



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
DE TUCUMÁN



FACULTAD DE  
CIENCIAS ECONOMICAS  
UNIVERSIDAD NACIONAL TUCUMAN

# PROYECTO DE INVERSION DE UNA PANADERIA

Autores: Vittar, Mariana Elizabeth  
Belen, Miguel Alberto

Director: Parron, Marcelo

**2015**

Trabajo de Seminario: Contador Público Nacional

## **RESUMEN**

El objetivo de este proyecto de inversión es poder llevar a la práctica los conocimientos adquiridos durante la carrera desarrollando nuestro propio emprendimiento y proyectar la posibilidad de un crecimiento tal que conlleve a un negocio real. La razón de estudio de este proyecto es analizar la rentabilidad del negocio para ver si es conveniente llevarlo a cabo.

El proyecto a llevar a cabo es una panadería complementada con venta de lácteos y bebidas frescas.

Este negocio se desarrollará alquilando un local en la zona de Yerba Buena donde consideramos que es un lugar estratégico y potencialmente rentable.

Se realizó un plan de marketing detallado analizando todos los factores que lo envuelven, tanto interno (estructura organizativa, aspectos comerciales, etc.) como externo (demanda, clientes, competencia, proveedores, etc.), complementado con el estudio de F.O.D.A., determinación de estrategias y plan de acción.

Para cumplir con los aspectos legales constituiremos una Sociedad de Hecho, inscribiéndola como Monotributista.

En base al estudio analizado podemos concluir que este proyecto es rentable según los indicadores financieros ya que la inversión inicial no es alta pero económicamente no resulta ventajoso debido a que los ingresos promedios no cumplen las expectativas de los socios porque el mercado al cual nos dirigimos no es muy amplio, sumado a que los márgenes con los que operamos son bajos, excesiva presión fiscal y sueldos y cargas sociales desfavorables para el tamaño del negocio.

Paralelamente a la ejecución de esta investigación nos concientizamos de que una toma de decisiones de tal envergadura como invertir en un nuevo negocio, debe ser analizada críticamente involucrando

- 2 -

todos los factores y parámetros que lo envuelven para disminuir al menos el alto riesgo que emprender un negocio conlleva y no dejarse llevar solo por el ánimo o buen presentimiento de que será un éxito.

## **PRÓLOGO**

El objetivo de este trabajo es evaluar, planificar y realizar un estudio económico y financiero de un proyecto de inversión de una panadería, con el cual en primera instancia anhelamos la independencia económica.

Complementariamente a ello buscamos llevar a la práctica los conocimientos adquiridos durante la carrera desarrollando nuestro propio emprendimiento sirviéndonos de base para futuros y nuevos proyectos.

La idea de desarrollar este emprendimiento surgió porque detectamos la necesidad de que exista una panadería en la zona donde vivimos ya que no cuenta con una, sumado a que hay una capilla pronta a inaugurarse en las proximidades, convirtiéndose quienes acudan, a la misma en potenciales clientes.

Como finalidad principal, el estudio está dirigido al análisis de la rentabilidad y posibilidad de la realización de la inversión de manera que si el mismo se llevara a cabo se mantendrá en el futuro. Como profesor asesor del trabajo contamos con la colaboración y dedicación del CPN Marcelo Parrón que nos guió a través de su experiencia profesional y personal.

# **CAPITULO I**

## **Recorriendo el pasado del Pan**

**Sumario:** 1- Significado del pan; 2- Origen; 3- Historia del pan; 4- Evolución en el tiempo.

### **1- SIGNIFICADO DEL PAN**

Según el Diccionario de la Real Academia Española, pan proviene del Latín “*panis*” y significa porción de masa de harina, por lo común de trigo, y agua que se cuece en un horno y sirve de alimento.<sup>(1)</sup>

La traducción en sus diferentes idiomas es por ejemplo *bread* en inglés; *pain* en francés; *psomi* en griego y *pane* en italiano.<sup>(2)</sup>

### **2- ORIGEN**

Para conocer los orígenes del pan debemos remontarnos a un pasado remoto, el descubrimiento fue casual, nos situamos en la Época Neolítica, un antepasado del hombre conoce ya las semillas y cereales, y sabe que una vez triturados y mezclados con agua, dan lugar a una papilla. Este hombre olvida la papilla en una especie de olla, al volver encuentra una torta granulada, seca y aplastada, el primer pan acaba de tomar forma.

Desde ese momento, el pan ha estado unido a la evolución del hombre, ha estado presente en conquistas, revoluciones, civilizaciones, descubrimientos, es decir formando parte de la cultura universal del hombre.

---

<sup>(1)</sup>[Consultasabasesdeinformación](#), en Internet (febrero 2015).

<sup>(2)</sup>[Consultasabasesdeinformación](#), en Internet: [www.consumer.es](http://www.consumer.es).(febrero 2015).

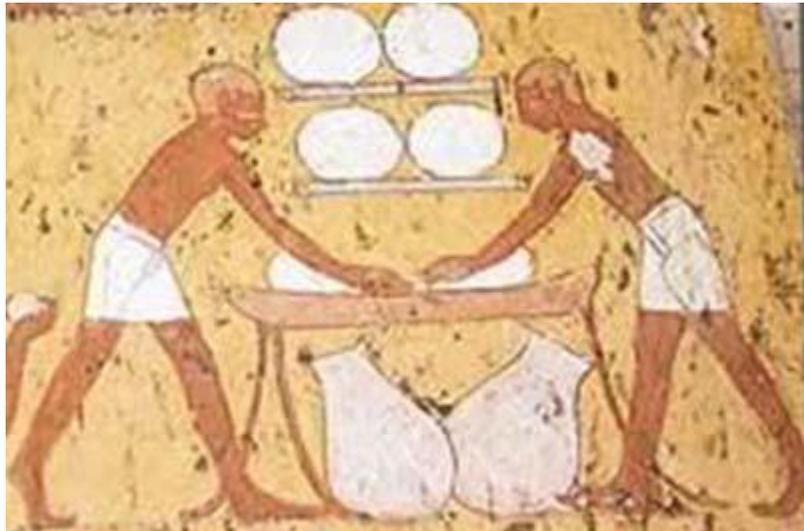
### **3- HISTORIA DEL PAN**

En Egipto las excelentes condiciones que el río Nilo ofrecía para el cultivo de cereales, obedecía a sus constantes crecidas. Se han encontrado datos por los que se sabe que en Egipto se consolidó las técnicas de panificación y creó los primeros hornos para cocer el pan. Según un historiador francés, los egipcios "inventaron" la costumbre gastronómica de colocar un pequeño pan de trigo en el lugar de cada comensal.

El alimento de los egipcios pobres se componía principalmente de pan y cebolla -de ahí el famoso dicho- "Contigo, pan y cebolla". La evolución en la panificación se produjo de forma importante durante esta civilización, ya que fueron los egipcios los que descubrieron la fermentación y con ella el verdadero pan, el pan fermentado. El pan sin fermentar -sin levadura- se denomina pan ácimo. Sin embargo, los egipcios se dedicaron en mayor medida al cultivo de trigo ya que la cebada fermentaba mal.

Una vez que Grecia adopta el invento del pan, a través de las relaciones comerciales con los egipcios, lo perfecciona. Fueron los griegos, en el siglo III A. De C los que hicieron un arte de la panadería, crearon más de setenta panes diferentes, los panaderos griegos inventaban formas variadas a los panes utilizados para fiestas religiosas, probaban diferentes masas panaderas: trigo, cebada, avena, salvado, centeno e incluso masa de arroz; añadiendo a estas, especias, miel, aceites, frutos secos y seguramente fueron los precursores de la pastelería.

El pan comenzó siendo para los griegos un alimento ritual de origen divino pero luego pasó a convertirse en el sustento popular, símbolo de la comida por excelencia. El pan ácimo -sin fermentar- era considerado un manjar.



En el pueblo romano se restringe la elaboración del pan. Preferían alimentarse de gachas y papillas; el pan se consideraba por el pueblo como algo ajeno, nada alcanzable; sólo aparecía en las comidas de los señores pudientes.

En el año 30 A. De C. Roma cuenta con más de 300 panaderías dirigidas por profesionales cualificados griegos; en estas los procesos de elaboración y cocción eran realizados por diferentes profesionales; el precio estaba perfectamente regulado por los magistrados y en el año 100, en época del emperador Trajano, se constituye una primera asociación de panaderos: el Colegio Oficial de Panaderos de carácter privilegiado y se reglamentaba estrictamente la profesión: era heredada obligatoriamente de padres a hijos.

Los romanos mejoraron los molinos, las máquinas de amasar, y los hornos de tal manera, que, hoy en día se denomina "horno romano" al horno de calentamiento directo.<sup>(3)</sup>

Los panaderos distinguían los panes en función de su composición, forma y función, crearon el *panismilitaris*, especialmente fabricado para los soldados, y que tenía larga duración, ya que durante sus marchas en pro de conquistas, tenían una dieta basada en pan y vino, siendo ésta quizás la primera unión de estos alimentos tan significativos en la historia. Esto llevó a

---

<sup>(3)</sup>Consultas bases de información, en Internet: [www.ceopan.es](http://www.ceopan.es). (febrero 2015).

que se construyeran panaderías exclusivamente militares donde se almacenaban reservas de cereales y de pan.

El pan de harina blanca era más valorado que el pan moreno, que lo comían pobres y esclavos: *panis plebeius*. Así, Roma propagó la cultura del pan por todas sus colonias.

Durante la Edad Media no se produjeron progresos notables en la panificación. Además del cultivo de trigo y de centeno, se continuó con el de cebada.

En Europa, el cultivo de cereales descendió, y con ello vinieron los periodos de hambre, la escasez del alimento base, la escasez del pan. En las épocas de más hambre, el pan era el alimento más preciado.

En muchos lugares de Europa los monasterios se convirtieron en los principales productores de pan. El pan blanco, en esta época seguía siendo signo de prestigio social, sólo accesible para clases ricas y pudientes.

Las ciudades en la Edad Media empiezan a cobrar importancia, y ya en el siglo XII surgen los primeros gremios de artesanos de todo tipo de profesionales. Así, el gremio panadero se asocia y se constituyen como profesionales del pan. Al ser el pan alimento base de la población, en esta época, al igual que en Roma, la producción y distribución del pan está regulada por el gobierno.

Además de ser alimento base, el pan también se utilizaba -en ambientes de clases adineradas- como plato para colocar la comida, y una vez usado se lanzaba a los pobres.

Ya en la época moderna, a finales siglo XVIII, progresa la agricultura, las investigaciones sobre la harina y se consigue la mejora en técnica del molino; aumenta la producción del trigo y se consigue una harina mejor. El precio del pan baja al aumentar la oferta y el pan blanco (antes solo para determinadas clases sociales) llega a toda la población.

En el siglo XIX se inventa el molino de vapor; así fueron evolucionando los sistemas de panificación y se añade una nueva fase a la

elaboración del pan: la aireación de la masa; aparece un nuevo tipo de levadura y surgen técnicas mecánicas para amasar el pan; con estas mejoras la industria del pan va creciendo de manera rápida.

