	JBL 18"	1	19.200	19.200
Micrófonos	Sennheiser e835	2	1.700	3.400
	Shure SM 58	1	2.800	2.800
Atril	NN	3	374	1.122
Pies	NN	5	349	1.745
Auriculares	Shure	2	2.100	4.200
Consola 8 canales	Soundcraft	1	6.315	6.315
	Behringer	1	9.500	9.500
Cables Instrumentos	WESTERN 6 MTS	10	372	3.720
	klotz 3 mts	5	1.144	5.720
Cables Micrófonos	Neon	4	210	840
	Shure	2	1.141	2.282
Mesa Mezcla 24 canales	Behringer	1	18.500	18.500
Interfase de audio	STEINBERG VR824	1	19.580	19.580
Monitoreo (X2)	KRK 8"	1	12.800	12.800
Set de platillos	Sebastian SBR	1	5.543	5.543
Micro condensador	Rode NT2 A	2	8.599	17.198
kit micro batería	Audix Fp7 Set De 7 M	1	8.990	8.990
Computadora	MacBook Air 13"	1	34.449	34.449
Aire acondicionado	Hitachi 3220 W	2	10.699	21.398
Mesa a medida	NN	1	5.800	5.800
Outboard	DBX 166	1	4.999	4.999
Procesador	Lexicom mx400	1	10.300	10.300
Potencia	Carver Px 850	1	10.000	10.000
Set Platillos	Zildjian K Box K0800 14" 16"	1	25.095	25.095
Softward 1	Pro tools	1	10.000	10.000
<b>Total</b>				<b>492.326</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de relevamiento personal a proveedores.

Los aspectos técnicos analizados serán retomados en la evaluación de viabilidad financiera para el cálculo total de la inversión necesaria y las depreciaciones

correspondiente a cada uno de ellos. Seguidamente se abordarán las cuestiones que refieren al análisis organizacional-administrativo del presente proyecto.

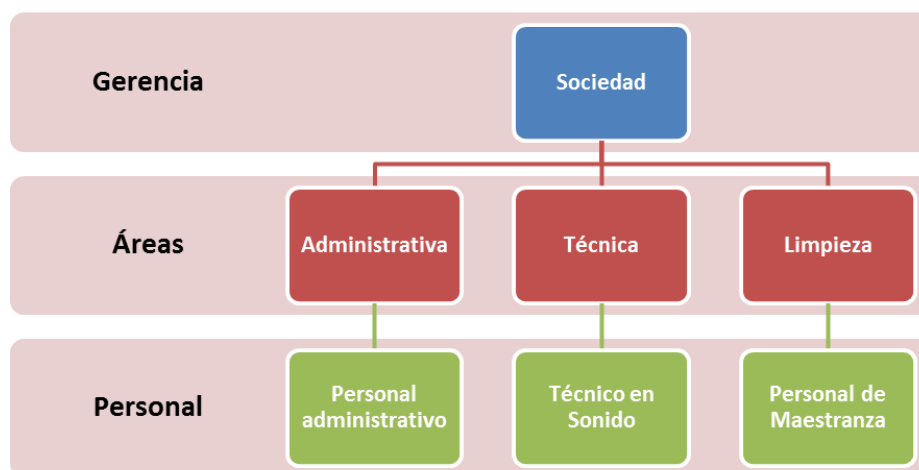


## Análisis de viabilidad administrativa

### Personal

A continuación se describirá la estructura organizativa de la empresa. Para una mejor visualización de los requerimientos de personal, equipos y mobiliario, se presenta en el siguiente gráfico, el organigrama empresarial.

Gráfico n° 24: Organigrama de la empresa



Fuente: Elaboración propia según la estructura planteada por los inversionistas

La división de trabajo cuenta con un nivel gerencial compuesto por ambos socios. Uno de los socios es el encargado supervisar la denominada área administrativa. Su cargo concentra las responsabilidades sobre el funcionamiento administrativo de la empresa en general. Será el encargado de: autorizar compras y llevar adelante los trámites administrativos cotidianos. Además llevará a cabo la promoción y seguimiento de la empresa a través de las redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, etc). Por otra parte, cubre las tareas del personal administrativo durante los días y horarios que exceden la jornada de trabajo y el estudio se encuentra prestando servicio.

El otro socio, será el encargado de supervisar y administrar el área técnica dado que dicho inversionista cuenta con experiencia y formación en sonido. Es el encargado de acompañar y asesorar a los clientes en cuestiones técnicas; como así también de la supervisión del estado de los instrumentos, de las salas de ensayo y del estudio de grabación.

El hecho de que la sociedad esté conformada por dos socios, puede provocar conflictos a la hora de tomar decisiones; por estatuto de definirá que en caso de

suceder esta situación se acudiría a opinión y asesoramiento de un tercero experto (por ejemplo: contador o abogado).

A continuación se presenta una planilla de la distribución horaria de los socios.

*Tabla n°6: Planilla de distribución horaria de los socios*

Día/Horario Inicio	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
08:00							
09:00	■	■	■	■	■		
10:59	■	■	■	■	■		
11:00	■	■	■	■	■		
12:59	■	■	■	■	■		
13:00	■	■	■	■	■	■	■
14:59	■	■	■	■	■	■	■
15:00	■	■	■	■	■	■	■
16:59	■	■	■	■	■	■	■
17:00	■	■	■	■	■	■	■
18:59	■	■	■	■	■	■	■
19:00	■	■	■	■	■		
20:59	■	■	■	■	■		
21:00	■	■	■	■	■		
22:59	■	■	■	■	■		
23:00							

Socio 1  
 Socio 2  
 Socio 1 y 2



*Fuente: Elaboración propia según la estructura planteada por los inversionistas*

El segundo nivel del organigrama está compuesto por las áreas en las que se distribuye el personal, a saber, área administrativa, área técnica y área de limpieza.

La primera área está compuesta por:

*Personal administrativo:*

Encargado de interactuar con los clientes y llevar la administración del estudio (cobros, pagos, etc.); como así también el seguimiento de los turnos y de alquiler de instrumentos y accesorios.

Días y Horarios: De lunes a viernes de 13 a 17 horas.

*Técnico en sonido:*

La segunda área (técnica) está integrada por el técnico en sonido. Sus principales tareas refieren al manejo de los equipos de grabación y mezcla de la sala de grabación y ensayo *Premier*. También estará a cargo cuidado y mantenimiento técnico de los instrumentos; así como también del acompañamiento y asesoramiento de los clientes.

Días y Horarios: tres días por semana (lunes, miércoles y viernes) ,4 horas por la mañana cada día (de 9 a 13).

Personal de limpieza:

El área de limpieza, completa el organigrama con un último personal. Encargado del aseo de las salas comunes, de ensayo y grabación. Se organizará el trabajo en 8 horas por semana concentradas en los días martes y jueves previo al horario de apertura para no superponer su tarea con el uso de las habitaciones.

Días y Horarios: dos días por semana (martes y jueves), 4 horas por la mañana (de 9 a 13 Horas).

Para mayor claridad se plasman la distribución horaria en la siguiente planilla.

*Tabla n°7: Planilla de distribución horaria del personal*

Día/Horario Inicio	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
08:00							
09:00	Administrativa	Personal limpieza	Técnico	Personal limpieza	Técnico		
10:59	Administrativa	Personal limpieza	Técnico	Personal limpieza	Técnico		
11:00	Administrativa	Personal limpieza	Técnico	Personal limpieza	Técnico		
12:59	Administrativa	Personal limpieza	Técnico	Personal limpieza	Técnico		
13:00	Administrativa	Administrativa	Administrativa	Administrativa	Administrativa		
14:59	Administrativa	Administrativa	Administrativa	Administrativa	Administrativa		
15:00	Administrativa	Administrativa	Administrativa	Administrativa	Administrativa		
16:59	Administrativa	Administrativa	Administrativa	Administrativa	Administrativa		
17:00	Administrativa	Administrativa	Administrativa	Administrativa	Administrativa		
18:59	Administrativa	Administrativa	Administrativa	Administrativa	Administrativa		

Técnico   
 Personal limpieza   
 Administrativa 

*Fuente: Elaboración propia según la estructura planteada por los inversionistas*

A continuación se determina el costo laboral mediante el balance personal y la determinación de contribuciones patronales correspondientes. Las remuneraciones netas se calculan a partir de las remuneraciones básicas estipuladas en la escala salarial del convenio colectivo de trabajo 130/70 aplicables a empleados de comercio. Dicho convenio establece agrupamientos y categorías del personal dependiendo de las actividades que éstos desarrollen en el establecimiento, y para cada categoría su remuneración básica a partir de la cual se aplicaran los adicionales, premios, y descuentos respectivos. Para el caso de comercios con hasta 5 empleados, la categorización se simplifica a 5 categorías: *Maestranza A, Administrativos B, Cajeros B, Vendedores B*. Por tal motivo se le asignara la categoría *Maestranza A* al personal de limpieza y *Administrativa B* a la empleada administrativa. Otro aspecto a tener en cuenta, es que en el caso del técnico en sonido no se cuenta con un colegio o consejo

profesional que determine sus honorarios, con lo cual se le asignó una categoría de empleados de comercio por aproximación a la descripción de las actividades que en ella se encuadran tras consultar con en la Administración Federal de Ingresos Públicos y con la Federación Argentina de Empleados de Comercios y Servicios.

*Tabla n°8: remuneración neta empleado de comercio 2016*

<b>REMUNERACION NETA EMPLEADO DE COMERCIO</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
Empleado Administrativo	1	6.913	6.913
Personal de limpieza	1	1.426	1.426
Técnico en sonido	1	2.299	2.299
Socio A	1	17.000	17.000
Socio B	1	17.000	17.000
<b>Total Mensual</b>			<b>44.639</b>
<b>Total Anual</b>			<b>580.307</b>

*Fuente: Elaboración propia a partir de recibos de sueldo.*

En el anexo<sup>32</sup> se adjuntan los modelos de recibos de sueldo donde se detallan las categorías asignadas a cada uno de los empleados, sus remuneraciones básicas y los descuentos correspondientes. Vale aclarar que la escala salarial determina la remuneración básica aplicable al personal que trabaje jornada completa todos los días el mes (30 días al mes o 48 hs semanales), es decir que para cada uno de los tres empleados se calculó la remuneración proporcional a las horas trabajadas semanalmente<sup>33</sup>.

Los socios que prestan servicios permanentes pueden optar por NO aportar al régimen de relación de dependencia. Como explica el Dr.OscarPiccinelli (2012), el ejercicio de esta opción implica que:

- El empleador queda liberado de actuar como agente de retención de los aportes con destino al sistema único de la seguridad social (S.U.S.S.)
- El empleador queda exento de la obligación de ingresar las contribuciones al sistema único de seguridad social (SUSS)
- Las retribuciones serán abonadas bajo la forma de "sueldo". Por lo tanto, se confeccionará el correspondiente recibo de sueldo, sin retenciones con destino a la Seguridad Social, sin pagar salario familiar y liquidando aguinaldo y vacaciones.
- Se incluirá al socio en la DDJJ mensual de la empresa determinativa de las cotizaciones de la Seguridad Social a los fines del ingreso de las cuotas destinadas a

<sup>32</sup>Véase Anexo 11: Modelos de Recibos de Sueldo

<sup>33</sup>Contrato de Trabajo a tiempo parcial (Art 92 ter ley 20744).

la ley de riesgos del trabajo (se debe abonar la ART de los administradores aun cuando no se efectúen cotizaciones al SUSS)<sup>34</sup>.

En el siguiente cuadro se presenta el costo total del personal. Este costo incluye:

1. La remuneración neta (calculada en el cuadro precedente).
2. Las contribuciones patronales destinadas a la seguridad social (17%). Vale recordar que la base de cálculo para dicho concepto es la remuneración bruta de los tres empleados que realizan aportes al sistema (se excluye las remuneraciones de los socios). Remuneración bruta anual \$189767.
3. Contribuciones patronales a la obra social (6%). Dicho porcentaje se abona sobre la remuneración bruta equivalente a la jornada completa, aún cuando los empleados trabajen jornada parcial (\$41662).
4. Aseguradora de riesgo de trabajo (Art) y seguro de vida calculada para todo el personal incluyendo los socios.

*Tabla n°9: Costo total Laboral. 2016*

<b>Costo Laboral</b>		
<b>Concepto</b>	<b>Total Mensual</b>	<b>Total Anual</b>
Remuneración Neta	44.639	580.307
Contribución a la seguridad social	2.482	32.260
Contribución a la obra social	2.500	32.497
ART FIJO 0,60	3	36
ART 3,23	1.570	20.406
SEG VIDA 4,1	21	246
Prima Emisión		12
<b>Total</b>	<b>51.214</b>	<b>665.764</b>

*Fuente: Elaboración propia*

Otro costo a tener en cuenta en el presente apartado son los honorarios abonados al contador público el cual alcanza la cifra anual de \$41678. (Honorario mensual de \$2639, anual \$10010 calculado en base la cantidad de módulos necesarios para realizar su labor).

### ***Equipos y mobiliario***

Por último se incluirá en la viabilidad administrativa las inversiones necesarias para el acondicionamiento de la recepción, lugar donde desempeñará sus tareas la empleada/o administrativa/o.

<sup>34</sup>Dictamen N° 15/97 de la Subgerencia de Asesoría Legal de la SRT.

A continuación el balance de equipos, muebles y accesorios necesarios.

*Tabla n°10: Balance de equipamiento recepción. 2016*

<b>BALANCE DE EQUIPAMIENTO II</b>				
<b>Unidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costos total</b>
Computadora	Combo	1	10.599	10.599
Mesa computadora	Estampada ICONOS	1	2.700	2.700
Futón	Tela Rosso 180x90x75	1	7.191	7.191
Perchero pared	Ecocuero 4 perchas	3	265	795
Silla Ruedas	Ejecutivo Respaldo Alto	1	1.799	1.799
Silla Ruedas	ejecutivo respaldo bajo	1	999	999
Silla Ruedas	Juvenil negra	1	529	529
Radiador eléctrico	ECOSOL PC 300 QUADRA	1	1.259	1.259
Teléfono Inalámbrico	Philips D1211W	1	699	699
Pava eléctrica	ATMA PE5102	1	669	669
Vasos	Diamante pack 6	1	80	80
Juego de te	Set de 18 piezas	1	385	385
Juego matero	Ecocuero liso	1	789	789
Zapatillas/prolongador	NN	5	135	676
Matafuegos	5 kg	1	1.130	1.130
Cesto	diferentes modelos	3	159	477
<b>Total</b>				<b>30.775</b>

*Fuente: Elaboración propia a partir de relevamiento personal a proveedores.*

Los principales proveedores para dicho acondicionamiento son: Easy, Sodimac y Garbarino.

### **Servicios**

Otros costos que se derivan del estudio organizacional y que se consideran a continuación refieren a aquellos que se originan por servicios prestados por terceros, en este caso seguros, servicios (electricidad, teléfonos, Internet, etc.) e impuestos:

*Tabla n°11: Gastos generales. 2016*

<b>GASTOS FIJOS ANUALES</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Medición</b>	<b>Gasto</b>	<b>Total</b>
<b>Luz</b>	Bimestral	1.600	9.600
<b>Agua</b>	Mensual	160	1.920
<b>Telefono e internet</b>	Mensual	1.080	12.960
<b>Gas</b>	Bimestral	60	360
<b>Seguro</b>	Mensual	1.231	14.772
<b>Impuesto inmobiliario</b>	Mensual	450	5.400
<b>Rentas Inmuebles</b>	Mensual	280	3.360
<b>Gastos TOTALES</b>		<b>4.861</b>	<b>48.372</b>

*Fuente: Elaboración propia a partir de relevamiento personal del inmueble comprometido.*

El conjunto de costos administrativos desarrollados serán retomados en la evaluación de viabilidad financiera para su proyección. Previamente, se presentarán

en el apartado a continuación, los aspectos que componen el análisis de viabilidad legal del proyecto.

