



Trabajo Final de Grado

CONTADOR PÚBLICO

Proyecto de Inversión para la Instalación de un Bar de Meriendas

Buffet

Agustina Heredia

2019

Resumen

En el presente trabajo se realizó la investigación respecto a la factibilidad de la creación de un bar de meriendas, este proyecto centra su atención en el mercado de consumidores jóvenes, de entre 18 y 55 años, denominado Cheerful –Meriendas Buffet.

El proyecto desarrollado, se basa en instalar un nuevo bar de meriendas en Barrio Güemes, en la ciudad de Córdoba, se elige esta zona por ser muy concurrida y elegida por las personas como lugar de encuentro, paseo y diversión en la ciudad. Este mercado se encuentra en constante desarrollo e innovación respecto al modelo de negocios.

Esta localización promete una afluencia importante de clientes, más turismo nacional y extranjero, al estar situada en inmediaciones del Paseo de las Pulgas, que moviliza una gran cantidad de personas que utilizan este paseo como encuentro, recreación y consumo.

Para determinar la factibilidad del proyecto, se realizaron los estudios pertinentes para demostrar si el proyecto es viable en todos sus aspectos (técnico, organizacional, legal, comercial, ambiental y financiero), como así también se analizó si la locación seleccionada, genera alguna ventaja en su desarrollo.

Luego de realizados los estudios e investigación del proyecto, se observó que sus resultados fueron favorables, concluyendo que hay altas probabilidades de que el proyecto sea exitoso y rentable.

Palabras claves

Inversión, Proyecto, Viabilidad, VAN, TIR, After office, Buffet, Presupuesto de capital,

Modelo de negocios

Abstract

In the present work, research was carried out regarding the feasibility of creating a snack bar, this project focuses its attention on the market of young consumers, between 18 and 55 years old, called Cheerful –Snack Buffet

The project developed, is based on installing a new snack bar in Barrio Güemes, in the city of Córdoba, this area is chosen because it is very popular and chosen by people as a place to meet, ride and have fun in the city. This market is in constant development and innovation with respect to the business model.

This location is a promise a significant influx of customers, more domestic and foreign tourism, being located in the vicinity of the Paseo de las Pulgas, which mobilizes a large number of people who use this walk as an encounter, recreation and consumption.

To determine the feasibility of the project, the relevant studies were carried out to demonstrate if the project is viable in all its aspects (technical, organizational, legal, commercial, environmental and financial), as well as analyzing whether the selected location generates any advantage In its development.

After carrying out the studies and research of the project, it was observed that their results were favorable, concluding that there is a high probability that the project will be successful and profitable.

Keywords

Investment, Project, Viability, VAN, TIR, After office, Buffet, Capital budget, Business model

Contenido

Capítulo 1: Introducción.....	8
1.1 Introducción	8
1.2. Justificación	9
1.3. Antecedentes	10
Capítulo 2: Objetivos Generales y Específicos	12
2.1. Objetivo General.....	12
2.2. Objetivos Específicos	12
Capítulo 3: Marco Teórico	13
3.1. Enfoque Administrativo.....	13
3.2. Plan de negocios y modelo de negocios	14
3.3. Partes de un plan de negocios	15
3.3.1. Componentes de un plan de negocios	15
3.3.2. Plan de negocios en gastronomía:	16
3.4. Presupuesto de Capital.....	17
3.4.1. Concepto del presupuesto de capital	17
3.4.2. Plan de Inversión.....	17
3.5. Herramientas de análisis	18
3.6. Estudio de Mercados.....	19
3.7. Variables necesarias para que un Bar, sea exitoso:	20
3.8. Diagrama de Causa- Efecto	22
3.9. Marketing.....	22
3.10. Evaluación de un proyecto de inversión	24
3.12. Fuerzas competitivas.....	27
3.13. Análisis industrial: Matriz de evaluación de factores externos	29

Capítulo 4: Marco Metodológico	30
4.1. Selección Muestral.....	31
Tipo de muestreo	31
4.2. Diseño de la Encuesta	31
4.2.1. Análisis de la Encuesta Realizada, referenciada en el Anexo 1.....	32
4.3. Presentación Metodológica.....	37
Capítulo 5: Análisis de Viabilidades	38
5.1. Herramientas diagnósticas	39
5.1.1. Análisis FODA.....	40
5.1.2. Matriz EFE	40
5.1.3. Diagrama causa efecto	41
5.1.4. Análisis del entorno.....	42
5.2. Análisis de viabilidades	43
5.2.1. Análisis de Viabilidad Técnica.....	43
Distribución del espacio y localización	44
5.2.2. Viabilidad Comercial	46
5.2.3. Viabilidad Organizacional.....	52
5.2.4. Viabilidad ambiental	54
5.2.5. Viabilidad legal	56
5.2.6. Viabilidad Financiera	57
Capítulo 6: Propuesta de acciones a implementar	63
6.2. Aspectos legales.....	65
6.3. Organización.....	66
6.4 Marketing.....	66
6.5. Modelo de negocio.....	67
6.6. Financiamiento e inversión	68

Capítulo 7: BIBLIOGRAFIA	74
Bibliografía.....	74
Capítulo 8: ANEXOS	881
5. ANEXO 1: Encuesta a posibles clientes.....	82
ANEXO 2: Crecimiento de la Demanda (3 meses).....	84
ANEXO 3: Ventas mensuales por año.....	87
ANEXO 4: Costo de ventas.....	99
ANEXO 5: Mano de obra (Sueldos).....	100
ANEXO 6: Detalle de préstamo.....	101
ANEXO 7: Precios inversión inicial.....	103.
ANEXO 8: Tasas de los bancos.....	112
Capítulo 9: Competencias.....	8913

Índice Gráficos

Nº 1 Análisis de las Encuestas realizadas.....	31
--	----

Índice Tablas

Nº 1- Presentación Metodológica.....	36
Nº 2- Análisis de FODA.....	38
Nº 3- Matriz EFE.....	39
Nº 4- Mobiliario, Instalaciones y Utensilios.....	44
Nº 5- Horarios, Clientes, Gasto promedio.....	46
Nº6- Carta de Platos y precios.....	47
Nº 7-Cantidad de personas en barrios cercanos.	51
Nº 8- Porcentajes de personas con sus respectivos totales.....	52
Nº 9-Tabla Resumen de Sueldos.....	54
Nº 10-Tabla de CCPP.....	59
Nº 11- Requerimientos para la inversión.....	60
Nº 12- Flujo Neto de caja, VAN y TIR.....	61

N° 13- Periodo de recupero.....	62
N° 14- Flujo Neto de Caja normal.....	70
N° 15- Flujo Neto de Caja pesimista.....	71
N° 16- Flujo Neto de Caja Optimista.....	72

Índice Diagramas/Esquemas

N° 1- Causa / Efecto.....	40
N° 2- Layout del lugar.....	43
N° 3- Organigrama de Roles.....	49
N° 4- Flujo del Proceso de atención al cliente.....	63

Capítulo 1: Introducción

1.1 Introducción

La sociedad avanza hacia una mayor interrelación entre sus miembros. El auge de los negocios gastronómicos muestra que la necesidad de los seres humanos de un contacto personalizado y presencial va más allá del crecimiento de las redes sociales, provocando un cambio permanente de los estilos de vida.

Dentro de ellos, hay un servicio que se viene desarrollando en especial: el de la merienda. Por el horario que implica, es adecuado como espacio de encuentro para jóvenes, compañeros de estudio, cierre de negociaciones comerciales, encuentros after-office, reuniones de amigos o simplemente familiares, que encuentran la pausa necesaria antes de retomar las actividades o como cierre de las mismas, y hacen de este rubro una habitualidad sin precedentes. Por otra parte, la demanda de mayor calidad en el servicio y en los productos lleva a una categoría novedosa que es la Merienda Buffet.

Sobre este rubro específico trata el presente proyecto, a desarrollarse en una zona que se va constituyendo en un “San Telmo” cordobés; de creciente atracción turística, no solo por sus propuestas gastronómicas y de espectáculos, sino también por su arquitectura antigua y multiplicidad de negocios de decoración, antigüedades y artesanías; constitutivamente el barrio Güemes de la ciudad de Córdoba.

Para el estudio del proyecto de inversión se tomarán en cuenta los conceptos más relevantes, como lo son: el plan de negocios, el modelo de negocios, la matriz FODA, como también de herramientas financieras tal como el VAN y la TIR.

Para realizar el análisis de este proyecto se realizará la fijación del objetivo general, los objetivos específicos y el marco teórico.

1.2. Justificación

La Ciudad de Córdoba, es un polo de atracción de migrantes de otras provincias de Argentina, también de estudiantes de intercambio y turistas de la región y de Europa.

El Barrio Güemes, con arquitectura cuasi colonial, ubicado en un sector estratégico, zona aledaña al centro de la ciudad, ofrece una oferta comercial de negocios de venta de antigüedades, artesanías, indumentaria, decoración, regatería y la tradicional Feria del Paseo de las Pulgas, que funciona los fines de semana y los feriados.

Es así, que se referencia un importante mercado de clientes en la zona, que muestra un permanentemente crecimiento de lugares gastronómicos, con la modalidad Bares, Resto, Restaurantes y Gourmet; donde se potencia una importante ventaja competitiva, con servicios de calidad, espacios cálidos, confortables y de diversa naturaleza funcionales, (Pedano, 2017).

Un Bar de Merienda Buffet, es un lugar fundamental de encuentro entre amigos, estudiantes, trabajadores del sector y fundamentalmente de turistas, que transitan la zona atraídos por la propuesta comercial.

El Bar tiene como prospectiva, transformarse en un espacio con sutileza funcional, de alta calidad, tanto en lo arquitectónico, como en la propuesta de servicio gastronómico. El emprendimiento se denominará: *Cheerful* –Meriendas Buffet– y bajo la tipología de meriendas por la tarde.

Con esta idea y valores, se desarrollará la planificación del proyecto de inversión, con la visión y misión de lograr un producto comercial que sume y marque tendencia, en este tipo de propuestas gastronómicas.

Se busca con este proyecto, incorporar en el mercado un modelo de negocios poco desarrollado hasta el momento, que agrega valor al cliente por su calidad en atención y comodidad del servicio; es una apuesta a recategorizar las meriendas.

1.3. Antecedentes

En la actualidad existen numerosos estudios de investigación para el desarrollo del análisis de viabilidades de proyectos de inversión, no es un tema novedoso a nivel internacional, ni local; pero se pretende con el presente trabajo responder a la inquietud respecto de la factibilidad de generar un bar de meriendas buffet en la ciudad de Córdoba, ya que es una modalidad muy poco aplicada en la ciudad, la gran mayoría de los negocios del ramo ofrecen un servicio de cafetería y merienda tradicional.

Para cumplir con este objetivo se analizaron algunos trabajos, proyectos similares al que se pretende desarrollar, de los cuales se observó que todos realizan un análisis completo, algunos con más detalle que otros, de las seis viabilidades, (JOY, 2011)

Se leyeron trabajos de tesis de Perú, Ecuador y Córdoba. De ello se pudo observar que todos tienen puntos en común al evaluar las viabilidades, como por ejemplo respecto de la viabilidad técnica, se investigan los requisitos legales que exigen las autoridades de la localidad donde se desarrollará el proyecto, aunque no detallan la situación fiscal que debe asumirse en el desarrollo del negocio.

El presente trabajo busca marcar la diferencia incluyendo dicho análisis; por otra parte, respecto de la viabilidad comercial se hace hincapié en el estudio de la demanda, la competencia y los proveedores, dejando de lado el análisis del mercado, de productos sustitutos y posible entrada de competidores, lo cual es un valioso aporte que se realiza en el presente TFG, donde se desarrolló un análisis de las cinco fuerzas competitivas de Porter, debido a la importancia de la posibilidad de desarrollo de probables productos/servicios sustitutos y nuevos competidores y su influencia en la viabilidad del proyecto; adicionalmente se realiza un análisis de matriz EFE por la relevancia que asume en nuestro país la situación del mercado (factores externos) en la rentabilidad de los proyectos.

También se observó, que a la viabilidad que mayor énfasis se le asume es a la financiera, debido a que esta es la que más suele interesarles a los inversionistas, que desean conocer si la aplicación del proyecto les generará valor o no, y si será rentable o no, con los flujos netos de caja actualizados estimados, en todos los trabajos consultados se desarrollaron cuadros de flujos netos de caja, con el cálculo del VAN y TIR.

Se pretende en este estudio, llevar a cabo un análisis más detallado y pormenorizado de todas las viabilidades a analizar a la hora de determinar si un proyecto es viable o no; lo cual será el aporte realizado en este trabajo. (Buitrago Corrales Jessica, Perez Valencia Juan, Sabogal Ortiz Natalia, Vallejo Ospina Laura, 2017) (Baldeón Katherine, Flores Shellmy, Sanchez Baque Kerly, 2012) (Micael, 2011).

Capítulo 2: Objetivos Generales y Específicos

2.1. Objetivo General

Formular y evaluar un proyecto de inversión de instalación de un bar de meriendas buffet, en el barrio Güemes de la ciudad de Córdoba en el año 2018.

2.2. Objetivos Específicos

- 1) Estudiar la factibilidad técnica
- 2) Investigar la viabilidad legal.
- 3) Analizar la factibilidad comercial
- 4) Estudiar la viabilidad organizacional
- 5) Determinar la viabilidad financiera
- 6) Analizar la viabilidad ambiental del proyecto.

Capítulo 3: Marco Teórico

3.1. Enfoque Administrativo

La Administración, según Iván Thompson *“es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos y las actividades de trabajo, con el propósito de lograr los objetivos o metas de la organización, de manera eficiente y eficaz”*. (Thompson I. , 2018).

En tal sentido, la Administración nos permite optimizar los recursos, en este caso: los de un Bar de Merienda Buffet, con el fin de lograr la mejor eficiencia, y con el consiguiente aumento del servicio gastronómico, definiendo así la manera de planear, organizar y mejorar la propuesta en forma permanente.

Para la gestión de una organización de estas características, es importante diseñar alternativas, que permitan brindar soluciones a los enfoques típicos de las teorías clásicas de administración, por lo que diferentes autores están suministrando nuevos paradigmas, para la ciencia de la administración, siendo una de ellas: - la Administración por Objetivos, la cual se presenta como una poderosa herramienta y método para administrar, popularizada por Peter Drucker en los años cincuenta. Otras versiones de APO (Administración por Objetivos), son: - La Administración por Resultados y la Administración por Metas. (Reddin, 2012).

Otro enfoque de la Administración es la de la Teoría Neoclásica, que procura la identificación de las funciones, como lo son: planeación, organización, dirección y control, las que contribuirán al mejoramiento continuo de la empresa. (Chiavenato, 2006).

Las herramientas para gerenciar esta actividad de manera eficiente, que sean rentables y permanecer en el mercado, son:

- Realizar un Plan de Negocios, antes de iniciar el emprendimiento del Bar Merienda Buffet, que nos permita analizar su factibilidad y presupuestar su desarrollo.
- Utilizar las herramientas de gestión, que permitan a la empresa conocer el manejo del negocio, y con el monitoreo correspondiente.

- Potenciar la calidad, como requisito indispensable en todo servicio brindado al cliente.
- Seleccionar los recursos humanos que se afectarán al negocio, auditando permanentemente, su eficiencia.

3.2. Plan de negocios y modelo de negocios

Para el desarrollo del proyecto es necesario incursionar en el análisis de un plan de negocios y de un modelo de negocios.

El plan de negocios es un documento estático, que describe, en forma general, un negocio y los pasos necesarios para que se desarrolle exitosamente. Requiere de un estudio de mercado y de un plan de acción a seguir para lograr los objetivos propuestos.

Tiene un uso interno, que es el de planificación y gestión y un uso externo, que resulta útil para obtener financiamiento.

El plan de negocios es una orientación para quien emprende el proyecto, permitiéndole profundizar el conocimiento del mismo y a la vez, vislumbrar los aspectos internos y externos, que hacen a su desarrollo.

Un modelo de negocio es un documento dinámico, que permite su modificación a lo largo del tiempo, mientras se va verificando o no el cumplimiento de las metas propuestas.

En este sentido, es esclarecedor Steve Blank, cuando dice: *“Los emprendedores generan un plan de negocios, que una vez escrito es una colección de hechos. Una vez completado no sueles oír acerca de gente reescribiendo su plan. En todo caso es considerado la culminación de todo lo que saben y creen. Es estático; en contraste, un modelo de negocio es diseñado para ser cambiado rápidamente para reflejar lo que se encuentra fuera del negocio. Es dinámico”*. (Blank, 2018)

Un plan de negocios, es un documento amplio que contiene los aspectos a considerar al implementar un negocio, que nos sirve por un lado, para identificar la oportunidad de negocio y así establecer el curso de acción a seguir y por otro lado, para mostrar a los inversionistas potenciales, la oportunidad de negocio, así como el costo que este implica y los resultados económicos estimados del mismo. Permite analizar su propuesta de negocio de una manera ordenada. (Significados, 2017)

Por otra parte, un modelo de negocio es la propuesta innovadora que crea un valor agregado para la empresa. Aun cuando el producto o el servicio no sea innovador en sí mismo, las ideas utilizadas en su comercialización pueden serlo y así diferenciarlo de la competencia. (Garcia, 2014)

Establecida la diferencia entre plan de negocio y modelo de negocio, debemos entender completamente que son documentos diferentes, pero que pueden tener el mismo objetivo. Dependiendo de las necesidades del futuro negocio, pueden coexistir ambos y tal vez sea lo más recomendable.

Es necesario para los dos, desarrollar herramientas dinámicas propias de la gestión empresarial, como el análisis FODA y el estudio de mercado.

3.3. Partes de un plan de negocios

3.3.1. Componentes de un plan de negocios

Todo plan de negocios debe incluir:

- **Planeamiento:** explica la idea del negocio, describe la empresa, y expone los productos que se comercializan.
- **Comercialización:** previo estudio de mercado, determina las estrategias de comercialización que se implementan, el público al que están dirigidos los productos, los aspectos relacionados con su venta, como fijación de precios y canales de distribución que se emplean.
- **Operación:** define la estructura organizacional de la empresa, las políticas administrativas, y las técnicas y procedimientos para producir los elementos que se comercializan.
- **Producción:** es la parte donde se definen todos los asuntos relacionados con la producción de los elementos comercializables. Incluye aspectos como proveedores, stocks mínimos, logística de la distribución, etc.
- **Administración:** fija políticas crediticias, manejo de acreedores, gestión de las cuentas, plan financiero, proyección de ventas, flujo de caja, rentabilidad, entre otras.

- **Resumen:** explica, en forma concisa, la información más importante del proyecto, sus puntos fuertes y la inversión requerida. (Significados, 2017).

3.3.2. Plan de negocios en gastronomía:

“Para la construcción del Plan de Negocios, según los autores: Brian Cooper, Brian Floody; Gina Mc Nelly, en su libro “Cómo iniciar y administrar un restaurante”, es necesario seguir unos pasos; en primer lugar, realizar una vista de conjunto, para poder luego empezar a evaluar parte por parte”. (Floody, Mc Nelly & Cooper, 2002)

Se debe tener en cuenta:

- a) Contenido del Plan
- b) Objetivo
- c) Descripción de la clase y estilo de emprendimiento gastronómico, (Restó, Bar, Gourmet, etc.)
- d) Servicios.
- e) Localización
- f) Perfil del cliente. Perfil demográfico, fundamentalmente etario y perfil económico de la zona elegida.
- g) Análisis de la competencia.
- h) Nicho de mercado al que se aspira.
- i) Tipo jurídico y estructura societaria. Aspectos impositivos
- j) Presupuesto y análisis de costos. Financiamiento. Plan de inversión y de retorno de la misma.

3.4. Presupuesto de Capital

3.4.1. Concepto del presupuesto de capital

Contempla el dinero que se necesitará, para llevar adelante el proyecto de inversión. El presupuesto que se realice, tendrá que estar sustentado en todas las variables que contemplan las erogaciones, para poner en funcionamiento el lugar, refacciones, alquiler o compra del inmueble, muebles y útiles, instalaciones, vajillas, contrato de personal, aspectos impositivos y de habilitación; marketing y campaña publicitaria.

3.4.2. Plan de Inversión

Es la asignación del capital que se dispondrá para la instalación del negocio, y las diversas erogaciones, que serán necesarias para instrumentar en las distintas etapas del proyecto. Aquí también se considerará si el empresario, se financiará por medio de socios, o con algún tipo de institución financiera.

Que se realice un buen plan de inversiones, demostrará responsabilidad y capacidad de gestión para el mejoramiento de la financiación. Por ende, es de vital importancia, saber si el negocio será rentable, proyectando los datos de ingresos / egresos que se prevén para afrontar el desarrollo del proyecto de inversión. Por lo que es fundamental, contar previamente con la mayor información, tanto con la zona donde se va a instalar, tipo de público, menú, precios que se fijarán y costos para la sustentabilidad del negocio, (pyme.net, 2018)

Es fundamental un análisis de flujo de caja, ya que en gastronomía prácticamente se trabaja todo de contado, por lo que el flujo diario se debe considerar, para evitar cualquiera de los diversos emergentes / problemas, que pueden presentarse, con el manejo de dinero en efectivo, entre los que se cuentan: escasez para hacer frente a las compras, pagos, manejo del efectivo; cupones de tarjetas, entre lo facturado y lo ingresado y también en caso de robo / hurto. (Iacomucci, 2016)

3.5. Herramientas de análisis

Siguiendo a Mintzberg, para el armado de un proyecto de inversión corresponde identificar la cadena de valor, capacidades y recursos de la organización, análisis de procesos administrativos y el análisis FODA, (Mintzberg, 2007)

La matriz FODA permite a una organización, establecer hacia dónde dirigir su estrategia empresarial en cada una de las áreas que las componen.

En general, se considera al análisis FODA como la herramienta estratégica más utilizada para conocer las características internas y externas de la organización dedicada a los servicios gastronómicos. Dicha matriz comprende:

- Fortalezas: Son las ventajas y cualidades que tiene la institución en sus aspectos internos.
- Oportunidades: Son aquellas ventajas que se dan desde el exterior de la empresa y que, es muy importante aprovechar.
- Debilidades: son las características de nuestra organización que debemos reforzar o desventajas a analizar para transformarlas
- Amenazas: Son los aspectos externos que nos indican las circunstancias que nos pueden dificultar o impedir conseguir los objetivos requeridos.

Este amplio análisis y la adecuada evaluación de la situación de la empresa nos arroja como resultado los diferentes escenarios posibles, los cuales nos dan la información para evaluar las diversas acciones a desarrollar para disminuir los riesgos al momento de planear adecuadamente de acuerdo a las necesidades de la empresa, (Ramirez Rojas, 2009)

Adicionalmente se analizarán dentro de la viabilidad financiera dos herramientas fundamentales en el proceso de toma de decisiones para realizar una inversión, como lo son el VAN y TIR, valores a los cuales se les aplicará un análisis de sensibilidad.

Según Ross Westerfield, VAN es el valor actual neto de un conjunto de flujos de fondos netos de caja generados por un proyecto de inversión, descontados a una tasa de interés requerida por los inversores. (Westerfield, Ross, Jaffe, 2012),

Mientras que la TIR es la tasa interna de retorno de un proyecto de inversión, es decir que es la tasa de rendimiento propio del proyecto.

3.6. Estudio de Mercados

Es la recolección de datos y el análisis de información, relacionada con el entorno de la empresa y del mercado, realizado de forma sistemática para la toma de decisiones. Se constituye en una herramienta, por la cual la empresa obtiene la información necesaria para planificar las diferentes políticas, objetivos y estrategias más adecuadas, (Rico, 2017)

La American Marketing Association (AMA) la define como: «la recopilación sistemática, el registro y el análisis de los datos acerca de los problemas relacionados con el mercado de bienes y servicios», (CEF, 2019)

Básicamente un estudio de mercados produce un conjunto de insumos a saber:

- Proporciona la información necesaria para la toma de decisiones básicas y de largo plazo.
- Provee al proyecto conocimientos acerca de los productos en el lugar, tiempo y costo adecuados, permitiendo reducir los márgenes de error en la toma de decisiones.
- Permite aumentar la rentabilidad de la empresa al adaptar los productos a las condiciones de la demanda, mejorar los métodos de promoción y ventas, reduciendo sus costos.
- Da un análisis del consumidor, en cuanto a sus actitudes, motivaciones y estilos de vida
- Informa sobre el posicionamiento e imagen de una marca. (Muñiz, 2013).

Un estudio de mercado abarca cuatro temas:

- Análisis de demanda
- Análisis de oferta
- Análisis de precio
- Análisis de comercialización

El análisis de la demanda, determina y mide las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien y la participación del producto proyectado en la satisfacción de dicha demanda, (Baca, 2010).

El análisis de la oferta, se focaliza en el conocimiento de los factores cuantitativos y cualitativos que influyen en la misma como ubicación, competencia, capacidad instalada y utilizada, calidad y precio de los productos, inversión necesaria, planes de expansión.

El análisis de precio, determina la suma monetaria a la que el propietario del negocio está dispuesto a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, siempre que la oferta y demanda estén en equilibrio.

El análisis de la comercialización, permite establecer las formas de lograr una mayor venta y a la vez otorgar mayor confiabilidad a los clientes sobre la calidad de los productos ofrecidos, (Baca, 2010).

3.7. Variables necesarias para que un Bar, sea exitoso:

Cuando el emprendimiento logra atraer clientes, lo que a su vez repita su asistencia y lo recomiende a otras personas, es una de las mejores bases para la continuidad de un negocio gastronómico, tanto por la buena gestión y administración de los recursos, lo que permite, cubrir costos, produciendo beneficios para ampliar la inversión.

Tres son las variables mínimas, que se deben disponer, en este tipo de negocio:

- 1- calidad de productos y servicios,
- 2- una óptima atención al público y
- 3- un agradable ambiente.

Para construir una estrategia efectiva, con ideas innovadoras de promoción del Bar, se debe considerar:

- **Notoriedad**, que significa darse a conocer y con una buena ubicación.

- **Eventos, realizar actividades atractivas y de interés a los clientes.**

- **Afluencia**, lo que significa que cuando un local es poco concurrido, esto a la vista de los que pasan por el lugar, es señal de negatividad y de bajo interés

- **Concurrencia**. Por lo general, las personas concurren a lugares donde haya mucha gente, tanto por imitación, como por recomendaciones indirectas.

.- **Repetir la concurrencia**, y si no repite, que recomiende, lo que significa una fidelización de clientes habituales, con transferencia a sus contactos. (Instasent, 2017)

Las ventajas de un plan de Marketing, hace que el emprendedor conozca al detalle el negocio, sus limitaciones y sus puntos débiles, y poder así tomar las decisiones precisas, para con los diversos componentes que interactuarán en el Bar. A su vez, facilitará la visión de lo que se quiere lograr, y poder cumplir los objetivos propuestos, (Banquia, 2014), a modo de resumen, estas son algunas de sus ventajas:

– Ayuda a la consecución de objetivos

– Mantiene la motivación

– Aumenta la creatividad

– Mejora la cohesión

– Previene posibles errores

3.8. Diagrama de Causa- Efecto

Kaoru Ishikawa, a principios de los años 40, realizó este diagrama como herramienta para identificar, clasificar y visualizar, aspectos en categorías útiles, que representa un conjunto de posibles causas que provocan un problema o efecto, (SBQ, 2018).

Este diagrama también se lo denomina de espina de pescado, dada su imagen visual, que adopta una vez finalizado, permitiendo referenciar las posibles interrelaciones existentes entre un efecto y sus posibles causas, también puede ser utilizado para identificar, todos los posibles factores que llevaron a una situación exitosa o a un triunfo., (SBQ, 2018).

Esta herramienta, se puede adaptar a las necesidades del proyecto de inversión, en este caso en el emprendimiento del Cheerful Merienda Buffet en un aspecto concreto, como es el armado del Menú; por lo que es importante tener claros los siguientes pasos:

- 1) De forma clara, sencilla y concisa, definir el efecto o problema.
- 2) Identificar causas que pueden contribuir al efecto problema.
- 3) Seleccionar las causas principales de las ramas del diagrama.
- 4) Asociar, las ramas principales, de las causas que determinarán el efecto principal.
- 5) Se añaden causas subsidiarias.
- 6) Se verificará la lógica del diagrama, que se ha obtenido.
- 7) Se extraen conclusiones, de lo detallado. (SBQ, 2018).