#### **4- EVOLUCION EN EL TIEMPO**

El consumo de pan está disminuyendo desde mediados del siglo XIX en los países en desarrollo. Por ejemplo, el consumo de pan diario por persona ha descendido un 70% desde 1880 hasta 1977. Las causas de este descenso son diversas; en la actualidad existe preocupación por las diversas dietas hipocalóricas, lo que, junto al recrudecimiento de enfermedades autoinmunes como la celiaquía (intolerancia al gluten), hace que la visión popular que existía acerca de lo que es el pan vaya cambiando poco a poco. Algunos culpan de la disminución del consumo a la poca calidad del pan moderno, debida en parte al empleo de aditivos y en parte a la elaboración del alimento de forma industrial, lo cual causa un aumento del número de consumidores descontentos. El empleo de diversos aditivos en las masas —antioxidantes, enzimas, emulsionantes, etc.—, que suelen tener un nombre común, «mejoradores para pan», es una práctica habitual en la industria panadera y el objetivo de su uso es alargar la vida comestible de los panes. A pesar de este descenso, se puede decir que la industria panadera ocupa el segundo lugar de importancia dentro de la industria alimentaria.

Desde comienzos del siglo XXI, el 70% del pan que se consume en el mundo es de harina de trigo. La tendencia a consumir otros cereales ha disminuido.

No obstante, en los años 1990 aparecen panaderías artesanales en Europa que van captando clientela enamorada por el «sabor clásico» del pan. Se van poco a poco introduciendo los panes integrales debido a los beneficios de la fibra.<sup>(4)</sup>

---

<sup>(4)</sup>Consultas bases de información, en Internet: [www.es.wikipedia.org/wiki/Pan](http://www.es.wikipedia.org/wiki/Pan).(Febrero 2015)

A comienzos del siglo XXI se regresa al pan elaborado con harinas poco refinadas y no resulta raro ver en las panaderías una sección con este tipo de pan a la venta. En Estados Unidos se denomina a esta corriente *ArtisanBaking* (panadería artesanal) y se convierte en una nueva tendencia. Muchos de los panes que en la Edad Media eran variantes dulces de masas levadas hoy en día forman parte de la gastronomía navideña y se disfrutan en estas fechas, como por ejemplo el pan de especias.

La mejora en la producción del pan y la posibilidad de incorporar un pequeño horno a ciertos establecimientos hace que se pueda elaborar pan ya en bares y restaurantes, sacando de la panadería tradicional la producción panificadora. A este proceso se añade la posibilidad de emplear masas de pan previamente congeladas, lo que hace más operativa la producción de pan «recién hecho».

La crisis alimentaria mundial (2007-2008) hace que el precio de los cereales suba a altos niveles y como consecuencia el precio del pan sube en algunos países.

Desde ese rudimentario primer pan, fruto del azar del hombre, hasta nuestros días, donde la oferta de panes es muy extensa -tenemos más de 315 variedades de pan-, el consumo de este alimento ha pasado por distintas etapas y civilizaciones.<sup>(5)</sup>

---

<sup>(5)</sup>Consultas bases de información, en Internet: [www-amazon.es](http://www-amazon.es). (Febrero 2015)

## **CAPITULOII**

### **Constitución Legal e Impositiva**

**Sumario:** 1- La Sociedad de Hecho; 2- Inscripciones en los organismos públicos AFIP- DGR Tucumán- Dirección de Renta Municipal.

#### **1-LA SOCIEDAD DE HECHO**

La forma jurídica a través de la cual decidimos desarrollar el proyecto será una Sociedad de hecho debido a la sencillez de su constitución, economicidad impositiva y administrativa.

Una Sociedad de Hecho es una agrupación entre dos o más personas que se obligan en común acuerdo a realizar aportes para concretar una actividad comercial. Las ganancias generadas por dicha actividad deben ser repartidas entre los socios.<sup>(6)</sup>

Características:

- Nacen de forma verbal o escrita.
- No nace persona jurídica (única) diferente de los socios.
- Carece de atributos como persona por no nacer una persona jurídica.
- Sus socios responden ilimitadamente con sus bienes propios por las deudas y obligaciones contraídas por la sociedad.

---

<sup>(6)</sup>Consultas bases de información, en internet: [www.definicion.de](http://www.definicion.de). (Marzo 2015).

- Cualquiera de los socios puede pedir la disolución de la Sociedad en cualquier momento.
- Tienen capacidad limitada por lo que no se podrá comprar bienes muebles registrables en nombre de la Sociedad.

El contrato modelo celebrado entre las partes se encuentra en el Apéndice.

## **2-INSCRIPCIONES EN LOS ORGANISMOS PUBLICOS**

### **A.F.I.P.**

En este organismo tenemos 2 pasos para la inscripción de la Sociedad de Hecho como Monotributista.

#### **PASO 1- Obtención de la Clave Fiscal de la Persona Física**

Para la obtención de la C.U.I.T.- Clave Única de Identificación Tributaria- y de su Clave Fiscal deberá dirigirse a la dependencia AFIP-DGI que le corresponde a su domicilio fiscal (donde realiza su actividad económica), con los siguientes elementos:

1) Formulario N° 460/F por duplicado, debiendo completar la información de los siguientes ítems:

- Datos de identificación (Fecha de Nacimiento, Tipo y Nro. de documento)

- Datos referenciales (Apellidos y Nombres)

- Domicilio real (el que figura en su Documento de Identidad)

- Domicilio fiscal (lugar donde desarrolla su actividad económica)

- Otros datos (Teléfono, correo electrónico de contacto)

El titular, responsable o persona autorizada deberá firmar el reverso del formulario. La firma deberá estar certificada por entidad bancaria, autoridad policial o escribano, excepto cuando sean suscriptos ante

algún funcionario de la dependencia de la AFIP en la que se efectúa la presentación, en cuyo caso, éstos actuarán como autoridades certificantes.

2) Documentación respaldatoria requerida para cada caso:

Identidad:

- Argentinos nativos o naturalizados y extranjeros con DNI: original y fotocopia del documento nacional de identidad, libreta cívica o libreta de enrolamiento.

DomicilioFiscal

Deberá presentar dos de las siguientes constancias:

- a) Certificado de domicilio expedido por autoridad policial,
- b) Acta de constatación notarial,
- c) Fotocopia de alguna factura de servicios públicos a nombre del contribuyente o responsable,
- d) Fotocopia del título de propiedad o contrato de alquiler o de "leasing", del inmueble cuyo domicilio se denuncia,
- e) Fotocopia del extracto de cuenta bancaria o del resumen de tarjeta de crédito, cuando el solicitante sea el titular de tales servicios,
- f) Fotocopia de la habilitación municipal o autoridad municipal equivalente, cuando la actividad del solicitante se ejecute en inmuebles que requieran de la misma.

Asimismo, este organismo podrá disponer la verificación del domicilio fiscal, mediante la concurrencia al mismo del personal de esta Administración Federal o a través del permisionario postal, reemplazando la referida documentación respaldatoria.

3) Deberá registrar, ante personal de la dependencia, sus datos biométricos (firma, foto, y eventualmente huella dactilar). Además se efectuará el escaneo de su documento de identidad.

Esta información quedará reflejada en el sistema, para una identificación más segura con el objeto de evitar la utilización de

documentación apócrifa y preservar la seguridad jurídica y patrimonial de las personas ajenas a la comisión de dichos fraudes.

De la dependencia obtendrá el duplicado del F.460/F con su número de CUIT y la constancia de la tramitación de la "Clave Fiscal" (con Nivel de Seguridad 3).

**PASO 2:** Para la inscripción de Sociedades de Hecho en A.F.I.P. se requiere que se cumplan los siguientes requisitos:

A)- El representante legal de la sociedad o la persona debidamente autorizada (solicitante) deberá:

1- Descargar desde la página web del organismo ([www.afip.gov.ar](http://www.afip.gov.ar)), el programa aplicativo denominado “MÓDULO INSCRIPCIÓN DE PERSONAS JURÍDICAS- F. 420/J- Versión 1.0”

El aplicativo solicita información relacionada con:

- Datos identificatorios: denominación social, domicilio legal y otros datos vinculados.

- Datos sobre los integrantes de la sociedad: autoridades, participaciones o socios.

- Datos de carácter comercial: datos de interés fiscal (capital, cierre de ejercicio), actividades y domicilio fiscal.

2- Generar la DDJJ de inscripción e imprimir el F. 420/J, mediante la utilización del mismo.

B)- Posteriormente, deberá transmitir a la A.F.I.P. la DDJJ de inscripción. La aludida transferencia se efectuará a través de la página web del organismo, utilizando el servicio con “Clave Fiscal”. “Presentación de DDJJ y Pagos”. Una vez efectuada la transferencia el sistema emitirá un “Acuse de Recibo” el que deberá ser impreso para su posterior presentación

C)- El resultado de la inscripción podrá ser consultado utilizando el servicio con “Clave Fiscal” “**e-Ventanilla**”. De ser aceptada la presentación deberá imprimir la constancia de “Aceptación del trámite”.

D)- El representante legal o la persona debidamente autorizada deberá concurrir, dentro de los 30 días corridos desde la fecha de aceptación del trámite, a la Dependencia DGI que corresponda a la jurisdicción del domicilio de la persona jurídica que pretende inscribir y presentar la siguiente documentación:

- El formulario de la DDJJ F. 420/J
- EL “Acuse de recibo” de la presentación efectuada,
- La impresión de la “Aceptación del trámite”

**Con relación al domicilio:**

- Aportar dos pruebas de existencia de Domicilio Fiscal. Estas pruebas deben ser dos diferentes y a nombre de la sociedad, de cualquiera de las siguientes:

- Boletas de Servicios o Impuestos;
- Resumen Bancario o de Tarjeta de Crédito;
- Contrato de Locación (Sellado D.G.R.), Escritura;
- Constatación de Domicilio realizado por Escribano Público

en original;

Una vez finalizado el trámite de inscripción se asignará la Clave Única de Identificación Tributaria- CUIT- de la nueva persona jurídica y el alta como “Administrador de Relaciones” del Representante Legal.

Posteriormente deberán confirmar los datos de Inscripción y envío de la restante información - Trámite por Internet:

Deberá ingresar al servicio con Clave Fiscal, Aceptación de datos biométricos, para confirmar su firma y foto.

Luego deberá ingresar al servicio "Sistema Registral", para efectuar las siguientes operaciones en nombre de la persona jurídica:

- Informar la/s actividad/es desarrollada/s: opción Registro Tributario - Actividades Económicas.

- Efectuar el alta de impuestos y/o regímenes: opción Registro Tributario - 420/T Alta de Impuestos o Regímenes -y de corresponder la categorización como autónomo: opción Registro Tributario - Empadronamiento/ Categorización de Autónomos. De optar por el Régimen Simplificado Monotributo en reemplazo del alta de impuestos, deberá ingresar a la opción Registro Tributario - Monotributo para efectuar la adhesión.

### **MONOTRIBUTISTA**

Podrán adherirse al Monotributo las sociedades de hecho y comerciales irregulares.