## **Análisis de viabilidad legal**

### ***Normativa que impulsa a la industria musical***

A nivel nacional existen organismos que regulan, promueven y controlan la industria musical en su conjunto, y por ende a la nueva escena, el Sistema de Información Cultural de la Argentina; el Ente Nacional de Comunicación; el Instituto Nacional de la Música; el Mercado de Industrias Culturales de Argentina; la Cámara Argentina de Productores de Fonogramas y Videogramas; entre otros<sup>35</sup>.

Dichos organismos adquieren relevancia particular en el marco de la sanción de la Ley N° 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual más conocida como ley de medios, la que establece las normas a las cuales deben ajustarse los medios de comunicación radiales y televisivos del país. Dicha ley reza en el artículo primero:

*“El objeto de la presente ley es la regulación de los servicios de comunicación audiovisual en todo el ámbito territorial de la República Argentina y el desarrollo de mecanismos destinados a la promoción, desconcentración y fomento de la competencia con fines de abaratamiento, democratización y universalización del aprovechamiento de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación”. (LEY 26522, artículo 65).*

En el marco de esta normativa en el capítulo V *Contenidos de la programación*, artículo 65, se definen porcentajes de emisión mínima en la programación radial de música de origen nacional, de un 30%; y de música producida en forma independiente, de un 50%, tal como se detalla en el fragmento citado a continuación:

*“1. Los servicios de radiodifusión sonora:*

*a. Privados y no estatales:*

*[...] ii. Como mínimo el treinta por ciento (30%) de la música emitida deberá ser de origen nacional, sea de autores o intérpretes nacionales, cualquiera sea el tipo de música de que se trate por cada media jornada de transmisión. Esta cuota de música nacional deberá ser repartida proporcionalmente a lo largo de la programación, debiendo además asegurar la emisión de un cincuenta por ciento (50%) de música producida en forma independiente donde el autor y/o intérprete ejerza los derechos de comercialización de sus propios fonogramas mediante la transcripción*

---

<sup>35</sup>Véase Anexo n° 12: Organismos nacionales de regulación regulan, promoción y/o control de la industria musical en Argentina.



*de los mismos por cualquier sistema de soporte teniendo la libertad absoluta para explotar y comercializar su obra. La Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual podrá eximir de esta obligación a estaciones de radiodifusión sonora dedicadas a colectividades extranjeras o a emisoras temáticas.” (LEY 26522, artículo 65).*

Es importante resaltar que la aplicación de la normativa es valorada positivamente en los ámbitos de producción musical. En este sentido, en una entrevista a uno de los socios dueño del estudio de grabación *440 Estudio* de la ciudad de Córdoba dada al medio de prensa *Comercio y Justicia*, el empresario local se refería a dicha promoción estatal de la siguiente manera: *“Esto es muy bueno para el sector porque los artistas se animan a invertir en una difusión de buena calidad.”* (Cba 24. 22/02/2016).

### ***Normativa legal que impulsa a las pymes***

En mayo de este año el gobierno lanzó una serie de medidas para fomentar a las empresas que califican como micro, pequeñas y medianas empresas. Se nombran aquellas que ya están implementadas (el resto debe aprobarse el proyecto del ley).

1. Se amplía la línea de inversión productiva. (Aumentan los créditos para las pymes al 22%). Los inversionistas harán la inversión con capital propio.
2. La liquidación del Iva será cada 90 días. Para el presente trabajo esta medida no reviste importancia ya que no impacta en los valores del flujo de caja. En primer lugar porque es un diferimiento del pago (no implica una reducción o eliminación) y en segundo lugar porque para la construcción del flujo de caja se calcula el valor del IVA de todo el período.
3. Se elevaron los mínimos no imponibles del Iva y del impuesto a la ganancia. Esta medida podría afectar al proyecto, pero se retomara en el estudio financiero luego de estimar los ingresos, egresos y la utilidad afecta a impuesto.

### ***Normativa legal para las empresas en general***

La forma societaria que mejor se adecua al proyecto es *Sociedad de Responsabilidad Limitada*, donde los socios participan en la administración de la empresa y limitan su responsabilidad al capital por ellos aportados. Los costos de su constitución son: costos de escritura pública o del instrumento privado, la publicación de edictos, y tasa de constitución que exige el IPJ (inspección de personas jurídicas).

Como sociedad, esta alcanzada por impuestos nacionales, provinciales y municipales:

### ***Impuestos Nacionales:***

Se descartó la posibilidad del optar por el régimen simplificado, quedando sujeta al régimen general por el cual se abonará:

1-Impuesto al valor agregado: El estudio de grabación y salas de ensayo no encuadra en los artículos referidos a las alícuotas reducidas, alícuota diferencial, ni en el artículo n° 7 referido a las exenciones. Esto implica que los servicios prestados por el proyecto estarán alcanzadas por la alícuota general del 21% pudiendo computar como crédito fiscal el iva de las compras realizadas y el monto que resulte de aplicar los puntos porcentuales que para cada supuesto se indican en el Anexo I del decreto N° 814/01. (En la ciudad de Córdoba es 1.9% de las remuneraciones brutas abonadas a los empleados)

2-Impuesto a las ganancias: el 35% para personas jurídicas.

El organismo encargado de la recaudación de estos impuestos es la Administración Federal de Ingresos Públicos.

### ***Impuesto Provincial:***

En cuanto a los impuestos provinciales, en Ingresos Brutos la actividad del proyecto se encuadra en el código 82901 de la Ley Impositiva Anual -en adelante LIA (82901)- *Otros servicios prestados al público no clasificados en otra parte*, el cual establece una alícuota del 4% sobre los ingresos brutos, pero se goza de los beneficios del art 18 de la LIA, que establece una tasa reducida del 2.80%.El organismo encargado de la recaudación de estos impuestos es Rentas.

### ***Impuestos Municipal:***

Corresponde en tanto impuesto municipal, considera el impuesto al Comercio e industria. Se designó por aproximación el código 921110 ya que no está prevista la actividad de grabación. Este impuesto prevé un mínimo de base imponible y un mínimo a abonar de \$1546 en concepto de dicho gravamen. Superada la base imponible mínima el importe de \$1546 comienza a aumentar \$7 por cada \$1000 de ventas brutas. Aquí se presenta la dificultad de que no se cuenta con el dato de la base imponible mínima, porque para evitar la especulación no la hacen pública. El organismo encargado de la recaudación de estos impuestos es la Municipalidad de la ciudad de Córdoba.

El cálculo de los impuestos nacionales, provinciales y municipales se retomará en el estudio financiero una vez calculados los ítems que forman parte de su base imponible.

## **Análisis de viabilidad financiera**

En el presente apartado se ordenara la información de carácter monetario recolectada en los estudios precedentes mediante la construcción de un flujo de caja proyectado, el cual será la base para aplicar los diferentes indicadores de rentabilidad desarrollados en el marco teórico para determinar si es conveniente o no llevar a cabo el proyecto. En otras palabras la construcción del flujo de caja consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, ingresos y costos de los estudios previos.

En el estudio financiero también se definen inversiones, beneficios y costos que en estudios anteriores no se han trabajado. Ellos son, respectivamente: la inversión en capital de trabajo, el valor de desecho e impuesto a las ganancias.

### ***Inversiones antes de la puesta en marcha***

Las inversiones antes de la puesta en marcha surgen del estudio técnico y del estudio administrativo. En el primero se determinó el monto necesario para proveerse de los instrumentos y equipos de la sala *Premium*, como así también la suma de dinero que implica acondicionar las salas (materiales y mano de obra). Por su parte las inversiones del estudio administrativo son aquellas proviene del equipamiento de la recepción. Se resumen dichas inversiones en el siguiente cuadro.

*Tabla n°12: Inversión Inicial*

<b>Inversión Inicial</b>	
Equipamiento Salas <sup>36</sup>	492.326
Equipamiento recepción <sup>37</sup>	30.775
Acondicionamiento Salas <sup>38</sup>	85.997
Mano de Obra <sup>39</sup>	22.660
<b>Total</b>	<b>631.758</b>

*Fuente: Elaboración propia partir de tablas referenciadas en nota al pie*

Otros conceptos que deben desembolsarse antes de la puesta en marcha son los denominados gatos pre operativos por la suma total de \$6342, que incluye: Honorarios de abogado por la suma de \$4500, quien se encargara de la constitución e inscripción de la sociedad en el registro público de comercio, una tasa de \$377 correspondiente a

<sup>36</sup> Véase Tabla N° 5 apartado “Viabilidad técnica”.

<sup>37</sup> Véase Tabla N° 10 apartado “Viabilidad administrativa”

<sup>38</sup> Véase Tabla N° 3 apartado “Viabilidad técnica”

<sup>39</sup> Véase Tabla N° 4 apartado “Viabilidad técnica”

la inscripción en comercio e industria y \$1505 para la habilitación municipal de la empresa.

**Beneficios del proyecto.**

Aquí se determinará dos tipos de beneficios, aquel que proviene de la operatoria normal del establecimiento, y los beneficios propios del estudio financiero denominado Valor de desecho Este último asciende a la suma de \$211833 y se aplicó el método económico dicho cálculo (según este método el proyecto valdrá lo que es capaz de generar desde el momento que se evalúa hacia delante. Es el valor que un comprador estaría dispuesto a pagar por el negocio). Para estimarlo se estudiaron los valores del mercado para los instrumentos con uso.<sup>40</sup>

Para calcular los ingresos provenientes de las prestaciones de servicios se determinó la cantidad máxima de turnos disponibles de cada una de las salas, a partir de la cual se aplicará diferentes porcentajes de ocupación en la proyección de la demanda. Sin embargo la cantidad demandada es una variable muy subjetiva, está subjetividad hace indispensable la sensibilidad de la misma. El cálculo es el que se detalla a continuación.

*Tabla n°13: capacidad máxima sala Premier*

<b>CAPACIDAD MAXIMA SALA PREMIER</b>			
<b>Servicio</b>	<b>Horas al día</b>	<b>Horas semanales</b>	<b>Turnos semanales</b>
<b>Grabacion</b>	4	12	6
<b>Ensayo L a V</b>	10	50	25
<b>Ensayo S y D</b>	6	12	6

*Fuente: Elaboración propia*

*Tabla n°14: Cantidad máxima de turnos sala Premier*

<b>CANTIDAD MAXIMA DE TURNOS SALA PREMIER</b>			
<b>Servicio</b>	<b>Semanales</b>	<b>Mensuales</b>	<b>Anuales</b>
<b>Grabacion</b>	6	24	288
<b>Ensayo</b>	31	124	1.488
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>148</b>	<b>1.776</b>

*Fuente: Elaboración propia*

La capacidad máxima de la sala básica se muestra a continuación.

<sup>40</sup>Ver anexo Nro 15: Valor de desecho. El valor comercial de los equipos e instrumentos usados es en promedio un 40%- 50% del valor de origen según comparaciones que se realizaron con paginas de ventas on-line.

Tabla n°15: Capacidad máxima sala Básica

<b>CAPACIDAD MAXIMA SALA BASICA</b>			
<b>Servicio</b>	<b>Horas al día</b>	<b>Horas semanales</b>	<b>Turnos semanales</b>
<b>Ensayo L a V</b>	14	70	35
<b>Ensayo S y D</b>	6	12	6

Fuente: Elaboración propia

Tabla n°16: Cantidad máxima de turnos sala Básica

<b>CANTIDAD MAXIMA DE TURNOS SALA BASICA</b>			
<b>Servicio</b>	<b>Semanales</b>	<b>Mensuales</b>	<b>Anuales</b>
<b>Ensayo</b>	41	164	1.968
<b>Total</b>	<b>41</b>	<b>164</b>	<b>1.968</b>

Fuente: Elaboración propia

A continuación se presenta una tabla que representa la cantidad de turnos para cada servicio correspondiente a diferentes porcentajes de ocupación.

Tabla n°17: Cantidad de turnos según porcentaje de ocupación.

<b>PERÍODO</b>	<b>Capacidad</b>	<b>Sala Premiun</b>		<b>Sala Básica</b>
		<b>Grabación</b>	<b>Ensayo</b>	<b>Ensayo</b>
	<b>100%</b>	<b>288</b>	<b>1.488</b>	<b>1.968</b>
<b>Año 1</b>	40%	115	595	787
<b>Año 2</b>	45%	130	670	886
<b>Año 3</b>	50%	144	744	984
<b>Año 4</b>	55%	158	818	1.082
<b>Año 5</b>	60%	173	893	1.181
<b>Año 6</b>	65%	187	967	1.279
<b>Año 7</b>	70%	202	1.042	1.378
<b>Año 8</b>	75%	216	1.116	1.476
<b>Año 9</b>	80%	230	1.190	1.574
<b>Año 10</b>	85%	245	1.265	1.673

Fuente: Elaboración propia

Los precios definidos para los distintos servicios fueron establecidos en base a los precios del mercado. Ellos se presentan en la siguiente tabla.

Tabla n°18: Precios de los servicios brindados por hora y por turno.

<b>Unidad</b>	<b>Sala Premiun</b>		<b>Sala Básica</b>
	<b>Grabación</b>	<b>Ensayo</b>	<b>Ensayo</b>
Hora	350	150	125
Turno	700	300	250

Fuente: Elaboración propia

A continuación se proyectarán los ingresos en un horizonte temporal de 10 años (periodo que se realizará la evaluación). La cantidad demanda de cada servicio para el año 1, como lo muestra la tabla n° 17, es la que se corresponde con un 40 % de capacidad utilizada; dicho porcentaje es el menor declarado por los competidores del

segundo segmento<sup>41</sup>. Dicha proporción irá aumentando de forma gradual a medida que pasen los años hasta alcanzar el porcentaje de ocupación declarado por los competidores del primer segmento (quienes tienen mayor trayectoria, posicionamiento y excelencia en el mercado). Para la proyección de los precios se utilizará la tasa de inflación anual equivalente al 36% para 2016 la cual corresponde a la tasa proyectada por consultoras y bancos que reúne el informe LatinFocusConsensusForecast (citado en Kanenguisr, M. 2016).Y para el resto de los periodos se utilizó la inflación presentada por el gobierno como metas alcanzables a través de sus políticas económicas.<sup>42</sup>

Cabe aclarar que, para el periodo 2016, se calculó la tasa de inflación y la cantidad demanda proporcional a seis meses puesto que la empresa empezaría sus actividades a mitad de año. Esta salvedad se aplica para la proyección del periodo 2016 de todos los conceptos. En la siguiente página se plasman la tasa de inflación y los ingresos proyectados.

---

<sup>41</sup> Véase apartado “Viabilidad comercial”

<sup>42</sup> Véase: <http://www.ambito.com/823456-prat-gay-presento-metas-para-2016-inflacion-de-25-y-deficit-fiscal-de-48-del-pbi>

Tabla n°19: Proyección de la tasa de inflación.

Inflación esperada									
Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
1,18	1,17	1,12	1,05	1,05	1,05	1,05	1,05	1,05	1,05

Fuente: Elaboración propia

Tabla n°20: Proyección de ingresos anuales Sala Premium

Proyección beneficios anuales sala premium										
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Grabacion	58	130	144	158	173	187	202	216	230	245
Precio	826	966	1.082	1.137	1.193	1.253	1.316	1.381	1.451	1.523
<b>Subtotal</b>	<b>47.578</b>	<b>125.248</b>	<b>155.864</b>	<b>180.023</b>	<b>206.208</b>	<b>234.562</b>	<b>265.236</b>	<b>298.390</b>	<b>334.197</b>	<b>372.838</b>
Ensayo	298	670	744	818	893	967	1.042	1.116	1.190	1.265
Precio	354	414	464	487	511	537	564	592	622	653
<b>Subtotal</b>	<b>105.350</b>	<b>277.335</b>	<b>345.128</b>	<b>398.623</b>	<b>456.604</b>	<b>519.387</b>	<b>587.307</b>	<b>660.721</b>	<b>740.007</b>	<b>825.570</b>
<b>Total</b>	<b>152.928</b>	<b>402.583</b>	<b>500.992</b>	<b>578.646</b>	<b>662.813</b>	<b>753.949</b>	<b>852.543</b>	<b>959.111</b>	<b>1.074.204</b>	<b>1.198.409</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla n°21: Proyección de ingresos anuales Sala Básica

Proyección beneficios anuales sala básica										
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ensayo	394	886	984	1.082	1.181	1.279	1.378	1.476	1.574	1.673
Precio	295	345	387	406	426	448	470	493	518	544
<b>Total</b>	<b>116.112</b>	<b>305.665</b>	<b>380.383</b>	<b>439.342</b>	<b>503.247</b>	<b>572.443</b>	<b>647.301</b>	<b>728.214</b>	<b>815.599</b>	<b>909.903</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla n°22: Proyección de ingresos anuales totales.