3.9. Marketing

Como hacer que un negocio, llame más la atención y que sea el más concurrido. A continuación, se verán las variables básicas de marketing que influyen en la demanda del producto/ servicio ofrecido.

Los Bares, son lugares muy requeridos en cualquier ciudad del mundo, ya que son espacios de encuentros de amigos, de momentos de estudio, de hacer negocios, de resolver conflictos, de crear emprendimientos, planear viajes, etc. Por lo que un buen

desarrollo de Marketing, *“permite anticipar la estructura de la demanda del mercado elegido, para concebir, promocionar y distribuir los productos y/o servicios que la satisfagan y/o estimulen, maximizando al mismo tiempo las utilidades de la empresa”*, (Kotler, 2018)

Para Philip Kotler, el Marketing es *“la ciencia y el arte de explorar, crear y entregar valor para satisfacer las necesidades de un mercado objetivo con lucro. El Marketing identifica necesidades y deseos no realizados. Define, mide y cuantifica el tamaño del mercado identificado y el lucro potencial”*, (Kotler, 2018).

Para que el Marketing sea exitoso, es fundamental tener un buen plan, en la que se incluya el análisis, definan la estructura y pasos a seguir, conteniendo todas las estrategias a implementar, para alcanzar los objetivos y consolidar el negocio, (Tagle, 2015)

El tener claro los objetivos del Marketing, supone un costo complementario de inversión, que luego se verá compensado con el crecimiento de más interesados y concurrentes al Bar Merienda Buffet.

Existen 4 variables que influirán en la forma en las que las estrategias deben ser desarrolladas y cómo actuarán, como también en la manera en que el mercado se corresponderá con las inversiones del negocio, las que se pueden alinear de la siguiente manera:

- Precio, Plaza, Producto y Promoción (Marketing de Contenidos, 2012)
 - El **Precio**, es el valor del producto, que le será cobrado al cliente, que incluye también la forma y el sistema de pago correspondiente.
 - La **Plaza**, es el lugar donde el producto será comercializado.
 - El **Producto**, referencia las características de lo que se ofrece en el mercado.
 - La **Promoción**, será la estrategia que se utilizará para la divulgación del producto o servicio, y se corresponde con la propia publicidad y el sistema de comunicación.

Por todo ello, el Marketing, es la clave para la supervivencia del negocio, mejorando e incrementando las ventas. Los objetivos a conseguir para con los clientes, de este proyecto de inversión, deben ser: (Coctelería.com.mx, 2017)

- Lograr que los clientes lleguen al lugar.
- Que los clientes ingresen al negocio.
- Que se queden y consuman.
- Que vuelvan e inviten a otras personas.

Las posibles dificultades, factores y errores que el marketing tiene que referenciar:

- Que no esté bien ubicado el negocio.
- Una mala inversión en los productos.
- Mala atención a los clientes.
- Disponer de los permisos correspondientes para el funcionamiento del Bar.
- Cómo se Administra el negocio.
- Falta de capacitación del personal que atenderá en el Bar Merienda Buffet.

3.10. Evaluación de un proyecto de inversión

En lo que respecta a la evaluación del proyecto de inversión, son diversos los estudios que se deben realizar, en una primera etapa se preparará el proyecto, es decir, se determinará la magnitud de sus inversiones, costos y beneficios. En una segunda etapa se evaluará el proyecto, o sea, se medirá la rentabilidad de la inversión. Ambas etapas constituyen lo que se conoce como la pre inversión, (Nassir Sapag Chain, Reinaldo Sapag Chain, 2008).

La evaluación de proyectos pretende medir objetivamente ciertas magnitudes cuantitativas que resultan del estudio del proyecto, y dan origen a las operaciones matemáticas que permiten obtener diferentes coeficientes de evaluación, (Nassir Sapag Chain, Reinaldo Sapag Chain, 2008).

El estudio del proyecto pretende contestar el interrogante de si es o no conveniente realizar una determinada inversión. Esta recomendación solo será posible si se dispone

de todos los elementos de juicio necesarios para tomar la decisión (Nassir Sapag Chain, Reinaldo Sapag Chain, 2008).

Con este objetivo, el estudio de viabilidad debe intentar simular con el máximo de precisión lo que le sucedería al proyecto si fuese implementado, aunque difícilmente pueda determinarse con exactitud el resultado que se logrará en su puesta en marcha (Nassir Sapag Chain, Reinaldo Sapag Chain, 2008).

El proceso de un proyecto reconoce, cuatro grandes etapas: idea, pre inversión, inversión y operación. La idea busca identificar ordenadamente problemas que puedan resolverse y oportunidades (como es este caso analizado) de un negocio que pueda aprovecharse. Las diferentes formas de solucionar un problema o aprovechar una oportunidad constituirán las ideas de un proyecto (Nassir Sapag Chain, Reinaldo Sapag Chain, 2008).

En la etapa de pre inversión se realizan los distintos estudios de viabilidad como lo son:

- **Viabilidad organizacional**, este estudio busca conocer si existen las capacidades administrativas para emprender el proyecto y garantizar las posibilidades de implementación.
- **Viabilidad comercial**, esto nos indica si el mercado es o no sensible al proyecto comercial y cuál sería la accesibilidad a éste
- **Viabilidad técnica**, trata de definir la función del servicio empresarial, optimizando el uso de los recursos disponibles, tanto físicos, materiales, de equipamiento, mobiliario, etc.
- **Viabilidad legal**, se analiza si existen restricciones, subsidios legales que impidan o faciliten la realización de la pyme.

Viabilidad financiera, determinará la rentabilidad que retorna, la inversión del proyecto, ya que mide todas las etapas anteriores en términos monetarios.

- **Viabilidad ambiental**, en ello incluye aspectos de carácter sustentable, debido a la creciente conciencia de la socio-ambiental, como por ej.: las normativas impuestas a tal efecto y el impacto económico que podría tener con el emprendimiento en la instrumentación territorial.

El nivel de estudio inicial es el denominado “perfil”, el cual se elabora a partir de la información existente, del juicio común y de la opinión que da la experiencia. En términos monetarios solo presenta estimaciones muy globales de las inversiones, costos e ingresos sin entrar en investigaciones de terreno. En el estudio de perfil, más que calcular la rentabilidad del proyecto, se busca determinar si existe alguna razón que justifique el abandono de una idea antes de que se destinen recursos.

Otro nivel de estudio es el llamado de “pre factibilidad”. Este estudio profundiza la investigación, y se basa principalmente en información de fuentes secundarias para definir con cierta aproximación, las variables principales referidas al mercado, a las alternativas técnicas de producción y a la capacidad financiera de los inversionistas (Nassir Sapag Chain, Reinaldo Sapag Chain, 2008).

. Se estiman las inversiones probables, los costos de operación y los ingresos que demandará y generará el proyecto. Esta etapa se caracteriza por descartar soluciones con mayores elementos de juicio. Para ello se profundizan los aspectos señalados preliminarmente como críticos por el estudio de perfil, aunque sigue siendo una investigación basada en información secundaria, no demostrativa.

El estudio más acabado es el de factibilidad, que se elabora sobre la base de los antecedentes precisos obtenidos mayoritariamente a través de fuentes primarias de información. Las variables cualitativas son mínimas comparadas con los estudios anteriores. El cálculo de las variables financieras y económicas debe ser lo suficientemente demostrativo para justificar la valoración de los distintos ítems (Nassir Sapag Chain, Reinaldo Sapag Chain, 2008).

3.12. Fuerzas competitivas

Cuando analizamos la viabilidad de un proyecto de inversión, es muy importante realizar un estudio del medio en el cual se desenvolverá, para esto utilizamos las 5 fuerzas, herramienta desarrollada por Michael Porter, en el momento de realizar la viabilidad comercial.

De acuerdo a Porter, la naturaleza de la competitividad en una industria se compone de 5 fuerzas: (Porter, 2002)

1. Rivalidad entre empresas competidoras: Es en general la más poderosa de las fuerzas competitivas. Las estrategias de cada empresa tendrán éxito solo en la medida en que representen una ventaja competitiva sobre las estrategias de las empresas rivales.
2. Ingreso potencial de nuevos competidores: Cuando las nuevas empresas pueden entrar fácilmente en una industria en particular, la intensidad de la competencia aumenta. Las barreras para el ingreso incluyen la necesidad de lograr rápidamente economías de escala, obtener tecnologías y conocimientos especializados, fuerte lealtad del consumidor, preferencias de marcas, etc. En este caso el estratega deberá identificar las nuevas empresas que logran entrar al mercado, vigilar sus estrategias, y aprovechar sus fortalezas y oportunidades.
3. Desarrollo potencial de nuevos productos sustitutos: La presencia de productos sustitutos establece un límite al precio que se puede comprar antes de que los consumidores cambien al producto sustituto. Las presiones competitivas ocasionadas por estos productos aumentan conforme el precio relativo de los productos sustitutos disminuye y cuando el costo para el consumidor de cambiar de un producto a otro disminuye.
4. Capacidad de negociación de los proveedores: Hace referencia a la intensidad de la competencia cuando no existe un gran número de proveedores, cuando hay pocas materias primas sustitutas o cuando el precio de cambiar de una materia prima a otra es muy alto. Las alianzas estratégicas que pueden llevarse a cabo con los proveedores selectos pueden ser: Reducir el costo de inventarios con entregas justo a tiempo, Acelerar la disponibilidad de materias primas y nuevos productos; mejorar la calidad de las partes.

5. Capacidad de negociación de los consumidores: Cuando los clientes son muchos, están concentrados o compran en volumen, su capacidad de negociación representa una importante fuerza que afecta a la intensidad de la competencia en una industria. La capacidad de negociación de los consumidores también es mayor cuando los productos que van a comprar son estandarizados o poco diferenciados, (Porter, 2002).

Este modelo es útil a la hora de desarrollar estrategias para competir en el mercado. Evaluando estas fuerzas podemos observar si el proyecto tendrá viabilidad comercial, esto se hace siguiendo los siguientes pasos:

1. Identificar los aspectos o elementos claves de cada fuerza competitiva que repercuten en la empresa.
2. Evaluar la fuerza e importancia de cada elemento para la empresa.
3. Decidir si la fuerza conjunta de los elementos justifica que la empresa entre o permanezca en la industria. (Porter, 2002)

Según Arthur Thompson, el carácter mezcla y sutilezas de las fuerzas competitivas no son las mismas en cada industria, el modelo de las 5 fuerzas competitivas permite diagnosticar de manera sistemática las principales presiones competitivas en un mercado y para evaluar la fortaleza e importancia de cada una. Las presiones a la cual se enfrenta una empresa son:

1. Presiones competitivas relacionadas con la maniobrabilidad del mercado y a la competencia por la preferencia de los compradores, presentes entre vendedores rivales dentro del mercado.
2. Presiones competitivas asociadas a la amenaza de nuevos actores en el mercado.
3. Presiones competitivas producto de las medidas de las empresas de otras industrias para obtener compradores para sus propios productos sustitutos.
4. Presiones competitivas por el poder de negociación del comprador y la colaboración comprador- vendedor.
5. Presiones competitivas por el poder de negociación del proveedor y la colaboración proveedor-comprador. (Thompson A. , 2006)

3.13. Análisis industrial: Matriz de evaluación de factores externos

Thompson, nos presenta una herramienta muy útil para analizar el mercado en el cual se desenvolverá el proyecto, la misma consta de una matriz de evaluación de factores externos (EFE) permite a los estrategas resumir y evaluar información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, gubernamental, legal, tecnológica y competitiva.

La misma se desarrolla siguiendo los siguientes pasos:

1. Elaborar una lista de los factores claves incluyendo oportunidades y amenazas que afectan a la empresa y la industria, de mayor a menor importancia y darle un porcentaje de participación en el total.
2. Asignar una ponderación a cada factor, que oscile entre 0 (no importante) y 1 (muy importante). La ponderación indica la importancia relativa de ese factor para tener éxito en la industria.
3. Asigne a cada factor externo clave una clasificación entre 1 y 4 que indique que tan eficazmente responden las estrategias de la empresa a ese factor donde 4 es una respuesta superior y 1 una respuesta deficiente.
4. Multiplicar la ponderación de cada factor por su clasificación para determinar una puntuación ponderada.
5. Sume las puntuaciones ponderadas para cada variable con el fin de obtener la puntuación ponderada total para la organización.

Sin importar el número de oportunidades o amenazas que se incluyan en una matriz EFE, la puntuación ponderada más alta será el 4 (indica una respuesta extraordinaria de la empresa a las oportunidades y amenazas de la industria) y la más baja el 1, mientras que la promedio será 2.5. (Thompson A. , 2006)

Capítulo 4: Marco Metodológico

Se realizará una investigación de tipo exploratorio cualitativo, sustentado en conocer el mercado de Bares de meriendas y after office de la zona de barrio Güemes y el tipo de requerimientos, que se establece tanto en las apetencias de los consumidores, como en la franja horaria del servicio ofrecido.

Según Carlos Sabino, las investigaciones con diseño exploratorio nos suministran una visión general aproximada de los objetos de estudio. Este tipo de investigación se realiza cuando el tema elegido necesita ser explorado y no hay suficientes estudios previos y es difícil formular hipótesis precisas o de cierta generalidad. También, cuando aparece la propuesta gastronómica, por su formato de novedad de servicio, no admite todavía una descripción sistemática, o también, cuando los recursos de que dispone el investigador resultan insuficientes como para emprender un trabajo más profundo. (Sabino, 1996)

En tal sentido, se establecerá un modelo de muestreo, de tipo aleatorio, a las personas q circulan en la zona del barrio Güemes, para conocer sus gustos y preferencias.

Teniendo en cuenta que el objeto de estudio es el propio sujeto humano, complejo, es que el **método será de tipo cualitativo**, como punto de referencia, directo o indirecto; intentando recuperar para el análisis parte de esta complejidad del sujeto en sus hábitos cotidianos, en cuanto a su tiempo de estudio, trabajo, y de esparcimiento.

Es por ello, que el proceso investigativo, nos permitirá reconocer los elementos de información, adecuados para una acertada ejecución estratégica del modelo de negocio, por lo que también será necesario asistir a bibliografía especializada en la temática, donde se reflejen todos los componentes, que hacen a este tipo de emprendimientos.

4.1. Selección Muestral

La muestra es un subconjunto representativo finito, que se extrae de la población accesible, con un cálculo de 100 personas, que circulan en la zona; Para la selección, se utilizó una técnica o procedimiento denominado muestreo de tipo aleatorio, producto del método no probabilístico, que nos brindó elementos para integrar la muestra. (Sabino, 1996)

Tipo de muestreo

Se realizó en un rango de edad entre los 18 a 55 años, con una condición económica media y media alta, que se entrevistó en la franja horaria, que funcionará en este modelo de negocio, es decir durante la tarde.

El método no probabilístico, se estipula asignado en forma de cuotas, que representa un número de personas que reúne determinadas condiciones, como son la edad, las actividades de estudiantes, trabajadores y también en actitud de esparcimiento, que son los que conformarán la comunidad base de estudio.

4.2. Diseño de la Encuesta

El objetivo de la encuesta es, determinar la aceptación de un Bar de Meriendas Buffet en el Barrio Güemes, por medio de preguntas cerradas, que reflejan las percepciones y preferencias de los clientes potenciales, hacia la futura creación del modelo de negocio, que se plantea.

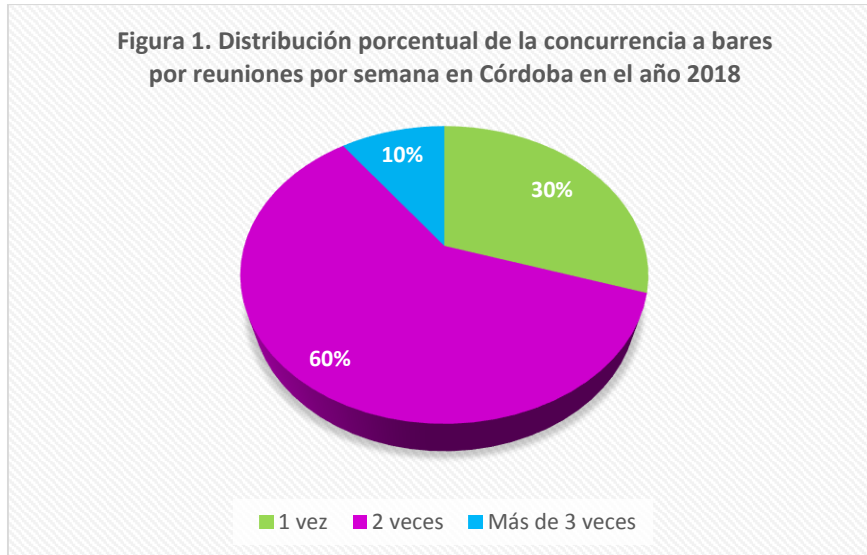
Se realizaron 100 encuestas a diferentes personas en la zona de Güemes y sus alrededores, esta cantidad se limitó a este número debido a lo difícil que resulta que la gente se detenga unos pocos minutos a contestarla, pero se tomó como suficiente ya que representa una mayor cantidad de personas a la que concurren en promedio por día al bar de meriendas buffet.

La colecta de datos, se presenta por medio de la técnica de entrevista personal aplicando un cuestionario de 9 preguntas, ver Anexo 1.

4.2.1. Análisis de la Encuesta Realizada, referenciada en el Anexo 1.

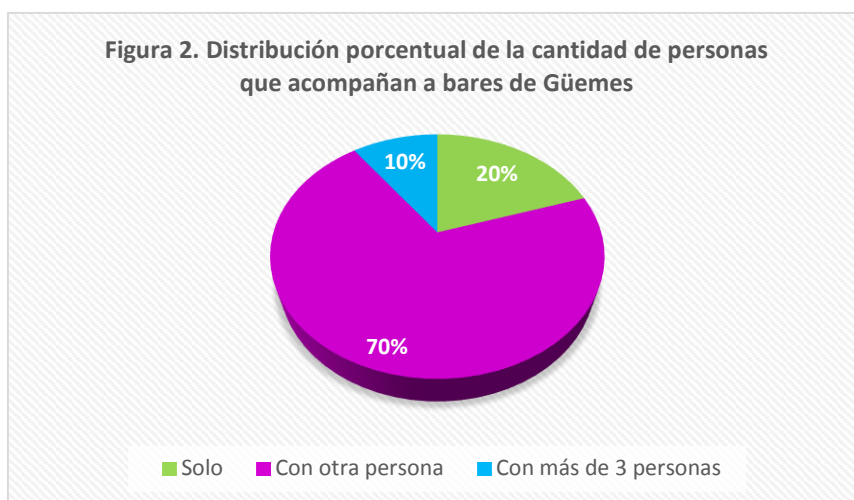
Gráficos N° 1-

1. ¿Cuántas veces concurre a bares por reuniones por semana?



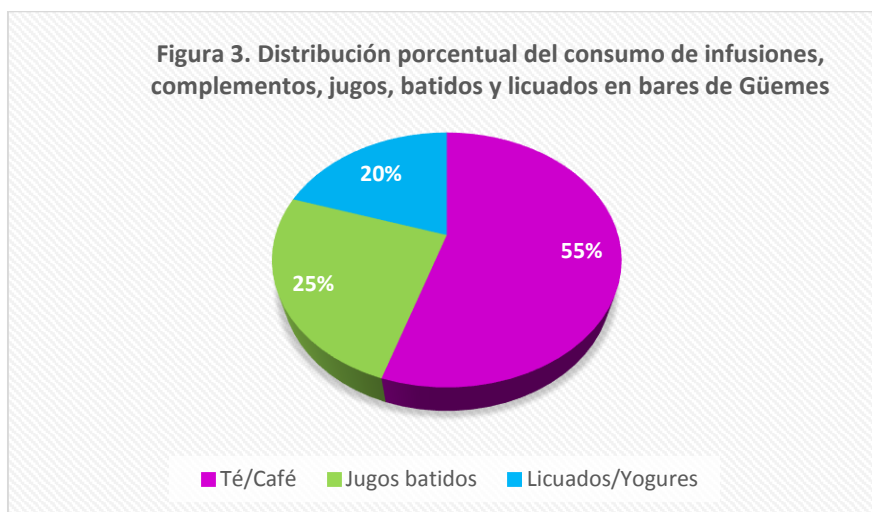
La encuesta se realizó a 100 personas, las que respondieron que un 30 % concurre una vez por semana, un 60 % al menos dos veces y un 10 %, más de 3 veces.

2. ¿Habitualmente con cuántas personas concurre a estos bares?



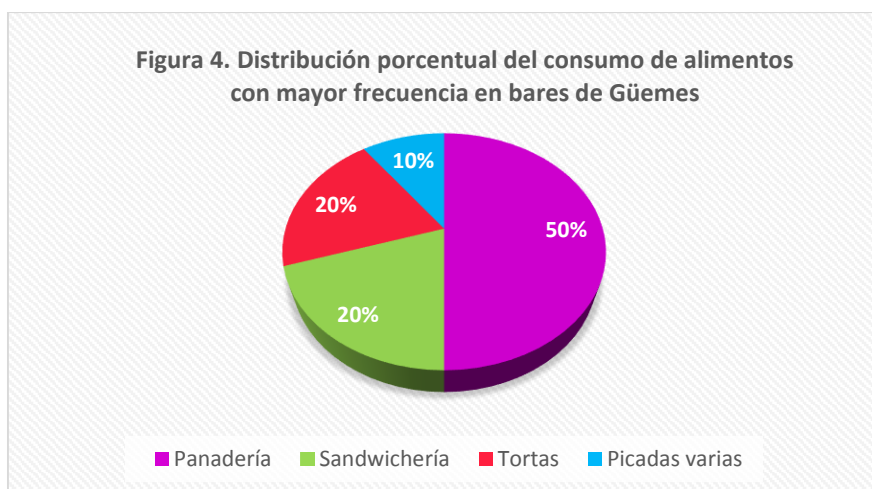
En esta pregunta, un 20 % contestó que concurre solo; un 70 % concurre con otra persona, y un 10 % concurre con más de 3 personas.

3. ¿Cuáles son sus infusiones, complementos, jugos, batidos y licuados favoritos?



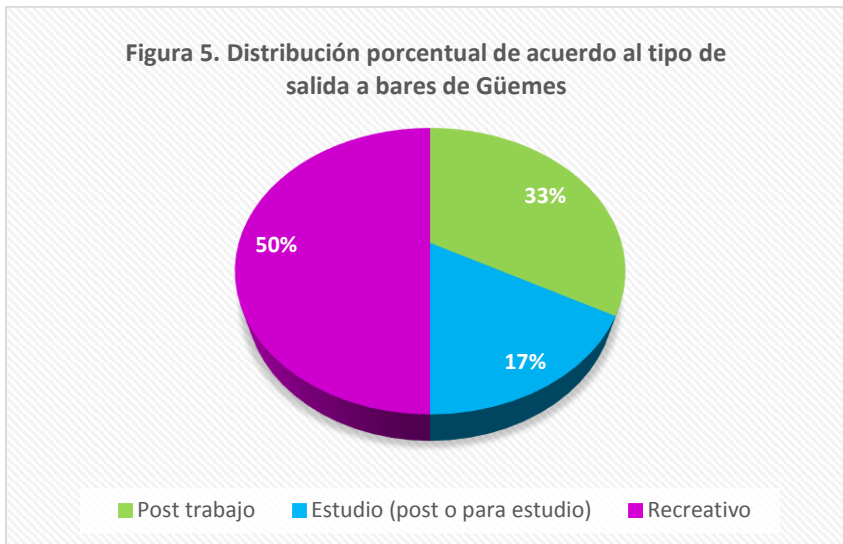
Un 55 % respondió que consume Te / Café / Cortados; un 25 % jugos y batidos y un 20 % licuados y yogures.

4. Mencione sus preferencias en el rubro panadería, sandwichería, tortas, fiambres, Brusquetas y picadas varias.



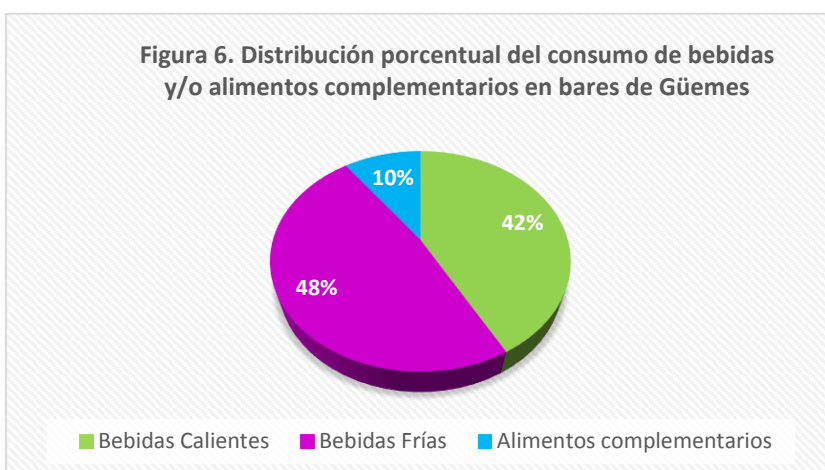
En este rubro, un 50 % respondió que consume productos de panadería; un 20 % en sandwichería; un 20 % tortas y un 10 % picadas varias.

5. ¿Suele realizar salidas post oficina / trabajo / estudio con sus compañeros y compañeras?



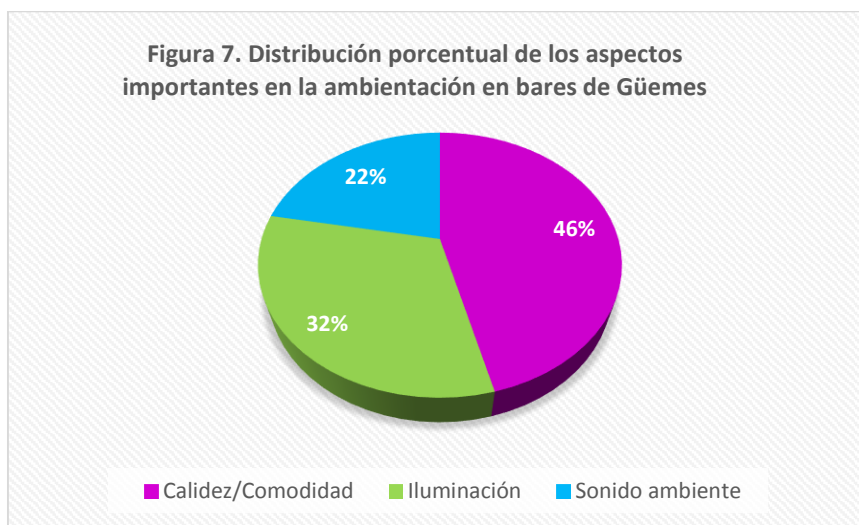
Las respuestas fueron que un 50 % lo hace en carácter recreativo, de encuentro con amigos; un 33 % a la del trabajo y un 17 % lo realiza en carácter de encuentros por estudio.

6. ¿Qué bebidas y/o alimentos prefiere en estas salidas?



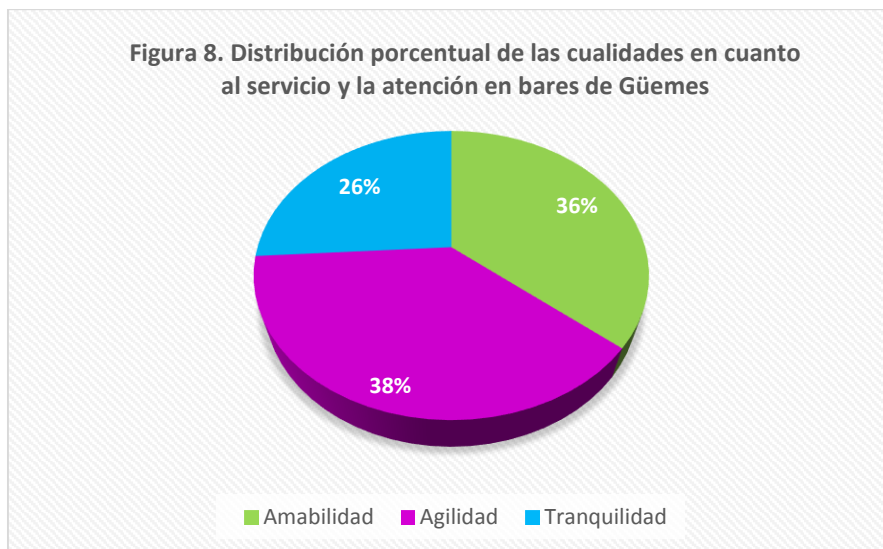
En relación a las preferencias de bebidas y alimentos complementarios, un 42 % opta por bebidas calientes; un 48 %, por bebidas frías y un 10 % anexa alimentos complementarios.