El “Régimen Simplificado para Pequeños Contribuyentes” o “Monotributo” es un régimen integrado y simplificado destinado a los pequeños contribuyentes relativo a:

- Impuesto a las Ganancias,
- Impuesto al Valor Agregado (IVA) y
- Sistema Previsional.

Los pequeños contribuyentes deberán encuadrarse en categorías tomando distintos parámetros y efectuar solamente el pago mensual de un tributo (de aquí surge la denominación de “Monotributo”).

A los fines de lo dispuesto en este régimen, se consideran pequeños contribuyentes las personas físicas que realicen venta de cosas muebles, locaciones y/o prestaciones de servicios, incluida la actividad primaria, las integrantes de cooperativas de trabajo, en los términos y condiciones que se indican en el Título VI, y las sucesiones indivisas en su carácter de continuadoras de las mismas. Asimismo, se consideran pequeños contribuyentes las Sociedades de Hecho y Comerciales Irregulares (Cap. I,

Sección IV, L. 19.550 de Sociedades Comerciales, t.o. en 1984 y sus modif.), en la medida que tengan un máximo de hasta tres (3) socios.<sup>(7)</sup>

Concurrentemente, deberá verificarse en todos los casos que:a) Hubieran obtenido en los doce (12) meses calendario inmediatos, anteriores a la fecha de adhesión, ingresos brutos provenientes de las actividades a ser incluidas en el presente régimen, inferiores o iguales a la suma de pesos cuatrocientos mil (\$ 400.000) o, de tratarse de ventas de cosas muebles, que habiendo superado dicha suma y hasta la de pesos seiscientos mil (\$ 600.000) cumplan el requisito de cantidad mínima de personal previsto, para cada caso, en el tercer párrafo del artículo 8º;b) No superen en el período indicado en el inciso a), los parámetros máximos de las magnitudes físicas y alquileres devengados que se establecen para su categorización a los efectos del pago del impuesto integrado que les correspondiera realizar;c) El precio máximo unitario de venta, sólo en los casos de venta de cosas muebles, no supere el importe de pesos dos mil quinientos (\$ 2.500);d) No hayan realizado importaciones de cosas muebles y/o de servicios, durante los últimos doce (12) meses del año calendario;e) No realicen más de tres (3) actividades simultáneas o no posean más de tres (3) unidades de explotación.

---

<sup>(7)</sup>Art 2º, Ley de Monotributo (Nº 26565, t.o. 1984).

**CATEGORIAS DEL MONOTRIBUTO**

C A T e g o r í a	Ingresos Brutos	Actividad	Cantidad Mínima de Empleados	Sup. Afectada (* )	Energía Eléctrica Consumida Anualmente	Monto de Alquileres Devengados Anualmente	Impuesto Integrado (**)		Aportes al SIPA (***)	Aportes Obra Social (****)	Total	
							Locaciones y/o Prestaciones de Servicios	Venta de Cosas Muebles			Locaciones y/o prestaciones de servicios	Venta de Cosas Muebles
B	Hasta \$ 48.000	No excluida	No se requiere	Hasta 30 m2	Hasta 3.300 KW	Hasta \$ 18.000	\$ 39 (****)		\$ 157	\$ 233	\$ 429	\$ 429
C	Hasta \$ 72.000	No excluida	No se requiere	Hasta 45 m2	Hasta 5.000 KW	Hasta \$ 18.000	\$ 75		\$ 157	\$ 233	\$ 465	\$ 465
D	Hasta \$ 96.000	No excluida	No se requiere	Hasta 60 m2	Hasta 6.700 KW	Hasta \$ 36.000	\$ 128	\$ 118	\$ 157	\$ 233	\$ 518	\$ 508
E	Hasta \$ 144.000	No excluida	No se requiere	Hasta 85 m2	Hasta 10.000 KW	Hasta \$ 36.000	\$ 210	\$ 194	\$ 157	\$ 233	\$ 600	\$ 584
F	Hasta \$ 192.000	No excluida	No se requiere	Hasta 110 m2	Hasta 13.000 KW	Hasta \$ 45.000	\$ 400	\$ 310	\$ 157	\$ 233	\$ 790	\$ 700
G	Hasta \$ 240.000	No excluida	No se requiere	Hasta 150 m2	Hasta 16.500 KW	Hasta \$ 45.000	\$ 550	\$ 405	\$ 157	\$ 233	\$ 940	\$ 795
H	Hasta \$ 288.000	No excluida	No se requiere	Hasta 200 m2	Hasta 20.000 KW	Hasta \$ 54.000	\$ 700	\$ 505	\$ 157	\$ 233	\$ 1.090	\$ 895
I	Hasta \$ 400.000	No excluida	No se requiere	Hasta 200 m2	Hasta 20.000 KW	Hasta \$ 72.000	\$ 1.600	\$ 1.240	\$ 157	\$ 233	\$ 1.990	\$ 1.630

C A T e g o r í a	Ingresos Brutos	Actividad	Cantidad Mínima de Empleados	Sup. Afectada (*)	Energía Eléctrica Consumida Anualmente	Monto de Alquileres Devengados Anualmente	Impuesto Integrado (**)		Aportes al SIPA (***)	Aportes Obra Social (****)	Total	
							Locaciones y/o Prestaciones de Servicios	Venta de Cosas Muebles			Locaciones y/o prestaciones de servicios	Venta de Cosas Muebles
J	Hasta \$ 470.000	Únicamente Venta de Bs. Muebles	1	Hasta 200 m2	Hasta 20.000 KW	Hasta \$ 72.000	No aplicable	\$ 2.000	\$ 157	\$ 233	-	\$ 2.390
K	Hasta \$ 540.000	Únicamente Venta de Bs. Muebles	2	Hasta 200 m2	Hasta 20.000 KW	Hasta \$ 72.000	No aplicable	\$ 2.350	\$ 157	\$ 233	-	\$ 2.740
L	Hasta \$ 600.000	Únicamente Venta de Bs. Muebles	3	Hasta 200 m2	Hasta 20.000 KW	Hasta \$ 72.000	No aplicable	\$ 2.700	\$ 157	\$ 233	-	\$ 3.090

(8)

<sup>[8]</sup> Consultas bases de información, en Internet: [www.afip.gov.ar](http://www.afip.gov.ar). (Abril 2015).

**DGR TUCUMÁN:**

Para darse de alta en el Impuesto a los Ingresos Brutos se deberá realizar los trámites pertinentes y obtención de la C.U.I.T. en la A.F.I.P. Posteriormente se cumplimentarán los siguientes requisitos:

- Formulario de declaración jurada N° 900 (F.900) en original y duplicado con indicación del nomenclador de actividades y alícuotas que en nuestro caso será Cód. 522.410 y Alícuota del 3,5%;
- Constancia de inscripción y Reflejo de Datos Registrados del Sistema Registral de la AFIP;
- Fotocopia del estatuto o contrato social;
- Fotocopia de contrato de alquiler del local habilitado para el desarrollo de la actividad, en el que conste el domicilio declarado;
- Fotocopia del documento de identidad de los socios.

Las fotocopias de la documentación que se acompaña al formulario 900, deberán encontrarse debidamente suscriptas por el responsable, debiendo exhibirse sus originales para su cotejo y certificación por parte de los funcionarios intervinientes de esta Autoridad de Aplicación, salvo que la documentación acompañada en fotocopia se encuentre debidamente certificada por escribano público.<sup>(9)</sup>.

**D.R.M.(MUNICIPALIDAD):****Tramitaciones Previas:**

- ❖ Certificado de Factibilidad de uso, trámite independiente mediante la solicitud ante Obras Públicas;
- ❖ Libre deuda de Tribunal de Faltas;
- ❖ Libre deuda C.I.S.I.

---

<sup>(9)</sup>Consultas bases de información, en Internet: [www.rentastucuman.gov.ar](http://www.rentastucuman.gov.ar).(Abril 2015).

RequisitosRegulares:

- ❖ Certificado de Factibilidad;
- ❖ Fotocopia de D.N.I. 1° Y 2° hoja (autenticada);
- ❖ Fotocopia de Título de propiedad de inmueble o contrato de locación;
- ❖ Constancia de inscripción ante A.F.I.P;
- ❖ Libre Deuda C.I.S.I;
- ❖ Libre Deuda expedido por el Honorable Tribunal de Faltas;
- ❖ Certificado de desinfección;
- ❖ Memoria descriptiva de la actividad por duplicado;
- ❖ Recibo de pago de empadronamiento comercial.

## **CAPITULO III**

### **Plan de Marketing**

**Sumario:** 1-Definición del Objeto de Análisis; 2- Análisis Estratégico de la situación; 3- Planificación Estratégica.

#### **1- DEFINICIÓN DEL OBJETO DE ANÁLISIS**

Se tratará de determinar si el proyecto de Inversión de una Panadería es viable.

#### **2- ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA SITUACIÓN**

##### **2.1-ANÁLISIS DEL ENTORNO**

##### **2.1.1- Análisis del Macroentorno.**

- Entorno económico: supondremos que la inflación será igual a cero para realizar este análisis, como así también los precios en los próximos 5 (cinco) años.

- Entorno socio-cultural: Argentina es el 2° país con mayor consumo de pan<sup>(10)</sup>. Existe una tendencia al cuidado de la salud.

##### **2.1.2- Análisis de la Demanda:**

- Tamaño actual del mercado: El mercado al cual apuntamos se encuentra en Yerba Buena que cuenta con una población de 86.898 habitantes<sup>(11)</sup>. Se trata del barrio 200 viviendas que, como su nombre lo indica,

---

<sup>(10)</sup> Consultas bases de información, en Internet: [www.inta.gob.ar](http://www.inta.gob.ar). (Abril 2015)

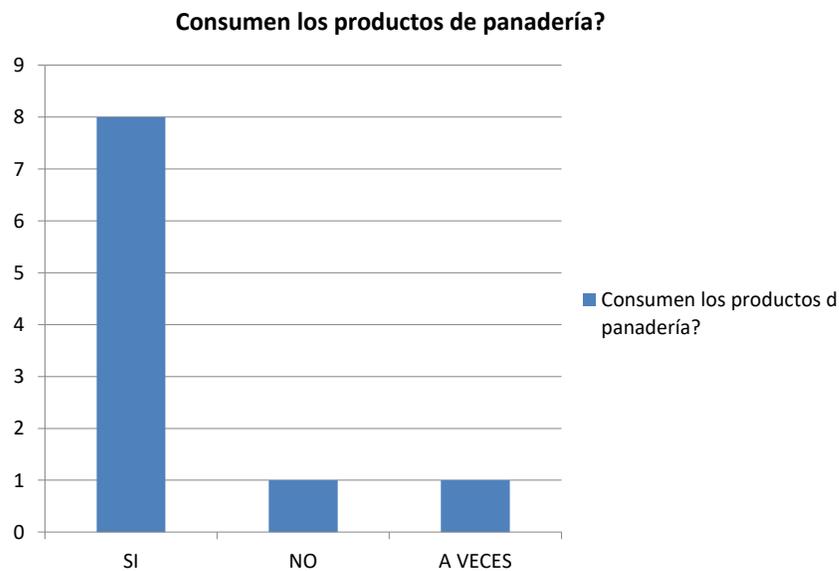
<sup>(11)</sup> Consultas bases de información, en Internet: [www.indec.mecon.ar](http://www.indec.mecon.ar). (Abril 2015)

cuenta con 200 familias y 100 familias a sus alrededores, con un promedio de 4 integrantes por familia.