Proyección beneficios anuales totales										
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Sala Premium	152.928	402.583	500.992	578.646	662.813	753.949	852.543	959.111	1.074.204	1.198.409
Sala Básica	116.112	305.665	380.383	439.342	503.247	572.443	647.301	728.214	815.599	909.903
<b>Total</b>	<b>269.040</b>	<b>708.248</b>	<b>881.375</b>	<b>1.017.988</b>	<b>1.166.059</b>	<b>1.326.392</b>	<b>1.499.844</b>	<b>1.687.324</b>	<b>1.889.803</b>	<b>2.108.311</b>

Fuente: Elaboración propia

Vale aclarar que los ingresos anuales fueron calculados teniendo en cuenta el precio de su principal destino (Sala básica: ensayo, Sala Premier: ensayo y grabación) sin considerar los ingresos provenientes de servicios eventuales como son: grabación de ensayo en sala Básica y alquiler de instrumentos.

Para cada nivel de actividad se incurren en costos derivados del desgaste de ciertos materiales, en la siguiente tabla podrá apreciarse cuales son los materiales, la frecuencia de reposición y su costos correspondiente a una capacidad del 100%.

*Tabla n°23: Costos variables anual*

<b>COSTOS VARIALES ANUALES</b>					
<b>Repuesto de instrumento</b>	<b>Reposición</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Total</b>	<b>Costo anual</b>
Cuerdas guitarra eléctrica	Semestral	3	169	507	1.014
Cuerdas guitarra acústica	Semestral	3	180	540	1.080
Cuerdas guitarra clásica	Semestral	2	235	470	940
Cuerdas Bajo	Semestral	3	616	1.848	3.696
Cable instrumento	Semestral	10	372	3.720	7.440
Cable instrumento	Semestral	5	1.144	5.720	11.440
Cable micrófono	Semestral	4	210	840	1.680
Cable micrófono	Semestral	2	1.141	2.282	4.564
Set Parches batería	Semestral	2	1.404	2.808	5.616
<b>Total</b>					<b>37.470</b>

*Fuente: Elaboración propia mediante entrevista con experto*

A continuación se plasman como varían los costos según la capacidad utilizada en cada uno de los periodos de evaluación.

*Tabla n°24: Costos variables según capacidad.*

<b>Período</b>	<b>Capacidad utilizada</b>	<b>Costo variable</b>
	<b>100%</b>	<b>37.470</b>
<b>Año 1</b>	40%	14.988
<b>Año 2</b>	45%	16.862
<b>Año 3</b>	50%	18.735
<b>Año 4</b>	55%	20.609
<b>Año 5</b>	60%	22.482
<b>Año 6</b>	65%	24.356
<b>Año 7</b>	70%	26.229
<b>Año 8</b>	75%	28.103
<b>Año 9</b>	80%	29.976
<b>Año 10</b>	85%	31.850

*Fuente: Elaboración propia*

Vale aclarar que los costos de las diferentes capacidades son proporcionales a los costos determinados en el 2016, por dicha razón debe aplicarse a cada uno de ellos el ajuste por inflación del año correspondiente.



Dichos costos variables se proyectarán a través de los 10 años mediante la aplicación de las tasas de inflación utilizadas para la proyección de los precios de los servicios.

Del total de ingresos anuales y costos anuales de operación se desprenden los beneficios anuales del proyecto, ellos son los que se muestran en la tabla número 26.

Tabla n°25: Proyección de costos variables

Proyección Costos variables									
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
8.843	19.728	20.983	21.639	23.606	25.573	27.540	29.508	31.475	33.442

Fuente: Elaboración propia

Tabla n°26: Proyección de beneficios anuales

Beneficios Anuales										
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos	269.040	708.248	881.375	1.017.988	1.166.059	1.326.392	1.499.844	1.687.324	1.889.803	2.108.311
Costos variables	8.843	19.728	20.983	21.639	23.606	25.573	27.540	29.508	31.475	33.442
<b>Total</b>	<b>260.197</b>	<b>688.520</b>	<b>860.392</b>	<b>996.349</b>	<b>1.142.453</b>	<b>1.300.819</b>	<b>1.472.303</b>	<b>1.657.816</b>	<b>1.858.328</b>	<b>2.074.869</b>

Fuente: Elaboración propia

## Egresos del proyecto

Para la definición de la utilidad sujeta a impuesto se deben restar de los beneficios, los egresos, los costos impositivos y las depreciaciones. Los primeros se refieren a los gastos fijos que tiene la empresa sin importar el nivel de actividad con el que trabaja. Estos gastos fijos son los que se detallan en la tabla que se presenta a continuación.

Tabla n°26:Gastos Fijos Anuales

<b>GASTOS FIJOS ANUALES</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Medición</b>	<b>Gasto</b>	<b>Total</b>
<b>Luz</b>	Bimestral	1.600	9.600
<b>Agua</b>	Mensual	160	1.920
<b>Teléfono e internet</b>	Mensual	1.080	12.960
<b>Gas</b>	Bimestral	60	360
<b>Seguro</b>	Mensual	1.231	14.772
<b>Impuesto inmobiliario</b>	Mensual	450	5.400
<b>Rentas Inmuebles</b>	Mensual	280	3.360
<b>Gastos TOTALES</b>		<b>4.861</b>	<b>48.372</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de relevamiento personal.<sup>43</sup>

La póliza de seguro presupuestada por San Cristóbal Seguros (aseguradora recomendada por el ingeniero en sonido) asciende a \$1231 e incluye cuatro conceptos: seguro contra incendio, seguro contra incendio concentrado, robo por la suma de \$150000 y cristales.

En la tabla número 27 se proyectará los egresos anteriores bajo el concepto “Varios” y los egresos derivados del estudio de viabilidad administrativa: Costo laboral de los empleados y los honorarios del contador (todos proyectados de la misma manera que los beneficios).

Para el cálculo y proyección de los costos impositivos de cada periodo se retoma lo establecido en el apartado “viabilidad legal”. Los alícuotas del impuesto municipal y provincial (0.07% de comercio e industria y 2.8% de ingresos brutos respectivamente) se aplican sobre la renta bruta, es decir que la base de cálculo es la que resulta de dividir el total de ingresos por 1.21 (ya que en ellos está incluido el impuesto al valor agregado). Ahora bien, para determinar el monto correspondiente al impuesto al valor agregado se descontarán del Iva débito fiscal proveniente de la venta del servicio dos conceptos, a saber: El Iva crédito fiscal derivado de las compras a los proveedores y el 1.9% del la remuneración bruta abonada a los empleados.<sup>44</sup> La proyección del costo impositivo total se plasma en la tabla número 28.

<sup>43</sup>Consumos del período abril 2016.

<sup>44</sup> Decreto 814/2001

Tabla n°26: Proyección de gastos Fijos Anuales.

Gastos fijos anuales										
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Varios	28.539	56.595	63.387	66.556	69.884	73.378	77.047	80.899	84.944	89.191
Costo laboral	392.801	778.944	872.417	916.038	961.840	1.009.932	1.060.429	1.113.450	1.169.123	1.227.579
Honorarios	24.590	48.763	54.615	57.346	60.213	63.224	66.385	69.704	73.189	76.849
<b>Total</b>	<b>445.930</b>	<b>884.303</b>	<b>990.419</b>	<b>1.039.940</b>	<b>1.091.937</b>	<b>1.146.534</b>	<b>1.203.860</b>	<b>1.264.053</b>	<b>1.327.256</b>	<b>1.393.619</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla n°27: Proyección de Costos impositivos Anuales.

Costo Impositivo anual										
Impuesto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Comercio e Industria	1.556	4.097	5.099	5.889	6.746	7.673	8.677	9.761	10.933	12.197
Ingresos Brutos	6.226	16.389	20.395	23.557	26.983	30.693	34.707	39.046	43.731	48.787
Impuesto al valor agregado	-	55.009	149.324	172.920	198.277	225.762	255.524	287.720	322.520	360.101
<b>Total</b>	<b>7.782</b>	<b>75.496</b>	<b>174.819</b>	<b>202.366</b>	<b>232.006</b>	<b>264.129</b>	<b>298.908</b>	<b>336.527</b>	<b>377.183</b>	<b>421.086</b>

Fuente: Elaboración propia

### Flujo de caja proyectado

Con los datos recolectados se procederá a confeccionar el flujo de caja proyectado a diez años.

Tabla n°28: Flujo de Caja Proyectado.

Flujo de Caja Proyectado											
Concepto	Momento 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos		260.197	688.520	860.392	996.349	1.142.453	1.300.819	1.472.303	1.657.816	1.858.328	2.074.869
Egresos		- 445.930	- 884.303	- 990.419	- 1.039.940	- 1.091.937	- 1.146.534	- 1.203.860	- 1.264.053	- 1.327.256	- 1.393.619
Costo impositivo		- 7.782	- 75.496	- 174.819	- 202.366	- 232.006	- 264.129	- 298.908	- 336.527	- 377.183	- 421.086
Depreciaciones		- 69.816	- 69.816	- 69.816	- 69.816	- 69.816	- 69.816	- 69.816	- 69.816	- 69.816	- 69.816
UAI		- 263.331	- 341.094	- 374.661	- 315.772	- 251.305	- 179.659	- 100.280	- 12.580	84.073	190.349
Impuesto a las ganancias		-	-	-	-	-	-	-	-	10.076	66.622
Utilidad Neta		- 263.331	- 341.094	- 374.661	- 315.772	- 251.305	- 179.659	- 100.280	- 12.580	94.148	123.727
Depreciaciones		69.816	69.816	69.816	69.816	69.816	69.816	69.816	69.816	69.816	69.816
FEO		- 193.515	- 271.279	- 304.846	- 245.957	- 181.490	- 109.843	- 30.465	57.236	163.964	193.543
Inversión Inicial	- 631.758					- 14.135					
Gastos preoperativos	- 6.342										
Valor desecho											211.883
FEA	- 638.100	- 193.515	- 271.279	- 304.846	- 245.957	- 195.625	- 109.843	- 30.465	57.236	163.964	405.426
FEA ACUMULADO	- 638.100	- 831.616	- 1.102.894	- 1.407.740	- 1.653.697	- 1.849.322	- 1.959.165	- 1.989.630	- 1.932.394	- 1.768.430	- 1.363.004
FEA DESCONTADO	- 638.100	- 144.415	- 125.114	- 132.153	- 108.583	- 124.551	- 63.897	- 16.192	27.793	72.746	164.344
FEA ACUM Y DESC	- 638.100	- 782.515	- 907.628	- 1.039.781	- 1.148.364	- 1.272.915	- 1.336.812	- 1.353.003	- 1.325.210	- 1.252.464	- 1.088.120

Fuente: Elaboración propia

La tasa utilizada para descontar los flujos de fondo al momento cero está compuesta por una tasa libre de riesgo equivalente al rendimiento de una Lebac<sup>45</sup>, más la prima de emisión equivalente a la inflación<sup>46</sup>. Ambas tasas son las correspondientes al período 2016, por lo cual para el año 1 se establece una tasa proporcional al segundo semestre como se hizo en la proyección de todos los conceptos precedentes, ya que en caso de emprender el proyecto se comenzará a trabajar a mitad de año. Por otra parte se conocen las proyecciones que el gobierno hizo sobre las tasas de inflación para los periodos 2017-2019, pero se desconoce los rendimientos esperados de las Lebac. Para hacer la proyección de su rendimiento se aplicó la relación existente entre ambas tasas en el 2016 para el resto de los periodos, esto es, la tasa libre de riesgo es el 89% de la tasa de inflación proyectada por el gobierno. Para los periodos posteriores al 2019, donde no se cuentan con datos de ninguno de las dos componentes de la tasa de descuento, se trabaja bajo el supuesto de que se mantienen las del periodo 2019.

*Tabla n°29: Proyección tasa de descuento.*

Tasa de descuento anual										
Período	2º semestre 2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Tasa libre de riesgo	0,16	0,22	0,15	0,11	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04
Prima emisión	0,18	0,25	0,17	0,12	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05
<b>Tasa de descuento</b>	<b>1,34</b>	<b>1,47</b>	<b>1,32</b>	<b>1,23</b>	<b>1,09</b>	<b>1,09</b>	<b>1,09</b>	<b>1,09</b>	<b>1,09</b>	<b>1,09</b>

*Fuente: Elaboración propia*

El resultado negativo que arroja la proyección del flujo de caja hace innecesario, la aplicación de diferentes criterios de valuación. Se desprende de los cálculos realizados que una demanda como la proyectada no es suficiente para cubrir los costos de operación de una estructura como la que plantearon los inversionistas. Las ganancias son negativas lo que provoca un quebranto de impuesto a la ganancia que no podrá ser compensado con las ganancias de los periodos siguientes<sup>47</sup>. A continuación se presentará a través de un análisis de sensibilidad las condiciones que deben presentarse para que el proyecto sea viable.

<sup>45</sup><http://www.lanacion.com.ar/1913559-el-bcra-bajo-otra-vez-la-tasa-y-ratifico-la-flexibilidad-cambiaria>

<sup>46</sup><http://www.ambito.com/823456-prat-gay-presento-metas-para-2016-inflacion-de-25-y-deficit-fiscal-de-48-del-pbi>

<sup>47</sup> Se compensan con ganancias de los 5 años siguientes. Pasado dicho periodo sin ganancias, se pierde ese derecho.

### ***Análisis de sensibilidad***

La proyecciones que se realizaron con la estructura plateada por los socios y el crecimiento de los ingresos determinados anteriormente arrojó resultados negativos aún antes de aplicar cualquier criterio de valuación. A partir de dicho escenario base se evaluó que condiciones deberían cumplirse para que el proyecto sea rentable (aumento de ingresos, recorte de gastos, o una combinación de ellos).

### **Escenario I**

Aquí se determinó la capacidad con la cual deberían trabajar las salas para que el proyecto sea rentable. Luego de evaluar varios porcentajes de ocupación de dichas salas se concluyó que la capacidad que deberán mantener a lo largo de los años diez años de evaluación debe ser igual o mayor a 80% para que el proyecto arroje una mínima rentabilidad.

Trabajar con un 80% de la capacidad repercute en, además de los ingresos, los costos variables que implica soportar ese nivel de actividad y los costos impositivos (incluyendo el impuesto a las ganancias). A continuación se plasma el flujo de caja de dicho escenario.