7. ¿Qué aspectos considera importantes en la ambientación de los espacios a compartir?



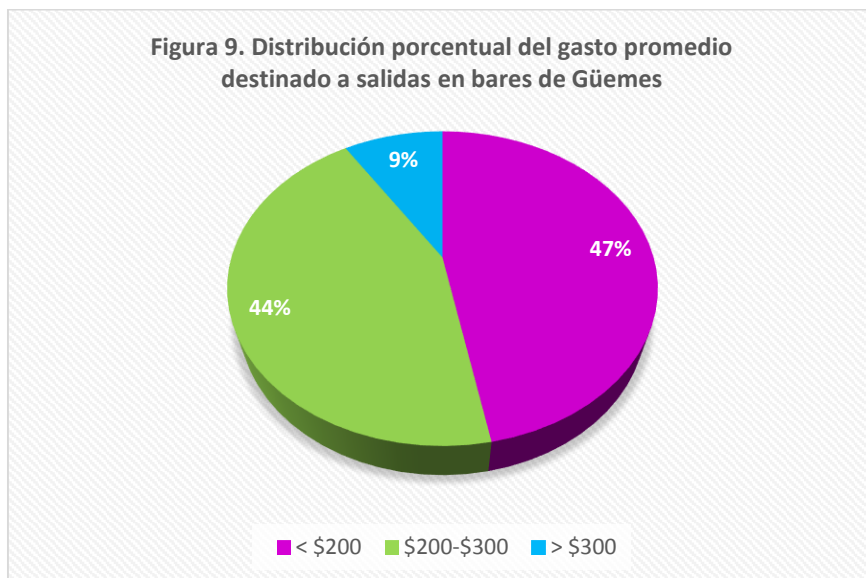
Respecto a la ambientación, un 46 % le da importancia a la ambientación y calidez, un 32 % a la iluminación, y un 22 %, al sonido ambiente.

8. Indique las cualidades que son de su agrado en cuanto al servicio y atención en este tipo de bares.



En relación a los servicios y sus cualidades, un 36 %, contempla la amabilidad; un 38 % a la agilidad y un 26 % a que los bares sean espacios tranquilos.

9. ¿Cuál es el gasto promedio que realiza en estas salidas?



Y por último, respecto a cuánto gastan (promedio), en las salidas a bares en la zona de barrio Güemes, un 47 % gasta menos de \$ 200.; un 44 % entre \$ 200. y \$ 300, y un 9% más de \$ 300.

4.3. Presentación Metodológica

Tabla N° 1-

Variables a analizar	Herramientas Metodológicas
1) Estudiar la factibilidad técnica	Medios necesarios para llevar a cabo la actividad. Consulta técnica con ingenieros y observación directa en otros bares.
2) Investigar la viabilidad legal.	Determinará si el proyecto puede realizarse, y si está permitido bajo qué condiciones legales. Análisis de la legislación vigente en páginas de internet de los organismos correspondientes.
3) Analizar la factibilidad comercial	Análisis de Mercado y sus actores principales. Encuestas a 100 personas que circulaban por la zona.
4) Estudiar la viabilidad organizacional	Cómo debería estar estructurada, la nueva empresa y como sería deseable para su correcto funcionamiento
5) Determinar la viabilidad financiera	Se evaluará el VAN y el TIR para tomar decisiones en base a criterios expuestos en el marco teórico
6) Analizar la viabilidad ambiental del proyecto.	Considerar el impacto ambiental que el mismo genera- efectos positivos y negativos, y observación directa.

Capítulo 5: Análisis de Viabilidades

Con el desarrollo del presente proyecto, se pretende generar un impacto social y ambiental positivo para la ciudad de Córdoba, más precisamente en el barrio Güemes, permitiendo a la población acceder a un servicio de meriendas destacado por sobre los que ya existen en la zona.

En este proyecto se incluirá un estudio técnico que pretende establecer las características de los equipos e insumos necesarios y la infraestructura adecuada, para el desarrollo de la operatividad diaria del establecimiento.

Con el análisis administrativo, se pretende crear pautas de planeación estratégica y los deberes y derechos de empleados para encaminar al buen funcionamiento del bar y un excelente clima organizacional que se vea reflejado en la atención brindada a los clientes, en su aceptación y satisfacción. Además, también se analizará la viabilidad comercial a través de una encuesta para intentar predecir si este es un servicio y producto que la gente estaría dispuesta a consumir.

Realizando un estudio legal, se intenta determinar los pasos a seguir para la puesta en marcha del negocio y cumplimentar los requerimientos legales con las entidades relacionadas que expiden los permisos requeridos para el funcionamiento, con el propósito de no incurrir faltas que impliquen multas y/o sanciones futuras.

Finalmente, con el estudio financiero, se intentará recopilar la información de costos, gastos e ingresos de este proyecto.

Evalutando todas estas viabilidades se espera determinar la factibilidad del proyecto de inversión “Bar de meriendas buffet Cheerful”.

5.1. Herramientas diagnósticas

5.1.1. Análisis FODA

Tabla N° 2-

Fortalezas	Oportunidades
<p>Se cuenta con el dinero necesario para realizar la inversión</p> <p>Variedad y calidad de productos</p> <p>Excelente ubicación del local</p>	<p>Nuevo modelo de negocio poco explotado, hay muchos bares de meriendas, pero pocos son del tipo Buffet.</p> <p>Devaluación que fomenta el turismo extranjero</p> <p>Curiosidad de clientes por el formato del servicio/producto</p>
Debilidades	Amenazas
<p>Competencia cercana</p> <p>Primera vez en la inversión en negocio independiente</p>	<p>Crisis económica financiera que atraviesa actualmente el país, con recesión económica, incertidumbre y aumento de tarifas.</p> <p>Posibilidad de productos sustitutos</p> <p>Inflación que aumenta los costos de producción.</p>

5.1.2. Matriz EFE

Para el desarrollo de esta herramienta diagnóstica se consideraron como factores externos claves a las siguientes variables:

- Posibilidad de sustitución
- Nuevos competidores
- Crisis económica
- Devaluación de la moneda local
- Inflación

Otorgándoles las siguientes ponderaciones según su peso relativo y la clasificación en la toma de decisiones:

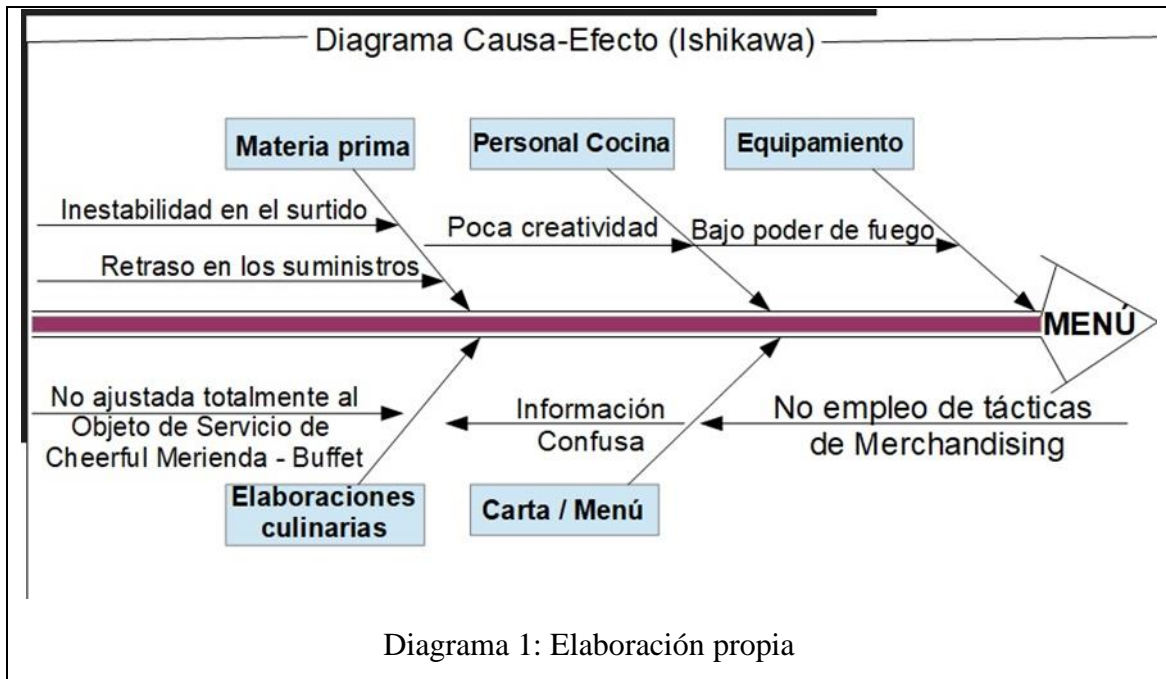
Tabla N° 3

Concepto	Porcentaje de ponderación	Puntuación	Ponderación por puntuación-
Posibilidad de sustitución	15%	4	0.6
Nuevos competidores	5%	4	0.2
Crisis económica	40%	2	0.8
Devaluación de la moneda local	20%	3	0.6
Inflación.	20%	2	0.4

La sumatoria de la ponderación por puntuación es 2.6 lo cual indica que la empresa tiene una buena capacidad de respuesta frente a las oportunidades y debilidades.

5.1.3. Diagrama causa efecto

A continuación se presenta una herramienta muy útil en el armado de proyectos de inversión, como lo es el diagrama causa efecto, donde se muestra cuáles son las variables que pueden influir en el desarrollo de la actividad principal, por lo tanto a través de este diagrama se puede realizar una focalización en las tareas más relevantes para que el proyecto funcione correctamente, (Tutoriales, 2017)



5.1.4. Análisis del entorno

El desarrollo de proyectos de inversión puede verse influenciado por muchas variables, entre ellas se pueden mencionar a las económicas, sociales, tecnológicas, políticas, ecológicas; las mismas pueden jugar de manera favorable o desfavorable al proyecto provocando que sea fructífero o que fracase. Este análisis le permite a la nueva empresa llevar adelante las estrategias pertinentes para el momento en que se realiza la inversión, planteado como Modelo de Negocio, convirtiéndose en un diferenciador estratégico, (Bierwirth Hoofs, 2013)

En este caso se debe considerar la inestable situación económica actual de recesión e inflación en la que se encuentra el país, que complica el análisis de costos, precios y ventas, ya que todas las semanas se presentan incrementos en los precios de insumos, entre otros aspectos por las variaciones en el tipo de cambio y en el precio de los combustibles , el aumento de las tarifas de los servicios públicos como la energía eléctrica, agua y el gas natural que presentaron varios incrementos en todo el año. Esto puede complicar las ventas debido a que los incrementos salariales estuvieron muy por debajo de los aumentos de precios de bienes y servicios básicos, lo cual baja el salario real y provoca una caída en el consumo, por ejemplo, la Cámara de Comercio de Córdoba informó al final de noviembre que las ventas en volumen cayeron un 6.5% interanual, mientras que la facturación aumentó un 14.5%, esto último debido al incremento de los precios, (CCC, 2018)

Respecto a los comercios que se dedican a la actividad analizada y similares, a través de la lectura de la información brindada por los medios de comunicación locales, se puede observar que la caída en las ventas no fue tan notable como en el sector comercial, por lo que esto es una buena señal para el desarrollo del negocio que se pretende realizar.

5.2. Análisis de viabilidades

5.2.1. Análisis de Viabilidad Técnica

5.2.1.1. Introducción

Al desarrollar el análisis de viabilidades para un proyecto de inversión, todas las viabilidades son importantes para la decisión final; aunque la primera que se analiza es la técnica, porque determina los requerimientos técnicos para llevar a cabo el proyecto y de esta manera se conoce si se cuenta con todos los medios necesarios para llevar a cabo una actividad determinada, de manera accesible.

Este análisis comprende las herramientas, posibilidad de acceso a materias primas e insumos, el lugar físico disponible y los requerimientos técnicos para llevarlos a cabo. Representa los aspectos estructurales del Local (instalaciones), que conforma su tamaño, espacios disponibles para los clientes, y del personal afectado a su Servicio.

5.2.1.2. Desarrollo

Para realizar el análisis de esta viabilidad, se debe tener presente si el local considerado cumple con las medidas físicas e instalaciones que se necesitan en el desarrollo del proyecto en base a la idea que se tenga para realizar, en este caso son necesarios contar básicamente con espacios como cocina, dos baños como mínimo de los cuales uno debe estar adaptado para personas con movilidad reducida, un salón de ventas y patio o terraza.

Atento a esto se visitaron algunos locales disponibles en alquiler para elegir cual sería el adecuado, eligiéndose uno que se consideró el apropiado ya que se pudo observar que el mismo cuenta con un espacio común en planta baja que se puede utilizar como salón cubierto para brindar el servicio y vender el producto de meriendas buffet; cuenta también con una habitación adicional que se utilizará como sector VIP para aquellas personas que quieran más privacidad en una reunión, ya sea por el festejo de un cumpleaños o de trabajo; más una amplia cocina con sus respectivas instalaciones eléctricas, de gas natural, red corriente de agua y cloacas en óptimas condiciones; también en el interior se encuentran dos baños debidamente sectorizados; cuenta adicionalmente

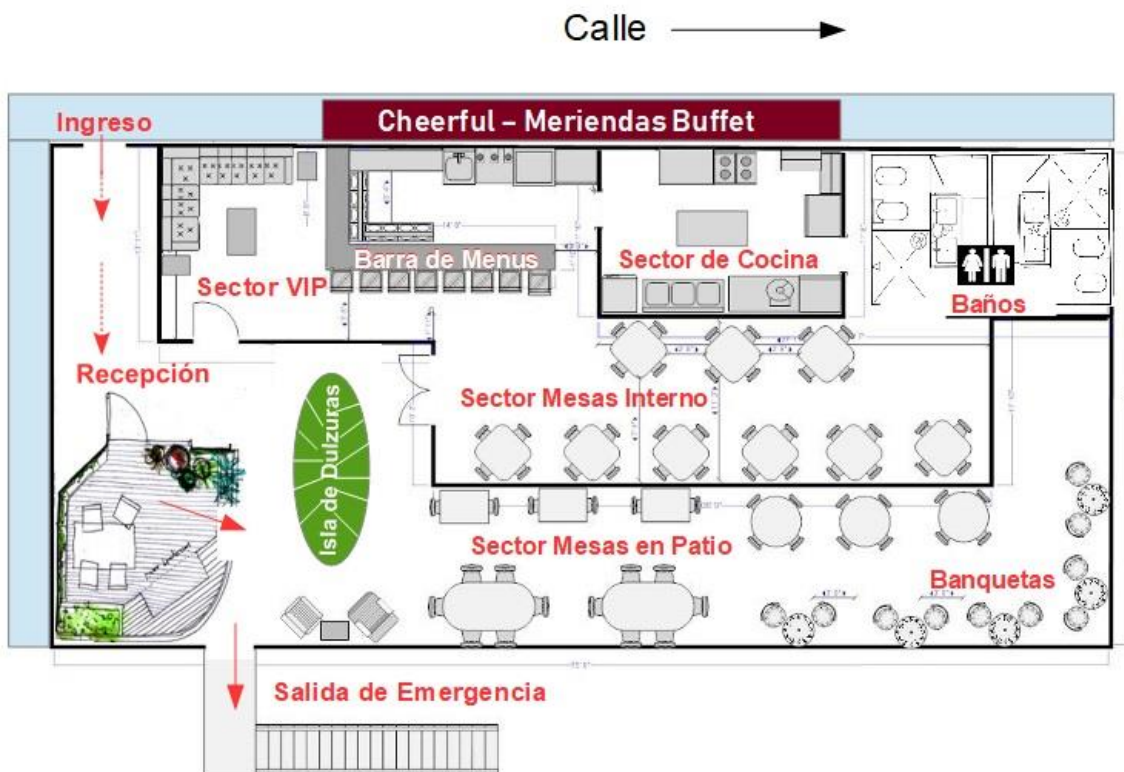
con un patio de generosa dimensión. El local en total cuenta con 70 metros cuadrados cubiertos y 40 metros cuadrados descubiertos.

Distribución del espacio y localización

Es recomendable, en base al espacio físico conseguido, por sus medidas y características realizar un lay out que promueva la circulación de los clientes, ya que se prevé que el bar tenga personal para la atención de mesas y también un espacio de dulzuras y cosas saladas estilo diente libre, por lo que habrá un intenso movimiento y para mayor comodidad se recomienda la siguiente distribución de elaboración propia:

Se pretende que tuviera el siguiente lay out (esquema del espacio funcional del local).

Diagrama N° 2-



Se desarrolla a continuación una tabla donde se enumera el mobiliario, instalaciones y utensilios necesarios para llevar a cabo la actividad, siendo todos de fácil acceso en su compra, no habiendo restricciones limitantes:

Equipo	Cantidad
Sillones	2
Mesas ratonas	1
Mesas	25
Banquetas	10
Sillas	86
Mesa grande para isla	1
Artículos de iluminación	Varios
Artículos de decoración	Varios
Muebles de barra	1
Caja registradora	1
Cocina industrial	1
Cocina (para utilizar horno doble)	1
Frízer	1
Heladeras	2
Licuadoras	2
batidora	2
Cafetera industrial	1
Multiprocesadora	2
Sandwichera	2
vasos x6	43
Vajilla	250
Cubiertos	650
Manga silicona	6
Utensilios varios	15
Molde para tarta	8
Molde pastafrola	1
Molde torta desmontable (set 3 unid)	1
Sarten essen	2
Flanera essen	3
Olla essen	2
Bowl acero inoxidable	3
Servilletas blancas de tela x 12 unid.	25
Mantel para mesa de isla	3
Manteles cuadrados x12 unid	4

5.2.1.3. Conclusión Viabilidad Técnica

Luego del análisis realizado, se concluye que el lugar elegido es apto, óptimo y privilegiado para la instalación del establecimiento, ya que cuenta con todos los requerimientos técnicos específicos para el desarrollo y puesta en marcha de la actividad comercial.

De esta forma se espera optimizar el espacio y movimientos sin resultar inconveniente para los clientes.

Adicionalmente para completar la factibilidad técnica se debe adquirir el equipamiento y mobiliario necesario analizado en el análisis de viabilidades, cumpliendo con los requisitos legales.

Es muy importante la localización seleccionada, en el barrio Güemes, ya que la misma permite la viabilidad comercial del negocio por estar en un barrio colindante al centro y Nueva Córdoba, lugar donde se realizaron las encuestas para determinar la viabilidad comercial del proyecto de inversión, el fácil acceso para los clientes y proveedores. Por lo tanto, el proyecto es viable a nivel técnico.

5.2.2. Viabilidad Comercial

5.2.2.1. Introducción

Otra etapa a realizar en el análisis de las viabilidades es el comercial, en el cual se analiza el mercado, producto y servicios, y sus actores principales. Este análisis es muy importante porque permite conocer los posibles competidores de una firma, los productos sustitutos, los gustos y preferencias de sus clientes, el poder que éstos y los proveedores tienen en el mercado; pudiendo así delinear estrategias comerciales que le permitan tener ventas que garanticen los ingresos necesarios para sostener el proyecto y generar valor, (Rodríguez Ariza, 2017)

5.2.2.2. Desarrollo

Para realizar el análisis comercial, en este caso se llevó a cabo un relevamiento de los posibles competidores más próximos, la disponibilidad de proveedores y productos, como también una encuesta, que se presenta en el anexo 1, en el lugar de localización elegida y sus inmediaciones, para observar los deseos y necesidades de los consumidores de estos productos como también sus deseos de compra.

En esta etapa se estimó el consumo promedio de \$300 por persona, precio que se calculó teniendo en cuenta el costo que tiene la merienda buffet para el inversionista que es de \$86.77, lo que representa un margen de ganancia sin tener en cuenta los demás egresos del 71.11% , además se tuvo en cuenta el precio de 2 bares (Al Grano y Primos) de otra zona que también ofrecen meriendas buffet y rondan en los \$290 y \$310.

El bar está dirigido a jóvenes y adultos de entre 18 a 55 años, con una ambientación acorde, incluyendo la música. Se prevé promocionarlo fuertemente a través de redes sociales como Facebook e Instagram que son las más utilizadas por el público al que se apunta, más la geo localización en Google maps que permite a los turistas conocer la oferta gastronómica de la ciudad.

Tabla N° 5- Resumen

Horarios	Clientes	Gasto promedio
Apertura de martes a domingo de 16 a 21 hs	Jóvenes y adultos de entre 18y 55 años. Promedio de 50 clientes por día aproximadamente, que varía teniendo en cuenta la estacionalidad del año.	\$300 en promedio por cliente que consuma la merienda Buffet.

Carta con precios estimativos a Diciembre de 2018 que es el momento de análisis:

Tabla N° 6-

Plato	Precio
Jugos 500 cc	\$80
Gaseosas 500cc	\$60
Licuados	\$120
Sándwiches especiales	\$150
Pastelería	\$50
Facturas	\$30
Pizzas	\$260
Cerveza	\$180
Tabla de fiambres para 4 personas	\$420

Cabe destacar, que el cuadro de precios es para aquellas personas que decidan pedir a la carta, es decir que no quieran consumir la clásica merienda Buffet.

Siguiendo el concepto de las 5 fuerzas competitivas, se analizó:

Potenciales competidores: En el sector existen muchos bares y restaurantes; sin embargo, ninguno cuenta con las características que se prevé que tenga el bar analizado en este proyecto, quizás uno que se acerca a este concepto de bar de meriendas es “La

Brunchería”, o heladerías como Casseratto, cafeterías como Bonafide; aunque dichos bares no cuentan con servicio buffet sino tradicional.

Ingreso potencial de nuevos competidores: En este mercado esta es una fuerza muy influyente ya que, al no haber barreras de ingreso al mercado, otros comercios que hoy ofrecen servicios de merienda podrían adoptar este modelo de negocios o ingresar nuevos comercios con el formato meriendas buffet. Por lo tanto, un factor a fortalecer será la lealtad de los clientes referenciando la marca y ofreciendo un servicio diferenciado con productos de gran calidad.

Desarrollo potencial de productos sustitutos: En este mercado no existen muchos potenciales productos sustitutos, ya que el concepto de merienda y su servicio está estandarizado y no surgen posibilidades de sustituir la merienda con otro bien o servicio, salvo por ejemplo los bares que ofrecen after office con cervezas artesanales y comidas rápidas que pueden ser utilizadas en ocasiones como una merienda/cena.

Respecto de la capacidad de negociación de los Proveedores se cuenta con la disponibilidad de comprar los insumos con los que fabrica las meriendas a servir en el mercado local a bajo precio comprando en cantidad mayorista. Los proveedores que hacen distribución a locales como los de gaseosas y aguas, reciben pedidos a plazos cortos (48 hs), reduciendo al mínimo posible los stocks innecesarios, trabajando casi con pedidos justo a tiempo. A su vez se cuenta con chef profesionales que realizarán la producción de alimentos.

Capacidad de negociación de los consumidores: A los fines de determinar si el producto que ofrecerá el proyecto será demandado por los habitantes y personas que frecuentan la zona seleccionada, se realizó una breve encuesta que se presenta en el anexo 1. El poder de negociación de los consumidores podría considerarse como moderado ya que cuentan con productos sustitutos a los cuales cambiarse les generaría un bajo costo, además los consumidores están informados y conocen los precios, bienes y servicios que se ofrecen.

5.2.2.2. Estimación de la demanda

Para la estimación de la demanda se tuvo en cuenta la cantidad de personas que hay en Córdoba (según el último censo de 2010) que es de 1.329.604, de ese número solo se tomaron aquellas personas que se encuentran en el rango de edad del bar, es decir de 18 a 55 años, por lo cual se obtuvo que en esas edades hay 712.646 personas, a lo que se concluyó que el 53.6% de la población de la capital se encuentra con posibilidades de ir al bar.

Pero se realizó un análisis teniendo en cuenta la cantidad de personas que se encuentra en Güemes y sus alrededores (Centro, Nueva Córdoba y barrio Observatorio) que son los principales y posibles clientes, por lo que se pudo observar las siguientes cantidades de personas:

Tabla N° 7.

Barrio	Cantidad de personas
Güemes	11.000
Nueva Córdoba	37.000
Centro	30.000
Observatorio	7.352
Total	85.352

Fuente: Elaboración propia

Se pudo concluir que el 53.6% del total de los barrios pertenecen al rango de 18 a 55 años, arrojando un total de 45.748 personas que pueden concurrir al bar. Pero según una nota obtenida de Nielsen Company, el 13% de los argentinos sale a desayunar y a merendar afuera, por lo que el 6.5% de las personas merienda en distintos bares.

Teniendo en cuenta que en Güemes se encuentran 50 bares, se llegó a la conclusión que el total de personas que salen a merendar en promedio por bar son de aproximadamente 50 personas al día.

Tabla N° 8

Cant. de personas	%	Total
En barrios aledaños	6,40%	85.352
Rango de edad	53,60%	45.149
Que meriendan	6,50%	2.974
Meriendan por bar	-	59

También para el análisis de la demanda se hizo un cuadro que muestra cómo se comporta la demanda cada día de la semana durante 3 meses (ver anexo 2) y además los cuadros anuales (ver anexo 3), por 6 años, teniendo en cuenta los cambios de demanda que se producen por la estacionalidad hasta que se llega a la estabilidad.

Otro factor que se tuvo en cuenta en la estimación de la demanda es la estacionalidad, ya que la misma es influyente en los clientes a la hora de su consumo.

Como es de común conocimiento, las meriendas son más solicitadas en invierno y otoño a diferencia del verano y la primavera ya que las personas en esa época prefieren salir a la noche a disfrutar del clima consumiendo bebidas frescas y compartiendo cenas con sus pares.

Es por esto que se calculó que las ventas aumentan en invierno y otoño, es decir a fines de marzo, abril, mayo junio, julio, agosto y parte de septiembre. Lo que indica que estos meses hacen a la temporada del lugar, concurriendo mayor cantidad de personas.

Se tuvo en cuenta que las ventas aumentan un 5% en otoño y un 10% en invierno, por lo explicado anteriormente y en verano disminuyen un 10% y en primavera un 5%.

5.2.2.3. Conclusión Viabilidad Comercial

Luego de concluido este análisis se puede observar que el proyecto es viable comercialmente, sin problemas adicionales que los ya considerados y que pueden ser fácilmente sorteables, ya que se prevé que habrá un buen flujo de clientes, se cuenta con los proveedores de materias primas necesarias, la competencia no es fuerte, en este rubro de bar de meriendas buffet y este mercado no sufre de cambios vertiginosos.

5.2.3. Viabilidad Organizacional

5.2.3.1. Introducción

Cuando se pretende analizar un proyecto de inversión se debe considerar como debiera ser su estructura organizativa y jerárquica, como así también cuáles serán los valores bajos los cuales se regirá la misma, es por eso que en esta etapa, se analiza como deberá estar estructurada la nueva empresa, o como sería deseable, para su correcto funcionamiento, optimización de recursos y logro de la eficiencia, que llevará a tener bajos costos y beneficios positivos. Dentro del modelo de negocios la estructura de la empresa es muy importante porque permite o entorpece la consecución de los objetivos.