Para realizar el análisis de la demanda y de los potenciales clientes se implementó una encuesta (ver apéndice) a 10 familias con el fin de obtener información acerca del consumo y hábitos de las mismas respecto a los productos de panadería

Del procesamiento de la información obtenida en la encuesta surgen algunas de las siguientes conclusiones:

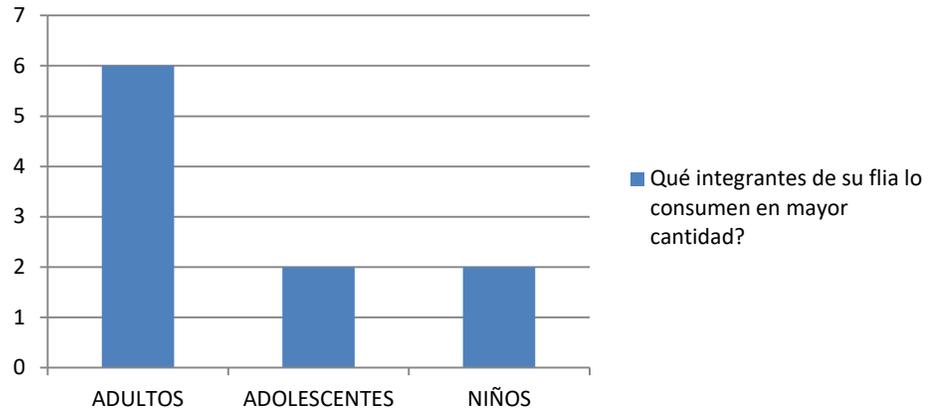
El 80% consumen productos de panadería y el resto no lo hace, o lo hace esporádicamente; por lo que concluimos que la demanda se ubicaría aproximadamente en 240 familias, con un consumo promedio de un poco más de 1kg según lo encuestado.



- Demanda Estacionaria: los productos de panadería tienen mayor consumo en otoño, invierno y primavera.

- Ciclo de vida en el que se encuentra la demanda global del producto: corresponde mayormente a los adultos, seguido por jóvenes y niños según datos obtenidos en la encuesta.

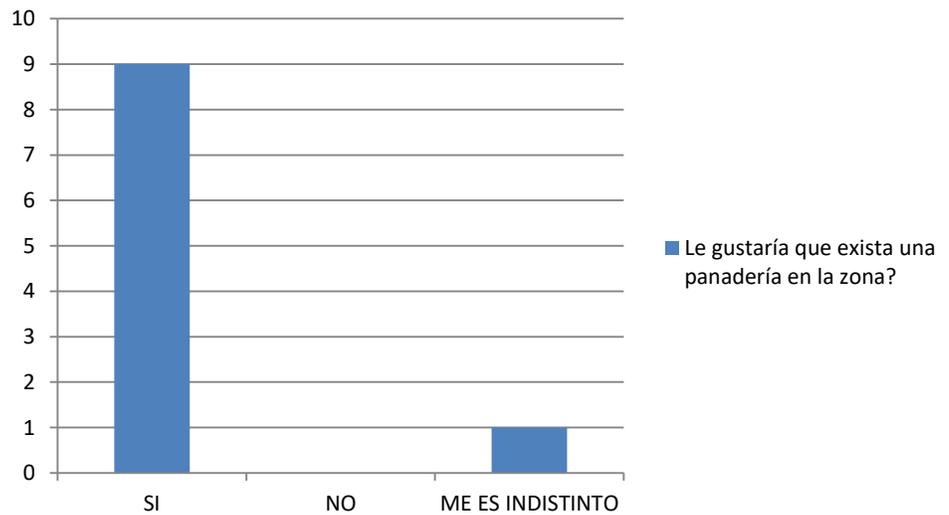
### Qué integrantes de su flia lo consumen en mayor cantidad?



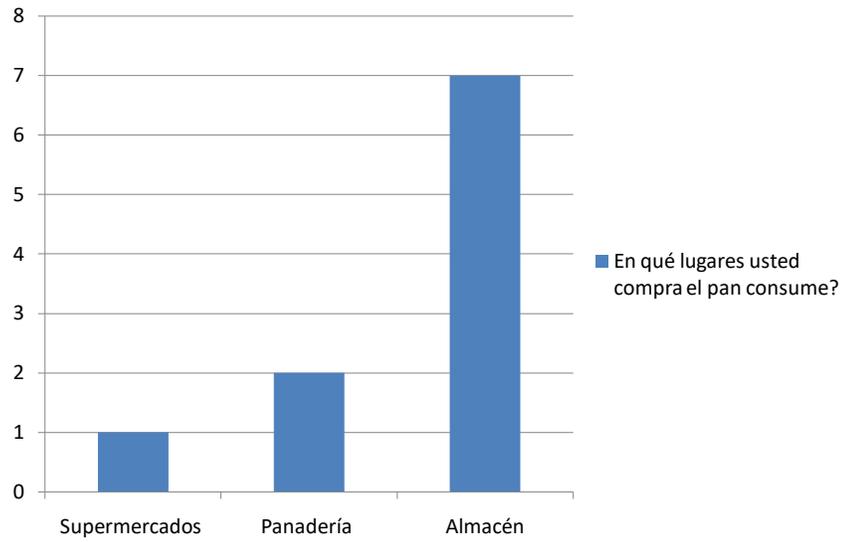
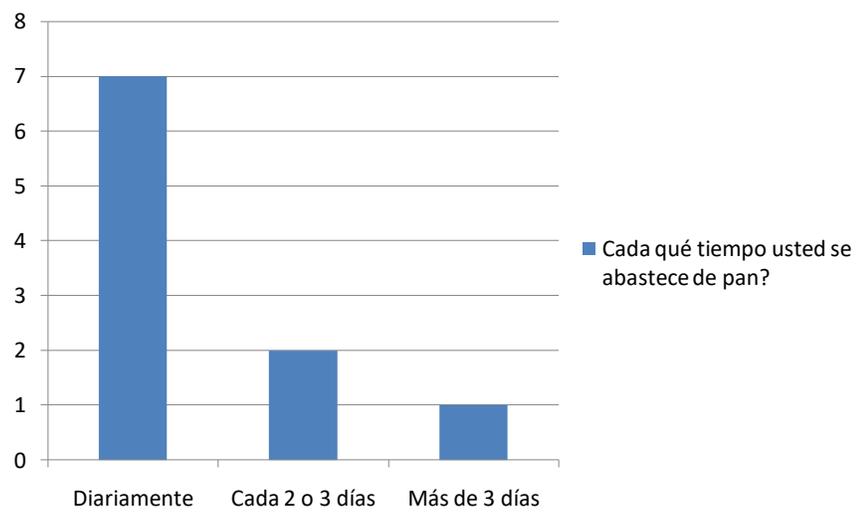
### 2.1.3- Análisis de los Potenciales Clientes:

Perfil del cliente: Serán familias del barrio 200 viviendas, principalmente, y alrededores, pertenecientes a la clase media y media- alta. La idea de ubicarlo al proyecto en esa zona quedó firme por lo manifestado por los encuestados según muestra el gráfico:

### Le gustaría que exista una panadería en la zona?



- Lugar y frecuencia de compra: El 70% se abastece de almacenes ubicados en la zona diariamente mientras que el 30% restante lo hace a través de supermercados y panaderías cada 2 o 3 días.

**En qué lugares usted compra el pan consume?****Cada qué tiempo usted se abastece de pan?**

- Consumo habitual:

Pan: aproximadamente más de 1 kg.

Tortillas: 5 a 6 unidades diarias.

Facturas: 3 a 4 unidades diarias.

N° familia	Tortillas	Facturas
Familia 1	10	5
Familia 2	10	0
Familia 3	10	6
Familia 4	8	6
Familia 5	8	4
Familia 6	0	4
Familia 7	3	2
Familia 8	4	2
Familia 9	3	0
Familia 10	0	4

Atributos diferenciales valorados en el proceso de elección del producto: buscan una combinación entre precio y calidad, resignando en mayor medida esta última.

#### 2.1.4- Análisis de la Estructura Competitiva:

Competidores actuales:

“Almacén 1”, que cuenta con venta de pan sin tener variedad y con una calidad regular según la investigación. También comercializa productos de verdulería lo que al no especializarse en el rubro de panadería es una buena oportunidad para captar el mercado con el cual opera, implementando una estrategia de variedad, calidad y precio. A pesar de esto, su ventaja es la modalidad de ventas en cuenta corriente.

“Almacén 2” que sólo se dedica a la reventa del pan, no incluyendo tortillas ni facturas que a su entender no tienen salida de venta.

“Almacén 3”, negocio con antigüedad, donde sus principales clientes pertenecen a la cuadra donde está ubicado, y a pesar de ellos muchos deciden abastecerse en otros negocios debido a sus elevados precios sin brindar facilidades de venta.

“Almacén 4” es la competencia más fuerte debido a su ubicación en la calle San Martín, una de las arterias principales de la zona, razón por la cual es el negocio con más ventas diarias. Su desventaja es el precio elevado y tiene un sólo tipo de calidad.

**CUADRO COMPARATIVO DE PRECIOS Y CANTIDADES**  
**VENDIDAS DE LA COMPETENCIA**

<b><u>PRODUCTO</u></b>	<b><u>ALMACEN 1</u></b>			<b><u>ALMACEN 2</u></b>			<b><u>ALMACEN 3</u></b>			<b><u>ALMACEN 4</u></b>		
	<b><u>PRECIO VENTA</u></b>	<b><u>CANT. VDA. X DIA</u></b>	<b><u>CALIDAD</u></b>	<b><u>PRECIO VENTA</u></b>	<b><u>CANT. VDA. X DIA</u></b>	<b><u>CALIDAD</u></b>	<b><u>PRECIO VENTA</u></b>	<b><u>CANT. VDA. X DIA</u></b>	<b><u>CALIDAD</u></b>	<b><u>PRECIO VENTA</u></b>	<b><u>CANT. VDA. X DIA</u></b>	<b><u>CALIDAD</u></b>
Pan Francés	\$ 17,00	27	Regular	\$ 16,00	21	Regular	\$ 18,00	18	Buena	\$ 18,00	35	Buena
Tortillas	\$ 1,25	0		-	0		\$ 1,00	60		\$ 1,25	100	
Facturas c/Crema*	\$ 2,50	25		-	0		-	0		\$ 2,50	30	
Medialunas*	-	0		-	0		-	0		\$ 2,50	15	
Prepizza x 3 uds.	\$ 18,00	6		\$ 16,00	6		\$ 18,00	8		\$ 16,00	15	
Pan Viena x 6	\$ 12,00	10		\$ 10,00	11		\$ 12,00	10		\$ 11,00	10	
Pan Hamburguesa	\$ 12,00	10		\$ 10,00	11		\$ 12,00	8		\$ 11,00	12	

*-Información obtenida por clientes de la competencia*

*\* Estos productos no los negocian la mayoría de los almacenes por lo que nos diferenciamos como panadería, lo que nos dará la posibilidad de aumentar las ventas llegando a competir con el almacén 4 debido a nuestra mejor calidad y variedad.*

#### 2.1.5- Análisis de la Estructura de Proveedores:

A partir de las visitas a cada potencial proveedor podemos observar que “Cosas Ricas”, ubicada en av. Aconquija al 1.200, a pesar de tener los precios más bajos del mercado, no están interesados en ser distribuidores de almacenes (envían sus productos en bolsas de nylon provocando que los mismos lleguen en malas condiciones), por lo que los precios son iguales para el público en general y para cualquier cliente.