Tabla n°30: Flujo de Caja Proyectado Escenario I

Flujo de Caja Proyectado											
Concepto	Momento 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos		520.394	1.224.035	1.376.627	1.449.235	1.523.271	1.601.008	1.682.632	1.768.338	1.858.328	1.952.818
Egresos		445.930	884.303	990.419	1.039.940	1.091.937	1.146.534	1.203.860	1.264.053	1.327.256	1.393.619
Costo impositivo		15.564	208.402	263.980	277.835	292.000	306.873	322.489	338.887	356.104	374.183
Depreciaciones		69.816	69.816	69.816	69.816	69.816	69.816	69.816	69.816	69.816	69.816
UAI		- 10.916	61.515	52.412	61.645	69.519	77.786	86.467	95.581	105.152	115.201
Impuesto a las ganancias		-	17.709	18.344	21.576	24.332	27.225	30.263	33.454	36.803	40.320
Utilidad Neta		- 10.916	43.805	34.068	40.069	45.187	50.561	56.203	62.128	68.349	74.881
Depreciaciones		69.816	69.816	69.816	69.816	69.816	69.816	69.816	69.816	69.816	69.816
FEO		58.899	113.621	103.884	109.885	115.003	120.377	126.019	131.944	138.164	144.696
Inversion Inicial	- 631.758					- 14.135					
Gastos preoperativos	- 6.342										
Valor desecho											211.883
FEA	- 638.100	58.899	113.621	103.884	109.885	100.868	120.377	126.019	131.944	138.164	356.579
FEA ACUMULADO	- 638.100	- 579.201	- 465.580	- 361.696	- 251.811	- 150.944	- 30.567	95.452	227.396	365.560	722.139
FEA DESCONTADO	- 638.100	43.955	52.402	45.034	48.511	64.220	70.024	66.977	64.071	61.299	144.543
FEA ACUM Y DESC	- 638.100	- 594.145	- 541.743	- 496.709	- 448.198	- 383.978	- 313.953	- 246.976	- 182.905	- 121.606	22.937

Fuente: Elaboración propia



### ***Criterios de evaluación de proyectos.***

#### ***El criterio del Valor Actual Neto (VAN)***

Como se explicó en el marco teórico, para poder calcular el VAN primero es necesario determinar la tasa con la cual se descontarán los flujos de fondos netos esperados de los diferentes períodos de evaluación. Dicha tasa de descuento se calculo en el apartado anterior.

*Tabla n°31: Criterios de valuación VAN*

<b>Valor actual Neto</b>		
<b>PERÍODO</b>	<b>FEA</b>	<b>FEA DESCONTADO</b>
Año 1	58.899	43.955
Año 2	113.621	52.402
Año 3	103.884	45.034
Año 4	109.885	48.511
Año 5	100.868	64.220
Año 6	120.377	70.024
Año 7	126.019	66.977
Año 8	131.944	64.071
Año 9	138.164	61.299
Año 10	356.579	144.543
<b>Valor actual</b>		<b>661.037</b>
<b>Inversión</b>		<b>- 638.100</b>
<b>VAN</b>		<b>22.937</b>

*Fuente: Elaboración propia*

El valor actual neto arroja un resultado positivo. Esto significa que el proyecto debería aceptarse porque el valor presente de los flujos proyectados, luego de descontar la inversión, nos da un resultado positivo .En otras palabras, los \$22937 representan la suma de dinero por encima de la requerida.

#### ***Criterio del período de recupero de la inversión***

Tal como se adelantó en el marco teórico este es uno de los criterios más tradicionales de evaluación mediante el cual se determina el número de periodos necesarios para recuperar la inversión inicial, resultado que se compara con el número de periodos aceptable por la empresa. Como se muestra en el siguiente cuadro, la inversión se recuperará en el séptimo año.

Tabla n°32: Criterios de valuación PRS

Período de recupero simple		
PERÍODO	FEA	FEA ACUMULADO
Año 1	58.899	- 579.201
Año 2	113.621	- 465.580
Año 3	103.884	- 361.696
Año 4	109.885	- 251.811
Año 5	100.868	- 150.944
Año 6	120.377	- 30.567
Año 7	126.019	95.452
Año 8	131.944	227.396
Año 9	138.164	365.560
Año 10	356.579	722.139

Fuente: Elaboración propia

El criterio arriba descrito no considera el valor tiempo del dinero al asignar igual importancia a los fondos generados en el primer año con los de los años restantes. Por esta limitación es que existe otro método denominado periodo de recuperación descontado, que consiste en descontar los flujos a la tasa de descuento y calcular la suma acumulada de los beneficios netos actualizados al momento cero.

Tabla n°33: Criterios de valuación PRD

Período de recupero descontado		
PERÍODO	FEA	FEA ACUMULADO
Año 1	43.955	- 594.145
Año 2	52.402	- 541.743
Año 3	45.034	- 496.709
Año 4	48.511	- 448.198
Año 5	64.220	- 383.978
Año 6	70.024	- 313.953
Año 7	66.977	- 246.976
Año 8	64.071	- 182.905
Año 9	61.299	- 121.606
Año 10	144.543	22.937

Fuente: Elaboración propia

Con este criterio la inversión se recupera en el décimo año. Existe una falencia en estos dos últimos métodos, ambos ignoran las ganancias posteriores al periodo de recuperación.

Con una demanda que cubra el 80% de la capacidad máxima de las salas los tres criterios de evaluación aprobaron el proyecto. A continuación se presenta un segundo escenario.

## **Escenario II**

Partiendo nuevamente de la situación base, en lugar de aumentar ingresos se recortaron gastos. Se suprimieron los costos laborales del técnico y la empleada administrativa, sus funciones las cumplirían los socios mediante de turnos rotativos dependiendo de la demanda (y así no disminuir la capacidad de las salas de generar ingresos). Es decir que se mantiene el sueldo del personal de limpieza y se aumentaron los sueldos de los socios (por el aumento de horas y de responsabilidades). En primer lugar se evaluó la posibilidad de mantener la estructura de 3 empleados hasta el año 8 y volver a la estructura original de 5 empleados en el año 9 (periodo donde se alcanza la capacidad del 80%). A pesar de que dicha capacidad cubre con los gastos e inclusive arroja ganancias, dichas ganancias (descontadas o no) no alcanzan a cubrir con las pérdidas acumuladas durante los primeros años ni son suficientes para recuperar la inversión (todos criterios de valuación dieron negativos). Por tal motivo se extendió la estructura recortada a 3 empleados hasta el último periodo, y aún así el único método de valuación que aceptaría el proyecto es el del periodo de recupero simple (el cual es el menos efectivo al no considerar el valor del dinero en el tiempo). A continuación se plasma el flujo de caja proyectado para dicho escenario.

Tabla n°34: Flujo de Caja Proyectado Escenario II

Flujo de Caja Proyectado											
Concepto	Momento 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos		260.197	688.520	860.392	996.349	1.142.453	1.300.819	1.472.303	1.657.816	1.858.328	2.074.869
Egresos		- 368.012	- 729.786	- 817.360	- 858.228	- 901.140	- 946.197	- 993.507	- 1.043.182	- 1.095.341	- 1.150.108
Costo impositivo		- 7.782	- 57.964	- 161.765	- 188.660	- 217.614	- 249.018	- 283.041	- 319.867	- 359.690	- 402.718
Depreciaciones		- 69.816	- 69.816	- 69.816	- 69.816	- 69.816	- 69.816	- 69.816	- 69.816	- 69.816	- 69.816
UAI		- 185.413	- 169.046	- 188.549	- 120.355	- 46.117	35.789	125.940	224.952	333.481	452.228
Impuesto a las ganancias		-	-	-	-	-	-	-	12.741	74.594	142.139
Utilidad Neta		- 185.413	- 169.046	- 188.549	- 120.355	- 46.117	35.789	125.940	212.211	258.887	310.089
Depreciaciones		69.816	69.816	69.816	69.816	69.816	69.816	69.816	69.816	69.816	69.816
FEO		- 115.597	- 99.230	- 118.734	- 50.539	23.699	105.605	195.756	282.026	328.702	379.905
Inversión Inicial	- 631.758					- 14.135					
Gastos preoperativos	- 6.342										
Valor desecho											211.883
FEA	- 638.100	- 115.597	- 99.230	- 118.734	- 50.539	9.564	105.605	195.756	282.026	328.702	591.787
FEA ACUMULADO	- 638.100	- 753.697	- 852.927	- 971.660	- 1.022.199	- 1.012.636	- 907.031	- 711.276	- 429.249	- 100.547	491.240
FEA DESCONTADO	- 638.100	- 86.266	- 45.765	- 51.472	- 22.312	6.089	61.431	104.041	136.951	145.835	239.888
FEA ACUM Y DESC	- 638.100	- 724.367	- 770.131	- 821.603	- 843.915	- 837.826	- 776.395	- 672.354	- 535.403	- 389.569	- 149.681

Fuente: Elaboración propia

### El criterio del Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto arroja un resultado negativo. Esto significa que el proyecto debería rechazarse porque el valor presente de los flujos proyectados, luego de descontar la inversión, nos da un resultado menor a cero.

Tabla n°35: Criterios de valuación VAN

Valor actual Neto		
PERÍODO	FEA	FEA DESCONTADO
Año 1	- 115.597	- 86.266
Año 2	- 99.230	- 45.765
Año 3	- 118.734	- 51.472
Año 4	- 50.539	- 22.312
Año 5	9.564	6.089
Año 6	105.605	61.431
Año 7	195.756	104.041
Año 8	282.026	136.951
Año 9	328.702	145.835
Año 10	591.787	239.888
<b>Valor actual</b>		<b>488.419</b>
<b>Inversión</b>		<b>- 638.100</b>
<b>VAN</b>		<b>- 149.681</b>

Fuente: Elaboración propia

### Criterio del período de recupero de la inversión

Como se muestra en el siguiente cuadro, la inversión se recuperará en el décimo año.

Tabla n°36: Criterios de valuación PRS

Periodo de recupero simple		
PERÍODO	FEA	FEA ACUMULADO
Año 1	- 115.597	- 753.697
Año 2	- 99.230	- 852.927
Año 3	- 118.734	- 971.660
Año 4	- 50.539	- 1.022.199
Año 5	9.564	- 1.012.636
Año 6	105.605	- 907.031
Año 7	195.756	- 711.276
Año 8	282.026	- 429.249
Año 9	328.702	- 100.547
Año 10	591.787	491.240

Fuente: Elaboración propia

A continuación se plasma el tercer criterio de valuación utilizado.

Tabla n°37: Criterios de valuación PRD

Periodo de recupero descontado		
PERÍODO	FEA	FEA ACUMULADO
Año 1	- 86.266	- 724.367
Año 2	- 45.765	- 770.131
Año 3	- 51.472	- 821.603
Año 4	- 22.312	- 843.915
Año 5	6.089	- 837.826
Año 6	61.431	- 776.395
Año 7	104.041	- 672.354
Año 8	136.951	- 535.403
Año 9	145.835	- 389.569
Año 10	239.888	- 149.681

Fuente: Elaboración propia

Como se pudo observar el único criterio bajo el cual se aceptaría el proyecto es el del período de recupero simple. Como se mencionó en más de una ocasión es el criterio menos conveniente para evaluar un proyecto ya que no toma en cuenta el valor de dinero en el tiempo ni los ingresos que se puedan llegar a obtener luego del periodo de valuación.

### **Escenario III**

Aquí se hizo una combinación entre recorte de gastos (escenario II) y la proyección de una demanda menos exigente que la del 80% (escenario I). En el escenario base la cantidad demanda del año 1 era un 40% de la capacidad máxima y se proyectó un crecimiento de diez puntos porcentuales por año hasta llegar al 85% de la capacidad utilizada en el año 10. En el presente escenario la cantidad demandada oscila entre el 60% y el 80% y se planteó un crecimiento de 10 puntos porcentuales por cada tres años. Es así como la cantidad demandada es mejor que la del escenario base y a su vez menos exigente que la del escenario I. En cuanto a los recortes de gastos en el presente escenario plantea una estructura organizacional con 3 empleados (como la del escenario II) para los años donde la demanda es menor que el 80% de la capacidad máxima y una estructura organizacional de 5 empleados (como en el escenario base) para los periodos donde la demanda es igual o mayor que dicho porcentaje. A continuación de plasma el flujo de caja proyectado para el escenario III.

Tabla n°38: Flujo de Caja Proyectado Escenario III

Flujo de Caja Proyectado											
Concepto	Momento 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos		390.296	918.026	1.032.470	1.268.081	1.332.862	1.400.882	1.682.632	1.768.338	1.858.328	19.811.456
Egresos		- 368.012	- 729.786	- 817.360	- 858.228	- 901.140	- 946.197	- 1.184.728	- 1.243.964	- 1.306.162	- 1.371.470
Costo impositivo		- 11.673	- 127.203	- 196.729	- 243.851	- 256.282	- 269.335	- 322.489	- 338.887	- 356.104	- 3.990.188
Depreciaciones		- 69.816	- 69.816	- 69.816	- 69.816	- 69.816	- 69.816	- 69.816	- 69.816	- 69.816	- 69.816
UAI		- 59.205	- 8.779	- 51.435	96.186	105.624	115.534	105.599	115.671	126.246	14.379.982
Impuesto a las ganancias						28.837	40.437	36.960	40.485	44.186	5.032.994
Utilidad Neta		- 59.205	- 8.779	- 51.435	96.186	76.787	75.097	68.640	75.186	82.060	9.346.988
Depreciaciones		69.816	69.816	69.816	69.816	69.816	69.816	69.816	69.816	69.816	69.816
FEO		10.611	61.037	18.381	166.002	146.603	144.913	138.455	145.002	151.875	9.416.804
Inversión Inicial	- 631.758					- 14.135					
Gastos preoperativos	- 6.342										
Valor desecho											211.883
FEA	- 638.100	10.611	61.037	18.381	166.002	132.467	144.913	138.455	145.002	151.875	9.628.687
FEA ACUMULADO	- 638.100	- 627.490	- 566.453	- 548.071	- 382.070	- 249.602	- 104.689	33.766	178.768	330.643	9.959.330
FEA DESCONTADO	- 638.100	7.918	28.150	7.968	73.285	84.339	84.297	73.587	70.412	67.382	3.903.098
FEA ACUM Y DESC	- 638.100	- 630.182	- 602.032	- 594.063	- 520.778	- 436.438	- 352.141	- 278.555	- 208.143	- 140.760	3.762.337

Fuente: Elaboración propia

### El criterio del Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto arroja un resultado positivo. Esto significa que el proyecto debería aceptarse porque el valor presente de los flujos proyectados, luego de descontar la inversión, nos da un resultado positivo. En otras palabras, los \$3.762.337 representan la suma de dinero por encima de la requerida.

Tabla n°39: Criterios de valuación Van

<b>Valor actual Neto</b>		
<b>PERÍODO</b>	<b>FEA</b>	<b>FEA DESCONTADO</b>
Año 1	10.611	7.918
Año 2	61.037	28.150
Año 3	18.381	7.968
Año 4	166.002	73.285
Año 5	132.467	84.339
Año 6	144.913	84.297
Año 7	138.455	73.587
Año 8	145.002	70.412
Año 9	151.875	67.382
Año 10	9.628.687	3.903.098
<b>Valor actual</b>		<b>4.400.438</b>
<b>Inversión</b>		<b>- 638.100</b>
<b>VAN</b>		<b>3.762.337</b>

Fuente: Elaboración propia

### Criterio del período de recupero de la inversión

Como se muestra en el siguiente cuadro, la inversión se recuperará en el séptimo año.

Tabla n°40: Criterios de valuación PRS

<b>Periodo de recupero simple</b>		
<b>PERÍODO</b>	<b>FEA</b>	<b>FEA ACUMULADO</b>
Año 1	10.611	- 627.490
Año 2	61.037	- 566.453
Año 3	18.381	- 548.071
Año 4	166.002	- 382.070
Año 5	132.467	- 249.602
Año 6	144.913	- 104.689
Año 7	138.455	33.766
Año 8	145.002	178.768
Año 9	151.875	330.643
Año 10	9.628.687	9.959.330

Fuente: Elaboración propia

A continuación se plasma el tercer criterio de valuación utilizado. Con método la inversión inicial se recuperará en el último año.



Tabla n°41: Criterios de valuación PRD

Periodo de recupero descontado		
PERÍODO	FEA	FEA ACUMULADO
Año 1	7.918	- 630.182
Año 2	28.150	- 602.032
Año 3	7.968	- 594.063
Año 4	73.285	- 520.778
Año 5	84.339	- 436.438
Año 6	84.297	- 352.141
Año 7	73.587	- 278.555
Año 8	70.412	- 208.143
Año 9	67.382	- 140.760
Año 10	3.903.098	3.762.337

Fuente: Elaboración propia

Como puede observarse, es posible obtener resultados positivos mediante una combinación de medidas tendientes a aumentar la cantidad demandada y disminuir determinados gastos. En el escenario III todos los criterios de evaluación aprobaron el proyecto. Para brindar mayores alternativas mediante las cuales los socios pueden hacer que el negocio sea rentable se va a presentar a continuación un último escenario.