5.2.3.2. Desarrollo

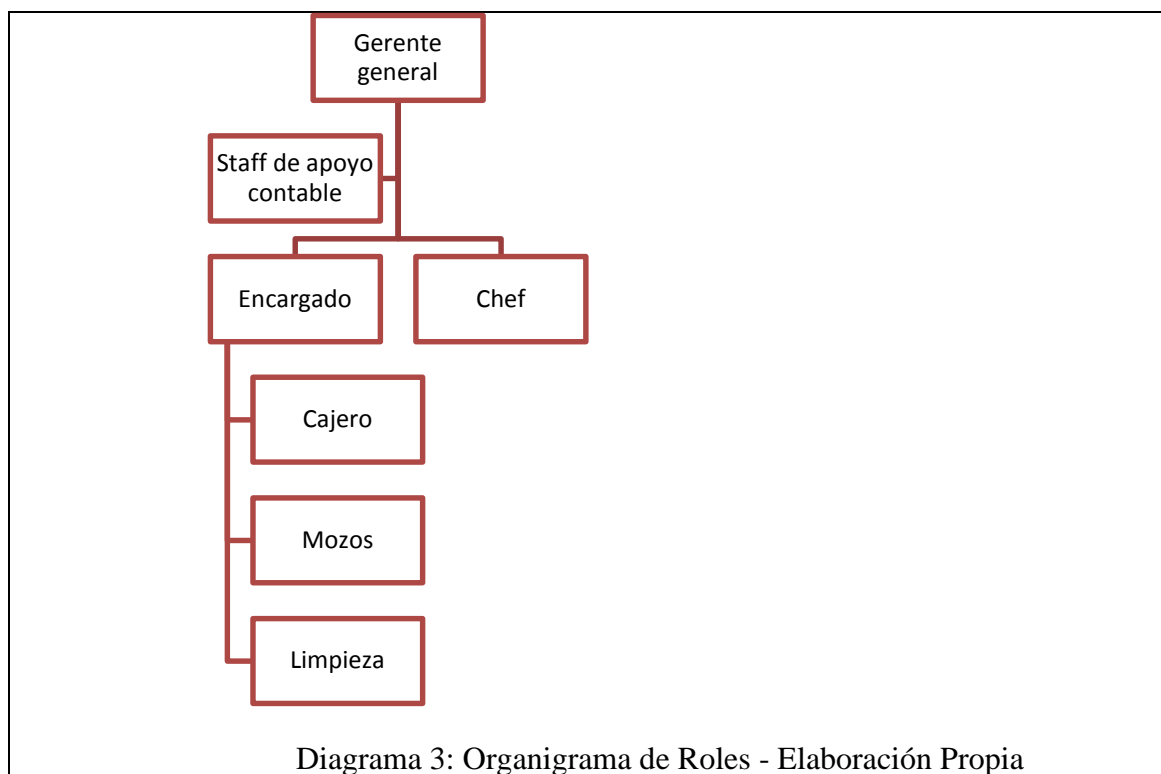
Para desarrollar esta viabilidad se colecto información de los bares de la zona, con similares características. Por ello se tuvo en cuenta, que el lugar abrirá de martes a domingo, de 16 a 21 horas. Se necesitará contar con 8 colaboradores (Staff de personal) que se distribuirán de la siguiente manera: uno a caja/recepción, uno a limpieza y mantenimiento, un chef, dos mozos, un encargado, más un gerente quien recibe un sueldo de \$30000 mensuales. Se tuvo en cuenta que los empleados trabajan media jornada, ya que el local solo abre por la tarde (ver anexo 4). A continuación, cuadro resumen de los sueldos de empleados:

Tabla N° 9

Empleados	Total Remun.	Acuerdo no Remun.	Contribuciones y Cargas Soc.	Costo Laboral empleado
Peón General	\$ 9.023,00	\$ 1.250,00	\$ 2.898,64	\$ 13.171,64
Limpieza	\$ 9.023,00	\$ 1.250,00	\$ 2.898,64	\$ 13.171,64
Mozo	\$ 8.684,11	\$ 1.250,00	\$ 2.790,20	\$ 12.724,31
Mozo	\$ 8.684,11	\$ 1.250,00	\$ 2.790,20	\$ 12.724,31
Chef	\$ 10.306,13	\$ 1.250,00	\$ 3.309,24	\$ 14.865,37
Encargado	\$ 9.786,87	\$ 1.250,00	\$ 3.143,08	\$ 14.179,95
Administrativo	\$ 9.023,00	\$ 1.250,00	\$ 2.898,64	\$ 13.171,64
TOTAL	\$ 64.530,21	\$ 8.750,00	\$ 20.728,63	\$ 94.008,84

Por otro lado, se contratará también un estudio contable que se dedique como staff de apoyo contable a la liquidación de haberes, de impuestos, auditoría interna y contabilidad, al que se le paga \$7000 mensuales.

Quedando constituido el organigrama de la siguiente manera:



Adicionalmente se desarrolla la visión y misión posible del proyecto:

Visión: Ser reconocido como el mejor bar de meriendas buffet de zona Sur por la calidad y precio de los productos ofrecidos, logrando que las personas vuelvan y lo recomienden a sus conocidos.

Misión: Lograr las mejores meriendas, ofreciendo calidad e innovación a los clientes

La estrategia elegida será la diferenciación.

5.2.3.3. Conclusión Viabilidad Organizacional

En este caso, se puede seleccionar personal idóneo para el desarrollo de las actividades, que cumplan con el orden jerárquico preestablecido en el organigrama precedente, con una visión y misión realizables a través de la estrategia seleccionada, concluyendo que esta organización con su departamentalización funcional será eficiente en sus tareas. De esta manera se está en condiciones de afirmar que el proyecto cuenta con la viabilidad organizacional, no presentándose posibles dificultades.

5.2.4. Viabilidad ambiental

5.2.4.1. Introducción

Cuando se desarrolla un proyecto de inversión un punto muy importante a tener en cuenta es la evaluación del impacto ambiental (EIA), que es el procedimiento técnico-administrativo que sirve para identificar, evaluar y describir los impactos ambientales que el mismo genera, ya que se debe considerar el examen sistemático de los efectos positivos y negativos que el proyecto genera al medioambiente en el que se desarrolla; porque esto trae consecuencias a la población que reside y pasea por la zona. Para ello se debe referenciar el proyecto en la Dirección de Evaluación de Impacto Ambiental e la Municipalidad de Córdoba, la cual establece el marco normativo específico que regula la temática, para este tipo de emprendimientos gastronómicos.

5.2.4.2. Desarrollo

En el caso del bar de meriendas Cheerful, se puede observar un impacto ambiental positivo ya que no generará ruidos molestos a vecinos por encontrarse anclado en una zona netamente comercial, ya que el local elegido solo tiene como colindantes a otros negocios, asimismo no estará habilitado para poner música en volumen excesivo. No obstante, se realiza un estudio de viabilidad ambiental de carácter funcional y preventivo, que contemple un sistema acústico de aislamiento e insonorización, aireación, refrigeración y de calefacción para climas de baja temperatura.

Cabe destacar, que este proyecto no rompe la estética del lugar, ni genera molestias posibles a vecinos, ya que no ocupa vereda y espacios de circulación. A demás al contar con la red cloacal no generará malos olores ni inconvenientes ambientales a la zona. Respecto al tema residuos, se dispondrá de un sistema de separación interno, que contemple las tres R, con tachos diferenciados, y que se disponga funcionalmente para potenciar los hábitos de una separación en origen de los desechos, que generará el servicio de bar, en los clientes que concurrirán al lugar. Así mismo se organizará el correspondiente sistema de administración del recurso agua, en toda la estructura del bar, que contemple el uso racional sustentable. En lo que atañe al sistema de señalización y evacuación, se encuadrará en las normativas de seguridad y de capacidad de admisión, (Toya, 2018)

5.2.4.3. Conclusión Viabilidad Ambiental

Dado que el bar de meriendas no ocasiona inconvenientes a los vecinos de la zona, ni genera un impacto ambiental negativo, se puede concluir que el proyecto analizado es funcional y viable ambientalmente.

5.2.5. Viabilidad legal

5.2.5.1. Introducción

Cuando se estudia la factibilidad de llevar a cabo un proyecto de inversión, un aspecto imprescindible a analizar es la viabilidad legal del proyecto, ya que esto determinará si el proyecto puede o no realizarse, es decir si está permitido y bajo qué condiciones, o está prohibido, es una de las primeras viabilidades que debe analizarse, porque si el Estado no permite la realización de este tipo de negocios, no tendrá sentido analizar el resto de las viabilidades, (UniNotas, 2017).

5.2.5.2. Desarrollo

Para la realización de este proyecto que será una empresa unipersonal, que se prevé que esté constituido bajo la normativa actual, considerando los siguientes aspectos:

- 1- Seguridad: contar con la habilitación municipal, Trámite que se realiza en el octavo piso del Palacio 6 de Julio, en el cual se requiere la inscripción en la tasa de comercio e industria, un informe de bomberos, control bromatológico y planos aprobados, con el objetivo de proteger a la población concurrente frente a siniestros que pudieran ocurrir.
- 2- Inscripción como responsable autónomo en impuestos nacionales, como IVA y Ganancias, a través de la web de AFIP con el CUIT y clave fiscal, en la sección de registro tributario; provinciales como Ingresos brutos, ingresando desde el CIDI (ciudadano digital) y la tasa municipal de comercio e industria, en el segundo piso del palacio 6 de julio.
- 3- Dar el alta formalmente a los empleados, a través de la página de AFIP ingresando con CUIT y clave fiscal; a quienes les corresponde la inscripción bajo el convenio colectivo de trabajadores gastronómicos.

5.2.5.3. Conclusión Viabilidad Legal

Los requisitos enunciados deben ser cumplidos para la instalación del bar, ya que es una actividad lícita que deberá observar el cumplimiento de todas estas normas, lo cual es muy accesible de lograr y no se cuentan con requerimientos incumplibles por los inversores, concluyendo que el proyecto es viable legalmente, sin dificultades notorias para su cumplimiento.

5.2.6. Viabilidad Financiera

5.2.6.1. Introducción

Uno de los aspectos fundamentales en el análisis de un proyecto de inversión, y quizás el más observado y tenido en cuenta por los inversores, es la viabilidad financiera, ya que permite visualizar (en sus diferentes etapas), las distintas fuentes de financiamiento con las que se puede contar, puesto que ésta les muestra cuál será el valor agregado que recibirán por la inversión los mismos y cuál será la tasa de rentabilidad que obtendrán por cada peso invertido. Es por ello que esta viabilidad permite conocer los costos parciales y totales del nuevo negocio, y decidir si será o no rentable el proyecto de inversión, (Verdale, 2010).

5.2.6.2. Desarrollo

Para determinar si el proyecto es viable financieramente se evaluará el VAN (valor actual neto) y TIR (tasa interna de retorno) del mismo, tomando la decisión en base al criterio expuesto en el marco teórico ya que son las medidas financieras que tienen en cuenta el valor del dinero en el tiempo; estas dos fórmulas permiten visualizar que tan oportuno puede ser un proyecto de inversión.

Para calcularlos primero se armó un flujo neto de caja anual del futuro negocio teniendo en cuenta sus ingresos, gastos, inversiones y forma de financiación, (Business-School, 2018).

Este flujo de caja se realizó sobre una base temporal de que el proyecto durará 6 años que es el equivalente al contrato que acostumbra a realizar el locador del local

cuando se trata de alquileres para emprendimientos comerciales, pero ofrece la posibilidad, si el inversionista lo desea, de renovar contrato.

Luego se calculó la tasa de descuento de dichos flujos, también conocida como CCPP (costo de capital promedio ponderado) teniendo en cuenta que de la inversión total el 60% se financia con ahorro del propietario el cual requiere una tasa de rendimiento anual del 48,5% ya que es la tasa que obtendría de colocar el dinero en un plazo fijo en el banco HSBC que ofrece la mejor tasa del mercado (ver anexo 7) y el 40% restante con un préstamo del Banco ICBC con una tasa del 65% para créditos a emprendedores.

Cálculo de la tasa de descuento: $CCPP = (C/A) \times ik + (D/A) \times id \times (1-t)$

Donde C/A es la proporción de la inversión realizada con capital propio

ik es la tasa de interés requerida por las socias

D/A es la proporción de la inversión realizada con préstamo del banco.

id es la tasa de interés cobrada por el banco

t es la alícuota impositiva del impuesto a las ganancias, que es el 35%.

Tabla N° 10

Cálculo del CCPP

Deuda	40%
Fondos propios	60%
Tasa propia	48,5%
Tasa del banco	65%
Alícuota impositiva	35%
CCPP	46%

A continuación, se expone el flujo neto de caja y cálculo del VAN y TIR.

Requerimientos de inversión:

Tabla N° 11-

Equipo	Cantidad	Precio unitario	Total
Sillones	2	\$ 4.100,00	\$ 8.200,00
Mesas ratonas	1	\$ 2.850,00	\$ 2.850,00
Mesas	25	\$ 289,00	\$ 7.225,00
Banquetas	10	\$ 620,00	\$ 6.200,00
Sillas	85	\$ 400,00	\$ 34.000,00
Mesa grande para isla	1	\$ 15.500,00	\$ 15.500,00
Artículos de iluminación	Varios		\$ 35.000,00
Artículos de decoración	Varios		\$ 25.000,00
Muebles de barra	1	\$ 21.500,00	\$ 21.500,00
Caja registradora	1	\$ 26.749,00	\$ 26.749,00
Cocina industrial	1	\$ 16.200,00	\$ 16.200,00
Cocina (para utilizar horno doble)	1	\$ 6.300,00	\$ 6.300,00
Frízer	1	\$ 18.498,00	\$ 18.498,00
Heladeras	2	\$ 20.000,00	\$ 40.000,00
Licadoras	2	\$ 950,00	\$ 1.900,00
Batidora	2	\$ 7.300,00	\$ 14.600,00
Cafetera industrial	1	\$ 48.000,00	\$ 48.000,00
Multiprocesadora	2	\$ 2.469,00	\$ 4.938,00
Sandwichera	2	\$ 1.749,00	\$ 3.498,00
vasos x6	43	\$ 99,00	\$ 4.257,00
Vajilla	250	\$ 90,00	\$ 22.500,00
Cubiertos	650	\$ 20,00	\$ 13.000,00
Manga silicona	6	\$ 129,00	\$ 774,00
Utensilios varios	15	\$ 105,00	\$ 1.575,00
Molde para tarta	8	\$ 180,00	\$ 1.440,00
Molde pastafrola	1	\$ 170,00	\$ 170,00
Molde torta desmontable (set 3 unid)	1	\$ 680,00	\$ 680,00
Sartén essen	2	\$ 3.900,00	\$ 7.800,00
Flanera essen	3	\$ 3.000,00	\$ 9.000,00
Olla essen	2	\$ 5.600,00	\$ 11.200,00
Bowl acero inoxidable	3	\$ 265,00	\$ 795,00
Servilletas blancas de tela x 12 unid.	25	\$ 229,00	\$ 5.725,00
Mantel para mesa de isla	3	\$ 340,00	\$ 1.020,00
Manteles cuadrados x12 unid	4	\$ 2.879,00	\$ 11.516,00
Total			427.610,00

Flujo neto de caja:

Tabla N° 12-

Flujo Neto de Caja							
		Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Ventas		4.181.617,64	4.442.130,23	4.569.893,90	4.704.664,59	4.842.180,17	4.989.155,70
		-	-	-	-	-	-
Costo de vta		1.209.425,19	1.284.771,75	1.321.724,10	1.360.703,05	1.400.475,89	1.442.984,78
Egresos por mano de obra		1.582.114,96	1.605.396,69	1.629.477,64	1.653.919,80	1.678.728,60	1.703.909,53
Egresos por alquiler		360.000,00	363.600,00	367.236,00	370.908,36	374.617,44	378.363,62
Egresos por electricidad		240.000,00	242.400,00	244.824,00	247.272,24	249.744,96	252.242,41
Egresos por gas natural		180.000,00	181.800,00	183.618,00	185.454,18	187.308,72	189.181,81
IIBB		117.085,29	124.379,65	127.957,03	131.730,61	135.581,04	139.696,36
MUNI		35.125,59	37.313,89	38.387,11	39.519,18	40.674,31	41.908,91
Depreciación		42.761,00	42.761,00	42.761,00	42.761,00	42.761,00	42.761,00
Total egresos		3.766.512,04	3.882.422,98	3.955.984,88	4.032.268,43	4.109.891,98	4.191.048,41
		-	-	-	-	-	-
Interes prestamo		110.263,57	107.203,93	101.441,83	90.590,24	70.153,86	31.666,79
		-	-	-	-	-	-
Utilidad antes de impuestos		304.842,03	452.503,32	512.467,20	589.355,11	662.134,33	798.107,29
		-	-	-	-	-	-
Impuesto a las ganancias		106.694,71	178.305,30	197.923,24	220.561,44	246.732,34	290.771,72
		-	-	-	-	-	-
Utilidad neta		149.032,11	274.198,02	314.543,95	368.793,68	415.402,00	507.335,57
+ Depreciacion		42.761,00	42.761,00	42.761,00	42.761,00	42.761,00	42.761,00
		-	-	-	-	-	-
U. DESP IMP + AMOR		191.793,11	316.959,02	357.304,95	411.554,68	458.163,00	550.096,57
		-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-
Inversión Física	-427.610,00	-	-	-	-	-	-
Capital de Trabajo	-43.007,77	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-
Préstamo obtenido	171.044,00	-	-	-	-	-	-
Amortizacion prestamo		3.464,03	6.523,67	12.285,77	23.137,36	43.573,74	82.059,43
SELLADO		-2.072,52	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-
Flujo de fondo	-301.646,29	188.906,42	310.435,35	345.019,18	388.417,32	414.589,26	440.914,42
Flujo de fondos Descontados	-301.646,29	129.387,96	145.634,90	110.862,50	85.484,46	62.496,22	45.523,66
Flujo de Acumulado Descontado	-301.646,29	-172.258,33	-26.623,43	84.239,07	169.723,53	232.219,75	277.743,41

Las ventas se calcularon teniendo en cuenta la cantidad de personas que concurren al bar en cada uno de los años (ver anexo 3) y el precio de \$300 que paga cada cliente por la merienda buffet.

También se tuvo en cuenta la inflación que se produce durante esos años, por lo que cabe destacar que se utilizó el índice de precio de congreso debido a la suspensión del IPC (índice de precio del consumidor). Para esto se tomaron los índices de precio congreso, de 7 años anteriores para proyectar el valor del índice en años futuros.

Se debe tener en cuenta que se realizó una estimación de un aumento en un 7% mensual en las ventas durante los 4 primeros meses debido a que en esos meses la gente va a conocer el lugar para ver de qué se trata y que se ofrece, y un 4% en los 2 meses siguientes hasta que se estabilicen las ventas en los demás meses que siguen.

A las ventas se le restaron todos los gastos que debe afrontar Cheerful, como son: costo de venta (ver anexo 4) que hace referencia al costo que se incurre para comercializar la merienda buffet, egreso por mano de obra (ver anexo 4) que detalla los sueldos de los empleados, alquiler que es lo que se debe pagar por el local, electricidad lo que se debe pagar por la luz del local, gas natural, ingresos brutos que es el 2.8% de las ventas, impuesto municipal que corresponde al 8.4 %. Y la depreciación que se calculó teniendo en cuenta la vida útil de los inmuebles de 10 años.

Para realizar esta inversión inicialmente se necesita \$427.610 para poder comprar todo aquello que sea necesario para poner en marcha el bar.

En cuanto al capital de trabajo se calculó por el método de déficit acumulado máximo, es decir, teniendo en cuenta el mes con mayor desfase de fondos durante la vida del proyecto.

Según lo mencionando anteriormente para la inversión se pide un préstamo por el 40% restante, por lo que el mismo será de \$171.044 con un impuesto por sellado de \$2.072,52. Además, se tiene en cuenta la amortización del préstamo al igual que sus intereses, lo cual se encuentra detallado en el anexo 6.

VAN=	277.743,41
TIR	87%
CCPP	46%
IVAN	0,92
PR	2 años, 6 meses y 26 días

Tabla N° 13

Periodo de recupero		
Inversión inicial	-301.646,29	-
Flujo de fondo año 1	188.906,42	- 112.739,87
Flujo de fondo año 2	310.435,35	197.695,48
Flujo de fondo año 3	345.019,18	542.714,67
Flujo de fondo año 4	388.417,32	931.131,98
Flujo de fondo año 5	414.589,26	1.345.721,24
Flujo de fondo año 6	440.914,42	1.786.635,66

Principalmente, se debe considerar el VAN, valor actual neto ya que es positivo arrojando un valor de 277.743,41 y la TIR (tasa interna de retorno), que es mayor al costo de capital promedio ponderado, lo que quiere decir que el proyecto es viable.

El proyecto se recupera en 2 años, 6 meses y 26 días.

5.2.6.3. Conclusión General

Teniendo en cuenta los distintos aspectos desarrollados para la instalación del bar Cheerful en Güemes y analizadas las variables financieras se observó que los resultados son óptimos para el desarrollo del proyecto, dado que el VAN es positivo arrojando un valor de 277.743,41 lo que significa que la sumatoria del flujo actualizado de los ingresos es mayor que el flujo actualizado de los egresos.

Se pudo observar que la TIR es mayor al CCPP (costo de capital promedio ponderado), esto significa que la tasa interna de retorno sobrepasa al rendimiento mínimo que se debe obtener con este proyecto, por lo que se puede concluir que el proyecto es viable financieramente, teniendo en cuenta que el periodo de recuperación, es decir, el tiempo en el que se recuperara el total de la inversión es de 2 años, 6 meses y 26 días.

Luego de realizado el análisis de las viabilidades legal, técnica, ambiental, comercial, organizacional y financiera, se concluye que la creación de un bar de meriendas Buffet en el barrio Güemes de la ciudad de Córdoba es factible de realizar, ya que todas sus viabilidades arrojan un resultado positivo.

Capítulo 6: Propuesta de acciones a implementar

A lo largo del capítulo anterior, se pudo diagnosticar la viabilidad del proyecto de inversión, siendo factible su realización desde el punto de vista legal, técnico, comercial, organizacional, ambiental y financiero. Es por esto, que al recomendar su realización se propone que sea de la manera expuesta en este capítulo.

Para comenzar con la propuesta se presenta el diagrama de Gantt, donde se muestran las actividades que se desarrollarán y su ordenamiento secuencial para el correcto desarrollo del proyecto de investigación presentado, dicho diagrama se presenta de la siguiente forma:

Tabla N° 8-

Actividades/ Semana	Julio				Agosto				Septiem.				Octubre				Noviembre				Diciembre	
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
Delinear idea del proyecto																						
Analizar su viabilidad ambiental, técnica y legal																						
Estudiar la posible demanda																						

del informe de bomberos, control bromatológico y demás requisitos; inscripción en el Impuesto a los Ingresos Brutos de la provincia de Córdoba, en la Dirección General de Rentas; Inscripción de su propietario como responsable autónomo en AFIP para dar de alta al Impuesto a las ganancias e IVA.

Cumpliendo con todos los requisitos exigidos por los distintos organismos a nivel nacional, provincial y municipal el bar estará en condiciones de comenzar a operar.

6.3. Organización

Cuando se pone en marcha un proyecto de inversión es necesario que cuente con una estructura organizativa en donde se considere la jerarquía de los puestos y líneas de mando, esto ayudará a la gestión de la organización, se propone llevar a cabo el organigrama realizado en el análisis de viabilidad.

6.4 Marketing

El marketing es la materia por excelencia que permite a la empresa conocer como logrará llegar al mercado con sus productos y servicios, de qué manera logrará las ventas deseadas y la imagen de la marca que le permitirán instalarse y permanecer en el mercado.

Cuando se habla de promoción, es muy importante tener en cuenta que en la actualidad, la publicidad con mayor llegada entre el público definido al cual se apunta, es la de redes sociales e internet. Por lo tanto, se desarrollará una página web, la cual se encontrara enlazada a la página de Facebook e Instagram. Estamos en una época donde las imágenes en publicidad captan la atención de los posibles clientes e instan a probar los sabores que se ofrecen a través de fotografías.

Se define el producto, como algo novedoso ya que en la ciudad de Córdoba la metodología de Buffet en meriendas es casi inexistente, y en la zona donde se realizará no hay un competidor que ofrezca el mismo servicio, lo cual el marketing define como plaza.

Respecto al precio con el cual se saldrá al mercado, se ha decidido que sea un precio moderado, no elevado teniendo en cuenta que la actual crisis económica que vive Argentina afecta al poder adquisitivo de los clientes que disminuyen su consumo.

6.5. Modelo de negocio

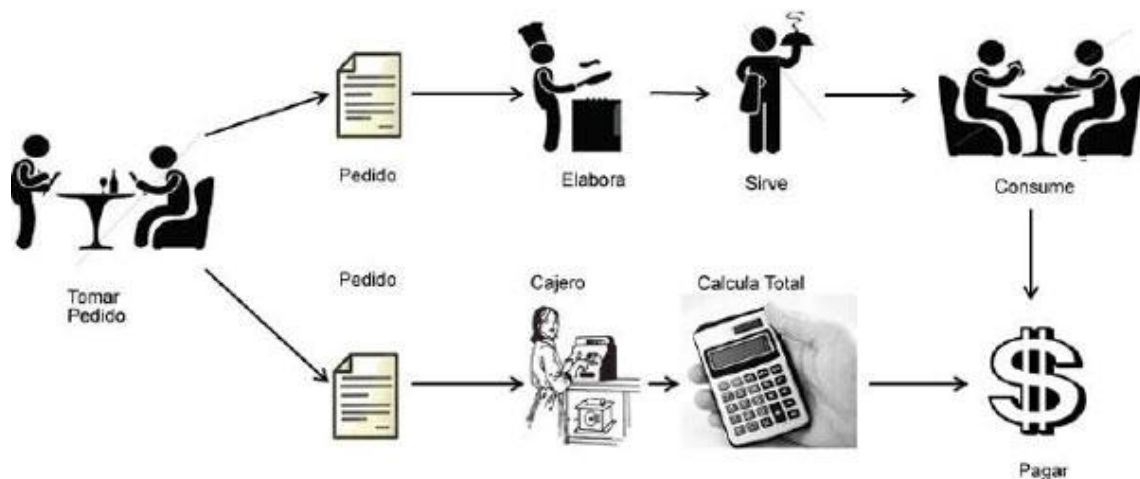
Como este proyecto se centra en ser un bar de meriendas, destinado principalmente para jóvenes de entre 18-55 años, se elige un lugar de localización muy visitado por estudiantes, turistas y jóvenes en general. Se realizará una ambientación acorde a los clientes que se recibirán, dando cumplimiento al segundo objetivo específico, en un local que posee planta baja, patio y terraza en condiciones óptimas de habitabilidad.

Para la ambientación se elige una decoración moderna, con plantas que dan un toque de frescura, sillones y sillas tapizadas y cómodas en telas suaves para seguir la línea de la idea principal del negocio que es brindar un servicio distinto al del resto de los bares competencia. La música seleccionada será actual y en volumen que permita la conversación de los asistentes al lugar.

Para mayor comodidad de los clientes se aceptarán todos los medios de pago, incluyendo efectivo, tarjeta de débito, tarjeta de crédito y transferencias bancarias inmediatas. En los pagos a plazo con tarjeta sin interés para motivar las ventas.

Se propone desarrollar el siguiente esquema en la atención al cliente:

Diagrama N° 4: Flujo del proceso de atención al cliente:



6.6. Financiamiento e inversión

En la actualidad la economía argentina se encuentra sumergida en recesión, lo cual dificulta el desarrollo de nuevos emprendimientos, por la inestabilidad de precios y suba de tarifas principalmente, es por ello que es de vital importancia generar un proceso administrativo eficiente y responsable que considere que en los primeros años del negocio, por lo menos en los dos primeros, las ventas no sean demasiado elevadas; para luego incrementarse con la posible reactivación de la economía.

Se recomienda al realizar el flujo de caja de la viabilidad financiera considerar esta situación y tener un criterio conservador respecto a los ingresos y gastos, como también proponer una tasa de rentabilidad deseada baja, ya que la tasa de costo de oportunidad de las inversiones físicas es muy elevada, debido a las altas tasas de interés que se ofrecen por los plazos fijos.

Así mismo se debe tener en cuenta que las tasas de interés por préstamos hoy en día son costosas, por lo tanto, es recomendable financiar el proyecto en una mayor proporción con efectivo proveniente de ahorros del propietario e incorporarlo como aporte de capital, y obtener el menor porcentaje posible de deuda para no generar un índice de endeudamiento alto.