El otro potencial proveedor “Villeco”, ubicado en Av. Aconquija 1.300, sólo se dedica a la distribución desde la casa central a las sucursales de la provincia. A pesar de tener excelente calidad en sus productos observamos que los precios son los más elevados en el mercado y tampoco están interesados en ser distribuidores.

“El mundo” es una panadería renombrada por sus sabores en materia de tortillas y facturas, de la cual recibimos información de que éstos son horneados en cada sucursal a diferencia del pan. Tampoco se dedican a la distribución en almacenes y sus precios provocarían un elevado costo de adquisición.

La panificación que sí se dedica a la distribución es “Albertus” como podemos observar en la mayoría de las góndolas de los almacenes. Sin embargo sus precios al por mayor siguen siendo desfavorables a comparación del “Distribuidor de Albertus” que se encuentra en una zona cercana al lugar donde se llevaría a cabo el proyecto y la gama de productos ofrecidos satisfacen nuestros requisitos.

La otra variante es la “Panadería Facu” quien tiene su panificación propia perteneciente a los mismos dueños de la panadería volviéndola más competitiva y la calidad de sus productos son aceptados tanto así que se están convirtiendo en distribuidores y sus precios, según nuestro estudio, son los más bajos de mercado.

**CUADRO COMPARATIVO DE PRECIOS DE LOS PROVEEDORES:**

<b>PRODUCTO</b>	<b>COSAS RICAS</b>	<b>VILLECO</b>	<b>EL MUNDO</b>	<b>ALBERTUS</b>	<b>DISTRIBUIDOR</b>	<b>PANIF. FACU</b>
Pan Francés	\$ 12,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 17,50	\$ 14,00	\$ 11,00
Pan Migñón	\$ 12,00	\$ 25,00	\$ 22,00	\$ 18,00	\$ 16,00	-
Pan Sandwichero	\$ 12,00	\$ 25,00	\$ 22,00	\$ 20,00	\$ 18,50	-
Pan Salvado	-	-	\$ 22,00	\$ 19,30	\$ 16,00	-
Tortillas	\$ 1,00	\$ 2,00	\$ 1,80	\$ 1,45	\$ 1,00	\$ 0,85
Medialunas	\$ 1,60	\$ 2,70	\$ 2,50	\$ 2,30	\$ 2,00	\$ 1,30
Facturas c/ crema	\$ 1,80	\$ 3,00	\$ 2,80	\$ 2,30	\$ 2,00	\$ 1,30
Medialunas c/D de L.	\$ 2,50	\$ 3,00	\$ 2,80	\$ 2,60	\$ 2,00	\$ 1,60
Sacramento	\$ 2,50	\$ 3,20	\$ 3,00	\$ 2,30	\$ 2,00	\$ 1,60
Prepizzas x 3 uds.	\$ 14,00	\$ 15,00	\$ 14,00	\$ 13,70	\$ 13,00	\$ 9,00
Pan Hamburguesa x 4uds.	\$ 11,00	\$ 12,00	\$ 10,00	\$ 7,90	\$ 7,80	\$ 6,00
Pan Viena x 6 uds.	\$ 11,00	\$ 12,00	\$ 10,00	\$ 7,90	\$ 7,80	\$ 6,00
Tostadas c/semillas 100 grs.	\$ 8,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 7,00	\$ 5,00	-
Bastones 5 semillas 100 grs.	\$ 8,00	\$ 10,00	-	\$ 7,50	\$ 6,00	-
Galletitas c/semilla 100 grs.	\$ 8,00	\$ 9,00	-	\$ 7,50	\$ 6,00	-
Marineras 100 grs.	\$ 7,50	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 6,00	\$ 4,50	-

## 2.2- ANÁLISIS INTERNO

### 2.2.1- Aspectos Comerciales:

- Cartera de productos: Los productos ofrecidos serán los siguientes:

<b>PRODUCTO</b>
Pan Francés
Pan Migñón
Pan Sandwichero
Tortillas
Medialunas
Facturas c/ crema
Medialunas c/D de L.
Sacramento
Prepizzas x 3 uds.
Pan Hamburguesa x 4uds.
Pan Viena x 6 uds.

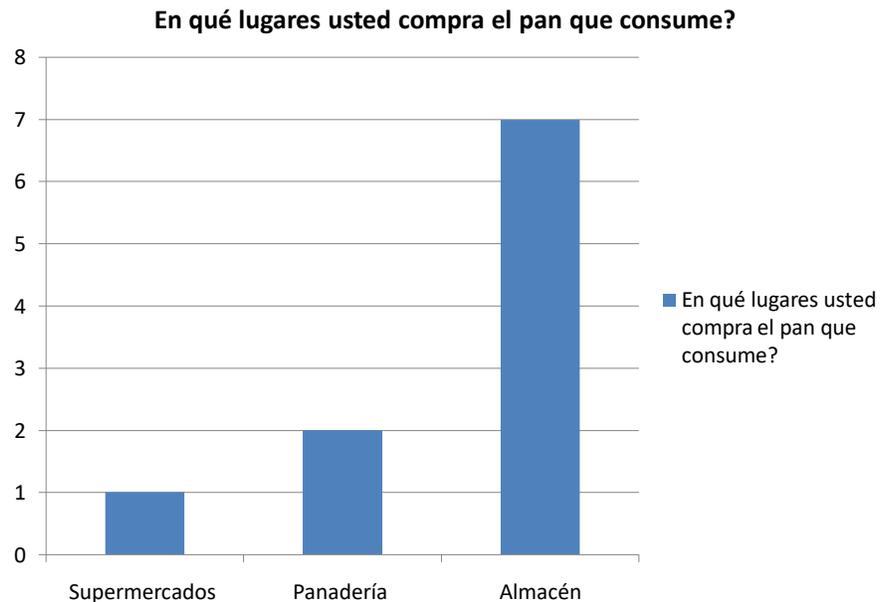
- Ventas: El destino de las ventas será, en principio, a los consumidores finales.

- Cuota de mercado general:

<b>PRODUCTO</b>	<b>TOTAL VTA ALMACEN</b>	<b>TOTAL VTA PANADERIA</b>	<b>TOTAL VTA MERCADO</b>	<b>CAPTACIÓN DEL MERCADO 30%</b>	<b>CAPTACIÓN DEL MERCADO 50%</b>
Pan Francés	101	43	144	43	-
Tortillas	160	69	229	69	-
Facturas c/Crema*	55	24	79	-	39
Medialunas*	15	6	21	-	11
Prepizza x 3 uds.	35	15	50	15	-
Pan Viena x 6	41	18	59	18	-
Pan Hamburguesa	41	18	59	18	-

\* Estos productos no los negocian la mayoría de los almacenes por lo que nos diferenciamos como panadería, lo que nos dará la posibilidad de aumentar las ventas llegando a competir con el almacén 4 debido a nuestra mejor calidad y variedad.

Según la encuesta realizada del total del mercado, el 70% se provee de productos de panadería en almacenes y el 30% restante lo hace en panaderías.



Es por eso que pensamos captar ese 30%, en un principio, del mercado actual, ya que según lo manifestado por los encuestados esto es así porque en la zona no consiguen productos de buena calidad y variedad.

Con respecto a las facturas y medialunas la intención es captar el 50% del mercado ya que la mayoría de la competencia no comercializa este tipo de productos, los que nos dará la posibilidad de competir directamente con el “Almacén 4” debido a nuestra mejor calidad y variedad.

### 2.2.2- Aspectos Organizativos:

Se contará con un empleado de jornada completa, regido por las normas de Convenio colectivo de trabajo de empleados de comercio quién será el encargado del Salón de Venta, que además tendrá a su cargo la

reposición y verificación de las fechas de vencimiento de los productos brindando los mismos en óptimas condiciones.

Mariana Vittar: Cajera y encargada de las registraciones contables.

Miguel Belén: Operaciones con Proveedores, depósito de cobranzas y pago de impuestos.

### 2.2.3- Diagnóstico de la Situación:Análisis F.O.D.A

<b>Debilidades</b>		<b>Fortalezas</b>	
1	<b>Al ser nuestro primer emprendimiento no contamos con suficiente experiencia</b>	1	<b>Variedad en la Calidad</b>
2	<b>No producir nuestros propios productos ocasiona no contar con costos más bajos</b>	2	<b>Precios Competitivos</b>
		3	<b>Panadería exclusiva en la zona</b>
3	<b>Somos nuevos en el mercado</b>	4	<b>Producción propia en el futuro</b>
4	<b>Selección inadecuada del empleado</b>	5	<b>Introducción de una nueva línea de productos</b>
<b>Amenazas</b>		<b>Oportunidades</b>	
1	<b>Tendencia al cuidado de la salud</b>	1	<b>La competencia no tiene reparto a domicilio lo que implementaremos en el futuro</b>
2	<b>Aumento del índice de inflación</b>	2	<b>Construcción capilla al frente del negocio donde se desarrollarán actividades parroquiales</b>
3	<b>Situación Económica recesiva</b>	3	<b>Desaparición de la línea de productos de panadería en la competencia</b>
4	<b>Ingresos de nuevos competidores</b>	4	<b>Urbanización acelerada en la zona</b>
5	<b>Demanda estacionaria</b>	5	<b>Obtener financiación externa</b>
6	<b>No adaptarnos al mercado</b>		

### **3- PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA**

#### **3.1- FIJACIÓN DE OBJETIVOS COMERCIALES**

3.1.1- Objetivos comerciales cuantitativos: Se los determinó realizando un análisis mensual para el primer año y luego una proyección anual por 5 años. El objetivo inicial es poder captar el 30% del mercado en los meses de enero y febrero. A partir de marzo y hasta agosto, inclusive, nuestra intención es hacer incrementar en forma acumulativa un 15% las cantidades vendidas. Para los meses de setiembre, octubre y noviembre, debido a la época estival, la ventas disminuirán, como es común en este tipo de actividad, por lo que nuestro objetivo es que esto no ocurra o sea lo menos posible, determinando un coeficiente del 10%. Por último, para el mes de diciembre las ventas se mantendrán constantes para recomenzar la misma tendencia a partir de enero del año siguiente.

En lo que respecta a la proyección anual el objetivo es que las cantidades vendidas también aumenten un 15% con respecto al año inmediato anterior.

#### 3.1.2- Objetivos comerciales cualitativos:

- Dejar conforme al cliente para ampliar la clientela y mantener la que se logre obtener;
- Respeto al consumidor, trato amable, mejorar la calidad de servicio;
- Tener reconocimiento en el mercado convenciendo al cliente que somos la mejor opción;
- Lograr la permanencia en el mercado.
- Motivar el cuidado del medio ambiente.