#### **Escenario IV**

En el presente apartado se busco evaluar la posibilidad de recortar gastos laborales correspondientes a los sueldos de los socios. Para ello se aumentó la jornada laboral del personal administrativo a 6 horas y los días y horarios trabajados por el técnico en sonido a 6hs, 5 días a la semana. Con ello se reduce la carga horaria que los socios debían cumplir para brindar aquellos turnos donde no se contaba con personal. Dicha carga paso de 46 hs semanales 36 hs semanales, con lo cual se calculo el proporcional del sueldo determinado en el escenario base. Cabe aclarar que si bien las horas semanales de cada uno podría reducirse a 26 horas el escenario se planteó de esta manera ya que se tuvo presente uno de los objetivos por los cuales se considera realizar la inversión que es la posibilidad de desempeñarse laboralmente en dicho ámbito.

Tabla n°42: Flujo de Caja Proyectado Escenario IV

Flujo de Caja Proyectado											
Concepto	Momento 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos		260.197	688.520	860.392	996.349	1.142.453	1.300.819	1.472.303	1.657.816	1.858.328	2.074.869
Egresos		- 379.140	- 751.854	- 842.077	- 884.180	- 928.389	- 974.809	- 1.023.549	- 1.074.727	- 1.128.463	- 1.184.886
Costo impositivo		- 7.782	- 57.664	- 161.542	- 188.426	- 217.369	- 248.760	- 282.770	- 319.583	- 359.392	- 402.404
Depreciaciones		- 69.816	- 69.816	- 69.816	- 69.816	- 69.816	- 69.816	- 69.816	- 69.816	- 69.816	- 69.816
UAI		- 196.541	- 190.814	- 213.043	- 146.073	- 73.121	7.435	96.168	193.691	300.657	417.763
Impuesto a las ganancias		-	-	-	-	-	-	-	-	- 54.105	- 120.625
Utilidad Neta		- 196.541	- 190.814	- 213.043	- 146.073	- 73.121	7.435	96.168	193.691	246.553	297.138
Depreciaciones		69.816	69.816	69.816	69.816	69.816	69.816	69.816	69.816	69.816	69.816
FEO		- 126.725	- 120.999	- 143.227	- 76.257	- 3.305	77.250	165.984	263.507	316.368	366.954
Inversión Inicial	- 631.758					- 14.135					
Gastos preoperativos	- 6.342										
Valor desecho											211.883
FEA	- 638.100	- 126.725	- 120.999	- 143.227	- 76.257	- 17.440	77.250	165.984	263.507	316.368	578.837
FEA ACUMULADO	- 638.100	- 764.825	- 885.824	- 1.029.051	- 1.105.308	- 1.122.748	- 1.045.498	- 879.514	- 616.007	- 299.639	279.198
FEA DESCONTADO	- 638.100	- 94.571	- 55.805	- 62.090	- 33.665	- 11.104	44.937	88.218	127.958	140.363	234.638
FEA ACUM Y DESC	- 638.100	- 732.671	- 788.476	- 850.566	- 884.231	- 895.335	- 850.398	- 762.180	- 634.223	- 493.860	- 259.222

Fuente: Elaboración propia

El criterio del Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto arroja un resultado negativo. Esto significa que el proyecto debería rechazarse porque el valor presente de los flujos proyectados, luego de descontar la inversión, nos da un resultado positivo.

Tabla n°43: Criterios de valuación VAN

<b>Valor actual Neto</b>		
<b>PERÍODO</b>	<b>FEA</b>	<b>FEA DESCONTADO</b>
Año 1	- 126.725	- 94.571
Año 2	- 120.999	- 55.805
Año 3	- 143.227	- 62.090
Año 4	- 76.257	- 33.665
Año 5	- 17.440	- 11.104
Año 6	77.250	44.937
Año 7	165.984	88.218
Año 8	263.507	127.958
Año 9	316.368	140.363
Año 10	578.837	234.638
<b>Valor actual</b>		<b>378.878</b>
<b>Inversión</b>		- <b>638.100</b>
<b>VAN</b>		- <b>259.222</b>

Fuente: Elaboración propia

Criterio del período de recupero de la inversión

Como se muestra en el siguiente cuadro, mediante este método de valuación la inversión se recuperará en el décimo año.

Tabla n°44: Criterios de valuación PRS

Periodo de recuperio simple		
PERÍODO	FEA	FEA ACUMULADO
Año 1	- 126.725	- 764.825
Año 2	- 120.999	- 885.824
Año 3	- 143.227	- 1.029.051
Año 4	- 76.257	- 1.105.308
Año 5	- 17.440	- 1.122.748
Año 6	77.250	- 1.045.498
Año 7	165.984	- 879.514
Año 8	263.507	- 616.007
Año 9	316.368	- 299.639
Año 10	578.837	279.198

Fuente: Elaboración propia

A continuación se plasma el tercer criterio de valuación utilizado. Con este método la inversión inicial no se recuperará en el periodo de valuación del proyecto, lo cual no significa que no pueda hacerlo posteriormente (como se mencionó en varias ocasiones una de las falencias de dicho método es que no considera las ganancias posteriores a la vida del proyecto).

Tabla n°45: Criterios de valuación PRD

Periodo de recuperio descontado		
PERÍODO	FEA	FEA ACUMULADO
Año 1	- 94.571	- 732.671
Año 2	- 55.805	- 788.476
Año 3	- 62.090	- 850.566
Año 4	- 33.665	- 884.231
Año 5	- 11.104	- 895.335
Año 6	44.937	- 850.398
Año 7	88.218	- 762.180
Año 8	127.958	- 634.223
Año 9	140.363	- 493.860
Año 10	234.638	- 259.222

Fuente: Elaboración propia

Si bien lo largo de todo el trabajo final de grado se fueron realizando conclusiones parciales, en el siguiente apartado se plasma las conclusiones finales que se desprenden de la evaluación del proyecto.

## CONCLUSIONES

En el presente apartado se realizará una conclusión a modo de cierre, donde se describirá el procedimiento llevado a cabo para la evaluación de proyecto con las lecturas finales de cada etapa.

En primer lugar se investigó la industria musical y el aumento de la producción a partir del surgimiento de la nueva escena en el marco de la era digital a nivel global, nacional y regional. Dicho contexto justificó el desarrollo de un estudio más profundo a nivel local para la inserción del proyecto.

A partir de la propuesta de los inversionistas, donde se determinó la visión, objetivos y expectativas de la empresa a crear, se realizaron los distintos análisis de viabilidad. Comenzando con el estudio comercial, a través de una encuesta y relevamiento personal se buscó evaluar la competencia y los consumidores respectivamente.

En cuanto a la competencia se observó que existen dos falencias a las cuales el proyecto puede hacerle frente. Por un lado son contadas las empresas que prestan servicios de ensayo y por otra parte, aquellas que ofrecen servicios de grabación de alta calidad. Es decir, los competidores que prestan excelentes servicios de grabación no cuentan con salas de ensayo, contrario a esto, aquellos que cuentan con salas de ensayo tiene grabación de calidad media (la visión de los inversionistas es ofrecer calidad en ambos nichos). Otra ventaja es la ubicación geográfica ya los competidores más directos (por las características del servicios) se encuentran fuera de la zona céntrica y de nueva córdoba.

En lo que respecta a los consumidores, las características de la ciudad favorecen la radicación del proyecto en tanto polo de educación superior, dado que se pudo constatar que quienes ejecutan instrumentos suelen ser jóvenes de sectores socioeconómicamente medios-altos. Por otra parte, mediante el relevamiento a músicos residentes en la ciudad, se pudieron reconstruir algunas preferencias de los potenciales clientes del proyecto. Entre ellos se destacan como ventajas: la localización barrial coincidente con la ubicación del inmueble y la cantidad de integrantes promedio que tiene una banda (5 más) con el tamaño de los habientes de los que dispone. Surge también de la encuesta, un conjunto de requerimientos que se tuvieron en cuenta para los acondicionamientos de las salas. Por ejemplo, el género musical más frecuente (rock) y la demanda sonido de calidad para

la adquisición de instrumentos y equipos de alta gama; el equipamiento de las salas con aires acondicionados; la prestación de servicios de asesoramiento técnico, entre otros.

Para el estudio técnico se consideró el asesoramiento de profesionales que informaron sobre los materiales necesarios para el acondicionamiento de las salas, sobre los instrumentos y equipos a adquirir, recomendación de proveedores, etc. Luego de contar con el listado de mobiliario y las necesidades de materiales y mano de obra se procedió a solicitar presupuesto a los proveedores recomendados. Junto a los inversionistas se eligió con cuál de ellos trabajar y se confeccionaron los balances respectivos. De este estudio surge que la inversión necesaria para la puesta en marcha es de gran importancia, por su elevado monto.

A partir de la estructura organizacional planteada por los inversionistas se realizó un estudio administrativo, en el cual se plasman los costos laborales confeccionados según la legislación vigente. En este estudio también se cuantificaron los gastos del mobiliario de la recepción, así como también los gastos fijos en servicios. Se concluye al respecto que los gastos y costos administrativos son relativamente altos.

En torno a los aspectos legales del proyecto, los mismos se construyeron a partir de la legislación vigente. Tras la presentación de los mismos, se destaca el impulso industrial musical mediante la Ley N° 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual. Se consideró también el marco normativo que fomenta a las pymes y el marco impositivo que regula a las empresas en general. Vale aclarar que se presentaron los impuestos a los cuales está sujeto el proyecto, pero se calcularon en el estudio financiero ya que la mayoría dependían de la determinación de los ingresos.

Finalmente, en el estudio financiero se sistematizaron todos los conceptos e importes recolectados de los estudios precedentes mediante la construcción de un flujo de caja. El resultado fue negativo ya que los ingresos proyectados no fueron suficientes para afrontar los costos fijos, laborales e impositivos. Ante este resultado se buscó, a través del análisis de sensibilidad, determinar qué condiciones debían cumplirse para que el proyecto sea rentable. Así, en el escenario I, se terminó que para soportar la estructura planteada por los inversionistas, ambas salas debían mantener un nivel de actividad igual o mayor al 80% de su capacidad máxima, solo así los indicadores financieros arrojaron un resultado positivo. Por otra parte se buscó mejorar la rentabilidad mediante el recorte de costos laborales. En dicho escenario (II) se suprimieron los sueldos de la empleada administrativa y técnico en sonido y se aumentaron, a su vez, los correspondientes a los

socios (ya que aumentarían su carga horaria y responsabilidades). La evaluación de dicho escenario arrojo resultados positivos únicamente con el método de periodo de recupero simple, el cual estableció que la inversión se recuperaría en el año 10. Un tercer escenario se planteo mediante una combinación de los dos escenarios anteriores, donde se proyectaron ingresos con una capacidad menos exigente que la del 80% sumado a un recorte de costos laborales. En esta oportunidad el proyecto es aprobado por los tres criterios de valuación utilizados. Por último se evaluó (con un cuarto escenario) la posibilidad de reemplazar los elevados sueldos que los socios percibían como encargados en el escenario base, y se busco reemplazarlos con un aumento en la jornada laboral del personal administrativo y el técnico en sonido. Nuevamente el único criterio por el cual se aceptaría el proyecto es el periodo de recupero simple. Más allá de los resultados individuales correspondiente a cada uno de los escenarios, se observa como factor común que deben pasar varios años para que los ingresos acumulados arrojen resultados positivos, esto se debe a que la inversión inicial necesaria para la puesta en marcha es muy elevada, lo que retrasa cualquier resultado positivo aun en el mejor de los escenarios.

Basándonos en las conclusiones del proyecto se procederá al armado de un FODA.

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPRTUNIDADES</b>
Existencia de capital inicial. Ubicación estratégica del inmueble debido a que allí se concentra la mayor parte del público objetivo. Conocimientos técnicos para el desarrollo de la actividad de las salas.	Aumento de la producción musical provocado por la revolución digital. Fomento de la producción musical por parte del gobierno Escases de competidores directos en la zona
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Monto de la inversión elevada. Elevados costos laborales. Presión impositiva para las pymes Poco margen de error	Inestabilidad e incertidumbre económica general. Altas e inestables tasa de inflación y descuento  Posibilidad de incumpliendo del gobierno con las proyecciones de dichas tasas.

## BIBLIOGRAFÍA

BACA URBINA, Gabriel (1995), *Evaluación de Proyectos*. Tercera Edición, Mc. Graw Hill, México.

Blanco, J. (29 de Junio de 2016) “El BCRA bajó otra vez la tasa y ratificó la flexibilidad cambiaria” En *La Nación*. Disponible en <http://www.lanacion.com.ar/1913559-el-bcra-bajo-otra-vez-la-tasa-y-ratifico-la-flexibilidad-cambiaria>

CHECA, María Agustina (2015) “Uso y apropiación de redes sociales de bandas y sellos musicales independientes de la ciudad de Córdoba.” Ponencia presentada en VIII Seminario Regional (Cono Sur) ALAIC “políticas, actores y prácticas de la comunicación: encrucijadas de la investigación en América Latina” 27 y 28 de agosto 2015, Córdoba, Argentina. Disponible en: [http://www.eci.unc.edu.ar/archivos/congresos/ALAIC/EJE6/alaic\\_6\\_-\\_24.pdf](http://www.eci.unc.edu.ar/archivos/congresos/ALAIC/EJE6/alaic_6_-_24.pdf)

COMBESSIE Jean Claude, (2005) *El método en sociología*, Ferreyra Editor, Córdoba. Capítulo 2: “La Entrevista Semiestructurada”.

SAINT PHATL. (04 de Septiembre de 2015) “Crece en Córdoba la producción de discos de artistas independientes”. En *Comercio y Justicia*. Disponible en: <http://comercioyjusticia.info/blog/negocios/creceencordobalaproducciondediscosdeartistasindependientes/>

DEL AGUILA, Mariano (2015), “Las formas de la música hoy. Los alcances de lo digital, con la intensidad de lo real” En *Guía Rec*. Ministerio de Cultura de la Nación. Buenos Aires, s/nº. Disponible en <http://quiarec.cultura.gob.ar/capitulos/las-formas-de-la-musica-hoy/>

ISELLA, Fer(2015), “El ecosistema de la industria musical. Acción y profesionalismo para asumir el mejor momento de la música” En *Guía Rec*. Ministerio de Cultura de la Nación. Buenos Aires, s/nº. Disponible en <http://quiarec.cultura.gob.ar/capitulos/el-ecosistema-de-la-industria-musical/>

KANENGUISR, Martín (16 de Junio de 2016) “Pronostican que el año cerrará con un alza de 36%. Es el promedio de las consultoras relevadas por LatinFocus” En *La Nación*. Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1909417-pronostican-que-el-ano-cerrara-con-un-alza-de-36>



PICCINELLI, Oscar (2012) "Guía de aspectos de la seguridad social e impositivos de la actividad de directores, administradores y socios". Disponible en [http://www.consejo.org.ar/coltec/piccinelli\\_1203.htm](http://www.consejo.org.ar/coltec/piccinelli_1203.htm)

RIVATA, Gastón (2014) "Surfeando la nueva ola cordobesa" en Ponencia presentada en Jornadas de Política y Cultura de la Escuela de Ciencias de la Información de la Universidad Nacional de Córdoba. Año 2014. Ciudad de Córdoba, Argentina. Disponible en: <http://www.eci.unc.edu.ar/archivos/politicaycultura/ponencias2014/rivata.pdf>

SAPAG CHAING, Nassir y SAPAG CHAIN, Reinaldo. (2007) *Preparación y evaluación de proyectos*. Quinta edición. Mc. Graw Hill, México.