La gran incertidumbre que hay en el mercado respecto de la evolución de la economía, no permite plantear escenarios futuros que sean más o menos certeros, es decir que sus estimaciones sean correctas, aunque se puede realizar un análisis de sensibilidad, pero que quedará atado a la subjetividad del analista.

Para completar el análisis se presenta el cálculo del periodo de recupero y los flujos netos de caja que se obtendrían en un escenario normal, como en un escenario pesimista de caída de las ventas del 5% y uno optimista de aumento de las ventas del 5%, otorgando igual probabilidad de ocurrencia a cada uno, de modo de poder calcular el VAN en cada uno de los escenarios . A demás se suma el Estado de resultados del escenario normal.

Tabla N° 14-

Flujo Neto de Caja Normal

Flujo Neto de Caja							
		Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Ventas		4.181.617,64	4.442.130,23	4.569.893,90	4.704.664,59	4.842.180,17	4.989.155,70
		-	-	-	-	-	-
Costo de vta		1.209.425,19	1.284.771,75	1.321.724,10	1.360.703,05	1.400.475,89	1.442.984,78
Egresos por mano de obra		1.582.114,96	1.605.396,69	1.629.477,64	1.653.919,80	1.678.728,60	1.703.909,53
Egresos por alquiler		360.000,00	363.600,00	367.236,00	370.908,36	374.617,44	378.363,62
Egresos por electricidad		240.000,00	242.400,00	244.824,00	247.272,24	249.744,96	252.242,41
Egresos por gas natural		180.000,00	181.800,00	183.618,00	185.454,18	187.308,72	189.181,81
IIBB		117.085,29	124.379,65	127.957,03	131.730,61	135.581,04	139.696,36
MUNI		35.125,59	37.313,89	38.387,11	39.519,18	40.674,31	41.908,91
Depreciación		42.761,00	42.761,00	42.761,00	42.761,00	42.761,00	42.761,00
Total egresos		3.766.512,04	3.882.422,98	3.955.984,88	4.032.268,43	4.109.891,98	4.191.048,41
		-	-	-	-	-	-
Interes prestamo		110.263,57	107.203,93	101.441,83	90.590,24	70.153,86	31.666,79
		-	-	-	-	-	-
Utilidad antes de impuestos		304.842,03	452.503,32	512.467,20	589.355,11	662.134,33	798.107,29
		-	-	-	-	-	-
Impuesto a las ganancias		106.694,71	178.305,30	197.923,24	220.561,44	246.732,34	290.771,72
Utilidad neta		149.032,11	274.198,02	314.543,95	368.793,68	415.402,00	507.335,57
+ Depreciacion		42.761,00	42.761,00	42.761,00	42.761,00	42.761,00	42.761,00
		-	-	-	-	-	-
U. DESP IMP + AMOR		191.793,11	316.959,02	357.304,95	411.554,68	458.163,00	550.096,57
		-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-
Inversión Física	-427.610,00						
Capital de Trabajo	-43.007,77						
		-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-
Préstamo obtenido	171.044,00						
Amortizacion prestamo		3.464,03	6.523,67	12.285,77	23.137,36	43.573,74	82.059,43
SELLADO	-2.072,52						
		-	-	-	-	-	-
Flujo de fondo	-301.646,29	188.906,42	310.435,35	345.019,18	388.417,32	414.589,26	440.914,42
Flujo de fondos Descontados	-301.646,29	129.387,96	145.634,90	110.862,50	85.484,46	62.496,22	45.523,66
Flujo de Acumulado Descontado	-301.646,29	- 172.258,33	- 26.623,43	84.239,07	169.723,53	232.219,75	277.743,41

A continuación, se muestran el Flujo Neto de Caja proyectado pesimista con 5% de caída de las ventas y el optimista con aumento adicional del 5% de las ventas, ya que el normal está expuesto en la viabilidad financiera. Con esto se calcula el VAN.

Tabla N° 15-

Flujo Neto de Caja Pesimista							
		Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Ventas		3.972.536,76	4.220.023,72	4.341.399,21	4.469.431,36	4.600.071,16	4.739.697,92
Costo de vta		-	-	-	-	-	-
Egresos por mano de obra		1.209.425,19	1.284.771,75	1.321.724,10	1.360.703,05	1.400.475,89	1.442.984,78
Egresos por alquiler		1.582.114,96	1.605.396,69	1.629.477,64	1.653.919,80	1.678.728,60	1.703.909,53
Egresos por electricidad		360.000,00	363.600,00	367.236,00	370.908,36	374.617,44	378.363,62
Egresos por gas natural		240.000,00	242.400,00	244.824,00	247.272,24	249.744,96	252.242,41
IIBB		180.000,00	181.800,00	183.618,00	185.454,18	187.308,72	189.181,81
MUNI		117.085,29	124.379,65	127.957,03	131.730,61	135.581,04	139.696,36
Depreciación		35.125,59	37.313,89	38.387,11	39.519,18	40.674,31	41.908,91
Total egresos		3.766.512,04	3.882.422,98	3.955.984,88	4.032.268,43	4.109.891,98	4.191.048,41
Interes prestamo		-	-	-	-	-	-
		110.263,57	107.203,93	101.441,83	90.590,24	70.153,86	31.666,79
Utilidad antes de impuestos		95.761,15	230.396,81	283.972,50	346.572,70	420.025,33	516.982,71
Impuesto a las ganancias		-	-	-	-	-	-
		106.694,71	178.305,30	197.923,24	220.561,44	246.732,34	290.771,72
Utilidad neta		-10.933,56	52.091,51	86.049,26	126.011,26	173.292,99	226.210,99
+ Depreciacion		42.761,00	42.761,00	42.761,00	42.761,00	42.761,00	42.761,00
U. DESP IMP + AMOR		31.827,44	94.852,51	128.810,26	168.772,26	216.053,99	268.971,99
		-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-
Inversión Física	-427.610,00	-	-	-	-	-	-
Capital de Trabajo	-19.009,43	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-
Préstamo obtenido	171.044,00	-	-	-	-	-	-
Amortizacion prestamo		3.464,03	6.523,67	12.285,77	23.137,36	43.573,74	82.059,43
SELLADO		-2.072,52	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-
Flujo de fondo	-277.647,95	28.363,41	88.328,84	116.524,49	145.634,90	172.480,25	186.912,56
Flujo de fondo Descontado		-277.647,95	19.426,99	41.437,81	37.441,97	32.051,92	26.000,10
Flujo de Acumulado Descontado	-277.647,95	- 258.220,96	- 216.783,14	- 179.341,18	- 147.289,26	- 121.289,16	- 101.990,75

VAN=	-101.990,75
TIR	28%
CCPP	46%

En el caso del escenario pesimista, el VAN es negativo y la TIR menor al costo de capital promedio ponderado, por lo que el proyecto pesimista no sería viable.

Tabla N°16

Flujo Neto de Caja Optimista							
		Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Ventas		4.390.698,52	4.664.236,74	4.798.388,60	4.939.897,82	5.084.289,18	5.238.613,49
Costo de vta		1.209.425,19	1.284.771,75	1.321.724,10	1.360.703,05	1.400.475,89	1.442.984,78
Egresos por mano de obra		1.582.114,96	1.605.396,69	1.629.477,64	1.653.919,80	1.678.728,60	1.703.909,53
Egresos por alquiler		360.000,00	363.600,00	367.236,00	370.908,36	374.617,44	378.363,62
Egresos por electricidad		240.000,00	242.400,00	244.824,00	247.272,24	249.744,96	252.242,41
Egresos por gas natural		180.000,00	181.800,00	183.618,00	185.454,18	187.308,72	189.181,81
IIBB		117.085,29	124.379,65	127.957,03	131.730,61	135.581,04	139.696,36
MUNI		35.125,59	37.313,89	38.387,11	39.519,18	40.674,31	41.908,91
Depreciación		42.761,00	42.761,00	42.761,00	42.761,00	42.761,00	42.761,00
Total egresos		3.766.512,04	3.882.422,98	3.955.984,88	4.032.268,43	4.109.891,98	4.191.048,41
Interes prestamo		110.263,57	107.203,93	101.441,83	90.590,24	70.153,86	31.666,79
Utilidad antes de impuestos		513.922,91	674.609,83	740.961,89	817.039,16	904.243,34	1.015.898,28
Impuesto a las ganancias		106.694,71	178.305,30	197.923,24	220.561,44	246.732,34	290.771,72
Utilidad neta		407.228,20	496.304,53	543.038,65	596.477,72	657.511,01	725.126,56
+ Depreciacion		42.761,00	42.761,00	42.761,00	42.761,00	42.761,00	42.761,00
U. DESP IMP + AMOR		449.989,20	539.065,53	585.799,65	639.238,72	700.272,01	767.887,56
		-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-
Inversión Física	-427.610,00	-	-	-	-	-	-
Capital de Trabajo	-19.009,43	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-
Préstamo obtenido	171.044,00	-	-	-	-	-	-
Amortizacion prestamo		3.464,03	6.523,67	12.285,77	23.137,36	43.573,74	82.059,43
SELLADO	-2.072,52	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-
Flujo de fondo	-277.647,95	446.525,17	532.541,86	573.513,88	616.101,36	656.698,27	685.828,13
Flujo de fondos Descontado	-277.647,95	305.839,16	249.831,99	184.283,04	135.594,08	98.992,34	70.810,58
Flujo de Acumulado Descontado	-277.647,95	28.191,21	278.023,20	462.306,24	597.900,32	696.892,66	767.703,24

VAN=	767.703,24
TIR	175%
CCPP	46%
Periodo de recuperó	7 meses y 14 días

Se presenta adicionalmente el periodo de recuperó en el caso optimista:

Periodo de recuperó		
Inversión inicial	-277.647,95	-
Flujo de fondo año 1	446.525,17	168.877,22
Flujo de fondo año 2	532.541,86	701.419,09
Flujo de fondo año 3	573.513,88	1.274.932,97
Flujo de fondo año 4	616.101,36	1.891.034,32
Flujo de fondo año 5	656.698,27	2.547.732,59
Flujo de fondo año 6	685.828,13	3.233.560,72

Teniendo en cuenta estos criterios y observando el VAN se llegó a la conclusión, que con un escenario optimista, el VAN es positivo y mayor que el escenario normal, por lo que se ganaría una mayor cantidad de dinero, que es lo que debería pasar ya que si el bar se sumerge en el mercado positivamente, la gente va a concurrir y lo va a recomendar por lo que las ventas serian cada vez mayor. Es por esto, que se recomienda llevar a cabo la inversión en el Bar de Meriendas Buffet Cheerful, ya que resulta rentable, porque con los flujos netos de caja futuros actualizados, se recupera la inversión inicial y se gana dinero; además la TIR es mayor al CCPP, por lo que el proyecto es rentable y se recupera la inversión realizada en un período corto de tiempo.

Capítulo 7: BIBLIOGRAFIA

Bibliografía

- Actualícese. (2015). *Actualícese: Investigacion Contable y Tributaria en profundidad*.
Obtenido de <http://actualicese.com/actualidad/2015/04/27/tipos-de-sociedades-y-sus-diferencias-ltda-s-a-comanditas-s-a-s-colectivas/>
- Agencia Córdoba Turismo, G. d. (2017). *Cordoba Turismo*. Obtenido de <http://www.cordobaturismo.gov.ar/servicios/gastronomia/>
- Ambito.com*. (2017). Recuperado el 2017 de abril de 16, de <http://www.ambito.com/879418-mas-del-60-de-las-pymes-esperan-incrementar-su-facturacion-en-2017>
- Arbia, C. (2017). La tasa de Lebac cerró en el 26,35% anual y tranquilizó al mercado tras la suba inicial. *Infobae*, págs. <https://www.infobae.com/economia/finanzas-y-negocios/2017/07/31/el-bcra-subio-casi-un-punto-la-tasa-de-lebac-para-defender-el-valor-del-peso/>.
- Argentina, M. d. (2016). *SUBSECRETARÍA DE POLÍTICA Y GESTIÓN DE LA PYME*.
Obtenido de <http://www.produccion.gob.ar/institucional/subsecretarias/secretaria-de-emprendedores-y-pymes/>
- Argentina, M. d. (s.f.). *PYMES*.
- Baca, U. G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. Mexico DF: Mc Graw Hill.
- Baldeón Katherine, Flores Shellmy, Sanchez Baque Kerly. (2012). Obtenido de <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/21072/5/TESIS%20BAR-CAFETERIA%20RUSTICO%202012.pdf>
- Banquia, R. d. (3 de Junio de 2014). *¿Qué es un plan de marketing? ¿Qué beneficios tiene para mi empresa?* Obtenido de <https://www.banquia.com/emprendedores/2014-03-05-que-es-un-plan-de-marketing-que-beneficios-tiene-para-mi-empresa>

- Bierwirth Hoofs, A. (Febrero de 2013). *EL PAPEL DE LA CULTURA Y DE LA INNOVACION EN EL DISEÑO Y DESARROLLO DE LOS NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO*. Obtenido de chrome-extension://oemmnadbldboiebfnladdacbfmadadm/https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/13970/65369_bierwirth%20hoofa%20antonia.pdf?sequence=1
- Blank, S. (2018). *No Plan Survives First Contact With Customers – Business Plans versus Business Models*. Obtenido de <https://steveblank.com/2010/04/08/no-plan-survives-first-contact-with-customers-%E2%80%93-business-plans-versus-business-models/>
- Buitrago Corrales Jessica, Perez Valencia Juan, Sabogal Ortiz Natalia, Vallejo Ospina Laura. (2017). *El repositorio*. Obtenido de <http://repositorio.unilibrepereira.edu.co:8080/pereira/bitstream/handle/123456789/1062/ESTUDIO%20DE%20FACTIBILIDAD%20PARA%20EL%20MONTAJE.pdf?sequence=1>
- Business-School, O. (2018). *VAN y TIR, dos herramientas para la viabilidad de una inversión*. Obtenido de <https://www.obs-edu.com/int/blog-investigacion/finanzas/van-y-tir-dos-herramientas-para-la-viabilidad-de-una-inversion>
- CCC. (2018). *Informes de Investigación*. Obtenido de <https://camcomcba.com.ar/>
- CEF, M. X. (2019). *Concepto de investigación de mercados*. Obtenido de <https://www.marketing-xxi.com/concepto-de-investigacion-de-mercados-23.htm>
- Chain, N. S. (2008). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Colombia: McGraw-Hill Interamericana S.A. .
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. México - DF: Mc Graw Hill.
- Cleri, C. (2007). *El Libro de Las Pymes*. Ediciones Granica S.A.

Coctelería.com.mx. (2017). *Marketing En Restaurantes Y Bares: 7 Errores y Cómo Evitarlos*. Obtenido de <http://www.cocteleria.com.mx/marketing-en-restaurantes-y-bares/>

Dirección general de estadísticas y censos. Gobierno de la provincia de Córdoba: <https://datosestadistica.cba.gov.ar/dataset/censo-2010-resultados-definitivos>

do Rosario, J. (16 de Septiembre de 2017). Presupuesto 2018: las 10 claves para entender el proyecto que se discutirá en el Congreso. *Infobae*, págs. <https://www.infobae.com/economia/2017/09/16/presupuesto-2018-las-10-claves-para-entender-el-proyecto-que-se-discutira-en-el-congreso/>.

El Cronista . (2008). Obtenido de <https://www.cronista.com/impresageneral/Pymes-Conveniencia-del-tipo-societario-20080207-0008.html>

Estudio wls. sueldo mínimo convenio 389/04: <https://estudiowls.com.ar/escala-salarial-sueldo-minimo-personal-gastronomia-segun-cct-389-2004-uthgra-fehgra>

Farinelli, S. (2005). *eumed.net*. Obtenido de SISTEMAS LOCALES DE INNOVACIÓN: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008b/397/dinamica%20del%20desarrollo%20local%20adoptado%20por%20las%20PyMEs.htm>

Ferrer, N. (2016). *Un pequeño gran problema: el acceso de las PyMEs a financiamient*. Obtenido de https://www.bcr.com.ar/Pages/Publicaciones/informativosemanal_noticias.aspx?pIdNoticia=150

Floody, Mc Nelly & Cooper. (2002). *Como iniciar y administrar un restautante*. Bogota: Grupo Editorial Norma.

Garcia, J. M. (2014). *Teoria y Ejercicios Prácticos de Dinamicas de Sistemas*. Massachusetts-USA: Massachusetts Institute of Techolony MIT.

Gasalla, J. (27 de abril de 2017). La inflación anual quebró el piso del 30% y es la más baja de la era Macri. *Infobae*, págs.

<https://www.infobae.com/economia/2017/04/29/la-inflacion-anual-quebro-el-piso-del-30-y-es-la-mas-baja-de-la-era-macri/>.

Gerencie.com. (5 de Mayo de 2017). *¿Qué es el análisis financiero?* Obtenido de <https://www.gerencie.com/que-es-el-analisis-financiero.html>

Iacomucci, N. (2016). *Administración de Restaurantes: Gestión eficiente de empresas gastronómicas*. Obtenido de http://ww2.educarchile.cl/UserFiles/P0029/File/Objetos_Didácticos/SAC_11/Recursos_Conceptuales/Administracion_de_Restaurantes1.pdf

Infoleg. (2000). *Ley de fomento para la micro, mediana y pequeña empresa*. Obtenido de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/60000-64999/64244/norma.htm>

Infoleg. (2001). *Resolución 24/2001*. Obtenido de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/65000-69999/66187/texact.htm>

Infoleg. (2016). *Ley 24.467 PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA*. Obtenido de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/60000-64999/64244/norma.htm>

Instasent. (3 de Julio de 2017). *IDEAS INNOVADORAS PARA ATRAER CLIENTES A TU BAR*. Obtenido de <https://www.instasent.com/blog/ideas-para-atraer-clientes-a-tu-bar>

JOY, P. (4 de Agosto de 2011). *14 lugares recomendados para ir a tomar la merienda*. Obtenido de <https://www.planetajoy.com/?page=ampliadaid=1427>

Kosacoff, B. (2006). *Estrategia empresarial en los tiempos de cambio*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes.

Kotler, P. (2018). *Centro de Documentación Publicitaria*. Obtenido de <http://www.lahistoriadelapublicidad.com/protagonista-1050/philip-kotler>

La voz. Barrio Nueva Cordoba, la octava ciudad:
<https://www.lavoz.com.ar/ciudadanos/barrio-nueva-cordoba-la-octava-ciudad>

Ley 26.994, – Código Civil y Comercial. (2017). Ediciones del Pais.

Ley 27264, I. (2017). *PROGRAMA DE RECUPERACIÓN PRODUCTIVA*. Obtenido de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/260000-264999/263953/norma.htm>

Marketin de Contenidos. (2012). *¿Qué es Marketing? Todo lo que necesitas saber sobre el asunto*. Obtenido de <https://marketingdecontenidos.com/marketing-2/>

Martinez Martin, I. (2009). *Factores e competitividad en las Pymes*. Fundacion EOI.

Micael, M. (2011). Obtenido de <https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/handle/ues21/10858>

Mintzberg, H. (2007). *¿Qué es la cadena de valor?* Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/que-es-la-cadena-de-valor/>

Municipalidad de Córdoba. Guía estadística de la ciudad de Córdoba:
https://gobiernoabierto.cordoba.gob.ar/media/datos/GUIA_C%C3%B3rdoba_una_ciudad_en_cifras_2017.pdf

Muñiz, R. (2013). *Concepto de investigación de mercados*. Obtenido de Marketing en el Siglo XXI. 5ª Edición :: CAPÍTULO 3. Investigación de mercados:
<https://www.marketing-xxi.com/concepto-de-investigacion-de-mercados-23.htm>

Nassir Sapag Chain, Reinaldo Sapag Chain. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos*.

Nassir Sapag Chain, Reinaldo Sapag Chain. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos*. McGraw-Hill Interamericana,.

Pabon, R. (6 de Noviembre de 2013). *Vuiabilidad organizacional- Preparación y evaluación de proyectos*. Obtenido de <http://aulapreparacionyevaluaciondeproyectos.blogspot.com/2013/11/viabilidad-organizacional-legal-y-social.html>

- Pedano, G. (2 de Julio de 2017). *GÜEMES: El nuevo Barrio efervescente de Córdoba/ Las ocho coordenadas esenciales* . Obtenido de <http://malevamag.com/guemes-el-nuevo-barrio-efervescente-de-cordoba-las-ocho-coordenadas-esenciales-por-gaston-pedano-desde-cordoba/>
- Porter, M. (2002). *Ventaja competitiva*. Compañía editorial Continental.
- Prado, P. A. (1999). *RÉGIMEN LABORAL DE LA PEQUEÑA EMPRESA*. Obtenido de <http://www.legislaw.com.ar/legislaw/leyes1.html>
- publicas, M. d. (s.f.). *Ley 24467 -Infoleg.mecon.gov.ar*. Obtenido de <http://archive.is/oZPzI>
- PyME, F. O. (2017). Obtenido de <http://www.observatoriopyme.org.ar/newsite/wp-content/uploads/2017/07/La-Coyuntura-de-las-PyME-industriales-FOP-I-2017.pdf>
- pyme.net, e. (2018). *Plan de inversión*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/plan-de-inversion>
- Ramirez Rojas, J. L. (2009). *La planeación estratégica y el análisis DOFA*. Obtenido de Universidad Veracruzana: <URL: <http://www.uv.mx/iiesca/files/2012/12/herramienta2009-2.pdf>>
- Reddin, W. J. (2012). *¿Qué es la Administración por Objetivos?* Obtenido de Reddin Consultants: <http://reddinconsultants.com/espanol/wp-content/uploads/2011/02/Direccion-por-resultados4.pdf>
- Rico, V. (2017). *Estudios de mercado y análisis de mercado- Análisis y Conclusiones*. Obtenido de [¿Sirve un estudio de mercado para garantizarnos la viabilidad de nuestro proyecto? ¿Cómo hacerlo, o a quién delegárselo?: https://www.estudiosdemercado.org/que_es_un_estudio_de_mercado.html](https://www.estudiosdemercado.org/que_es_un_estudio_de_mercado.html)
- Rodríguez Ariza, L. (1 de Junio de 2017). *Viabilidad de proyectos*. Obtenido de <https://ugremprendedora.ugr.es/viabilidad-de-proyectos/>

- Ross S. A., Westerfield R. W. & Jaffe J. F. (2006). *Finanzas Corporativas*. México: Editorial McGraw-Hill, Séptima Edición.
- Ross, S, Westerfield y Jordan B D . (2001). *Fundamentos de Finanzas Cooperativas*. México: Editorial Mc Graw Hill.
- Ross, Westerfield, Jordan. (2001). *Fundamentos de finanzas corporativas*. McGraw-Hill.
- Sabino, C. (1996). *El proceso de investigación*. Buenos Aires: Lumen Hvmanitas.
- Sapag Chain, N. (2007). *Proyectos de Inversion: formulacion y evaluación*. México: Parson/Prentice Hall.
- Sapag Chain, N. (2008). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Colombia: McGraw-Hill Interamericana S.A. .
- SBQ, C. (2018). *Diagrama de Ishikawa o diagrama causa-efecto*. Obtenido de <https://www.s bqconsultores.es/diagrama-de-ishikawa-o-diagrama-causa-efecto/>
- School, B. (2018). *¿Qué es un diagrama de Gantt y para qué sirve?* Obtenido de Project Management: <https://www.obs-edu.com/int/blog-project-management/diagramas-de-gantt/que-es-un-diagrama-de-gantt-y-para-que-sirve>
- Significados. (2017). *Que es un plan de negocios*. Obtenido de <https://www.significados.com/plan-de-negocios/>
- Somos Pymes . (2017). *Somos Pymes*. Obtenido de <http://www.somos-pymes.com/somospymes/>
- Tagle, J. (2015). *Pasos para crear el plan de Marketing perfecto*. Obtenido de <http://es.themeyourself.com/plan-de-marketing/>
- Tasas de plazo fijo de diferentes bancos: <https://www.elmejortrato.com.ar/deposito-plazo-fijo/deposito-plazo-fijo-comparacion/Deposito-Plazo-Fijo-Comparacion.aspx?&monto=1000000&amount=1000000&plazo=365&term=365>

The Nielsen Company. Tendencias de comida fuera del hogar:
[https://www.nielsen.com/ar/es/press-room/2016/Solo-21-por-ciento-de-los-argentinos-
come-fuera-de-su-hogar-al-menos-una-vez-a-la-semana-o-mas-a-menudo.html](https://www.nielsen.com/ar/es/press-room/2016/Solo-21-por-ciento-de-los-argentinos-come-fuera-de-su-hogar-al-menos-una-vez-a-la-semana-o-mas-a-menudo.html)

Thompson, A. (2006). *Administración Estratégica*. Mc Graw Hill.

Thompson, I. (2018). *Promonegocios.net*. Obtenido de ¿Qué es la Administración?:
<https://promonegocios.net/administracion/que-es-administracion.html>

Toya, M. A. (2018). *Dirección de Evaluación de Impacto Ambiental*. Obtenido de
[https://gobiernoabierto.cordoba.gov.ar/funcionarios/oficina/direccion-de-
evaluacion-de-impacto-ambiental/221](https://gobiernoabierto.cordoba.gov.ar/funcionarios/oficina/direccion-de-evaluacion-de-impacto-ambiental/221)

Tutoriales, G. (3 de Marzo de 2017). *Diagrama Causa-Efecto-(DIAGRAMA ISHIKAWA)*.
Obtenido de [https://www.gestiondeoperaciones.net/gestion-de-calidad/que-es-el-
diagrama-de-ishikawa-o-diagrama-de-causa-efecto/](https://www.gestiondeoperaciones.net/gestion-de-calidad/que-es-el-diagrama-de-ishikawa-o-diagrama-de-causa-efecto/)

UniNotas. (4 de Enero de 2017). *Qué es la viabilidad legal de un proyecto*. Obtenido de
<https://www.uninotas.net/que-es-la-viabilidad-legal-de-un-proyecto/>

Van Horne, J. C. (1992). *Fundamentos de la Gestión Financiera* . Prentice Hall .

Verdale, E. (1 de Diciembre de 2010). *Viabilidad Financiera*. Obtenido de
[https://todoparaemprendedores.wordpress.com/2010/12/01/importancia-de-la-
viabilidad-financiera/](https://todoparaemprendedores.wordpress.com/2010/12/01/importancia-de-la-viabilidad-financiera/)

Westerfield, Ross, Jaffe. (2012). *Finanzas Corporativas- 9na edición*. México dF: MC
Graw Hill.

Wyss F. y Garzón J. M. (2017). *Instituto IERAL de la Fundación Mediterránea*. Obtenido
de [http://www.ieral.org/noticias/los-precios-alimentos-juegan-favor-bcra-
3305.html](http://www.ieral.org/noticias/los-precios-alimentos-juegan-favor-bcra-3305.html)

Capítulo 8: ANEXOS

5. ANEXO 1: Encuesta a posibles clientes.

Con la realización de las encuestas, se procurará reconocer las preferencias de los consumidores a la hora de merendar, tener reuniones por la tarde y after office, respecto de los productos a consumir, calidad, variedad, atención y precio, lo que significará disponer del conocimiento del mercado.

1. ¿Cuántas veces concurre a bares por reuniones por semana?

- a) una vez.
- b) dos veces.
- c) más de 3 veces.

2. ¿Habitualmente con cuantas personas concurre a estos bares?

- a) concuro solo.
- b) con otra persona.
- c) con más de 3 personas.

3. ¿Cuáles son sus infusiones, complementos, jugos, batidos y licuados favoritos?

- a) Té / Café
- b) Jugos batidos
- c) Licuados /Yogures

4. Mencione sus preferencias en el rubro panadería, sandwichería, tortas, fiambres, Brusquetas y picadas varias.

- a) Rubro Panadería
- b) Rubro Sandwicheria
- c) Rubro Tortas
- d) Picadas varias

5. ¿Suele realizar salidas post oficina / trabajo / estudio con sus compañeros y compañeras?

- a) Post trabajo
- b) Estudio (post o para estudio)
- c) A modo recreativo/ distractivo.