### 3.2- DETERMINACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS Y ACCIONES

Realizado el análisis de los distintos factores y variables que envuelven al negocio, implementaremos las siguientes estrategias y acciones concretas a seguir para superar las falencias, potenciar los aspectos positivos y lograr el cumplimiento de los objetivos determinados:

3.2.1- Estrategia de ubicación del negocio: Posicionarlo en una zona transitable.

Acción: El negocio estará ubicado en el Barrio 200 viviendas Mza. A2 Casa 11. Cuenta con un gran cúmulo de personas lo que constituye una gran oportunidad de venta ya que no cuenta con panaderías cercanas y donde sólo funcionan almacenes polirrubro los cuales serían nuestra competencia directa.

Este inmueble cuenta con el espacio suficiente para la colocación de los bienes de uso necesarios para poner en funcionamiento el negocio.



3.2.2- Estrategia de segmentación: Según nuestro análisis identificamos dos tipos de público objetivo al cual nos dirigiremos, clientes de clase media y clase media- alta. Se los segmentó de esta manera para poder atender y prestar atención sus diferentes gustos y consumos, y así lograr satisfacer las necesidades de cada uno.

Acción: Incorporaremos dos tipos de calidad y precio según la conveniencia del cliente.

3.2.3- Estrategias de producto: Nuestra estrategia es tener variedad respecto a la calidad y cantidad de los productos.

Acción: Debido a la tendencia del cuidado de la salud cada vez más imponente, en estos tiempos, incorporaremos una línea de productos exclusiva para satisfacer a esos clientes, logrando así ampliar el abanico de productos. Estos podrían ser los productos light a implementar: Pan de Salvado, Tostadas con semillas, Bastones 5 semillas, Galletitas con semillas, Marineras, etc.

En cuanto al embalaje, se contará con materiales particularmente seleccionados en cuanto a calidad con el objeto de preservar en perfecto estado los productos utilizando material biodegradable que a su vez disminuyen la contaminación ambiental.

3.2.4-Estrategias de precio: En relación al mercado al cual nos dirigimos, la estrategia será tener diferentes precios acorde a la calidad de nuestros productos.

Acción: Para ello se decidió hacer una combinación entre los productos de las diferentes ofertas optando por un lado por “El Distribuidor de Albertus” (Calidad 1) debido a que maneja una excelente y reconocida calidad en sus productos y a un buen precio. El otro proveedor será “Panadería Facu” (Calidad 2) por el bajo costo de sus productos y por la forma de financiación en donde el pago del pan se realiza semanalmente. Lo

que se logra así es una combinación de variedad, precio y calidad hacia los clientes.

3.2.5-Estrategia de Servicio: Cordial y delicada atención, conjuntamente con una distribución armónica de los productos y bienes disponibles.

Acción: Nos distinguiremos de la competencia a través del trato amable hacia los consumidores buscando constantemente mejorar el servicio, prestando atención en aquellas necesidades no satisfechas a los clientes, creándoles una imagen de que de nuestro negocio puede retirarse conforme en cuanto a variedad, precio y amigable atención.

El negocio constará con venta personalizada en el salón, donde el cliente se dirige al local para realizar su compra a gusto de acuerdo al stock.

Se implementará una decoración alegre al salón de venta, con mucha luz para una mejor exhibición de los productos permitiendo que los consumidores los vean de forma más llamativa.

La intención nuestra es crear una fidelidad del cliente hacia la panadería y no solo la mera compra esporádica no recurrente.

3.2.6-Estrategia de financiación: Implementar como alternativa la modalidad de venta en cuenta corriente a clientes que demuestren confianza para lograr atraer clientes y así poder equiparnos con la competencia.

Acción: Llevar un registro de estos clientes en donde la cancelación de las cuentas no sea superior a 30 días.

3.2.7-Estrategia de comunicación: Implementar una fuerte campaña publicitaria ya que somos nuevos en el mercado.

Acción: Promocionarnos a través de folletos, volantes donde se incluyan precios y promociones con el fin de intentar captar nuevos consumidores. Crear una página de facebook que incluya a los clientes en donde se dé a conocer los diferentes precios, promociones especiales y novedades.

3.2.8-Estrategia de promoción: Se realizarán promociones de venta relacionado al volumen de compra de los clientes para estimular el consumo.

Acción: Se entregarán folletos con descuentos, en función al volumen de compra, para ser presentados en la panadería en una visita posterior.

3.2.9-Estrategia frente a la demanda estacionaria: Complementar nuestra actividad con la incorporación de productos lácteos y bebidas frescas para subsanar la baja en las ventas en época estival.

Acción: Incorporar línea de lácteos y bebidas frescas.

En lo que respecta a lácteos nos manejaremos con 9 productos. Nuestro proveedor será “La Serenísima” con reposiciones semanales y la cual nos facilitará una heladera de 450 lts., con la condición de que comercialicemos exclusivamente sus productos. Estos productos son:

- Leche Entera en sachet,
- Leche Descremada en sachet,
- Leche Chocolatada en caja,
- Yogur de 1 lts.,
- Yogur en vasito con cereales,
- Yogur Actimel,
- Leche Entera en caja,
- Leche descremada en caja,
- Queso crema unttable.

En el rubro de bebidas frescas contaremos con 19 productos siendo ellos de distintos tamaños, envases y sabores. El proveedor será “Coca Cola” con reposiciones cada tres días y que al igual que con los lácteos, obtendremos en comodato una heladera de dos puertas acordando vender solo sus líneas de productos. Ellos serían:

- Coca- Cola 500 ml.,
- Fanta 500 ml.,

- Sprite 500 ml.,
- Coca- Cola retornable 1 lts.,
- Fanta retornable 1 lts.,
- Sprite retornable 1 lts.,
- Coca- Cola descartable 1 1/2 lts.,
- Coca- Cola Zero 1 1/2 lts.,
- Coca- Cola light 1 1/2 lts.,
- Coca- Cola retornable 2 lts.,
- Coca- Cola light 2 lts.,
- Fanta retornable 2 lts.,
- Sprite retornable 2 lts.,
- Coca- Cola retornable 2 1/2 lts.,
- Fanta retornable 2 1/2 lts.,
- Sprite retornable 2 1/2 lts.,
- Coca- Cola descartable 3 lts.,
- Fanta descartable 3 lts.,
- Sprite descartable 3 lts.,

3.2.10-Estrategia de costos: Será implementar en el futuro nuestra propia producción y así lograr disminuir los costos y poder obtener los márgenes deseados para ser competitivos.

Acción: adquirir máquinas y equipos y desarrollar nuestros propios productos.

3.2.11-Estrategia de selección de personal: Incorporar personas con experiencia conocimiento previo en el rubro y por sobre todo que tenga un compromiso con el negocio.

Acción: Realizar entrevistas de trabajo.

3.2.12-Estrategias de distribución: Realizar entregas a domicilio en el futuro será una ventaja para el negocio, ya que la competencia no cuenta con ésta modalidad.

Acción: Contratar cadete para que realice los envíos.

## **CAPITULO IV**

### **Análisis del Proyecto**

**Sumario:** 1- Aporte de los propietarios; 2- Plano del local comercial; 3- Bienes de uso; 4- Gastos administrativos y comerciales; 5- Proyección económica. Información Base; 6- Proyección Económica 1° Semestre; 7-Proyección Económica 2°Semestre; 8- Proyección Económica Anual; 9- Flujo Projectado de Fondos: Proyección financiera; 10- Alternativa; 11-Proyección económica.Alternativa Información Base; 12- Proyección Económica Alternativa 1° Semestre; 13-Proyección Económica Alternativa 2°Semestre; 14- Proyección Económica Alternativa Anual; 15- Flujo Projectado de Fondos: Proyección Financiera Alternativa.

### **1- APORTE DE LOS PROPIETARIOS**

La inversión inicial calculada estará conformada por:

<b>Inversión</b>	Activo Fijo: \$ 19.500	Capital de Trabajo: \$29.500	Reparación Local: \$ 5.000
<b>Aporte Socio en Efectivo</b>	Vittar: \$27.000	Belén: \$27.000	

La inversión del Activo fijo se refiere a los bienes de uso y elementos necesarios para desarrollar el proyecto.

En lo que respecta al Capital de Trabajo la suma mencionada se aplicará a la compra de los productos a comercializar y demás gastos que se presenten durante el desarrollo.

La reparación del local incluye ambientación (decorado, cortinas, luces, etc.) y todo otro gasto necesario para ponerlo en óptimas condiciones.

2- PLANODEL LOCAL COMERCIAL



### **3- CUADRO DE BIENES DE USO**

Ubicación en el plano	Bienes de uso						
	Bienes	Cantidad	Importes *	Total	Vida Util	Amortización	
1	Banqueta giratoria	1	\$ 500,00	\$ 500,00	10	\$ 50,00	
1	Caja Registradora Fiscal Elitronic Cr 50	1	\$ 6.250,00	\$ 6.250,00	5	\$ 1.250,00	
2	Mueble Mostrador	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	10	\$ 150,00	
3 y 6	Mueble Exhibidor	2	\$ 2.590,00	\$ 5.180,00	10	\$ 518,00	
4	Heladera Exhibidora 450 lts	1	En comodato Serenísima				
5	Heladera Exhibidora 2 puertas	1	En comodato Coca - Cola				
7	Balanza Electrónica 40kg. Digital	1	\$ 920,00	\$ 920,00	5	\$ 184,00	
8	Panera Espiga	1	\$ 4.850,00	\$ 4.850,00	10	\$ 485,00	
D°	Lata Asadera Bandeja 60x40x2	3	\$ 100,00	\$ 300,00	5	\$ 60,00	
				<b>Total Bienes de Uso</b>	<b>\$ 19.500,00</b>		

### **4- GASTOS ADMINISTRATIVOS Y COMERCIALES**

Para determinar los gastos administrativos y comerciales del local se decidió contratar a un empleado de jornada completa, regido por las normas de Convenio colectivo de trabajo de empleados de comercio quién será el encargado del Salón de Venta, que además tendrá a su cargo la reposición de los productos y verificación de las fechas de vencimiento brindando los mismos en óptimas condiciones.

Al no contar con local propio, decidimos alquilar el local antes mencionado. Para ello el alquiler será de \$2.000 mensuales de acuerdo a la consulta que se hizo en el mismo y a las dimensiones necesarias.

Al tratarse de una Sociedad de Hecho se la decidió inscribir como Monotributista comenzando por la categoría “D” ingresando para ello el gravamen mensual fijo con recategorización cuatrimestral según la Ley 26.565. Como así también la correspondiente inscripción en el Régimen Provincial sobre Ingresos Brutos según una escala progresiva en función a las ventas aplicando un porcentaje fijo que por dicha actividad es de 3,5%.

En este tipo de gastos se incluyen aquellos necesarios para el normal funcionamiento del local y otros gastos que por su escasa significatividad no se especifican.