SInCA (2013<sup>a</sup>) *Informe Música. Encuesta de consumos culturales y entorno digital*. Ministerio de Cultura de la Nación, Dirección Nacional de Industrias Culturales, Buenos Aires argentina. Disponible en: <http://www.sinca.gob.ar/sic/encuestas/archivos/musica-01-a4-web.pdf>

SInCA (2013<sup>b</sup>) *Informe Radio. Encuesta de consumos culturales y entorno digital*. Ministerio de Cultura de la Nación, Dirección Nacional de Industrias Culturales, Buenos Aires argentina. Disponible en: <http://www.sinca.gob.ar/sic/encuestas/archivos/radio-01-a4.pdf>

### **Sitios web**

Portal de noticias de cba 24. Publicación de 22/02/2016. Disponible en: <http://www.cba24n.com.ar/content/se-abre-hoy-la-convocatoria-para-disco-es-cultura>

Portal de noticias de La Política Online. Publicación del 24/06/2016. Disponible en: <http://www.lapoliticaonline.com/nota/98548-en-nueva-york-prat-gay-reconocio-que-cambiemos-aumento-la-inflacion-al-42/>

Portal oficial Web de la Agencia de Córdoba Cultura del Gobierno de la Provincia de Córdoba. Disponible en: <http://prensa.cba.gov.ar/cultura-y-espectaculos/disco-es-cultura-convocatoria-2015/>

Portal oficial Web del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC) de la República de Argentina. Base de datos del Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010. Disponible en: [http://www.indec.gov.ar/nivel4\\_default.asp?id\\_tema\\_1=2&id\\_tema\\_2=41&id\\_tema\\_3=135](http://www.indec.gov.ar/nivel4_default.asp?id_tema_1=2&id_tema_2=41&id_tema_3=135)

## ANEXOS

### Anexo n° 1: Bandas que integraron escenario Hangar Rock en las ediciones 2012/3/5/6 del Cosquín Rock

2012	2013	2015	2016
Mariana Pellegrino	Sol Oculto	Juan Terrenal,	Trebolares
Los Reyes También	Lautremont	The Chicken Faces,	Nostica
Jotes	Hipnótica	Los Frenéticos,	Cartenders
Santa Esquina	Paris ParisMusique	The Beats,	Inside Job
Hipnótica	Rayos Laser	Fun Circus,	Los Monkys
Maltrato	Jotes	Pink Wasted,	Planeador V
Synesthesia	Los Frenéticos	Odoghan,	Modern
Guardianes Del	Santa Esquina	Back To When,	Monsters
Freezer	The Johnsons	Vander,	Santa Kim
	Drako	Los Bastardos,	Sir Hope
	Pink Wasted	Anima Terra	Segundo Nova
	Los Clientes	Los Reyes También	Cith
			Los Cocaleros
			Geminis

*Fuente: Elaboración propia a partir de relevamiento en medios de comunicación digital*

## Anexo n° 2: Formulario de encuestas a potenciales clientes de Sala de Ensayo y Estudio de grabación.

### Encuesta a Músicos de Córdoba

¿Me regalás 5 minutos? Estoy haciendo mi TFG sobre la Industria Musical en Córdoba, y en particular sobre el mercado de las Salas de Ensayo y Estudios de Grabación en la ciudad. Si sos un músico local, me podés brindar información muy valiosa. Desde ya muchas gracias!  
Estefanía Barreneche

#### 1. Edad

Marca solo un óvalo.

- 14-20  
 21-26  
 27-32  
 33-40

#### 2. Sexo

Marca solo un óvalo.

- Femenino  
 Masculino

#### 3. Actualmente estudias una carrera de grado

Marca solo un óvalo.

- No  
 Sí, una carrera sin vinculación al mundo de la música  
 Sí, una carrera vinculada a la música

#### 4. Actualmente ¿Tenés una banda musical?

Marca solo un óvalo.

- Sí  
 No

## 5. De qué género/s es tu banda

Selecciona todos los que correspondan.

- Rock
- Folclore
- Tango
- Cuarteto
- Cumbia y Música Latina
- Melódico
- Otros

## 6. ¿Cuántos músicos son en tu banda?

Marca solo un óvalo.

- 2
- 3
- 4
- 5 o más

## 7. ¿Asistes a salas de ensayo? (frecuencia)

Marca solo un óvalo.

- No
- SI (una vez al mes)
- SI (dos veces al mes)
- SI (tres veces al mes)
- SI (cuatro veces al mes)
- SI (cinco veces o más al mes)

## 8. ¿Qué priorizas de una sala de ensayo/grabación? (ordena las opciones del 1 al 6)

Marca solo un óvalo por fila.

	1	2	3	4	5	6
Instrumentos de buena calidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Buena Calidad de grabación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ubicación de la sala	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Buenos Equipos y Sonido	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Habitaciones espaciosas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Buena atención del personal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**9. Aproximadamente ¿Cuánto paga la banda completa por 1 hora de ensayo?***Marca solo un óvalo.*

- Menos de 75  
 Entre 75 y 100  
 Entre 101 y 125  
 Entre 126 y 150  
 Más de 150

**10. ¿Qué ubicación preferirías para una sala de ensayo/grabación? (Máximo 2)***Selecciona todos los que correspondan.*

- Nueva Córdoba  
 Centro  
 B\* General Paz  
 B\* Güemes  
 B\* Alta Córdoba  
 Zona Norte  
 Otro: \_\_\_\_\_

**11. Los servicios adicionales que más valorás son... (máximo 2)***Selecciona todos los que correspondan.*

- Wi-Fi  
 Aire acondicionado  
 Pago por débito automático  
 Servicio de coffee break/bar  
 Venta de repuestos y accesorios  
 Alquiler de instrumentos y accesorios

**12. ¿Has grabado un demo (grabación de ensayo)?***Marca solo un óvalo.*

- Sí  
 No

**13. ¿Cómo fue esa experiencia? (puntuación de 1 a 5; 1= muy buena, 5=muy mala)***Marca solo un óvalo.*

- 1      2      3      4      5  
-----

**14. Aproximadamente, ¿cuánto te costó la hora de grabación (demo)?***Marca solo un óvalo.*

- Menos de 100
- Entre 100 y 200
- Entre 201 y 300
- Entre 301 y 400
- Más de 400

**15. ¿Has grabado algún multipista?***Marca solo un óvalo.*

- Sí
- No

**16. Aproximadamente, ¿cuánto te costó la hora de grabación (multipista)?***Marca solo un óvalo.*

- Menos de 200
- Entre 201 y 300
- Entre 301 y 400
- Entre 401 y 500
- más de 500

---

Con la tecnología de  
 Google Forms

## Anexo n° 3: Base de datos de encuestas a potenciales clientes de Sala de Ensayo y Estudio de grabación

Caso	Marca temporal	Edad	Sexo	Actualmente estudias una carrera de grado	Actualmente ¿Tenés una banda musical?	De qué género/s es tu banda	¿Cuántos músicos son en tu banda?	¿Asistís a salas de ensayo? (frecuencia)	¿Qué priorizas de una sala de ensayo/grabación?					
									[Instrumentos de buena calidad]	[Buena Calidad de grabación]	[Ubicación de la sala]	[Buenos Equipos y Sonido]	[Habitaciones espaciosas]	[Buena atención del personal]
1	2016/03/03 7:27-32		Masculino	No	Sí	Rock	3	Sí (tres veces al mes)	5	4	1	2	3	6
2	2016/03/05 2:27-32		Masculino	Si, una carrera sin vinculación al mur	No	Rock, Otros	4	Sí (cuatro veces al mes)	4	1	6	4	5	4
3	2016/03/05 4:21-26		Masculino	Si, una carrera sin vinculación al mur	Sí	Rock, Cumbi	4	Sí (dos veces al mes)	5	6	3	5	4	3
4	2016/03/05 1:14-20		Masculino	Si, una carrera sin vinculación al mur	Sí	Rock	4	No	4	2	1	3	6	5
5	2016/03/05 1:14-20		Masculino	Si, una carrera sin vinculación al mur	Sí	Rock	3	No	1	1	1	1	1	1
6	2016/03/05 1:21-26		Masculino	Si, una carrera sin vinculación al mur	Sí	Rock, Folklo	3	No	4	5	4	6	4	6
7	2016/03/05 1:14-20		Masculino	Si, una carrera sin vinculación al mur	Sí	Rock	5 o más	Sí (cuatro veces al mes)	5	4	1	2	3	6
8	2016/03/05 1:33-40		Masculino	No	Sí	Rock	5 o más	Sí (cuatro veces al mes)	6	5	4	1	3	2
9	2016/03/06 7:33-40		Masculino	No	Sí	Otros	5 o más	Sí (cuatro veces al mes)	4	4	6	5	5	5
10	2016/03/06 7:14-20		Masculino	Si, una carrera sin vinculación al mur	Sí	Rock	5 o más	Sí (dos veces al mes)	2	3	4	1	5	6
11	2016/03/06 8:21-26		Masculino	No	Sí	Rock	3	Sí (una vez al mes)	5	6	2	1	3	4
12	2016/03/06 1:14-20		Masculino	Si, una carrera sin vinculación al mur	Sí		5 o más	No	1	1		1		
13	2016/03/06 1:14-20		Masculino	No	No	Rock	2	No	1	2	2	1	1	2
14	2016/03/07 1:14-20		Masculino	Si, una carrera vinculada a la música	Sí	Rock	4	Sí (cuatro veces al mes)	6	2	3	4	5	1
15	2016/03/07 1:14-20		Femenino	Si, una carrera vinculada a la música	Sí	Rock	5 o más	Sí (cinco veces o más al mes)	3	5	6	6	5	6
16	2016/03/07 4:33-40		Masculino	No	Sí	Otros	3	Sí (cinco veces o más al mes)	1	1	1	1	1	1
17	2016/03/07 5:21-26		Masculino	Si, una carrera sin vinculación al mur	Sí	Rock	3	Sí (cuatro veces al mes)	6	5	4	1	2	3
18	2016/03/07 8:21-26		Masculino	Si, una carrera vinculada a la música	Sí	Rock	4	Sí (una vez al mes)	3	6	1	2	4	5
19	2016/03/08 1:27-32		Masculino	Si, una carrera sin vinculación al mur	Sí	Rock	3	Sí (dos veces al mes)	4	3	2	1	5	6
20	2016/03/10 1:27-32		Masculino	Si, una carrera vinculada a la música	No									
21	2016/03/10 5:21-26		Masculino	No	Sí	Rock	5 o más	Sí (tres veces al mes)	3	5	3	5	3	5
22	2016/03/10 1:21-26		Masculino	Si, una carrera vinculada a la música	Sí	Rock	5 o más	No	4	6	6	6	6	4
23	2016/03/11 1:27-32		Masculino	No	Sí	Rock	4	No						
24	2016/03/11 6:27-32		Masculino	No	Sí	Folklore	5 o más	Sí (una vez al mes)	2	3	6	1	4	5
25	2016/03/11 6:33-40			Si, una carrera sin vinculación al mur	Sí	Rock, Otros	5 o más	No				1		
26	2016/03/11 8:27-32		Masculino	No	Sí	Folklore	3	Sí (una vez al mes)			1	1	1	
27	2016/03/11 1:21-26		Masculino	Si, una carrera sin vinculación al mur	Sí	Rock, Cumbi	5 o más	Sí (cinco veces o más al mes)	3	5	2	1	4	6
28	2016/03/12 1:27-32		Masculino	No	Sí	Tango	5 o más	Sí (dos veces al mes)			1	1	1	
29	2016/03/13 1:33-40		Femenino	Si, una carrera sin vinculación al mur	Sí	Rock	5 o más	Sí (cinco veces o más al mes)	3	6	4	6	4	5
30	2016/03/18 5:27-32		Masculino	No	Sí	Rock,Tango	3	Sí (cinco veces o más al mes)	4	4	5	5	2	5

Caso	Aproximadamente ¿Cuánto paga la banda completa por 1 hora de ensayo?	¿Qué ubicación preferirías para una sala de ensayo/grabación?	Los servicios adicionales que más valorás son...	¿Has grabado un demo (grabación de ensayo)?	¿Cómo fue esa experiencia?	Aproximadamente, ¿cuánto te costó la hora de grabación (demo)?	¿Has grabado algún multiplista?	Aproximadamente, ¿cuánto te costó la hora de grabación (multiplista)?
1	Entre 75 y 100	Nueva Córdoba, Centro	Aire acondicionado	Sí		2 Entre 100 y 200	No	
2	Entre 75 y 100	Nueva Córdoba, Centro	Wi-Fi, Aire acondicionado, Servicio de coffee break/bar, Alquiler de instrumentos y accesorios	Sí		3 Más de 400	Sí	más de 500
3	Entre 101 y 125	Nueva Córdoba	Aire acondicionado, Alquiler de instrumentos y accesorios	Sí		4 Menos de 100	Sí	Menos de 200
4		B° General Paz	Aire acondicionado	Sí		1 Menos de 100	Sí	Menos de 200
5	Entre 101 y 125	zona sur o alrededores	Alquiler de instrumentos y accesorios	Sí		1 Entre 100 y 200	Sí	Menos de 200
6	Entre 75 y 100	Nueva Córdoba, Centro	Aire acondicionado, Alquiler de instrumentos y accesorios	Sí		2 Entre 201 y 300	Sí	Menos de 200
7	Entre 101 y 125	Centro, Alberdi	Aire acondicionado, Alquiler de instrumentos y accesorios	Sí		5 Entre 100 y 200	No	
8	Entre 75 y 100	B° Alta Córdoba, Zona Norte	Wi-Fi, Aire acondicionado	Sí		2 Entre 100 y 200	No	
9	Entre 75 y 100	Zona Norte	Aire acondicionado, Alquiler de instrumentos y accesorios	Sí		3 Entre 100 y 200	Sí	Entre 201 y 300
10	Entre 101 y 125	Nueva Córdoba, Centro	Aire acondicionado, Alquiler de instrumentos y accesorios	Sí		2 Entre 100 y 200	No	
11	Entre 75 y 100	Nueva Córdoba, Centro	Aire acondicionado	Sí		1 Entre 100 y 200	Sí	Entre 201 y 300
12	Menos de 75	Nueva Córdoba, Centro,	Wi-Fi, Aire acondicionado, Pago por débito automático, Servicio de coffee break/bar	Sí		1 Más de 400	Sí	más de 500
13	Menos de 75	Zona Norte	Aire acondicionado, Alquiler de instrumentos y accesorios	No		1		
14	Entre 75 y 100	Nueva Córdoba, Centro	Aire acondicionado, Alquiler de instrumentos y accesorios	Sí		5 Menos de 100	Sí	Menos de 200
15	Más de 150	Centro	Aire acondicionado, Servicio de coffee break/bar, Alquiler de instrumentos y accesorios	Sí		1 Entre 201 y 300	No	
16	Entre 75 y 100	Centro	Aire acondicionado, Alquiler de instrumentos y accesorios	Sí		3 Entre 201 y 300	Sí	Entre 201 y 300
17	Entre 101 y 125	Nueva Córdoba, B° Güemes	Aire acondicionado, Servicio de coffee break/bar	Sí		3 Entre 201 y 300	Sí	Entre 301 y 400
18	Entre 101 y 125	Nueva Córdoba, Centro	Aire acondicionado, Alquiler de instrumentos y accesorios	No			No	
19	Entre 75 y 100	Centro, B° Güemes	Aire acondicionado, Alquiler de instrumentos y accesorios	Sí		2 Entre 201 y 300	No	
20								
21	Entre 126 y 150	Centro	Aire acondicionado, Alquiler de instrumentos y accesorios	Sí		2 Entre 100 y 200	No	
22	Entre 126 y 150	Nueva Córdoba, Centro	Aire acondicionado, Pago por débito automático	Sí		4 Entre 301 y 400	No	
23	Entre 75 y 100	B° General Paz	Aire acondicionado	Sí		1 Entre 100 y 200	No	Menos de 200
24	Entre 126 y 150	Nueva Córdoba	Aire acondicionado, Servicio de coffee break/bar	No			No	
25	Menos de 75	Centro, B° Alta Córdoba	Wi-Fi, Aire acondicionado	Sí		3 Menos de 100	Sí	Menos de 200
26	Entre 101 y 125	B° Güemes	Wi-Fi, Aire acondicionado	Sí		2 Entre 100 y 200	Sí	Entre 201 y 300
27	Entre 101 y 125	Nueva Córdoba, Centro	Wi-Fi, Aire acondicionado	Sí		5 Entre 100 y 200	Sí	Entre 201 y 300
28	Entre 126 y 150	Nueva Córdoba, B° General Paz	Wi-Fi, Aire acondicionado, Venta de repuestos y accesorios, Alquiler de instrumentos y accesorios	Sí		5 Más de 400	Sí	más de 500
29	Entre 101 y 125	B° General Paz, B° Alta Córdoba	Aire acondicionado, Servicio de coffee break/bar, Alquiler de instrumentos y accesorios	No		1	No	Menos de 200
30	Entre 101 y 125	Centro	Aire acondicionado; Alquiler de instrumentos y accesorios	Sí		3 Entre 201 y 300	Sí	Entre 201 y 300



## Anexo n° 4: Guion de entrevista con Ingeniero de música

- Espacial
  - Cantidad de habitaciones (1 o 2 salas; sala de "mezcla", sala de espera, patio)
  - ¿Cuántos mts2 deben tener como mínimo las de habitaciones para que la salas y el estudio no resulten incómodas?
  - Necesidad de ambos baño (demanda de habilitación)
  - Depósito o armario para instrumentos/accesorios de alquiler
  
- Acondicionamiento de salas
  - ¿Que usan para el aislamiento acústico?
  - ¿Dónde se consigue? ¿Alguna casa de construcción específica?
  - ¿La mano de obra tiene que ser algún especialista?
  