6. ¿Qué bebidas y/o alimentos prefiere en estas salidas?

- a) Bebidas calientes
- b) Bebidas frías
- c) Alimentos complementarios.

7. ¿Qué aspectos considera importantes en la ambientación de los espacios a compartir?

- a) Calidez / Comodidad
- b) Iluminación
- c) Sonido ambiente.

8. Indique las cualidades que son de su agrado en cuanto al servicio y atención en este tipo de bares.

- a) Amabilidad
- b) Agilidad
- c) Tranquilidad

9. ¿Cuál es el gasto promedio que realiza en estas salidas?

- a) < \$200=
- b) \$200 - \$300.=
- c) > \$ 300.=

Agradecemos su tiempo y atención.

ANEXO 2: Crecimiento de la Demanda (3 primeros meses)

Enero							
	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	TOTAL
entre las 16:00 y 17:00	2	5	6	4	7	5	29
entre las 17:00 y 18:00	4	4	5	6	9	10	38
entre las 18:00 y 19:00	8	11	9	10	12	15	65
entre las 19:00 y 20:00	5	6	7	8	7	7	40
entre las 20:00 y 21:00	3	4	3	4	5	2	21
TOTAL	22	30	30	32	40	39	193

Enero							
	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	TOTAL
entre las 16:00 y 17:00	4	3	5	7	6	9	34
entre las 17:00 y 18:00	7	8	7	10	11	15	58
entre las 18:00 y 19:00	6	7	8	8	10	12	51
entre las 19:00 y 20:00	5	4	3	5	6	4	27
entre las 20:00 y 21:00	2	3	6	4	7	5	27
TOTAL	24	25	29	34	40	45	197

Enero							
	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	TOTAL
entre las 16:00 y 17:00	6	5	7	8	9	8	43
entre las 17:00 y 18:00	4	3	6	9	11	12	45
entre las 18:00 y 19:00	8	7	9	6	13	9	52
entre las 19:00 y 20:00	5	6	4	7	9	6	37
entre las 20:00 y 21:00	2	4	1	5	4	3	19
TOTAL	25	25	27	35	46	38	196

Enero							
	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	TOTAL
entre las 16:00 y 17:00	4	7	6	7	8	10	42
entre las 17:00 y 18:00	8	6	9	10	15	12	60
entre las 18:00 y 19:00	5	8	6	9	7	9	44
entre las 19:00 y 20:00	3	5	7	8	9	7	39
entre las 20:00 y 21:00	2	4	3	5	6	5	25
TOTAL	22	30	31	39	45	43	210

Febrero							
	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	TOTAL
entre las 16:00 y 17:00	3	4	6	7	9	10	39
entre las 17:00 y 18:00	5	9	8	8	11	14	55
entre las 18:00 y 19:00	7	7	9	10	12	10	55
entre las 19:00 y 20:00	6	8	6	5	7	9	41
entre las 20:00 y 21:00	4	5	7	9	8	6	39
TOTAL	25	33	36	39	47	49	229

Febrero							
	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	TOTAL
entre las 16:00 y 17:00	4	6	5	6	9	7	37
entre las 17:00 y 18:00	5	8	7	9	10	11	50
entre las 18:00 y 19:00	7	9	8	10	11	14	59
entre las 19:00 y 20:00	5	4	6	7	6	9	37
entre las 20:00 y 21:00	3	2	5	8	6	4	28
TOTAL	24	29	31	40	42	45	211

Febrero							
	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	TOTAL
entre las 16:00 y 17:00	3	5	7	4	8	6	33
entre las 17:00 y 18:00	8	9	8	8	6	10	49
entre las 18:00 y 19:00	7	8	6	11	10	13	55
entre las 19:00 y 20:00	6	5	5	8	9	7	40
entre las 20:00 y 21:00	2	4	3	5	7	4	25
TOTAL	26	31	29	36	40	40	202

Febrero							
	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	TOTAL
entre las 16:00 y 17:00	4	6	5	6	7	9	37
entre las 17:00 y 18:00	7	5	8	9	8	12	49
entre las 18:00 y 19:00	6	7	9	10	14	11	57
entre las 19:00 y 20:00	5	4	6	7	8	6	36
entre las 20:00 y 21:00	4	2	5	8	6	5	30
TOTAL	26	24	33	40	43	43	209

Marzo							
	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	TOTAL
entre las 16:00 y 17:00	5	7	6	8	7	8	41
entre las 17:00 y 18:00	7	9	5	7	14	17	59
entre las 18:00 y 19:00	8	6	9	13	12	10	58
entre las 19:00 y 20:00	4	9	7	6	9	8	43
entre las 20:00 y 21:00	4	5	4	2	6	5	26
TOTAL	28	36	31	36	48	48	227

Marzo							
	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	TOTAL
entre las 16:00 y 17:00	4	6	7	5	8	7	37
entre las 17:00 y 18:00	7	8	10	9	15	14	63
entre las 18:00 y 19:00	9	7	8	10	13	16	63
entre las 19:00 y 20:00	6	9	5	8	7	9	44
entre las 20:00 y 21:00	5	4	6	5	4	6	30
TOTAL	31	34	36	37	47	52	237

Marzo							
	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	TOTAL
entre las 16:00 y 17:00	6	5	7	6	8	10	42
entre las 17:00 y 18:00	8	7	6	8	13	17	59
entre las 18:00 y 19:00	9	8	9	10	12	15	63
entre las 19:00 y 20:00	7	9	8	11	6	7	48
entre las 20:00 y 21:00	4	6	5	3	5	6	29
TOTAL	34	35	35	38	44	55	241

Marzo							
	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	TOTAL
entre las 16:00 y 17:00	7	8	8	9	6	9	47
entre las 17:00 y 18:00	6	8	7	9	14	15	59
entre las 18:00 y 19:00	9	7	12	11	17	13	69
entre las 19:00 y 20:00	8	9	5	6	9	10	47
entre las 20:00 y 21:00	5	5	6	7	6	8	37
TOTAL	35	37	38	42	52	55	259

ANEXO 3. Ventas mensuales por año

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
indice de precio congreso	25,69	28,39	38,54	27,59	40,39	24,69	48,59	33,41	34,51	35,39	35,08	36,42

Proporcion de meses por Estacion del año	PERIODO 0	Año 2018										
		Verano			Otoño			Invierno				
		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio					
Estacionalidad 2												
Crecimiento mensual		1,07	1,07	1,07	1,07	1,04						1,04
Personas (RED.)		884	946	658	354	1.037	1.109				808	346
Estacionalidad 1												
Personas		884	946	658	354	1.037	1.109				808	346
Estacionalidad 1		0,9	0,9	0,9	1,05	1,05	1,05	1,05	1,05	1,05	1,05	1,1
Personas		796	851	592	372	1089	1165				848	381
					964,02							1.228,85
Inflacion		0,0405	0,0405	0,0400	0,0405	0,0405	0,0405	0,0405	0,0405	0,0405	0,0405	0,0400
Ventas		248.344,55	265.728,67	300.773,38	339.845,05	363.634,20						383.400,88
Costo de vta		71.827,26	76.855,17	86.990,95	98.291,43	105.171,83						110.888,83
Egresos por mano de obra		124.008,84	124.008,84	124.008,84	124.008,84	124.008,84						171.013,27
Egresos por alquiler		30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00						30.000,00
Egresos por electricidad		20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00						20.000,00
Egresos por gas natural		15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00						15.000,00
IIBB		6.953,65	7.440,40	8.421,65	9.515,66	10.181,76						10.735,22
MUNI		2.086,09	2.232,12	2.526,50	2.854,70	3.054,53						3.220,57
Depreciación		3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42						3.563,42
Total		273.439,27	279.099,96	290.511,36	303.234,05	310.980,37						364.421,30
Interes prestamo		9.188,63	9.188,63	9.188,63	9.188,63	9.188,63						9.188,63
Utilidad antes de impuestos		-34.283,35	-22.559,92	1.073,39	27.422,37	43.465,20						9.790,94
Impuesto a las ganancias		-11.999,17	-7.895,97	375,69	9.597,83	15.212,82						3.426,83
Utilidad neta más depreciación		-46.282,52	-30.455,89	697,70	17.824,54	28.252,38						6.364,11
U. DESP IMP + AMOR		-42.719,10	-26.892,47	4.261,12	21.387,96	31.815,80						9.927,53
Inversión física		-427.610,00										
Inversión en capital de trabajo		-43.007,77										
Préstamo obtenido		171.044,00										
Amortización prestamo			288,67	288,67	288,67	288,67	288,67	288,67				288,67
SELLADO		-2.072,52										
Flujo de caja		-43.007,77	-27.181,14	3.972,45	21.099,29	31.527,13						9.638,86
Flujo de fondo Acumulado		-301.646,29	-344.654,06	-371.835,20	-367.862,75	-346.763,47	-315.236,34					-305.597,48

	Año 2018								
			0,70	0,30				0,65	0,35
			Primavera						
	Julio	Agosto	Septiembre		Octubre	Noviembre	Diciembre		
Estacionalidad 2									
Crecimiento mensual									
Personas (RED.)	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	
Estacionalidad 1									
Personas	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	
Estacionalidad 1	1,1	1,1	1,1	0,95	0,95	0,95	0,95	0,9	
Personas	1320	1320	924	342	1140	1140	741	378	
				1.266,00				1.119,00	
Inflacion	0,0405	0,0405		0,0400	0,0405	0,0405		0,0400	
Ventas	412.035,64	412.035,64		394.992,90	355.848,96	355.848,96		349.128,80	
Costo de vta	119.170,70	119.170,70		114.241,52	102.920,15	102.920,15		100.976,51	
Egresos por mano de obra	124.008,84	124.008,84		124.008,84	124.008,84	124.008,84		171.013,27	
Egresos por alquiler	30.000,00	30.000,00		30.000,00	30.000,00	30.000,00		30.000,00	
Egresos por electricidad	20.000,00	20.000,00		20.000,00	20.000,00	20.000,00		20.000,00	
Egresos por gas natural	15.000,00	15.000,00		15.000,00	15.000,00	15.000,00		15.000,00	
IIBB	11.537,00	11.537,00		11.059,80	9.963,77	9.963,77		9.775,61	
MUNI	3.461,10	3.461,10		3.317,94	2.989,13	2.989,13		2.932,68	
Depreciación	3.563,42	3.563,42		3.563,42	3.563,42	3.563,42		3.563,42	
Total	326.741,05	326.741,05		321.191,52	308.445,31	308.445,31		353.261,48	
Interes prestamo	9.188,63	9.188,63		9.188,63	9.188,63	9.188,63		9.188,63	
Utilidad antes de impuestos	76.105,96	76.105,96		64.612,75	38.215,02	38.215,02		-13.321,31	
Impuesto a las ganancias	26.637,09	26.637,09		22.614,46	13.375,26	13.375,26		-4.662,46	
Utilidad neta	49.468,87	49.468,87		41.998,29	24.839,77	24.839,77		-17.983,77	
más depreciación	3.563,42	3.563,42		3.563,42	3.563,42	3.563,42		3.563,42	
U. DESP IMP + AMOR	53.032,29	53.032,29		45.561,70	28.403,18	28.403,18		-14.420,36	
Inversión física									
Inversión en capital de trabajo									
Préstamo obtenido									
Amortización prestamo	288,67	288,67		288,67	288,67	288,67		288,67	
SELLADO									
Flujo de caja	52.743,62	52.743,62		45.561,70	28.114,51	28.114,51		-14.420,36	
Flujo de fondo Acumulado	-252.853,86	-200.110,24		-154.548,54	-126.434,02	-98.319,51		-112.739,87	

Expectativas de crecimiento por inflacion	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Aumento en los Sueldos	0,18	0,015	0,015	0,015	0,015	0,015
Aumento Alquiler	0,12	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
Aumento Elec	0,12	0,0100	0,0100	0,0100	0,0100	0,0100
Aumento gas	0,12	0,0100	0,0100	0,0100	0,0100	0,0100

	PERIODO 1	Año 2019							
Proporcion de meses por Estacion del año				0,65	0,35			0,70	0,30
		Verano			Otoño			Invierno	
		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		
Estacionalidad 2									
Crecimiento mensual									1,04
Personas (RED.)		1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200		1.200
Estacionalidad 1									
Personas		1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200		1.200
Estacionalidad 1		0,9	0,9	0,9	1,05	1,05	1,05	1,05	1,1
Personas		1080	1080	702	441	1260	1260	882	396
				1.143,00					1.278,00
Inflacion		0,028	0,028	0,028	0,028	0,028	0,028		0,028
Ventas		333.021,01	333.021,01	352.447,23	388.524,51	388.524,51			394.074,86
Costo de vta		96.317,75	96.317,75	101.936,28	112.370,71	112.370,71			113.976,00
Egresos por mano de obra		125.868,98	125.868,98	125.418,98	125.868,98	125.868,98			173.578,46
Egresos por alquiler		30.300,00	30.300,00	30.300,00	30.300,00	30.300,00			30.300,00
Egresos por electricidad		20.200,00	20.200,00	20.200,00	20.200,00	20.200,00			20.200,00
Egresos por gas natural		15.150,00	15.150,00	15.150,00	15.150,00	15.150,00			15.150,00
IIBB		9.324,59	9.324,59	9.868,52	10.878,69	10.878,69			11.034,10
MUNI		2.797,38	2.797,38	2.960,56	3.263,61	3.263,61			3.310,23
Depreciación		3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42			3.563,42
Total		303.522,11	303.522,11	309.397,76	321.595,39	321.595,39			371.112,21
Interes prestamo		8.933,66	8.933,66	8.933,66	8.933,66	8.933,66			8.933,66
Utilidad antes de impuestos		20.565,24	20.565,24	34.115,82	57.995,46	57.995,46			14.028,99
Impuesto a las ganancias		7.197,83	7.197,83	11.940,54	20.298,41	20.298,41			4.910,15
Utilidad neta		13.367,41	13.367,41	22.175,28	37.697,05	37.697,05			9.118,84
más depreciación		3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42			3.563,42
U. DESP IMP + AMOR		16.930,82	16.930,82	25.738,70	41.260,46	41.260,46			12.682,26
Inversión física									
Inversión en capital de trabajo									
Préstamo obtenido	\$ 0,00								
Amortización prestamo		543,64	543,64	543,64	543,64	543,64			543,64
SELLADO	\$ 0,00								
Flujo de fondo		16.387,18	16.387,18	25.195,06	40.716,82	40.716,82			12.138,62
Flujo neto de caja	-\$ 112.739,87	-96.352,68	-79.965,50	-54.770,44	-14.053,61	26.663,21			38.801,83

	Año 2019							
			0,70	0,30			0,65	0,35
	Invierno			Primavera				
	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre		
Estacionalidad 2								
Crecimiento mensual								
Personas (RED.)	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	
Estacionalidad 1								
Personas	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	
Estacionalidad 1	1,1	1,1	1,1	0,95	0,95	0,95	0,95	
Personas	1320	1320	924	342	1140	1140	741	
			1.266,00				1.119,00	
Inflacion	0,028	0,028	0,028	0,028	0,028	0,028	0,028	
Ventas	407.025,68	407.025,68	390.374,63	351.522,18	351.522,18	345.046,77		
Costo de via	117.721,69	117.721,69	112.905,81	101.668,73	101.668,73	99.795,89		
Egresos por mano de obra	125.868,98	125.868,98	125.868,98	125.868,98	125.868,98	173.578,46		
Egresos por alquiler	30.300,00	30.300,00	30.300,00	30.300,00	30.300,00	30.300,00		
Egresos por electricidad	20.200,00	20.200,00	20.200,00	20.200,00	20.200,00	20.200,00		
Egresos por gas natural	15.150,00	15.150,00	15.150,00	15.150,00	15.150,00	15.150,00		
IIBB	11.396,72	11.396,72	10.930,49	9.842,62	9.842,62	9.661,31		
MUNI	3.419,02	3.419,02	3.279,15	2.952,79	2.952,79	2.898,39		
Depreciación	3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42		
Total	327.619,82	327.619,82	322.197,83	309.546,53	309.546,53	355.147,47		
Interes prestamo	8.933,66	8.933,66	8.933,66	8.933,66	8.933,66	8.933,66		
Utilidad antes de impuestos	70.472,20	70.472,20	59.243,13	33.041,98	33.041,98	-19.034,37		
Impuesto a las ganancias	24.665,27	24.665,27	20.735,10	11.564,69	11.564,69	13.267,11		
Utilidad neta	45.806,93	45.806,93	38.508,04	21.477,29	21.477,29	-32.301,48		
más depreciación	3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42		
U. DESP IMP + AMOR	49.370,34	49.370,34	42.071,45	25.040,70	25.040,70	-28.738,06		
Inversión física								
Inversión en capital de trabajo								
Préstamo obtenido								
Amortizacion prestamo	543,64	543,64	543,64	543,64	543,64	543,64		
SELLADO								
Flujo de fondo	48.826,70	48.826,70	41.527,81	24.497,06	24.497,06	-29.281,70		
Flujo neto de caja	87.628,54	136.455,24	177.983,05	202.480,12	226.977,18	197.695,48		

	PERIODO 2	Año 2020							
Proporcion de meses por Estacion del año				0,65	0,35			0,70	0,30
	Verano			Otoño				Invierno	
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio			
Estacionalidad 2									
Crecimiento mensual							1,04		
Personas (RED.)	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200		
Estacionalidad 1									
Personas	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200		
Estacionalidad 1	0,9	0,9	0,9	1,05	1,05	1,05	1,05		
Personas	1080	1080	702	441	1260	1260	882		
Inflacion	0,029	0,029		0,029	0,029	0,029	0,029		
Ventas	342.599,29	342.599,29	362.584,25	399.699,18	399.699,18		405.409,16		
Costo de vta	99.088,02	99.088,02	104.868,16	115.602,69	115.602,69		117.254,16		
Egresos por mano de obra	127.757,01	127.757,01	127.300,26	127.757,01	127.757,01		176.182,14		
Egresos por alquiler	30.603,00	30.603,00	30.603,00	30.603,00	30.603,00		30.603,00		
Egresos por electricidad	20.402,00	20.402,00	20.402,00	20.402,00	20.402,00		20.402,00		
Egresos por gas natural	15.301,50	15.301,50	15.301,50	15.301,50	15.301,50		15.301,50		
IIBB	9.592,78	9.592,78	10.152,36	11.191,58	11.191,58		11.351,46		
MUNI	2.877,83	2.877,83	3.045,71	3.357,47	3.357,47		3.405,44		
Depreciación	3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42		3.563,42		
Total	309.185,56	309.185,56	315.236,40	327.778,67	327.778,67		378.063,11		
Interes prestamo	8.453,49	8.453,49	8.453,49	8.453,49	8.453,49		8.453,49		
Utilidad antes de impuestos	24.960,24	24.960,24	38.894,37	63.467,02	63.467,02		18.892,57		
Impuesto a las ganancias	8.736,09	8.736,09	13.613,03	22.213,46	22.213,46		6.612,40		
Utilidad neta	16.224,16	16.224,16	25.281,34	41.253,56	41.253,56		12.280,17		
más depreciación	3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42		3.563,42		
U. DESP IMP + AMOR	19.787,58	19.787,58	28.844,75	44.816,98	44.816,98		15.843,59		
Inversión física	-								
Inversión en capital de trabajo									
Préstamo obtenido	\$ 0,00								
Amortización prestamo	1.023,81	1.023,81	1.023,81	1.023,81	1.023,81		1.023,81		
SELLADO	\$ 0,00								
Flujo de fondo	18.763,76	18.763,76	27.820,94	43.793,17	43.793,17		14.819,77		
Flujo de caja	\$ 197.695,48	216.459,25	235.223,01	263.043,95	306.837,11	350.630,28	365.450,05		

	Año 2020							
			0,70	0,30			0,65	0,35
	Invierno			Primavera				
	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre		
Estacionalidad 2								
Crecimiento mensual								
Personas (RED.)	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	
Estacionalidad 1								
Personas	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	
Estacionalidad 1	1,1	1,1	1,1	0,95	0,95	0,95	0,95	
Personas	1320	1320	924	342	1140	1140	741	
				1.266,00			1.119,00	
Inflacion	0,029	0,029		0,029	0,029	0,029	0,029	
Ventas	418.732,47	418.732,47	401.602,50	361.632,59	361.632,59	361.632,59	354.970,93	
Costo de vta	121.107,58	121.107,58		116.153,18	104.592,91	104.592,91	102.666,20	
Egresos por mano de obra	127.757,01	127.757,01		127.757,01	127.757,01	127.757,01	176.182,14	
Egresos por alquiler	30.603,00	30.603,00		30.603,00	30.603,00	30.603,00	30.603,00	
Egresos por electricidad	20.402,00	20.402,00		20.402,00	20.402,00	20.402,00	20.402,00	
Egresos por gas natural	15.301,50	15.301,50		15.301,50	15.301,50	15.301,50	15.301,50	
IIBB	11.724,51	11.724,51		11.244,87	10.125,71	10.125,71	9.939,19	
MUNI	3.517,35	3.517,35		3.373,46	3.037,71	3.037,71	2.981,76	
Depreciación	3.563,42	3.563,42		3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42	
Total	333.976,37	333.976,37	328.398,44	315.383,26	315.383,26	315.383,26	361.639,20	
Interes prestamo	8.453,49	8.453,49		8.453,49	8.453,49	8.453,49	8.453,49	
Utilidad antes de impuestos	76.302,61	76.302,61	64.750,58	37.795,84	37.795,84	37.795,84	-15.121,75	
Impuesto a las ganancias	26.705,91	26.705,91	22.662,70	13.228,54	13.228,54	13.228,54	13.267,11	
Utilidad neta	49.596,70	49.596,70	42.087,88	24.567,29	24.567,29	24.567,29	-28.388,86	
más depreciación	3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42	
U. DESP IMP + AMOR	53.160,12	53.160,12	45.651,29	28.130,71	28.130,71	28.130,71	-24.825,44	
Inversión física								
Inversión en capital de trabajo								
Préstamo obtenido								
Amortización prestamo	1.023,81	1.023,81		1.023,81	1.023,81	1.023,81	1.023,81	
SELLADO								
Flujo de fondo	52.136,30	52.136,30		44.627,48	27.106,90	27.106,90	-25.849,26	
Flujo de caja	417.586,35	469.722,65	514.350,13	541.457,03	568.563,93	568.563,93	542.714,67	

	PERIODO 3	Año 2021							
Proporcion de meses por Estacion del año				0,65	0,35			0,70	0,30
		Verano			Otoño			Invierno	
		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		
Estacionalidad 2									
Crecimiento mensual									1,04
Personas (RED.)		1.200	1.200	1.200	1.200	1.200			1.200
Estacionalidad 1									
Personas		1.200	1.200	1.200	1.200	1.200			1.200
Estacionalidad 1		0,9	0,9	0,9	1,05	1,05	1,05	1,05	1,1
Personas		1080	1080	702	441	1260	1260	882	396
					1.143,00				1.278,00
Inflacion		0,0295	0,0295		0,029	0,029	0,0295		0,029
Ventas		352.702,89	352.702,89	373.277,22	411.486,70	411.486,70			417.365,08
Costo de vta		102.010,22	102.010,22	107.960,82	119.011,93	119.011,93			120.712,10
Egresos por mano de obra		129.673,37	129.673,37	129.209,76	129.673,37	129.673,37			178.824,87
Egresos por alquiler		30.909,03	30.909,03	30.909,03	30.909,03	30.909,03			30.909,03
Egresos por electricidad		20.606,02	20.606,02	20.606,02	20.606,02	20.606,02			20.606,02
Egresos por gas natural		15.454,52	15.454,52	15.454,52	15.454,52	15.454,52			15.454,52
IIBB		9.875,68	9.875,68	10.451,76	11.521,63	11.521,63			11.686,22
MUNI		2.962,70	2.962,70	3.135,53	3.456,49	3.456,49			3.505,87
Depreciación		3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42			3.563,42
Total		315.054,96	315.054,96	321.290,86	334.196,39	334.196,39			385.262,04
Interes prestamo		7.549,19	7.549,19	7.549,19	7.549,19	7.549,19			7.549,19
Utilidad antes de impuestos		30.098,74	30.098,74	44.437,18	69.741,12	69.741,12			24.553,85
Impuesto a las ganancias		10.534,56	10.534,56	15.553,01	24.409,39	24.409,39			8.593,85
Utilidad neta		19.564,18	19.564,18	28.884,16	45.331,73	45.331,73			15.960,00
más depreciación		3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42			3.563,42
U. DESP IMP + AMOR		23.127,60	23.127,60	32.447,58	48.895,14	48.895,14			19.523,42
Inversión física									
Inversión en capital de trabajo									
Préstamo obtenido	\$ 0,00								
Amortizacion prestamo		1.928,11	1.928,11	1.928,11	1.928,11	1.928,11			1.928,11
SELLADO	\$ 0,00								
Flujo de fondo		21.199,49	21.199,49	30.519,47	46.967,03	46.967,03			17.595,31
Flujo neto de caja	\$ 542.714,67	563.914,15	585.113,64	615.633,11	662.600,14	709.567,17			727.162,48

	Año 2021							
			0,70	0,30			0,65	0,35
	Invierno			Primavera				
	Julio	Agosto	Septiembre		Octubre	Noviembre	Diciembre	
Estacionalidad 2								
Crecimiento mensual								
Personas (RED.)	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200
Estacionalidad 1								
Personas	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200
Estacionalidad 1	1,1	1,1	1,1	0,95	0,95	0,95	0,95	0,9
Personas	1320	1320	924	342	1140	1140	741	378
			1.266,00					1.119,00
Inflacion	0,0295	0,0295	0,0295		0,0295	0,0295	0,0295	
Ventas	431.081,30	431.081,30	413.446,16		372.297,49	372.297,49	365.439,38	
Costo de vta	124.679,16	124.679,16	119.578,65		107.677,46	107.677,46	105.693,93	
Egresos por mano de obra	129.673,37	129.673,37	129.673,37		129.673,37	129.673,37	178.824,87	
Egresos por alquiler	30.909,03	30.909,03	30.909,03		30.909,03	30.909,03	30.909,03	
Egresos por electricidad	20.606,02	20.606,02	20.606,02		20.606,02	20.606,02	20.606,02	
Egresos por gas natural	15.454,52	15.454,52	15.454,52		15.454,52	15.454,52	15.454,52	
IIBB	12.070,28	12.070,28	11.576,49		10.424,33	10.424,33	10.232,30	
MUNI	3.621,08	3.621,08	3.472,95		3.127,30	3.127,30	3.069,69	
Depreciación	3.563,42	3.563,42	3.563,42		3.563,42	3.563,42	3.563,42	
Total	340.576,87	340.576,87	334.834,44		321.435,44	321.435,44	368.353,78	
Interes prestamo	7.549,19	7.549,19	7.549,19		7.549,19	7.549,19	7.549,19	
Utilidad antes de impuestos	82.955,25	82.955,25	71.062,53		43.312,87	43.312,87	-2.914,40	
Impuesto a las ganancias	29.034,34	29.034,34	24.871,89		15.159,50	15.159,50	13.267,11	
Utilidad neta	53.920,91	53.920,91	46.190,65		28.153,36	28.153,36	-16.181,51	
más depreciación	3.563,42	3.563,42	3.563,42		3.563,42	3.563,42	3.563,42	
U. DESP IMP + AMOR	57.484,33	57.484,33	49.754,06		31.716,78	31.716,78	-12.618,09	
Inversión física								
Inversión en capital de trabajo								
Préstamo obtenido								
Amortizacion prestamo	1.928,11	1.928,11	1.928,11		1.928,11	1.928,11	1.928,11	
SELLADO								
Flujo de fondo	55.556,21	55.556,21	47.825,95		29.788,67	29.788,67	-14.546,20	
Flujo neto de caja	782.718,69	838.274,90	886.100,85		915.889,52	945.678,19	931.131,98	