<b>GTOS COMERCIAL Y ADMINISTRATIVO</b>	
<b>Gastos Comerciales</b>	<b>Por mes \$</b>
VARIABLES	
Imp. Ingresos Brutos	<b>3,50%</b>
Impuesto Municipal	<b>1,21%</b>
FIJOS	
Sueldo 1 empleado	\$ 6.000,00
Cargas Sociales	\$ 3.011,78
Retribución Propietarios	\$ 6.000,00
Alquiler	\$ 2.000,00
Bolsas	\$ 300,00
<b>Gastos Administrativos</b>	<b>Por mes \$</b>
Celular e internet	\$ 350,00
Papelería	\$ 150,00
Limpieza	\$ 100,00
Luz	\$ 700,00
Monotributo	\$ 118,00
Incremento Socio 20% Monotributo	\$ 47,20
Gastos Varios	\$ 750,00

## CARGASSOCIALES

Al empleado contratado se le ingresarán las contribuciones de cargas sociales y ART correspondientes

Indice Cargas Sociales			
Concepto		Subtotales	Total
<b><u>Cargas Sociales Ciertas</u></b>			
Jubilación	<b>10,17%</b>		
Asignaciones Fliares.	4,44%		
Fondo Nac. de Empleo	<b>0,89%</b>		
<b>Pensionados (INSSJP)</b>	<b>1,50%</b>	17,00%	
<b>Subtotal Cargas Sociales</b>		17,00%	
Obra Social		6,00%	
Salud Pública		2,50%	
A.R.T.		5,75%	
Seg. vida obligatorio		2,46%	
<b>TOTAL CARGAS SOCIALES CIERTAS (CSC)</b>		<b>33,71%</b>	<b>33,71%</b>
<b><u>Cargas Sociales Inciertas</u></b>			
Sueldo Anual Complement.-SAC		8,33%	
Vacaciones Proporcionales: 14 días		4,00%	
<b>TOTAL CARGAS SOCIALES INCIERTAS (CSI)</b>		<b>12,33%</b>	<b>12,33%</b>
<b><u>Cargas Sociales Derivadas</u></b>			
CSC sobre SAC		2,81%	
CSC sobre Vacaciones Proporcionales		1,35%	
<b>TOTAL CARGAS SOCIALES DERIVADAS (CSD)</b>		<b>4,16%</b>	<b>4,16%</b>
<b>TOTAL INDICE DE CARGAS SOCIALES</b>		<b>50,20%</b>	<b>50,20%</b>

## 5- PROYECCIÓN ECONÓMICA

### INFORMACIÓN BASE: CUOTA DE MERCADO

PRODUCTO	TOTAL VTA ALMACEN	TOTAL VTA PANADERIA	TOTAL VTA MERCADO	CAPTACIÓN DEL MERCADO 30%	CAPTACIÓN DEL MERCADO 50%
Pan Francés	101	43	144	43	-
Tortillas	160	69	229	69	-
Facturas c/Crema*	55	24	79	-	39
Medialunas*	15	6	21	-	11
Prepizza x 3 uds.	35	15	50	15	-
Pan Viena x 6	41	18	59	18	-
Pan Hamburguesa	41	18	59	18	-

\* Estos productos no los negocian la mayoría de los almacenes por lo que nos diferenciamos como panadería, lo que nos dará la posibilidad de aumentar las ventas llegando a competir con el almacén 4 debido a nuestra mejor calidad y variedad.

**PRODUCTOS DE PANADERÍA**

DESCRIPCION	CANTIDAD DIARIA	CANTIDAD MENSUAL	PRECIO DE COSTO	TOTAL COSTO	PRECIO DE VENTA	TOTAL VENTA	UTIL BRUTA	MG UTIL.
Pan Francés Calidad 1	9	242	\$ 14,00	\$ 3.393,60	\$ 18,00	\$ 4.363,20	\$ 969,60	0,22
Pan Francés Calidad 2	13	364	\$ 11,00	\$ 3.999,60	\$ 16,00	\$ 5.817,60	\$ 1.818,00	0,31
Pan Mignón	9	242	\$ 16,00	\$ 3.878,40	\$ 19,00	\$ 4.605,60	\$ 727,20	0,16
Pan Sandwichero	6	182	\$ 18,50	\$ 3.363,30	\$ 21,00	\$ 3.817,80	\$ 454,50	0,12
Pan Salvado	6	182	\$ 16,00	\$ 2.908,80	\$ 19,00	\$ 3.454,20	\$ 545,40	0,16
Subtotal Pan	43	1212		\$ 17.543,70		\$ 22.058,40		
Tortillas Calidad 1	27	768	\$ 1,00	\$ 768,00	\$ 1,25	\$ 960,00	\$ 192,00	0,20
Tortillas Calidad 2	41	1152	\$ 0,85	\$ 979,20	\$ 1,00	\$ 1.152,00	\$ 172,80	0,15
Subtotal Tortillas	69	1920		\$ 1.747,20		\$ 2.112,00		
Medialunas Calidad 1	5	140	\$ 2,00	\$ 280,00	\$ 2,50	\$ 350,00	\$ 70,00	0,20
Medialunas Calidad 2	8	210	\$ 1,30	\$ 273,00	\$ 2,00	\$ 420,00	\$ 147,00	0,35
Facturas c/crema Calidad 1	5	140	\$ 2,00	\$ 280,00	\$ 2,50	\$ 350,00	\$ 70,00	0,20
Facturas c/crema Calidad 2	8	210	\$ 1,30	\$ 273,00	\$ 2,00	\$ 420,00	\$ 147,00	0,35
Medialunas c/D de L. Cal 1	5	140	\$ 2,00	\$ 280,00	\$ 3,00	\$ 420,00	\$ 140,00	0,33
Medialunas c/D de L. Cal 2	8	210	\$ 1,60	\$ 336,00	\$ 2,50	\$ 525,00	\$ 189,00	0,36
Sacramento Calidad 1	5	140	\$ 2,00	\$ 280,00	\$ 2,50	\$ 350,00	\$ 70,00	0,20
Sacramento Calidad 2	8	210	\$ 1,60	\$ 336,00	\$ 2,50	\$ 525,00	\$ 189,00	0,36
Subtotal Faturas y Medialunas	50			\$ 2.338,00		\$ 3.360,00		
Prepizzas x 3 uds. Calidad 1	6	168	\$ 13,00	\$ 2.184,00	\$ 16,00	\$ 2.688,00	\$ 504,00	0,19
Prepizzas x 3 uds. Calidad 2	9	252	\$ 9,00	\$ 2.268,00	\$ 13,00	\$ 3.276,00	\$ 1.008,00	0,31
Pan Hamburguesa x 4uds. Cal 1	7	197	\$ 7,80	\$ 1.535,04	\$ 12,00	\$ 2.361,60	\$ 826,56	0,35
Pan Hamburguesa x 4uds. Cal 2	11	295	\$ 6,00	\$ 1.771,20	\$ 10,00	\$ 2.952,00	\$ 1.180,80	0,40
Pan Viena x 6 uds Calidad 1	7	197	\$ 7,80	\$ 1.535,04	\$ 12,00	\$ 2.361,60	\$ 826,56	0,35
Pan Viena x 6 uds Calidad 2	11	295	\$ 6,00	\$ 1.771,20	\$ 10,00	\$ 2.952,00	\$ 1.180,80	0,40
Tostadas c/semillas 100 grs.	7	196	\$ 5,00	\$ 980,00	\$ 7,00	\$ 1.372,00	\$ 392,00	0,29
Bastones 5 semillas 100 grs.	7	196	\$ 6,00	\$ 1.176,00	\$ 7,50	\$ 1.470,00	\$ 294,00	0,20
Galletitas c/semilla 100 grs.	8	224	\$ 6,00	\$ 1.344,00	\$ 7,50	\$ 1.680,00	\$ 336,00	0,20
Marineras 100 grs.	8	224	\$ 4,50	\$ 1.008,00	\$ 6,00	\$ 1.344,00	\$ 336,00	0,25
<b>TOTALES</b>				<b>\$ 37.201,38</b>		<b>\$ 49.987,60</b>	<b>\$ 12.786,22</b>	<b>0,26</b>

Suponemos que:

- 1- Los días trabajados en el mes serán de 28.
- 2- La proporciones estimadas de venta de pan son: - Francés 50%; Mignón: 20%; Sandwichero: 15%; Salvado: 15%.
- 3- Las proporciones en las cantidades estimadas de venta serán: 40% Calidad 1 y 60% Calidad 2
- 4- "Calidad 1" es el proveedor DISTRIBUIDOR DE ALBERTUS y "Calidad 2" es la PANIFICACIÓN FACU.

## PRODUCTOS LACTEOS

DESCRIPCION	CANTIDAD MENSUAL	PRECIO DE COSTO	TOTAL COSTO	PRECIO DE VENTA	TOTAL VENTA	UTIL BRUTA	MG UTIL. %
Leche Entera en sachet de 1lt.	100	\$ 9,50	\$ 950,00	\$ 12,00	\$ 1.200,00	\$ 250,00	20,83%
Leche Descremada sachet de 1 lt.	60	\$ 10,00	\$ 600,00	\$ 14,00	\$ 840,00	\$ 240,00	28,57%
Leche Chocolateada en caja de 1lt.	40	\$ 18,00	\$ 720,00	\$ 23,00	\$ 920,00	\$ 200,00	21,74%
Yogur de 1 lts.	96	\$ 15,00	\$ 1.440,00	\$ 23,00	\$ 2.208,00	\$ 768,00	34,78%
Yogur en vasito con cereales	20	\$ 9,00	\$ 180,00	\$ 12,00	\$ 240,00	\$ 60,00	25,00%
Yogur Actimel	20	\$ 6,50	\$ 130,00	\$ 8,00	\$ 160,00	\$ 30,00	18,75%
Leche entera en caja x 1 lts	50	\$ 12,00	\$ 600,00	\$ 15,00	\$ 750,00	\$ 150,00	20,00%
Leche descremada en caja x 1 lts	70	\$ 14,00	\$ 980,00	\$ 18,00	\$ 1.260,00	\$ 280,00	22,22%
Queso crema untable 190 grs.	20	\$ 14,00	\$ 280,00	\$ 20,00	\$ 400,00	\$ 120,00	30,00%
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 5.880,00</b>		<b>\$ 7.978,00</b>	<b>2098,00</b>	