  - ¿La comunicación de la sala de ensayo (pecera), lleva algún tipo de vidrio específico?
  
  - ¿Con que recursos humanos cuentan?
  - ¿Cómo se constituye la relación laboral con el ingeniero en sonido? ¿Dependiente, monotributista? ¿ Existe alguna colegio o consejo profesional que determine los honorarios de los profesionales en sonido?.
  
- Equipamiento (ver hoja de equipamiento de electra – sued y pro-music)
  - Cuáles son necesarios de disponer en la sala de ensayo y cuáles en la sala de mezcla (grabación)
  - Recomendaciones de calidad
  - Proveedores
  - Vida útil y reposiciones (frecuencia)
  
- Instrumentos (ver hoja de equipamiento de electra – sued y pro-music)
  - ¿Cuentan con instrumentos para alquilar?
  - Recomendaciones de calidad
  - Proveedores
  - Repuestos de accesorios y alquiler de instrumentos
  
- Habilitaciones e impuestos
  - habilitaciones municipales: matafuegos, exigencia de sonido(código de falta: convivencia)
  
  - impuestos específicos
  
  - figura jurídica
  
- - Electricidad
    - ¿Hacen falta Generadores?
    - Costos mensuales de luz (y otros servicios)
    - Precauciones para preservar equipos e instrumentos en caso de altas de tensión/tormentas

etc SEGURO

- Demanda de salidas (enchufes)
  
- Publicidad
  - cómo se manejan (contratación permanente – tercerización )- en qué medios publicitan y por qué
  
- Ofrecen algún otro servicio de asesoramiento de músicos (ej RRPP)
- servicios de bar (preguntar también si conviene terciarizar) y otros
  
- Diferencia en grabación entre demo y multipista

## Anexo n° 5: Presupuesto Pro audio

PRO AUDIO CENTER S.A.

### Presupuesto

Numero: PRE 0002-00000270/X

AV. OLMOS N° 139 - Córdoba

CordobaFECHA : 13/04/2016

CP - PROVINCIA

### Datos Del Cliente

Cliente : 99999 CLIENTE DE MOSTRADOR

C.U.I.T.:

Dirección: XXXXXXXXXXXX

Barrio: XXXXXX

Localidad: CORDOBA

Condición de IVA: Consumidor Final

N° Ingresos Brutos:

### Detalle

Artículo	Descripción	Cantidad	U.M.	Imp.Unitario
45988	BATERIA 5C 22/16 C/FIERROS TARGET TGC625	1,00	CU	12890,37
12890,37				
9764	BATERIA 5C 22/16 C/FIERROS VOYAGER STD B	1,00	UN	11342,66
11342,66				
1290	BAFLE A P/GUIT 100W 1X12" MG-101 FX	1,00	UN	9700,58
9700,58				
49160	BAFLE A P/GUIT 100W 2X12" CHAMPION	1,00	CU	10049,89
10049,89				
52862	BAFLE A P/BAJO 75W 1X12" RUMBLE 75	1,00	CU	7255,46
7255,46				
7177	BAFLE A P/BAJO 100W 1X15" A-100	1,00	UN	11561,88
11561,88				
972	MICRO DINA/VOCAL SM 58 LC CARDIOIDE *	1,00	UN	3311,63
3311,63				
77693	MICRO DINA/VOCAL E-838	1,00	UN	2156,27
2156,27				
20572	CONSO AU 8M.2ST CONCERT-12 ( 3AUX-4SUB	1,00	CU	7953,70
7953,70				
18205	ATRIL DE SINFONICA U0001	1,00	CU	568,70
568,70				
50999	PIE JIRAFa P/MIC RS-20700 B NEGRO	1,00	CU	401,03
401,03				
50032	REDOBLANTE DE ACERO VENUS SERIES 14X5 8	1,00	CU	2136,14
2136,14				
12901	CABLE AR 6,5 M A CANON H 6 MTS XLJ - 6F	1,00	CU	135,87
135,87				

Condición de Venta: 001 CONTADO EFECTIVO Bonificación: 0+0  
 Subtotal 79464,18  
 Operador: 015 CABRAL ALBERTO  
 Recargo/Descuento 0,00  
 Vendedor: 053 DEVALIS FABIAN ALDO

TOTAL 79464,18

## Anexo n° 6: Presupuesto Musicor

Córdoba, 14 de abril de 2016

Detallamos presupuesto solicitado:

DESCRIPCIÓN	Pr. UNIT. (\$)
BATERÍA SONOR SMART FORCE, 5 CUERPOS (INCLUYE ASIENTO)	18.962,00
SET PLATILLOS SABIAN SBR (HI HAT 14" CRASH 16" RIDE 20")	5.543,00
AMPLIFICADOR P/GUITARRA FENDER CHAMPION 40	5.476,00
AMPLIFICADOR P/BAJO ELECTRO VOX BT40	3.859,00
CAJA STAGG 15"	5.071,00
MICRÓFONO YAMAHA DM305	1.295,00
CONSOLA PEAVEY PV8500	9.980,00
ATRIL PARTITURA MXP, 3 TRAMOS	374,00
PIE P/MICRÓFONO RMV	570,00
CABLE P/INSTRUMENTO WESTERN 6 MTS.	372,00
CABLE P/MICRÓFONO STAGG C/NEUTRIK 6 MTS.	268,00
MIXER CONSOLA MGPX12	20.905,00
INTERFACE DE AUDIO STEINBERG VR824	19.580,00
MONITOREO M. AUDIO CX8 (EL PAR)	25.348,00
AURICULARES YAMAHA RMSMA	2.835,00
PREAMPLIFICADOR P/GUITARRA ZOOM G3K	5.144,00
PREAMPLIFICADOR P/BAJO DIGITECH 3P-90	2.824,00
TECLADO YAMAHA PSRE-433	11.563,00
FUENTE DE ALIMENTACIÓN P/TECLADO	300,00
GUITARRA YAMAHA PAC112V	12.025,00
GUITARRA CORT L-300VNAT	9.962,00
BAJO YAMAHA TRBX504	16.650,00
GUITARRA CLÁSICA FONSECA 41K	4.600,00

\* Plazo de entrega: inmediata.

\* Pago con tarjeta: planes de hasta 12 cuotas sin interés (Naranja/Cordobesa), promo Tarjeta Cordobesa: 20 pagos sin interés..

\* Pago Contado y/o cheque: bonificación 10 %

Quedando siempre a vuestra disposición, saludo Atte.

Oscar Ferreyra

Por MUSICOR

DePRO-ARTE S.A..

## Anexo n° 7: Presupuesto Músicos de Raza

SALA DE ENSAYO BASICA Y PREMIUM		
Unidad	Descripción	Precio unitario
Batería 5 cuerpos	Mapex Meridian Bird	21718
Batería 5 cuerpos	Pearl export	13711
Amplificadores guitarra	Marshall Mg 100"	12783
Amplificadores guitarra	Vox Ut 120 Valvular	11600
Amplificadores bajo	Ampeq Cobe/Ampli	12900
Cajas	15" JBL	7800
Cajas	18" JBL	9600
Micrófonos	Shure SM 58	3320
Micrófonos	Beta 18	4212
Micrófonos	Pega 18	1525
Consola 8 Canales	Behringer /pasivas	9500
Consola 8 Canales	Sound Crof	6315
Atril	Parquer	530
Pies Micro		670
Cables micrófonos	Canon	279
Cables micrófonos	Lexen	300
Cables micrófonos	Neon	210
Mesa de mezcla (3)	Behringer	18500
Monitoreo (3)	krk 6"	5000
Monitoreo (3)	krk8"	6400
Monitoreo (3)	Beringer 8"	3500
Auriculares (2)	Shure	2100
Auriculares (2)	AKG K99	182
Auriculares (2)	AKG K77	1420
Auriculares (2)	AKG K44	815
Teclado	krome 88	31000
Teclado	Kross 88	22000
Teclado	Kurzwell 8	26400
Batería (3)	Mapex Master Custom	38325
Guitarra (3)	Fender Ameican	34000
Guitarra acústica (3)	Fender acustica	12000
Guitarra acústica (3)	Ibanez acustica	13000
Guitarra criolla		3800
Bajo (2)	Warwik Corvette	32000
Bajo (2)	Ibanez	16000
Bajo (2)	Ephifone Delux	9500

Solicitar recomendación de otras marcas con otros precios

Descuento por volumen: 5% del total

Condiciones de pago: Contado/ Tarjetas de crédito y débito/ cheques

Contacto: Gastón

Teléfono: 4239724 / 156604329. Dirección: Av. Olmos 199

## Anexo n° 8: Presupuesto Altos Músicos

Sala básica y sala Premium		
Unidad	Descripción	Costo unitario
Batería	Pearl Export 6 cuerpos	41.610
	Legend Senior 6 cuerpos	13.930
Guitarra eléctrica	Fender stratocaster	34.899
	Squier telecaster	13.395
Guitarra acústica	Tylor 214	32.633
	Epiphone dr	4.500
Guitarra clásica	Takamine Eg 125sc	14.195
	Gracia M10	4.534
Bajo	Ferder Jazz Bass	62.764
	Squier Jazz Bass	10.558
Teclado	Ronald Xps 10	18.076
	Yamaha psr E343	7.500
Amplificador Guitarra	Marshall Jum 210h	41.299
	Fender 212	11.206
Amplificador bajo	Fender bassman 350	22.039
	Ampeq Rms 150	12.990
Cajas	Jbl Eon 615	37.749
	Celestion c15	12.716
Micrófonos	Shure smsb	2.800
	Sennteiser E835	1.700
Atril	profesional	569
Pies	profesional	349
Auriculares	Sennteiser momentum	7.730
	Behringer Hps 5000	1.370
Consola 8 canales	Behringer Pmq	18.560
	Behringer mix	2.400
Cables Instrumentos	Klotz 3 mts	1.144
	Cable stagg	100
Cables Micrófonos	Shure	1.141
	Stagg	219

**Anexo n° 9: Tabla comparativa de proveedor según precios de instrumentos, equipos y accesorios**

Proveedor	A	B	C	D	Calificación
Instrumento/Equipo	Pro audio	Musicos de raza	Musicor	Altos Musicos	
Batería	12890	21718	18962	41610	B
	11343	13711		13930	
		38325			
Guitarra eléctrica		34000	12025	34899	D
				13395	
Guitarra acústica		12000	9962	32633	B Y D
		13000		4500	
Guitarra clásica			4600	14195	C Y D
				4534	
Bajo		32000	16650	62764	B Y D
		16000		10558	
		9500			
Teclado		31000	11563	18076	D
		22000		7500	
		26400			
Amplificador Guitarra	9701	12783	5476	41299	A Y B
	10050	11600		11206	
Amplificador bajo	7256	12900	3859	22039	B
	11562			12990	
Preamplificador guitarra			5144		C
Preamplificador bajo			2824		C
Cajas		15600	10142	37749	A
		19200		12716	
Micrófonos	3312	3320	1295	2800	D
	2157	4212		1700	
		1525			
Atril	569	530	374	569	C
Pies	401	870	570	349	D
Auriculares		2100	2835	7730	B
		1820		1370	
		1420			
Consola 8 canales	7954	9500	9980	18560	B
		6315		2400	
Cables Instrumentos			372	1144	C Y D
				100	
Cables Micrófonos	136	279	268	1141	B Y D
		300		219	
		210			
Mesa de Mezcala		18500			B
Interfase de audio			19580		C
Monitoreo		5000	25348		B
		6400			
		3500			
Platillos			5543		C



## Anexo n° 10: Población total. Departamento Capital. Prov. Córdoba. 2010

Provincia de Córdoba, departamento Capital. Población total por sexo e índice de masculinidad, según edad en años simples y grupos quinquenales de edad. Año 2010

Edad	Población total	Sexo		Índice de masculinidad
		Varones	Mujeres	
<b>Total</b>	<b>1,329,604</b>	<b>634,341</b>	<b>695,263</b>	<b>91.2</b>
0-4	105,013	53,168	51,845	102.6
5-9	102,703	52,248	50,455	103.6
10-14	105,467	53,314	52,153	102.2
15-19	114,047	56,820	57,227	99.3
20-24	125,974	61,671	64,303	95.9
25-29	116,145	57,202	58,943	97.0
30-34	109,145	53,510	55,635	96.2
35-39	89,107	43,412	45,695	95.0
40-44	73,991	35,428	38,563	91.9
45-49	70,461	33,141	37,320	88.8
50-54	65,247	30,273	34,974	86.6
55-59	61,191	27,692	33,499	82.7
60-64	54,861	24,273	30,588	79.4
65-69	43,186	18,396	24,790	74.2
70-74	33,835	13,920	19,915	69.9
75-79	26,724	10,090	16,634	60.7
80-84	18,814	6,205	12,609	49.2
85-89	9,635	2,684	6,951	38.6
90-94	3,227	766	2,461	31.1
95-99	738	111	627	17.7
100 y más	93	17	76	22.4

Nota: la población total incluye a las personas viviendo en situación de calle.

El índice de masculinidad indica la cantidad de varones por cada 100 mujeres.

Fuente: INDEC. Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010.

## Anexo n° 11: Modelos de Recibos de Sueldo

Recibos de sueldos					
Nombre de la empresa					
Cuit					
Dirección:					
Nombre del empleado <b>Socio A y B</b>				Cuit:	
Categoría:			Fecha de Ingreso:		
Legajo Nro:			Periodo:		
Cantidad	Concepto	Base	Remuneración sujeta a retenciones	Remuneración exenta	Descuentos
30	Sueldo Básico	566,67	17.000,00		
<b>Totales</b>			<b>17.000,00</b>		<b>0,00</b>
<b>NETO A PERCIBIR</b>					<b>17000,00</b>
<b>Son pesos: Once mil trescientos setenta y ocho con 20/100</b>				<b>Recibí conforme el importe indicado y duplicado de recibo</b>	
Ultimo depósito de aportes Ley 17250 art 12				Lugar y Fecha de pago:	
Mes:					
Banco:					
Fecha:				Firma empleado	

Recibos de sueldos					
Nombre de la empresa					
Cuit					
Dirección:					
Nombre del empleado			Cuit:		
Categoría: <b>Personal administrativo "B"</b>			Fecha de Ingreso:		
Legajo Nro:			Periodo:		
Cantidad	Concepto	Base	Remuneración sujeta a retenciones	Remuneración exenta	Descuentos
30	Sueldo Básico	274,21	8.226,39		
8,33%	Presentismo	8226,39	685,26		
11%	Jubilación	8911,65			980,28
3%	Ley 19032	8911,65			267,35
3%	Obra Social	8911,65			267,35
0,50%	Faecys <sup>48</sup>	8911,65			44,56
2%	AGEC <sup>49</sup>	8911,65			178,23
	Osjc <sup>50</sup>	5347,38			160,42
1	OSECAC	100,00			100,00
<b>Totales</b>			<b>8.911,65</b>		<b>1998,19</b>
<b>NETO A PERCIBIR</b>					<b>6913,45</b>
<b>Son pesos: Once mil trescientos setenta y ocho con 20/100</b>				<b>Recibí conforme el importe indicado y duplicado de recibo</b>	
Ultimo depósito de aportes Ley 17250 art 12				Lugar y Fecha de pago:	
Mes:				Firma empleado	
Banco:					
Fecha:					

<sup>48</sup> Retención dispuesta por convenio colectivo 130/75

<sup>49</sup> Sindicato de empelados de comercio de Córdoba contiene dos cuotas: Fondo Social y Cuota sindical, esta última es optativa (Supuesto: no están afiliados).