	PERIODO 4	Año 2022							
Proporcion de meses por Estacion del año				0,65	0,35			0,70	0,30
		Verano			Otoño			Invierno	
		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		
Estacionalidad 2									
Crecimiento mensual									1,04
Personas (RED.)		1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200		1.200
Estacionalidad 1									
Personas		1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200		1.200
Estacionalidad 1		0,9	0,9	0,9	1,05	1,05	1,05	1,05	1,1
Personas		1080	1080	702	441	1260	1260	882	396
				1.143,00					1.278,00
Inflacion		0,0292	0,0292	0,0292	0,0292	0,0292	0,0292		0,0292
Ventas		363.012,26	363.012,26	384.187,97	423.514,30	423.514,30	423.514,30		429.564,51
Costo de vta		104.991,95	104.991,95	111.116,48	122.490,60	122.490,60	122.490,60		124.240,47
Egresos por mano de obra		131.618,47	131.618,47	131.147,91	131.618,47	131.618,47	131.618,47		181.507,25
Egresos por alquiler		31.218,12	31.218,12	31.218,12	31.218,12	31.218,12	31.218,12		31.218,12
Egresos por electricidad		20.812,08	20.812,08	20.812,08	20.812,08	20.812,08	20.812,08		20.812,08
Egresos por gas natural		15.609,06	15.609,06	15.609,06	15.609,06	15.609,06	15.609,06		15.609,06
IIBB		10.164,34	10.164,34	10.757,26	11.858,40	11.858,40	11.858,40		12.027,81
MUNI		3.049,30	3.049,30	3.227,18	3.557,52	3.557,52	3.557,52		3.608,34
Depreciación		3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42		3.563,42
Total		321.026,74	321.026,74	327.451,51	340.727,67	340.727,67	340.727,67		392.586,54
Interes prestamo		5.846,16	5.846,16	5.846,16	5.846,16	5.846,16	5.846,16		5.846,16
Utilidad antes de impuestos		36.139,37	36.139,37	50.890,31	76.940,48	76.940,48	76.940,48		31.131,81
Impuesto a las ganancias		12.648,78	12.648,78	17.811,61	26.929,17	26.929,17	26.929,17		10.896,13
Utilidad neta		23.490,59	23.490,59	33.078,70	50.011,31	50.011,31	50.011,31		20.235,68
más depreciación		3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42		3.563,42
U. DESP IMP + AMOR		27.054,01	27.054,01	36.642,12	53.574,73	53.574,73	53.574,73		23.799,09
Inversión física									
Inversión en capital de trabajo									
Préstamo obtenido	\$ 0,00								
Amortizacion prestamo		3.631,15	3.631,15	3.631,15	3.631,15	3.631,15	3.631,15		3.631,15
SELLADO	\$ 0,00								
Flujo de fondo		23.422,86	23.422,86	33.010,97	49.943,58	49.943,58	49.943,58		20.167,95
Flujo neto de caja	\$ 931.131,98	954.554,84	977.977,71	1.010.988,68	1.060.932,26	1.110.875,85	1.110.875,85		1.131.043,79

	Año 2022							
			0,70	0,30			0,65	0,35
	Invierno			Primavera				
	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre		
Estacionalidad 2								
Crecimiento mensual								
Personas (RED.)	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	
Estacionalidad 1								
Personas	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	
Estacionalidad 1	1,1	1,1	1,1	0,95	0,95	0,95	0,95	
Personas	1320	1320	924	342	1140	1140	741	
			1.266,00				1.119,00	
Inflacion	0,0292	0,0292	0,0292		0,0292	0,0292	0,0292	
Ventas	443.681,65	443.681,65	425.531,04	383.179,61	383.179,61	376.121,03		
Costo de vta	128.323,49	128.323,49	123.073,89	110.824,83	110.824,83	108.783,32		
Egresos por mano de obra	131.618,47	131.618,47	131.618,47	131.618,47	131.618,47	181.507,25		
Egresos por alquiler	31.218,12	31.218,12	31.218,12	31.218,12	31.218,12	31.218,12		
Egresos por electricidad	20.812,08	20.812,08	20.812,08	20.812,08	20.812,08	20.812,08		
Egresos por gas natural	15.609,06	15.609,06	15.609,06	15.609,06	15.609,06	15.609,06		
IIBB	12.423,09	12.423,09	11.914,87	10.729,03	10.729,03	10.531,39		
MUNI	3.726,93	3.726,93	3.574,46	3.218,71	3.218,71	3.159,42		
Depreciación	3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42		
Total	347.294,64	347.294,64	341.384,36	327.593,71	327.593,71	375.184,05		
Interes prestamo	5.846,16	5.846,16	5.846,16	5.846,16	5.846,16	5.846,16		
Utilidad antes de impuestos	90.540,85	90.540,85	78.300,52	49.739,74	49.739,74	-4.909,17		
Impuesto a las ganancias	31.689,30	31.689,30	27.405,18	17.408,91	17.408,91	13.267,11		
Utilidad neta	58.851,55	58.851,55	50.895,34	32.330,83	32.330,83	-18.176,28		
más depreciación	3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42		
U. DESP IMP + AMORT	62.414,97	62.414,97	54.458,75	35.894,25	35.894,25	-14.612,86		
Inversión física								
Inversión en capital de trabajo								
Préstamo obtenido								
Amortización préstamo	3.631,15	3.631,15	3.631,15	3.631,15	3.631,15	3.631,15		
SELLADO								
Flujo de fondo	58.783,82	58.783,82	50.827,61	32.263,10	32.263,10	-18.244,01		
Flujo neto de caja	1.189.827,62	1.248.611,44	1.299.439,05	1.331.702,15	1.363.965,25	1.345.721,24		

PERIODO 5	Año 2023							
	Proporcion de meses por Estacion del año		0,65		0,35		0,70	
	Verano			Otoño			Invierno	
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		
Estacionalidad 2								
Crecimiento mensual								
Personas (RED.)	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	
Estacionalidad 1								
Personas	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	
Estacionalidad 1	0,9	0,9	0,9	1,05	1,05	1,05	1,05	1,1
Personas	1080	1080	702	441	1260	1260	882	396
			1.143,00				1.278,00	
Inflacion	0,030	0,030	0,030		0,030	0,030	0,030	
Ventas	374.030,83	374.030,83	395.849,30	436.369,30	436.369,30	436.369,30	442.603,15	
Costo de vta	108.178,78	108.178,78	114.489,21	126.208,58	126.208,58	126.208,58	128.011,56	
Egresos por mano de obra	133.592,74	133.592,74	133.115,13	133.592,74	133.592,74	133.592,74	184.229,85	
Egresos por alquiler	31.530,30	31.530,30	31.530,30	31.530,30	31.530,30	31.530,30	31.530,30	
Egresos por electricidad	21.020,20	21.020,20	21.020,20	21.020,20	21.020,20	21.020,20	21.020,20	
Egresos por gas natural	15.765,15	15.765,15	15.765,15	15.765,15	15.765,15	15.765,15	15.765,15	
IIBB	10.472,86	10.472,86	11.083,78	12.218,34	12.218,34	12.218,34	12.392,89	
MUNI	3.141,86	3.141,86	3.325,13	3.665,50	3.665,50	3.665,50	3.717,87	
Depreciación	3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42	
Total	327.265,32	327.265,32	333.892,33	347.564,24	347.564,24	347.564,24	400.231,24	
Interes prestamo	2.638,90	2.638,90	2.638,90	2.638,90	2.638,90	2.638,90	2.638,90	
Utilidad antes de impuestos	46.765,51	46.765,51	61.956,97	88.805,07	88.805,07	88.805,07	42.371,91	
Impuesto a las ganancias	16.367,93	16.367,93	21.684,94	31.081,77	31.081,77	31.081,77	14.830,17	
Utilidad neta	30.397,58	30.397,58	40.272,03	57.723,29	57.723,29	57.723,29	27.541,74	
más depreciación	3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42	
U. DESP IMP + AMOR	33.961,00	33.961,00	43.835,45	61.286,71	61.286,71	61.286,71	31.105,16	
Inversión física	-							
Inversión en capital de trabajo								
Préstamo obtenido	\$ 0,00							
Amortización prestamo	6.838,29	6.838,29	6.838,29	6.838,29	6.838,29	6.838,29	6.838,29	
SELLADO	\$ 0,00							
Flujo de fondo	27.122,71	27.122,71	36.997,16	54.448,42	54.448,42	54.448,42	24.266,87	
Flujo neto de caja	\$ 1.345.721,24	1.372.843,96	1.399.966,67	1.436.963,83	1.491.412,25	1.545.860,68	1.570.127,55	

	Año 2023							
			0,70	0,30			0,65	0,35
	Invierno			Primavera				
	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre		
Estacionalidad 2								
Crecimiento mensual								
Personas (RED.)	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	
Estacionalidad 1								
Personas	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	
Estacionalidad 1	1,1	1,1	1,1	0,95	0,95	0,95	0,95	
Personas	1320	1320	924	342	1140	1140	741	
				1.266,00			1.119,00	
Inflacion	0,030	0,030	0,030	0,030	0,030	0,030	0,030	
Ventas	457.148,79	457.148,79	438.447,25	394.810,32	394.810,32	387.537,50		
Costo de vta	132.218,51	132.218,51	126.809,57	114.188,72	114.188,72	112.085,24		
Egresos por mano de obra	133.592,74	133.592,74	133.592,74	133.592,74	133.592,74	184.229,85		
Egresos por alquiler	31.530,30	31.530,30	31.530,30	31.530,30	31.530,30	31.530,30		
Egresos por electricidad	21.020,20	21.020,20	21.020,20	21.020,20	21.020,20	21.020,20		
Egresos por gas natural	15.765,15	15.765,15	15.765,15	15.765,15	15.765,15	15.765,15		
IIBB	12.800,17	12.800,17	12.276,52	11.054,69	11.054,69	10.851,05		
MUNI	3.840,05	3.840,05	3.682,96	3.316,41	3.316,41	3.255,32		
Depreciación	3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42		
Total	354.330,54	354.330,54	348.240,87	334.031,63	334.031,63	382.300,53		
Interes prestamo	2.638,90	2.638,90	2.638,90	2.638,90	2.638,90	2.638,90		
Utilidad antes de impuestos	102.818,25	102.818,25	90.206,38	60.778,70	60.778,70	5.236,97		
Impuesto a las ganancias	35.986,39	35.986,39	31.572,23	21.272,54	21.272,54	13.267,11		
Utilidad neta	66.831,86	66.831,86	58.634,15	39.506,15	39.506,15	-8.030,14		
más depreciación	3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42	3.563,42		
U. DESP IMP + AMORT	70.395,28	70.395,28	62.197,57	43.069,57	43.069,57	-4.466,72		
Inversión física								
Inversión en capital de trabajo								
Préstamo obtenido								
Amortizacion prestamo	6.838,29	6.838,29	6.838,29	6.838,29	6.838,29	6.838,29		
SELLADO								
Flujo de fondo	63.556,99	63.556,99	55.359,28	36.231,28	36.231,28	-11.305,01		
Flujo neto de caja	1.633.684,54	1.697.241,54	1.752.600,82	1.788.832,10	1.825.063,39	1.813.758,38		

ANEXO 4. Costo de ventas

Capital de trabajo Diario

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total	rendimiento
Tartas Dulces	4	\$ 100,00	\$ 400,00	100 porciones cuadradas
Tortas Dulces	2	\$ 200,00	\$ 400,00	36 porciones
Sándwich	18	\$ 12,00	\$ 216,00	54 sándwich canapé
Mini pebetes	18	\$ 12,00	\$ 216,00	54 mini pebetitos
Fiambre Jamón kg	1	\$ 312,00	\$ 312,00	68 fetas
Fiambre Queso kg	1	\$ 216,00	\$ 216,00	70 fetas
Fiambre Salame	1	\$ 190,00	\$ 190,00	65 fetas
Fiambre Bondiola	1	\$ 200,00	\$ 200,00	65 fetas
Facturas	50	\$ 8,50	\$ 424,80	50 unidades
Medialunas	30	\$ 7,50	\$ 225,00	30 unidades
Criollos kg	1	\$ 120,00	\$ 120,00	55 unidades
Masitas	30	\$ 4,20	\$ 126,00	30 unidades
Banana	5	\$ 7,20	\$ 36,00	38 trocitos
Manzana	5	\$ 10,80	\$ 54,00	40 trocitos
Durazno	6	\$ 14,40	\$ 86,40	40 trocitos
Naranja	9	\$ 9,00	\$ 81,00	50 gajos
Ensalada de Frutas	1	\$ 90,00	\$ 90,00	32 compoteras
Flan	1	\$ 100,00	\$ 100,00	22 porciones
Mermeladas Durazno	50	\$ 3,50	\$ 175,00	50 unidades
Mermeladas Frutilla	50	\$ 3,50	\$ 175,00	50 unidades
Mermeladas Naranja	50	\$ 3,50	\$ 175,00	50 unidades
Queso Untable	50	\$ 5,00	\$ 250,00	50 unidades
Café	1	\$ 180,00	\$ 180,00	80 tazas
Te	50	\$ 0,84	\$ 42,00	50 unidades
Mate cocido	50	\$ 0,84	\$ 42,00	50 unidades
Leche	5	\$ 48,00	\$ 240,00	35 vasos llenos
TOTAL Dia			4.772,20	

COSTO POR PERSONA

86,77

Precio Unitario 300,00

Ganancia por persona -213,23

Tiempo	Días	Precio total
Días	6	26.030,18
Meses	26	112.797,45
Anual	312	1.353.569,45

ANEXO 5. Mano de obra (Sueldos)

Leg	Categoría	Fecha de Ingreso	% Jorn	Días Norm	Sueldo Básico	10%		12%		Antigüedad	TOTAL REMUN.
						Presentismo	Adic. Compl Servicios	Remun			
Peon General	Categoría 3	01/12/2018	50%	26	\$ 6.138,17	\$ 613,82	\$ 736,58	\$ 1.534,43	\$ -	\$ 9.023,00	
Limpieza	Categoría 3	01/12/2018	50%	26	\$ 6.138,17	\$ 613,82	\$ 736,58	\$ 1.534,43	\$ -	\$ 9.023,00	
Vozo de Mostrado	Categoría 2	01/12/2018	50%	26	\$ 5.907,63	\$ 590,76	\$ 708,92	\$ 1.476,80	\$ -	\$ 8.684,11	
Vozo de Mostrado	Categoría 2	01/12/2018	50%	26	\$ 5.907,63	\$ 590,76	\$ 708,92	\$ 1.476,80	\$ -	\$ 8.684,11	
Chef	Categoría 6	01/12/2018	50%	26	\$ 7.010,90	\$ 701,09	\$ 841,31	\$ 1.752,83	\$ -	\$ 10.306,13	
Encargado	Categoría 5	01/12/2018	50%	26	\$ 6.657,73	\$ 665,77	\$ 798,93	\$ 1.664,43	\$ -	\$ 9.786,87	
Administrativo	Categoría 3	01/12/2018	50%	26	\$ 6.138,17	\$ 613,82	\$ 736,58	\$ 1.534,43	\$ -	\$ 9.023,00	
Totales					\$ 43.898,40	\$ 4.389,84	\$ 5.267,81	\$ 10.974,17	\$ -	\$ 64.530,21	

Leg	11%	3%	3%	2%	110	18%	
	Acuerdo no Remun	Jubilación	Ley 19032	Obra Social	Cuota Solidaria 2%	Seguro de Vida y Sep	TOTAL NETO
Peon General	\$ 1.250,00	\$ 992,53	\$ 270,69	\$ 541,38	\$ 180,46	\$ 110,00	\$ 8.177,94
Limpieza	\$ 1.250,00	\$ 992,53	\$ 329,33	\$ 541,38	\$ 219,56	\$ 110,00	\$ 8.080,20
Vozo de Mostrado	\$ 1.250,00	\$ 955,25	\$ 308,78	\$ 541,38	\$ 205,86	\$ 110,00	\$ 7.812,84
Vozo de Mostrado	\$ 1.250,00	\$ 955,25	\$ 308,78	\$ 541,38	\$ 205,86	\$ 110,00	\$ 7.812,84
Chef	\$ 1.250,00	\$ 1.133,67	\$ 366,46	\$ 541,38	\$ 244,31	\$ 110,00	\$ 9.160,31
Encargado	\$ 1.250,00	\$ 1.076,56	\$ 347,99	\$ 541,38	\$ 232,00	\$ 110,00	\$ 8.728,94
Administrativo	\$ 1.250,00	\$ 992,53	\$ 329,33	\$ 541,38	\$ 219,56	\$ 110,00	\$ 8.080,20
Totales	\$ 8.750,00	\$ 7.098,32	\$ 2.261,38	\$ 3.789,66	\$ 1.507,58	\$ 770,00	\$ 57.853,27

Leg	18%	6%	5%	Fijo	3%	COSTO LABORAL EMPLEADO	TOTAL SUELDOS NETOS	TOTAL GREMIOS	TOTAL COSTO 931
	Contribucion Seguridad Soc.	Contribucion Obra Social	ART	S.V.O	Contrib Sindicato				
Peon General	\$ 1.624,14	\$ 541,38	\$ 451,15	\$ 11,28	\$ 270,69	\$ 13.171,64	\$ 8.177,94	\$ 561,15	\$ 4.432,55
Limpieza	\$ 1.624,14	\$ 541,38	\$ 451,15	\$ 11,28	\$ 270,69	\$ 13.171,64	\$ 8.080,20	\$ 600,24	\$ 4.491,19
Vozo de Mostrado	\$ 1.563,14	\$ 521,05	\$ 434,21	\$ 11,28	\$ 260,52	\$ 12.724,31	\$ 7.812,84	\$ 576,38	\$ 4.335,09
Vozo de Mostrado	\$ 1.563,14	\$ 521,05	\$ 434,21	\$ 11,28	\$ 260,52	\$ 12.724,31	\$ 7.812,84	\$ 576,38	\$ 4.335,09
Chef	\$ 1.855,10	\$ 618,37	\$ 515,31	\$ 11,28	\$ 309,18	\$ 14.865,37	\$ 9.160,31	\$ 663,49	\$ 5.041,57
Encargado	\$ 1.761,64	\$ 587,21	\$ 489,34	\$ 11,28	\$ 293,61	\$ 14.179,95	\$ 8.728,94	\$ 635,60	\$ 4.815,40
Administrativo	\$ 1.624,14	\$ 541,38	\$ 451,15	\$ 11,28	\$ 270,69	\$ 13.171,64	\$ 8.080,20	\$ 600,24	\$ 4.491,19
Totales	\$ 11.615,44	\$ 3.871,81	\$ 3.226,51	\$ 78,96	\$ 1.935,91	\$ 94.008,84	\$ 57.853,27	\$ 4.213,49	\$ 31.942,08

ANEXO 6. Préstamo

Información del Préstamo

Tasa Nominal Anual	Tasa Efectiva Anual	Tasa Efectiva Mensual
65,00%	88,33%	5,42%

Costo Financiero Total sin IVA

88,33%

Costo Financiero Total con IVA

114,20%

Tipo de cálculo	Por Monto
Monto del préstamo	\$ 168.971,48
Tipo de Tasa	Fija
Plazo	72 meses
Sellado (%)	1,23%
Sellado (\$)	\$ 2.072,52
Situación frente al IVA	Consumidor Final
Jurisdicción Impositiva	Córdoba
Cuota Pura	\$ 9.477,30
Monto neto a cobrar	\$ 171.044,00

Mes	Saldo Deuda	Cuota Pura	Capital	Intereses	IVA	Impuestos	Cuota Total	Fecha Vencimiento
1	\$ 171.044,00	\$ 9.477,30	\$ 212,43	\$ 9.264,87	\$ 1.945,62	\$ 0,00	\$ 11.422,92	01/05/2019
2	\$ 170.831,57	\$ 9.477,30	\$ 223,94	\$ 9.253,36	\$ 1.943,20	\$ 0,00	\$ 11.420,50	01/06/2019
3	\$ 170.607,63	\$ 9.477,30	\$ 236,07	\$ 9.241,23	\$ 1.940,65	\$ 0,00	\$ 11.417,95	01/07/2019
4	\$ 170.371,56	\$ 9.477,30	\$ 248,86	\$ 9.228,44	\$ 1.937,97	\$ 0,00	\$ 11.415,27	01/08/2019
5	\$ 170.122,70	\$ 9.477,30	\$ 262,34	\$ 9.214,96	\$ 1.935,14	\$ 0,00	\$ 11.412,44	01/09/2019
6	\$ 169.860,36	\$ 9.477,30	\$ 276,55	\$ 9.200,75	\$ 1.932,15	\$ 0,00	\$ 11.409,45	01/10/2019
7	\$ 169.583,81	\$ 9.477,30	\$ 291,53	\$ 9.185,77	\$ 1.929,01	\$ 0,00	\$ 11.406,31	01/11/2019
8	\$ 169.292,28	\$ 9.477,30	\$ 307,32	\$ 9.169,98	\$ 1.925,69	\$ 0,00	\$ 11.402,99	01/12/2019
9	\$ 168.984,96	\$ 9.477,30	\$ 323,96	\$ 9.153,34	\$ 1.922,20	\$ 0,00	\$ 11.399,50	01/01/2020
10	\$ 168.661,00	\$ 9.477,30	\$ 341,51	\$ 9.135,79	\$ 1.918,51	\$ 0,00	\$ 11.395,81	01/02/2020
11	\$ 168.319,49	\$ 9.477,30	\$ 360,01	\$ 9.117,29	\$ 1.914,63	\$ 0,00	\$ 11.391,93	01/03/2020
12	\$ 167.959,48	\$ 9.477,30	\$ 379,51	\$ 9.097,79	\$ 1.910,53	\$ 0,00	\$ 11.387,83	01/04/2020
13	\$ 167.579,97	\$ 9.477,30	\$ 400,07	\$ 9.077,23	\$ 1.906,21	\$ 0,00	\$ 11.383,51	01/05/2020
14	\$ 167.179,90	\$ 9.477,30	\$ 421,74	\$ 9.055,56	\$ 1.901,66	\$ 0,00	\$ 11.378,96	01/06/2020
15	\$ 166.758,16	\$ 9.477,30	\$ 444,58	\$ 9.032,72	\$ 1.896,87	\$ 0,00	\$ 11.374,17	01/07/2020
16	\$ 166.313,58	\$ 9.477,30	\$ 468,66	\$ 9.008,64	\$ 1.891,81	\$ 0,00	\$ 11.369,11	01/08/2020
17	\$ 165.844,92	\$ 9.477,30	\$ 494,05	\$ 8.983,25	\$ 1.886,48	\$ 0,00	\$ 11.363,78	01/09/2020
18	\$ 165.350,87	\$ 9.477,30	\$ 520,81	\$ 8.956,49	\$ 1.880,86	\$ 0,00	\$ 11.358,16	01/10/2020
19	\$ 164.830,06	\$ 9.477,30	\$ 549,02	\$ 8.928,28	\$ 1.874,93	\$ 0,00	\$ 11.352,23	01/11/2020
20	\$ 164.281,04	\$ 9.477,30	\$ 578,76	\$ 8.898,54	\$ 1.868,69	\$ 0,00	\$ 11.345,99	01/12/2020
21	\$ 163.702,28	\$ 9.477,30	\$ 610,11	\$ 8.867,19	\$ 1.862,10	\$ 0,00	\$ 11.339,40	01/01/2021
22	\$ 163.092,17	\$ 9.477,30	\$ 643,16	\$ 8.834,14	\$ 1.855,16	\$ 0,00	\$ 11.332,46	01/02/2021
23	\$ 162.449,01	\$ 9.477,30	\$ 677,99	\$ 8.799,31	\$ 1.847,85	\$ 0,00	\$ 11.325,15	01/03/2021
24	\$ 161.771,02	\$ 9.477,30	\$ 714,72	\$ 8.762,58	\$ 1.840,14	\$ 0,00	\$ 11.317,44	01/04/2021
25	\$ 161.056,30	\$ 9.477,30	\$ 753,43	\$ 8.723,87	\$ 1.832,01	\$ 0,00	\$ 11.309,31	01/05/2021
26	\$ 160.302,87	\$ 9.477,30	\$ 794,24	\$ 8.683,06	\$ 1.823,44	\$ 0,00	\$ 11.300,74	01/06/2021
27	\$ 159.508,63	\$ 9.477,30	\$ 837,26	\$ 8.640,04	\$ 1.814,40	\$ 0,00	\$ 11.291,70	01/07/2021
28	\$ 158.671,37	\$ 9.477,30	\$ 882,62	\$ 8.594,68	\$ 1.804,88	\$ 0,00	\$ 11.282,18	01/08/2021
29	\$ 157.788,75	\$ 9.477,30	\$ 930,42	\$ 8.546,88	\$ 1.794,84	\$ 0,00	\$ 11.272,14	01/09/2021
30	\$ 156.858,33	\$ 9.477,30	\$ 980,82	\$ 8.496,48	\$ 1.784,26	\$ 0,00	\$ 11.261,56	01/10/2021
31	\$ 155.877,51	\$ 9.477,30	\$ 1.033,95	\$ 8.443,35	\$ 1.773,10	\$ 0,00	\$ 11.250,40	01/11/2021
32	\$ 154.843,56	\$ 9.477,30	\$ 1.089,96	\$ 8.387,34	\$ 1.761,34	\$ 0,00	\$ 11.238,64	01/12/2021
33	\$ 153.753,60	\$ 9.477,30	\$ 1.149,00	\$ 8.328,30	\$ 1.748,94	\$ 0,00	\$ 11.226,24	01/01/2022
34	\$ 152.604,60	\$ 9.477,30	\$ 1.211,23	\$ 8.266,07	\$ 1.735,87	\$ 0,00	\$ 11.213,17	01/02/2022
35	\$ 151.393,37	\$ 9.477,30	\$ 1.276,84	\$ 8.200,46	\$ 1.722,09	\$ 0,00	\$ 11.199,39	01/03/2022
36	\$ 150.116,53	\$ 9.477,30	\$ 1.346,00	\$ 8.131,30	\$ 1.707,57	\$ 0,00	\$ 11.184,87	01/04/2022
37	\$ 148.770,53	\$ 9.477,30	\$ 1.418,91	\$ 8.058,39	\$ 1.692,26	\$ 0,00	\$ 11.169,56	01/05/2022
38	\$ 147.351,62	\$ 9.477,30	\$ 1.495,77	\$ 7.981,53	\$ 1.676,12	\$ 0,00	\$ 11.153,42	01/06/2022
39	\$ 145.855,85	\$ 9.477,30	\$ 1.576,79	\$ 7.900,51	\$ 1.659,10	\$ 0,00	\$ 11.136,40	01/07/2022
40	\$ 144.279,06	\$ 9.477,30	\$ 1.662,20	\$ 7.815,10	\$ 1.641,17	\$ 0,00	\$ 11.118,47	01/08/2022
41	\$ 142.616,86	\$ 9.477,30	\$ 1.752,23	\$ 7.725,07	\$ 1.622,26	\$ 0,00	\$ 11.099,56	01/09/2022
42	\$ 140.864,63	\$ 9.477,30	\$ 1.847,15	\$ 7.630,15	\$ 1.602,33	\$ 0,00	\$ 11.079,63	01/10/2022
43	\$ 139.017,48	\$ 9.477,30	\$ 1.947,20	\$ 7.530,10	\$ 1.581,32	\$ 0,00	\$ 11.058,62	01/11/2022
44	\$ 137.070,28	\$ 9.477,30	\$ 2.052,67	\$ 7.424,63	\$ 1.559,17	\$ 0,00	\$ 11.036,47	01/12/2022
45	\$ 135.017,61	\$ 9.477,30	\$ 2.163,86	\$ 7.313,44	\$ 1.535,82	\$ 0,00	\$ 11.013,12	01/01/2023
46	\$ 132.853,75	\$ 9.477,30	\$ 2.281,07	\$ 7.196,23	\$ 1.511,20	\$ 0,00	\$ 10.988,50	01/02/2023
47	\$ 130.572,68	\$ 9.477,30	\$ 2.404,63	\$ 7.072,67	\$ 1.485,26	\$ 0,00	\$ 10.962,56	01/03/2023
48	\$ 128.168,05	\$ 9.477,30	\$ 2.534,88	\$ 6.942,42	\$ 1.457,90	\$ 0,00	\$ 10.935,20	01/04/2023
49	\$ 125.633,17	\$ 9.477,30	\$ 2.672,18	\$ 6.805,12	\$ 1.429,07	\$ 0,00	\$ 10.906,37	01/05/2023
50	\$ 122.960,99	\$ 9.477,30	\$ 2.816,93	\$ 6.660,37	\$ 1.398,67	\$ 0,00	\$ 10.875,97	01/06/2023
51	\$ 120.144,06	\$ 9.477,30	\$ 2.969,51	\$ 6.507,79	\$ 1.366,63	\$ 0,00	\$ 10.843,93	01/07/2023
52	\$ 117.174,55	\$ 9.477,30	\$ 3.130,36	\$ 6.346,94	\$ 1.332,85	\$ 0,00	\$ 10.810,15	01/08/2023
53	\$ 114.044,19	\$ 9.477,30	\$ 3.299,92	\$ 6.177,38	\$ 1.297,24	\$ 0,00	\$ 10.774,54	01/09/2023
54	\$ 110.744,27	\$ 9.477,30	\$ 3.478,66	\$ 5.998,64	\$ 1.259,71	\$ 0,00	\$ 10.737,01	01/10/2023
55	\$ 107.265,61	\$ 9.477,30	\$ 3.667,09	\$ 5.810,21	\$ 1.220,14	\$ 0,00	\$ 10.697,44	01/11/2023
56	\$ 103.598,52	\$ 9.477,30	\$ 3.865,73	\$ 5.611,57	\$ 1.178,42	\$ 0,00	\$ 10.655,72	01/12/2023
57	\$ 99.732,79	\$ 9.477,30	\$ 4.075,12	\$ 5.402,18	\$ 1.134,45	\$ 0,00	\$ 10.611,75	01/01/2024
58	\$ 95.657,67	\$ 9.477,30	\$ 4.295,85	\$ 5.181,45	\$ 1.088,10	\$ 0,00	\$ 10.565,40	01/02/2024
59	\$ 91.361,82	\$ 9.477,30	\$ 4.528,55	\$ 4.948,75	\$ 1.039,23	\$ 0,00	\$ 10.516,53	01/03/2024
60	\$ 86.833,27	\$ 9.477,30	\$ 4.773,84	\$ 4.703,46	\$ 987,72	\$ 0,00	\$ 10.465,02	01/04/2024
61	\$ 82.059,43	\$ 9.477,30	\$ 5.032,42	\$ 4.444,88	\$ 933,42	\$ 0,00	\$ 10.410,72	01/05/2024
62	\$ 77.027,01	\$ 9.477,30	\$ 5.305,01	\$ 4.172,29	\$ 876,18	\$ 0,00	\$ 10.353,48	01/06/2024
63	\$ 71.722,00	\$ 9.477,30	\$ 5.592,37	\$ 3.884,93	\$ 815,83	\$ 0,00	\$ 10.293,13	01/07/2024
64	\$ 66.129,63	\$ 9.477,30	\$ 5.895,29	\$ 3.582,01	\$ 752,22	\$ 0,00	\$ 10.229,52	01/08/2024
65	\$ 60.234,34	\$ 9.477,30	\$ 6.214,62	\$ 3.262,68	\$ 685,16	\$ 0,00	\$ 10.162,46	01/09/2024
66	\$ 54.019,72	\$ 9.477,30	\$ 6.551,24	\$ 2.926,06	\$ 614,47	\$ 0,00	\$ 10.091,77	01/10/2024
67	\$ 47.468,48	\$ 9.477,30	\$ 6.906,10	\$ 2.571,20	\$ 539,95	\$ 0,00	\$ 10.017,25	01/11/2024
68	\$ 40.562,38	\$ 9.477,30	\$ 7.280,18	\$ 2.197,12	\$ 461,39	\$ 0,00	\$ 9.938,69	01/12/2024
69	\$ 33.282,20	\$ 9.477,30	\$ 7.674,52	\$ 1.802,78	\$ 378,58	\$ 0,00	\$ 9.855,88	01/01/2025
70	\$ 25.607,68	\$ 9.477,30	\$ 8.090,22	\$ 1.387,08	\$ 291,28	\$ 0,00	\$ 9.768,58	01/02/2025
71	\$ 17.517,46	\$ 9.477,30	\$ 8.528,44	\$ 948,86	\$ 199,26	\$ 0,00	\$ 9.676,56	01/03/2025
72	\$ 8.989,02	\$ 9.477,30	\$ 8.989,02	\$ 486,90	\$ 102,24	\$ 0,00	\$ 9.578,16	01/04/2025
			\$ 171.044,00	\$ 511.320,22				

ANEXO 7. Precios inversión inicial

mercado libre

Buscar productos, marcas y más...

Comprá en 12 cuotas sin tarjeta

Enviar a Capital Federal


Categorías Historial Descuentos exclusivos Ofertas de la semana Vender Ayuda

Creá tu cuenta Ingresá Compras

También puede interesarte: sillas - biblioteca - barra desayunador - muebles - mueble

Volver al listado Hogar, Muebles y Jardín > Cocina > Bazar > Accesorios

Compartir Vender uno igual



Nuevo

EsSEN Savarin-budinera-flanera-bizcochuelos-tortas

\$ 2.000

Pagá en hasta 12 cuotas

VISA

Más información

Envío a todo el país

Conoce los tiempos y las formas de envío

Calcular cuándo llega

¡Único disponible!

mercado libre

Buscar productos, marcas y más...

Comprá en 12 cuotas sin tarjeta

Enviar a Capital Federal


Categorías Historial Descuentos exclusivos Ofertas de la semana Vender Ayuda

Creá tu cuenta Ingresá Compras

También puede interesarte: mesa - muebles - silla - plantas artificiales - jardín vertical

Volver al listado Hogar, Muebles y Jardín > Cocina > Bazar > Baterías de Cocina > Sartenes > Aluminio

Compartir Vender uno igual



Nuevo - 38 vendidos

Sarten Chef 24cm Essen Con Antiadherente

\$ 3.900

Pagá en hasta 12 cuotas

VISA

Más información

Envío gratis a todo el país

Conoce los tiempos y las formas de envío

Calcular cuándo llega

Devolución gratis

Tenés 10 días desde que lo recibís

¡Último disponible!

mercado libre

Buscar productos, marcas y más...

Comprá en 12 cuotas sin tarjeta

Enviar a Capital Federal


Categorías Historial Descuentos exclusivos Ofertas de la semana Vender Ayuda

Creá tu cuenta Ingresá Compras

También puede interesarte: sillas - biblioteca - mesa - muebles de pino - mesa plegable

Volver al listado Hogar, Muebles y Jardín > Cocina > Bazar > Moldes > Teflón

Compartir Vender uno igual



Nuevo - 82 vendidos

Set 3 Tortera Desmontable Teflon Reposteria Torta 24 26 28

★★★★☆ 3 opiniones

\$ 680

Pagá en hasta 12 cuotas

VISA

Más información

Envío a todo el país

Conoce los tiempos y las formas de envío

Calcular cuándo llega

Devolución gratis


Tenés 10 días desde que lo recibís

mercado libre Comprá en 12 cuotas sin tarjeta

Enviar a Capital Federal Categorías Historial Descuentos exclusivos Ofertas de la semana Vender Ayuda Creá tu cuenta Ingresá Compras

También puede interesarte: sillas - muebles usados - mesa - panel led - estantes repisas

Volver al listado | Hogar, Muebles y Jardín > Cocina > Bazar > Moldes > Hojalata Compartir Vender uno igual



Nuevo - 9 vendidos

Molde Pastafrola Rectangular 30 Cm X 20 Cm Desmontable

\$ 170

Pagá en hasta 12 cuotas **VISA** **MÁS** **INFORMACIÓN**

Entrega a acordar con el vendedor Mataderos, Capital Federal **Ver costos de envío**

Cantidad: 1 unidad (8 disponibles)


Comprar ahora

mercado libre Comprá en 12 cuotas sin tarjeta

Enviar a Capital Federal Categorías Historial Descuentos exclusivos Ofertas de la semana Vender Ayuda Creá tu cuenta Ingresá Compras

También puede interesarte: silla - divan cama - mueble - plantas artificiales - decoracion

Volver al listado | Hogar, Muebles y Jardín > Cocina > Bazar > Moldes > Aluminio Compartir Vender uno igual



Nuevo - 1 vendido

Molde Desmontable Para Tarta 24 Cm De Diámetro

\$ 180

Pagá en hasta 12 cuotas **VISA** **MÁS** **INFORMACIÓN**

Envío a todo el país **Conoce los tiempos y las formas de envío** **Calcular cuándo llega**

Devolución gratis **Tenés 10 días desde que lo recibís**

¡Último disponible!


Comprar ahora

mercado libre Comprá en 12 cuotas sin tarjeta

Enviar a Capital Federal Categorías Historial Descuentos exclusivos Ofertas de la semana Vender Ayuda Creá tu cuenta Ingresá Compras

También puede interesarte: biblioteca - barra desayunador - organizador - colombrano - algarrobo

Volver al listado | Hogar, Muebles y Jardín > Cocina > Bazar > Baterías de Cocina > Ollas > Aluminio Compartir Vender uno igual



Nuevo - 45 vendidos

Cacerola 20cm Essen Con Antiadherente Marsala Olla

★★★★★ 1 opinión

\$ 5.600

Pagá en hasta 12 cuotas **VISA** **MÁS** **INFORMACIÓN**

Envío gratis a todo el país **Conoce los tiempos y las formas de envío** **Calcular cuándo llega**

Devolución gratis **Tenés 10 días desde que lo recibís**

Comprar ahora

mercado libre

Buscar productos, marcas y más...

Comprá en 12 cuotas sin tarjeta

Enviar a Capital Federal


Categorías Historial Descuentos exclusivos Ofertas de la semana Vender Ayuda

Creá tu cuenta Ingresá Compras

También puede interesarte: sillas - biblioteca - muebles usados - muebles - divan

Volver al listado Hogar, Muebles y Jardín > Cocina > Bazar > Recipientes > Ensaladeras y Bowls

Compartir Vender uno igual



Nuevo - 33 vendidos

Bowl De Acero Inoxidable Con Base De Silicona De 24 Cm

★★★★★ 1 opinión

\$ 265

Pagá en hasta 12 cuotas

VISA Más información

Llega gratis mañana

Solo en CABA y zonas de GBA
Comprando antes de mañana a las 12 hs.
Calcular cuándo llega

Devolución gratis

Tenés 10 días desde que lo recibís

mercado libre

Buscar productos, marcas y más...

Comprá en 12 cuotas sin tarjeta

Enviar a Capital Federal


Categorías Historial Descuentos exclusivos Ofertas de la semana Vender Ayuda

Creá tu cuenta Ingresá Compras

También puede interesarte: sillas - barra desayunoador - pie de cama - jardín vertical - alfombra living

Volver al listado Hogar, Muebles y Jardín > Cocina > Bazar > Utensilios de Cocina > Mangas Pasteleras

Compartir Vender uno igual



Nuevo - 1416 vendidos

Manga Silicona 30cm + 6 Picos Y Acople Reposteria Decoracion

★★★★★ 29 opiniones

\$ 129

Pagá en hasta 12 cuotas

VISA Más información

Llega mañana

Solo en CABA y zonas de GBA
Comprando antes de mañana a las 12 hs.
Calcular cuándo llega

Devolución gratis

Tenés 10 días desde que lo recibís

mercado libre

Buscar productos, marcas y más...

Comprá en 12 cuotas sin tarjeta

Enviar a Capital Federal


Categorías Historial Descuentos exclusivos Ofertas de la semana Vender Ayuda

Creá tu cuenta Ingresá Compras

También puede interesarte: sillas - sillas usadas - organizador - mesa plegable - griferia fv

Volver al listado Hogar, Muebles y Jardín > Decoración para el Hogar > Mantelería > Manteles

Compartir Vender uno igual



Nuevo

Möbius 12 Manteles Cuadrados Antimanchas 1.50x1.50 + Envío

\$ 2.879

Pagá en hasta 12 cuotas

VISA Más información

Envío gratis a todo el país

Conoce los tiempos y las formas de envío
Calcular cuándo llega

Devolución gratis

Tenés 10 días desde que lo recibís


Color: Blanco y negro

mercado libre Comprá en 12 cuotas sin tarjeta

Enviar a Capital Federal Categorías Historial Descuentos exclusivos Ofertas de la semana Vender Ayuda Creá tu cuenta Ingresá Compras

También puede interesarte: sillas - barra desayunador - modular - colombraro - divan

Volver al listado | [Hogar, Muebles y Jardín](#) > [Decoración para el Hogar](#) > [Mantelería](#) > [Individuales](#) Compartir | [Vender uno igual](#)



Nuevo - 10 vendidos

Servilletas 0,50 X 0,50 Tropical Mecánico 12 Unidades

\$ 229

Pagá en hasta 12 cuotas **VISA** **MasterCard** **Amex** [Más información](#)

Envío a todo el país [Conoce los tiempos y las formas de envío](#) [Calcular cuándo llega](#)

Devolución gratis [Tenés 10 días desde que lo recibís](#)

Color: **Blanco**


Nombre del diseño: **cuadrado**

mercado libre Comprá en 12 cuotas sin tarjeta

Enviar a Capital Federal Categorías Historial Descuentos exclusivos Ofertas de la semana Vender Ayuda Creá tu cuenta Ingresá Compras

También puede interesarte: sillas - biblioteca - espejo baño - modular - plantas artificiales

Volver al listado | [Hogar, Muebles y Jardín](#) > [Sala de Estar y Comedor](#) > [Living](#) > [Sillones y Sofás](#) > [Sillones](#) > [1 Cuerpo](#) > [Tela](#) Compartir | [Vender uno igual](#)



Nuevo - 40 vendidos

Sillón Vintage Individual Un Cuerpo Tapizado Moderno

★★★★★ 1 opinión

\$ 4.100

Pagá en hasta 12 cuotas **VISA** **MasterCard** **Amex** [Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor **VILLA DEL ROSARIO, Córdoba** [Ver costos de envío](#)

Diseño de la tela: **Chenille**

Cantidad: 1 unidad (146 disponibles)

mercado libre

Buscar productos, marcas y más...

Comprá en 12 cuotas sin tarjeta

Enviar a Capital Federal


Categorías Historial Descuentos exclusivos Ofertas de la semana Vender Ayuda

Creá tu cuenta Ingresá Compras

También puede interesarte: sillas - biblioteca - banquetas - modular - mueble organizador

Volver al listado Hogar, Muebles y Jardín Sala de Estar y Comedor Living Mesas Ratonas Madera Rectangular

Compartir Vender uno igual



Nuevo - 270 vendidos

Mesa Ratona Industrial Madera Hierro (100x60)

Envío Gratis

★★★★★ 9 opiniones

\$ 2.850

Pagá en hasta 12 cuotas

VISA

Más información

Envío gratis a todo el país

Corrientes

Ver costos de envío

Color: Negro

Cantidad: 1 unidad (101 disponibles)

mercado libre

Buscar productos, marcas y más...

Comprá en 12 cuotas sin tarjeta

Enviar a Capital Federal


Categorías Historial Descuentos exclusivos Ofertas de la semana Vender Ayuda

Creá tu cuenta Ingresá Compras

También puede interesarte: sillas - espejo baño - banquetas - organizador - cesto ropa

Volver al listado Hogar, Muebles y Jardín Sala de Estar y Comedor Comedor Mesas de Comedor Rectangular

Compartir Vender uno igual



Nuevo - 886 vendidos

Hairpin Hierro Legs Patas Industrial 74 Cm Reforzada Mesa

★★★★★ 5 opiniones

\$ 289

Pagá en hasta 12 cuotas

VISA

Más información

Entrega a acordar con el vendedor

Belgrano, Capital Federal

Ver costos de envío

Cantidad: 1 unidad (1689 disponibles)

mercado libre

Buscar productos, marcas y más...

Comprá en 12 cuotas sin tarjeta

Enviar a Capital Federal


Categorías Historial Descuentos exclusivos Ofertas de la semana Vender Ayuda

Creá tu cuenta Ingresá Compras

También puede interesarte: sillas - biblioteca - muebles usados - espejo baño - muebles de pino

Volver al listado Hogar, Muebles y Jardín Cocina Banquetas

Compartir Vender uno igual



Nuevo - 525 vendidos

Banquetas Taburete Altas Premiun De Pino San Isidro

★★★★★ 1 opinión

\$ 620

Pagá en hasta 12 cuotas

VISA

Más información

Entrega a acordar con el vendedor

VILLA ADELINA-SAN ISIDRO, Buenos Aires

Ver costos de envío

Color: natural

Cantidad: 1 unidad (1070 disponibles)

mercado libre

Buscar productos, marcas y más...

Comprá en 12 cuotas sin tarjeta

Enviar a Capital Federal


Categorías Historial Descuentos exclusivos Ofertas de la semana Vender Ayuda

Creá tu cuenta Ingresá Compras

También puede interesarte: heladera mostrador - tablero dibujo - etiquetas personalizadas - carteles para negocios - heladera exhibidora

Volver al listado Industrias y Oficinas Equipamiento Comercial Mobiliario Exhibidores Mostradores

Compartir Vender uno igual



Nuevo

Barras Bares Mostradores Cervecerías Restó Fábrica Bar-48

\$ 21.500

Pagá en hasta 12 cuotas

VISA Más información

Entrega a acordar con el vendedor

San Isidro, Buenos Aires

Ver costos de envío

Fabricante: Old-Rider-Garage

Cantidad: 1 unidad (211 disponibles)

mercado libre

Buscar productos, marcas y más...

Comprá en 12 cuotas sin tarjeta

Enviar a Capital Federal


Categorías Historial Descuentos exclusivos Ofertas de la semana Vender Ayuda

Creá tu cuenta Ingresá Compras

También puede interesarte: heladera mostrador - tablero dibujo - maquina de cortar fiambre - vinilo textil - cinta bifaz

Volver al listado Industrias y Oficinas Equipamiento Comercial Máquinas Cajas Registradoras

Compartir Vender uno igual



Nuevo - 249 vendidos

Controlador Fiscal Moretti Cr 35 Registradora + 50 Rollos

★★★★★ 17 opiniones

\$ 26.748⁹³

Pagá en hasta 12 cuotas

VISA Más información

Envío gratis a todo el país

Conoce los tiempos y las formas de envío

Calcular cuándo llega

Devolución gratis

Tenés 10 días desde que lo recibís

mercado libre

Buscar productos, marcas y más...

Comprá en 12 cuotas sin tarjeta

Enviar a Capital Federal

Categorías Historial Descuentos exclusivos Ofertas de la semana Vender Ayuda

Creá tu cuenta Ingresá Compras

También puede interesarte: heladera mostrador - etiquetas personalizadas - heladera mostrador usada - etiquetas autoadhesivas - tablero de dibujo

Volver al listado ... > Industria Gastronómica Máquinas Hornos y Cocinas Cocinas Industriales > XXX > 4 hornallas

Compartir Vender uno igual



Nuevo - 30 vendidos

Cocinas Industriales Excelentes Preciosjj

\$ 17.900

Pagá en hasta 12 cuotas

VISA Más información

Entrega a acordar con el vendedor

Rosario, Santa Fe

Ver costos de envío

Color: ACERO

Cantidad: 1 unidad (10 disponibles)

mercado libre

Buscar productos, marcas y más...

Comprá en 12 cuotas sin tarjeta

Enviar a Capital Federal


Categorías Historial Descuentos exclusivos Ofertas de la semana Vender Ayuda

Creá tu cuenta Ingresá Compras

También puede interesarte: extractores cocina - electrodomesticos - extractor cocine - smeg - peabody

Volver al listado | Electrodomésticos y Aires Ac. > Cocción > Cocinas > Martiri > 4 hornallas

Compartir | Vender uno igual



Nuevo - 5191 vendidos

Cocina 4 Hornallas Acero Inoxidable, Martiri Crystal Inox

★★★★★ 58 opiniones

\$ 6.299⁹⁹

Pagá en hasta 12 cuotas

VISA

Más información

Entrega a acordar con el vendedor

Tapiales, Buenos Aires

Ver costos de envío

Color: Negro

mercado libre

Buscar productos, marcas y más...

Comprá en 12 cuotas sin tarjeta

Enviar a Capital Federal


Categorías Historial Descuentos exclusivos Ofertas de la semana Vender Ayuda

Creá tu cuenta Ingresá Compras

Marquez

Volver al listado | Electrodomésticos y Aires Ac. > Heladeras y Freezers > Freezers > Gafa > Horizontal

Compartir | Vender uno igual



58 vendidos

Freezer Gafa XI410 Clase A. 405lts 3 Temperaturas

★★★★★ 17 opiniones

\$ 18.498

Pagá en hasta 12 cuotas

VISA

Más información

Entrega a acordar con el vendedor

San Miguel, Buenos Aires

Ver costos de envío

mercado libre

Buscar productos, marcas y más...

Comprá en 12 cuotas sin tarjeta

Enviar a Capital Federal


Categorías Historial Descuentos exclusivos Ofertas de la semana Vender Ayuda

Creá tu cuenta Ingresá Compras

FRÁVEGA

Volver al listado | Electrodomésticos y Aires Ac. > Heladeras y Freezers > Heladeras > Gafa > Con freezer > Frío directo

Compartir | Vender uno igual



912 vendidos

Heladera Cíclica Gafa Hgf-357aw Platinum 281lt

★★★★★ 80 opiniones

\$ 19.999

Pagá en hasta 12 cuotas

VISA

Más información

Retiro gratis en local de Frávega


Más información

mercado libre [Comprá en 12 cuotas sin tarjeta](#)

Enviar a Capital Federal [Categorías](#) [Historial](#) [Descuentos exclusivos](#) [Ofertas de la semana](#) [Vender](#) [Ayuda](#) [Creá tu cuenta](#) [Ingresá](#) [Compras](#)

También puede interesarte: extractores cocina - campana cocina - purificador cocina - electrodomésticos - cocina smeg

[Volver al listado](#) | [Electrodomésticos y Aires Ac.](#) > [Electrodomésticos de Cocina](#) > [Licuadoras](#) [Compartir](#) | [Vender uno igual](#)






Nuevo - 152 vendidos

Licuadora Profesional U-line 4 Velocidades Jarra 1.5 Litros

★★★★★ 13 opiniones

\$ 949⁹⁹

[Pagá en hasta 12 cuotas](#)
  
[Más información](#)

[Llega mañana](#)
 Solo en CABA y zonas de GBA
 Comprando antes de mañana a las 12 hs.
[Calcular cuándo llega](#)


[Devolución gratis](#)
 Tenés 10 días desde que lo recibís

mercado libre [Comprá en 12 cuotas sin tarjeta](#)

Enviar a Capital Federal [Categorías](#) [Historial](#) [Descuentos exclusivos](#) [Ofertas de la semana](#) [Vender](#) [Ayuda](#) [Creá tu cuenta](#) [Ingresá](#) [Compras](#)

También puede interesarte: campana cocina - purificador cocina - extractor de cocina - cocina electrica usada - coto electrodomesticos top house

[Volver al listado](#) | [Electrodomésticos y Aires Ac.](#) > [Electrodomésticos de Cocina](#) > [Batidoras](#) > [Smartlife](#) > [Planetaria](#) [Compartir](#) | [Vender uno igual](#)






Nuevo - 158 vendidos

Batidora Planetaria Smartlife Sb3050 1000w 8 Vel Metálica

★★★★★ 14 opiniones

~~\$ 9.999~~
\$ 7.299 27% OFF

[Pagá en hasta 12 cuotas](#)
  
[Más información](#)

[Envío gratis a todo el país](#)
 Conoce los tiempos y las formas de envío
[Calcular cuándo llega](#)


[Devolución gratis](#)
 Tenés 10 días desde que lo recibís

mercado libre [Comprá en 12 cuotas sin tarjeta](#)

Enviar a Capital Federal [Categorías](#) [Historial](#) [Descuentos exclusivos](#) [Ofertas de la semana](#) [Vender](#) [Ayuda](#) [Creá tu cuenta](#) [Ingresá](#) [Compras](#)

También puede interesarte: extractores cocina - campana cocina - purificador cocina - electrodomesticos - extractorar cocina

[Volver al listado](#) | [Electrodomésticos y Aires Ac.](#) > [Electrodomésticos de Cocina](#) > [Procesadoras](#) > [Liliana](#) [Compartir](#) | [Vender uno igual](#)






Nuevo - 544 vendidos

Multiprocesadora Liliana Multimix Am 460 700w 7 En 1 Oferta!

★★★★★ 95 opiniones

\$ 2.469

[Pagá en hasta 12 cuotas](#)
  
[Más información](#)

[Llega gratis mañana](#)
 Solo en CABA y zonas de GBA
 Comprando antes de mañana a las 12 hs.
[Calcular cuándo llega](#)

[Devolución gratis](#)
 Tenés 10 días desde que lo recibís

mercado libre

Buscar productos, marcas y más...

Comprá en 12 cuotas sin tarjeta

Enviar a Capital Federal


Categorías Historial Descuentos exclusivos Ofertas de la semana Vender Ayuda

Creá tu cuenta Ingresá Compras

También puede interesarte: extractores cocina - ultracomb - kohinoor - motor extractor cocina - spar cocina

Volver al listado | Electrodomésticos y Aires Ac. > Electrodomésticos de Cocina > Preparación de Alimentos > Sandwicheras

Compartir | Vender uno igual



Nuevo - 1398 vendidos

Waflera Sandwichera Ultracomb Grill Panini 3 En 1 + 6 Placas

★★★★★ 539 opiniones

\$ 1.749

Pagá en hasta 12 cuotas

VISA

Más información

Llega gratis mañana

Solo en CABA y zonas de GBA
Comprando antes de mañana a las 12 hs.
Calcular cuándo llega

Devolución gratis

Tenés 10 días desde que lo recibís

mercado libre

Buscar productos, marcas y más...

Comprá en 12 cuotas sin tarjeta

Enviar a Capital Federal


Categorías Historial Descuentos exclusivos Ofertas de la semana Vender Ayuda

Creá tu cuenta Ingresá Compras

También puede interesarte: barra desayunador - grifería fv - jardín vertical - divisor ambiente - alfombra living

Volver al listado | Hogar, Muebles y Jardín > Decoración para el Hogar > Mantelería > Manteles

Compartir | Vender uno igual



Nuevo - 8 vendidos

Mantel Rectangular De 3 X 2 Mts. Anti Mancha Tropical Mec

★★★★★ 45 opiniones

\$ 339⁹⁸

Pagá en hasta 12 cuotas

VISA

Más información

Envío a todo el país

Conoce los tiempos y las formas de envío
Calcular cuándo llega

Devolución gratis

Tenés 10 días desde que lo recibís

Color: blanco y negro

ANEXO 8. Tasas de plazo fijo en distintos bancos

Inversiones de \$1000000, plazo de 365 días

Entidad	Descripción	Atención al Cliente	TNA	Ganancia
 HSBC	HSBC - Plazo Fijo Simplicidad de operación y bajo riesgo asociado.	  74 48 VER COMENTARIOS ▾	48,5%	\$485.000,00 CONSULTAR
 BBVA Francés	BBVA Francés - Plazo Fijo Te asegura una renta fija.	  94 25 VER COMENTARIOS ▾	47,5%	\$475.000,00 CONSULTAR
 BANCO DE LA NACIÓN ARGENTINA	Banco Nación - Plazo Fijo Electrónico Que un horario no limite tus inversiones.	  153 87 VER COMENTARIOS ▾	44%	\$440.000,00 CONSULTAR
 SUPERVIELLE	Supervielle - Plazo Fijo Impulsá tus ahorros y optimizá su rendimiento.	  19 17 VER COMENTARIOS ▾	41%	\$410.000,00 CONSULTAR
 Galicia	Banco Galicia - Plazo Fijo Alternativas de ahorro, rendimiento y liquidez.	  100 114 VER COMENTARIOS ▾	39,94%	\$399.400,00 CONSULTAR

Capítulo 9: Competencias

Al desarrollar el análisis de todos los datos e información recabada en el mercado, bibliografía, encuestas y observación directa, se pudieron analizar las viabilidades de este proyecto, concluyendo que el proyecto agrega valor al propietario, por ser financieramente rentable y haber dado todas positivas las viabilidades analizadas, por lo que se recomienda que el mismo sea llevado a cabo. De esta manera se da cumplimiento al objetivo principal del presente trabajo final de grado, donde se determina que el proyecto es viable.