<sup>50</sup> Obra social jornada completa. A pesar de trabajar tiempo parcial la ley de contrato de trabajo establece que la obra social se paga por jornada completa

Recibos de sueldos					
Nombre de la empresa:					
Cuit:					
Dirección:					
Nombre del empleado:				Cuit:	
Categoría: <b>Maestranza "A"</b>				Fecha de Ingreso:	
Legajo Nro:				Periodo:	
Cantidad	Concepto	Base	Remuneración sujeta a retenciones	Remuneración exenta	Descuentos
30	Sueldo Básico	71,70	2150,92		
8,33%	Presentismo	2150,92	179,17		
11%	Jubilación	2330,09			256,31
3%	Ley 19032	2330,09			69,90
3%	Obra Social	2330,09			69,90
0,50%	Faecys <sup>51</sup>	2330,09			11,65
2%	Agec <sup>52</sup>	2330,09			46,60
	Osjc <sup>53</sup>	11650,44			349,51
1	OSECAC	100,00			100,00
<b>Totales</b>			<b>2330,09</b>		<b>903,88</b>
<b>NETO A PERCIBIR</b>					<b>1426,21</b>
<b>Son pesos: Tresmil trescientos setenta y uno con 83/100</b>				<b>Recibí conforme el importe indicado y duplicado de recibo</b>	
Ultimo depósito de aportes Ley 17250 art 12				Lugar y Fecha de pago:	
Mes:					
Banco:					
Fecha:				Firma empleado	

<sup>51</sup> Ídem empleada administrativa

<sup>52</sup> Ídem empleada administrativa

<sup>53</sup> Ídem empleada administrativa

<b>Recibos de sueldos</b>					
Nombre de la empresa					
Cuit					
Dirección:					
Nombre del empleado:			Cuit:		
Categoría: Auxiliar especializado "B"			Fecha de Ingreso		
Legajo Nro:			<b>Periodo</b>		
<b>Cantidad</b>	<b>Concepto</b>	<b>Base</b>	<b>Remuneración sujeta a retenciones</b>	<b>Remuneraciones exentas</b>	<b>Descuentos</b>
30	Sueldo Básico	103,26	3097,69		
8,33%	Presentismo	3097,69	258,04		
11%	Jubilación	3355,72			369,13
3%	Ley 19032	3355,72			100,67
3%	Obra Social	3355,72			100,67
0,50%	Faecys <sup>54</sup>	3355,72			16,78
2%	Agec <sup>55</sup>	3355,72			67,11
	Osjc <sup>56</sup>	10.067,17			302,01
1	OSECAC	100			100,00
<b>Totales</b>			<b>3355,72</b>		<b>1056,38</b>
<b>NETO A PERCIBIR</b>					<b>2299,34</b>
<b>Son pesos: Seis mil novecientos sesenta y nueve con 39/100</b>				<b>Recibí conforme el importe indicado y duplicado de recibo</b>	
Ultimo depósito de aportes Ley 17250 art 12				Lugar y Fecha de pago	
Mes:					
Banco:					
Fecha:				Firma empleado	

<sup>54</sup> Ídem empleada administrativa

<sup>55</sup> Ídem empleada administrativa

<sup>56</sup> Ídem empleada administrativa

## **Anexo n° 12: Organismos nacionales de regulación, promoción y/o control de la industria musical en Argentina.**

A nivel nacional existen organismos que regulan, promueven y controlan la industria musical en su conjunto (y por ende a la nueva *escena*). A continuación se harán mención de aquellos que regulan la cultura en todas sus expresiones y aquellos que regulan y promueven el sector musical:

- El Ente Nacional de Comunicación (ENACOM), es un ente autárquico y descentralizado creado como autoridad encargada de la aplicación de la ley de medios. Esta función la cumplía anteriormente la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA), hasta que el 6 de Enero de 2016 se emitió el decreto 267/2015 (rectificado el 5 de abril del corriente por la cámara de diputados de la nación) ordenando su función con la Autoridad Federal de Tecnología de la Información y de las Comunicaciones (AFTIC), dando lugar al ENACOM. Este último cumple el rol de regulador de comunicaciones y tiene como objetivo conducir el proceso de convergencia tecnológica y crear las condiciones estables de mercado para garantizar el acceso de todos los argentinos a los servicios de internet, telefonía fija y móvil, radio, postales y televisión.
- El Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA), dependiente de la Dirección Nacional de Industrias Culturales. Como su nombre lo indican, es un sistema creado con el objetivo de revelar, medir, y procesar información cultural que se utilizará como base para el diseño de políticas culturales.
- El Instituto Nacional de la Música (INAMU) es la herramienta de fomento creada por la Ley N° 26.801 el 28 de noviembre de 2012 con el propósito de mejorar las condiciones en las que se desarrolla la actividad musical en la Argentina. Para dicho fin, se busca a partir del INAMU: fomentar la producción, difusión y distribución de Música Nacional; mejorar la circulación de música en vivo; incentivar la formación integral de los músicos poniendo énfasis en el conocimiento de sus derechos intelectuales y; propiciar una relación productiva entre los músicos y sectores de nuestra sociedad con dificultades para acceder a esta manifestación del arte.

- El Mercado de Industrias Culturales de Argentina (MICA), el cual surge como política pública del Ministerio de Cultura de la Nación que fomenta y reúne en un mismo espacio a seis sectores del arte, entre ellos, el musical.
- La Cámara Argentina de Productores de Fonogramas y Videogramas (CAPIF), institución encargada de representar a los productores de música de nuestro país. A su vez promueve normas legales que protegen los derechos intelectuales de los productores de fonogramas, actúa contra la piratería de música y organiza anualmente los *Premios Gardel* y la *Noche de las Disquerías*.
- La sociedad Argentina de Autores y Compositores (SADAIC), es una organización sin fines de lucro que tiene como objetivo defender los derechos de autor, aplicando para ello lo dispuesto en la constitución nacional en su artículo 17 y por la ley 11723 (Régimen legal de propiedad intelectual).
- La Asociación Argentina De Interpretes (AADI), al igual que el SADAIC, se trata de una entidad sin fines de lucro responsable de la percepción, administración y distribución de los derechos de artistas intérpretes músicos.
- La Federación Argentina de Músicos Independientes (FAMI) es una organización de carácter federal, conformada su vez por asociaciones de músicos independientes de diferentes provincias entre ellas la de Córdoba denominada SONAR. Su objetivo es representar las diferentes realidades provinciales y poder relacionar se manera productiva con la ley de medios que explicaremos en los próximos apartados.
- Banco Nacional de Música Independiente es una plataforma donde los artistas pueden subir su material y las emisoras de cualquier parte del país pueden bajar las canciones desde allí. La FAMI y el AFSCA con fecha 18 de diciembre del 2014, firmaron un Convenio de Colaboración y Cooperación con el objeto de contribuir al cumplimiento del artículo 65 de la Ley Nº 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual y sus normas reglamentarias. En pos de este objetivo la FAMI desarrolló esta plataforma para facilitar a las emisoras radiales el acceso al material para poder cumplir con la Ley.

### Anexo n° 13: Tabla de depreciación anual

Unidad	Costo Total	Vida útil	Depreciación
Batería 5 cuerpos	21.718	10	2.172
Guitarra eléctrica	26.790	5	5.358
Guitarra Acústica	12.000	5	2.400
	32.633	5	6.527
Guitarra clásica	4.600	5	920
	14.195	5	2.839
Bajo	10.558	5	2.112
	16.000	5	3.200
Teclado	18.076	10	1.808
Amplificador guitarra	23.200	10	2.320
	12.783	10	1.278
Amplificador bajo	12.900	10	1.290
Preamplificadores Guitarra	15.500	10	1.550
Preamplificadores Bajo	5.877	10	588
Cajas (X2)	19.200	10	1.920
Micrófonos	3.400	5	680
	2.800	5	560
Atril	1.122	5	224
Pies	1.745	5	349
Auriculares	4.200	5	840
Consola 8 canales	6.315	10	632
	9.500	10	950
Mesa Mezcla 24 canales	18.500	10	1.850
Interfase de audio	19.580	10	1.958
Monitoreo (X2)	12.800	10	1.280
Set de platillos	5.543	10	554
Micro condensador	17.198	10	1.720
kit micro bateria	8.990	5	1.798
Computadora	34.449	5	6.890
Aire acondicionado	21.398	10	2.140
Mesa a medida	5.800	10	580
Outboard	4.999	10	500
Procesador	10.300	10	1.030
Potencia	10.000	10	1.000
Set Platillos	25.095	10	2.510
Softward 1	10.000	10	1.000
Computadora	10.599	5	2.120
Mesa computadora	2.700	10	270
Futon	7.191	10	719
Perchero pared	795	10	80
Silla Ruedas	1.799	10	180
Silla Ruedas	999	10	100
Silla Ruedas	529	10	53
Radiador electrico	1.259	10	126
Telefono Inalambrico	699	10	70
Pava electrica	669	10	67
Vasos	80	5	16
Juego de te	385	5	77
Juego matero	789	5	158
Zapatillas/prolongador	676	5	135
Matafuegos	1.130	5	226
Cesto	477	5	95
<b>Total</b>	<b>510.539</b>		<b>69.816</b>



## Anexo nº 14: Calendario de reinversión de equipamiento.

CALENDARIO DE REINVERSION										
Descripcion	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Bateria 5 cuerpos					-					21.718
Guitarra electrica					26.790					-
Guitarra Acustica					12.000					-
					32.633					-
Guitarra clásica					4.600					-
					14.195					-
Bajo					10.558					-
					16.000					-
Teclado					-					18.076
Amplificador guitarra					-					23.200
					-					12.783
Amplificador bajo					-					12.900
Preamplificadores Guit					-					15.500
Preamplificadores Bajo					-					5.877
Cajas (X2)					-					19.200
Microfonos					3.400					-
					2.800					-
Atril					1.122					-
Pies					1.745					-
Auriculares					4.200					-
Consola 8 canales					-					6.315
					-					9.500
Mesa Mezcla 24 canales					-					18.500
Interfase de audio					-					19.580
Monitoreo (X2)					-					12.800
Set de platillos					-					5.543
Micro condensador					-					17.198
kit micro bateria					8.990					-
Computadora 2					34.449					-
Aire acondicionado					-					21.398
Mesa a medida					-					5.800
Outboard					-					4.999
Procesador					-					10.300
Potencia					-					10.000
Set Platillos					-					25.095
Softward 1					-					10.000
Computadora					10.599					-
Mesa computadora					-					2.700
Futon					-					7.191
Perchero pared					-					795
Silla Ruedas					-					1.799
Silla Ruedas					-					999
Silla Ruedas					-					529
Radiador electrico					-					1.259
Telefono Inalambrico					-					699
Pava electrica					-					669
Vasos					80					-
Juego de te					385					-
Juego matero					789					-
Zapatillas/prolongador					676					-
Matafuegos					1.130					-
Cesto					477					-
Total					187.617					322.922

## Anexo nº 15: Cálculo del valor de desecho.

Concepto	Costo	Valor de desecho
Batería 5 cuerpos	21.718	8.687
Guitarra eléctrica	26.790	10.716
Guitarra Acústica	12.000	4.800
Guitarra Acústica	32.633	13.053
Guitarra clásica	4.600	1.840
Guitarra clásica	14.195	5.678
Bajo	10.558	4.223
Bajo	16.000	6.400
Teclado	18.076	7.230
Amplificador guitarra	23.200	9.280
Amplificador guitarra	12.783	5.113
Amplificador bajo	12.900	5.160
Preamplicadores guitarra	15.500	6.200
Preamplificadores Bajo	5.877	2.351
Cajas (X2)	19.200	7.680
Micrófonos	3.400	1.360
Micrófonos	2.800	1.120
Auriculares	4.200	1.680
Consola 8 canales	6.315	2.526
Consola 8 canales	9.500	3.800
Mesa Mezcla 24 canales	18.500	7.400
Interfase de audio	19.580	7.832
Monitoreo (X2)	12.800	5.120
Set de platillos	5.543	2.217
Micro condensador	17.198	6.879
kit micrófonos baterías	8.990	3.596
Mesa a medida	5.800	2.320
Outboard	4.999	2.000
Procesador	10.300	4.120
Potencia	10.000	4.000
Set Platillos	25.095	10.038
Softward 1	10.000	4.000
Revestimiento salas	108.657	43.463
<b>Total</b>	<b>529.707</b>	<b>211.883</b>

## AUTORIZACIÓN PARA PUBLICAR Y DIFUNDIR TESIS DE POSGRADO O GRADO A LA UNIVERSIDAD SIGLO 21

Por la presente, autorizo a la Universidad Siglo21 a difundir en su página web o bien a través de su campus virtual mi trabajo de Tesis según los datos que detallo a continuación, a los fines que la misma pueda ser leída por los visitantes de dicha página web y/o el cuerpo docente y/o alumnos de la Institución:

<b>Autor-tesista</b> <i>(apellido/s y nombre/s completos)</i>	Barreneche, Estefanía
<b>DNI</b> <i>(del autor-tesista)</i>	32973368
<b>Título y subtítulo</b> <i>(completos de la Tesis)</i>	Formulación y Evaluación de proyecto de inversión para la puesta en marcha de salas de ensayo y estudio de grabación.
<b>Correo electrónico</b> <i>(del autor-tesista)</i>	tetibarreneche@hotmail.com
<b>Unidad Académica</b> <i>(donde se presentó la obra)</i>	Universidad Siglo 21
<b>Datos de edición:</b> <i>Lugar, editor, fecha e ISBN (para el caso de tesis ya publicadas), depósito en el</i>	

<i>Registro Nacional de Propiedad Intelectual y autorización de la Editorial (en el caso que corresponda).</i>	
--	--

Otorgo expreso consentimiento para que la copia electrónica de mi Tesis sea publicada en la página web y/o el campus virtual de la Universidad Siglo 21 según el siguiente detalle:

<b>Texto completo de la Tesis</b> <i>(Marcar SI/NO)<sup>[1]</sup></i>	SI
<b>Publicación parcial</b> <i>(Informar que capítulos se publicarán)</i>	

Otorgo expreso consentimiento para que la versión electrónica de este libro sea publicada en la en la página web y/o el campus virtual de la Universidad Siglo 21.

**Lugar y fecha:** Córdoba, 22 de Julio de 2016

\_\_\_\_\_  
**Firma autor-tesista**

\_\_\_\_\_  
**Aclaración autor-tesista**

Esta Secretaría/Departamento de Grado/Posgrado de la Unidad Académica:  
\_\_\_\_\_ certifique  
la tesis adjunta es la aprobada y registrada en esta dependencia.

\_\_\_\_\_  
Firma Autoridad

\_\_\_\_\_  
Aclaración Autoridad

Sello de la Secretaría/Departamento de Posgrado

[1] Advertencia: Se informa al autor/tesista que es conveniente publicar en la Biblioteca Digital las obras intelectuales editadas e inscriptas en el INPI para asegurar la plena protección de sus derechos intelectuales (Ley 11.723) y propiedad industrial (Ley 22.362 y Dec. 6673/63. Se recomienda la NO publicación de aquellas tesis que desarrollan un invento patentable, modelo de utilidad y diseño industrial que no ha sido registrado en el INPI, a los fines de preservar la novedad de la creación.