## BEBIDAS FRESCAS

DESCRIPCION	CANTIDAD MENSUAL	PRECIO DE COSTO	TOTAL COSTO	PRECIO DE VENTA	TOTAL VENTA	UTIL BRUTA	MG UTIL.
Coca- Cola 500 ml.	30	\$ 8,00	\$ 240,00	\$ 10,00	\$ 300,00	\$ 60,00	0,20
Fanta 500 ml.	15	\$ 8,00	\$ 120,00	\$ 10,00	\$ 150,00	\$ 30,00	0,20
Sprite 500 ml.	15	\$ 8,00	\$ 120,00	\$ 10,00	\$ 150,00	\$ 30,00	0,20
Coca- Cola retornable. 1 lts.	20	\$ 12,00	\$ 240,00	\$ 14,00	\$ 280,00	\$ 40,00	0,14
Fanta retornable. 1 lts	14	\$ 12,00	\$ 168,00	\$ 14,00	\$ 196,00	\$ 28,00	0,14
Sprite retornable 1 lts	14	\$ 12,00	\$ 168,00	\$ 14,00	\$ 196,00	\$ 28,00	0,14
Cocal- Cola descartable 1 1/2 lts.	20	\$ 17,50	\$ 350,00	\$ 20,00	\$ 400,00	\$ 50,00	0,13
Coca- Cola Zero 1 1/2 lts.	5	\$ 19,00	\$ 95,00	\$ 22,00	\$ 110,00	\$ 15,00	0,14
Coca- Cola light 1 1/2 lts.	25	\$ 19,00	\$ 475,00	\$ 22,00	\$ 550,00	\$ 75,00	0,14
Coca- Cola retornable 2 lts.	100	\$ 16,00	\$ 1.600,00	\$ 19,00	\$ 1.900,00	\$ 300,00	0,16
Coca- Cola light 2 lts.	46	\$ 16,00	\$ 736,00	\$ 20,00	\$ 920,00	\$ 184,00	0,20
Fanta retornable 2 lts.	55	\$ 16,00	\$ 880,00	\$ 19,00	\$ 1.045,00	\$ 165,00	0,16
Sprite retornable 2 lts.	55	\$ 16,00	\$ 880,00	\$ 19,00	\$ 1.045,00	\$ 165,00	0,16
Coca- Cola retornable 2 1/2 lts.	28	\$ 20,00	\$ 560,00	\$ 23,00	\$ 644,00	\$ 84,00	0,13
Fanta retornable 2 1/2 lts.	20	\$ 20,00	\$ 400,00	\$ 23,00	\$ 460,00	\$ 60,00	0,13
Sprite retornable 2 1/2 lts.	20	\$ 20,00	\$ 400,00	\$ 23,00	\$ 460,00	\$ 60,00	0,13
Coca- Cola descartable 3 lts.	40	\$ 27,00	\$ 1.080,00	\$ 32,00	\$ 1.280,00	\$ 200,00	0,16
Fanta descartable 3 lts.	22	\$ 27,00	\$ 594,00	\$ 32,00	\$ 704,00	\$ 110,00	0,16
Sprite descartable 3 lts.	22	\$ 27,00	\$ 594,00	\$ 32,00	\$ 704,00	\$ 110,00	0,16
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 9.700,00</b>			<b>\$ 11.494,00</b>	<b>\$ 1.794,00</b>	

**6- PROYECCIÓN ECONÓMICA 1° SEMESTRE**

PROYECCIÓN ECONÓMICA	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
VENTA PANADERÍA	\$ 49.987,60	\$ 49.987,60	\$ 57.485,74	\$ 66.108,60	\$ 76.024,89	\$ 87.428,62
CMV PANADERIA	\$ 37.201,38	\$ 37.201,38	\$ 42.781,59	\$ 49.198,83	\$ 56.578,65	\$ 65.065,45
UB PANADERÍA	\$ 12.786,22	\$ 12.786,22	\$ 14.704,15	\$ 16.909,78	\$ 19.446,24	\$ 22.363,18
VENTAS LACTEOS	\$ 7.978,00	\$ 7.978,00	\$ 7.978,00	\$ 7.252,73	\$ 6.593,39	\$ 5.993,99
CMV LACTEOS	\$ 5.880,00	\$ 5.880,00	\$ 5.880,00	\$ 5.345,45	\$ 4.859,50	\$ 4.417,73
UB LACTEOS	\$ 2.098,00	\$ 2.098,00	\$ 2.098,00	\$ 1.907,27	\$ 1.733,88	\$ 1.576,26
VENTAS BEBIDAS	\$ 11.494,00	\$ 11.494,00	\$ 11.494,00	\$ 10.449,09	\$ 9.499,17	\$ 8.635,61
CMV BEBIDAS	\$ 9.700,00	\$ 9.700,00	\$ 9.700,00	\$ 8.818,18	\$ 8.016,53	\$ 7.287,75
UB BEBIDAS	\$ 1.794,00	\$ 1.794,00	\$ 1.794,00	\$ 1.630,91	\$ 1.482,64	\$ 1.347,86
<b>UB TOTAL</b>	\$ 16.678,22	\$ 16.678,22	\$ 18.596,15	\$ 20.447,96	\$ 22.662,77	\$ 25.287,30
<b>Gastos Comerciales Variables</b>						
Imp. Ingresos Brutos(3,5%)	\$ 2.431,09	\$ 2.431,09	\$ 2.693,52	\$ 2.933,36	\$ 3.224,11	\$ 3.572,04
Impuesto Municipal	\$ 638,65	\$ 638,65	\$ 706,18	\$ 766,69	\$ 840,40	\$ 928,93
<b>Gastos Comerciales Fijos</b>						
Sueldo 1 empleado	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
Cargas Sociales	\$ 3.011,78	\$ 3.011,78	\$ 3.011,78	\$ 3.011,78	\$ 3.011,78	\$ 3.011,78
Retribucion Propietario	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
Alquiler	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Bolsas	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
<b>TOTAL GASTOS COMERCIALES</b>	\$ 20.381,53	\$ 20.381,53	\$ 20.711,48	\$ 21.011,83	\$ 21.376,30	\$ 21.812,75
<b>Gastos Administrativos</b>						
Celular e internet	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00
Papelería	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
Limpieza	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
Luz	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00
Monotributo	\$ 118,00	\$ 118,00	\$ 118,00	\$ 118,00	\$ 118,00	\$ 118,00
Incremento Socio 20% Monotributo	\$ 47,20	\$ 47,20	\$ 47,20	\$ 47,20	\$ 47,20	\$ 47,20
Gastos Varios	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00
<b>TOTAL GTOS. ADM.</b>	\$ 2.215,20	\$ 2.215,20	\$ 2.215,20	\$ 2.215,20	\$ 2.215,20	\$ 2.215,20
<b>RESULTADO NETO</b>	\$ -5.918,51	\$ -5.918,51	\$ -4.330,53	\$ -2.779,08	\$ -928,73	\$ 1.259,35

## 7- PROYECCIÓN ECONÓMICA 2° SEMESTRE

PROYECCIÓN ECONÓMICA	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
VENTA PANADERÍA	\$ 100.542,92	\$ 115.624,36	\$ 105.113,05	\$ 95.557,32	\$ 86.870,29	\$ 86.870,29
CMV PANADERIA	\$ 74.825,26	\$ 86.049,05	\$ 78.226,41	\$ 71.114,92	\$ 64.649,93	\$ 64.649,93
UB PANADERÍA	\$ 25.717,66	\$ 29.575,30	\$ 26.886,64	\$ 24.442,40	\$ 22.220,36	\$ 22.220,36
VENTAS LACTEOS	\$ 5.449,08	\$ 4.953,71	\$ 5.944,45	\$ 7.133,34	\$ 8.560,01	\$ 8.560,01
CMV LACTEOS	\$ 4.016,12	\$ 3.651,02	\$ 4.381,22	\$ 5.257,47	\$ 6.308,96	\$ 6.308,96
UB LACTEOS	\$ 1.432,96	\$ 1.302,69	\$ 1.563,23	\$ 1.875,88	\$ 2.251,05	\$ 2.251,05
VENTAS BEBIDAS	\$ 7.850,56	\$ 7.136,87	\$ 8.564,24	\$ 10.277,09	\$ 12.332,51	\$ 12.332,51
CMV BEBIDAS	\$ 6.625,23	\$ 6.022,94	\$ 7.227,52	\$ 8.673,03	\$ 10.407,63	\$ 10.407,63
UB BEBIDAS	\$ 1.225,33	\$ 1.113,93	\$ 1.336,72	\$ 1.604,06	\$ 1.924,88	\$ 1.924,88
<b>UB TOTAL</b>	<b>\$ 28.375,94</b>	<b>\$ 31.991,93</b>	<b>\$ 29.786,59</b>	<b>\$ 27.922,34</b>	<b>\$ 26.396,29</b>	<b>\$ 26.396,29</b>
<b>Gastos Comerciales Variables</b>						
Imp. Ingresos Brutos(3,5%)	\$ 3.984,49	\$ 4.470,02	\$ 4.186,76	\$ 3.953,87	\$ 3.771,70	\$ 3.771,70
Impuesto Municipal	\$ 1.034,15	\$ 1.158,25	\$ 1.087,01	\$ 1.029,05	\$ 984,53	\$ 984,53
<b>Gastos Comerciales Fijos</b>						
Sueldo 1 empleado	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
Cargas Sociales	\$ 3.011,78	\$ 3.011,78	\$ 3.011,78	\$ 3.011,78	\$ 3.011,78	\$ 3.011,78
Retribucion Propietario	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
Alquiler	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Bolsas	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
<b>TOTAL GASTOS COMERCIALES</b>	<b>\$ 22.330,42</b>	<b>\$ 22.940,06</b>	<b>\$ 22.585,55</b>	<b>\$ 22.294,71</b>	<b>\$ 22.068,02</b>	<b>\$ 22.068,02</b>
<b>Gastos Administrativos</b>						
Celular e internet	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00
Papelería	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
Limpieza	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
Luz	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00
Monotributo	\$ 118,00	\$ 118,00	\$ 118,00	\$ 118,00	\$ 118,00	\$ 118,00
Incremento Socio 20% Monotributo	\$ 47,20	\$ 47,20	\$ 47,20	\$ 47,20	\$ 47,20	\$ 47,20
Gastos Varios	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00
<b>TOTAL GTOS. ADM.</b>	<b>\$ 2.215,20</b>					
<b>RESULTADO NETO</b>	<b>\$ 3.830,32</b>	<b>\$ 6.836,67</b>	<b>\$ 4.985,84</b>	<b>\$ 3.412,44</b>	<b>\$ 2.113,08</b>	<b>\$ 2.113,08</b>

Suponemos que:

- 1- Los precios de venta, costos y gastos se mantendrán constantes durante todos los períodos. (Inflación 0%)

2- Productos de Panadería: \*Las cantidades vendidas para los meses de enero y febrero serán las mismas.\*A partir de marzo, éstas aumentarán en un 15% respecto al mes anterior debido al comienzo de clases y regreso de vacaciones. Dicho aumento se proyectará hasta agosto inclusive debido a la época de frío.\*En los meses de septiembre octubre y noviembre se espera una baja normal del 10% en el consumo de estos productos como consecuencia del cambioestacional.\*En diciembre las cantidades vendidas se mantendrán respecto a noviembre.

3- Productos lácteos: \*En los meses de enero, febrero y marzo las cantidades vendidas se mantendrán constantes. \*A partir de abril las mismas disminuirán un 10% respecto al mes inmediato anterior debido al comienzo de época de frío, manteniéndose tal situación hasta el mes de agosto inclusive. \*En septiembre, octubre y noviembre las cantidades vendidas aumentarán un 20% respecto al mes inmediato anterior, manteniéndose constante para el mes de diciembre.

4- Bebidas Frescas: Tendrá la misma tendencia que los productos lácteos.

### 8- PROYECCIÓN ECONÓMICA ANUAL

PROYECCIÓN ECONÓMICA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTA PANADERÍA	\$ 977.601,28	\$ 1.124.241,48	\$ 1.292.877,70	\$ 1.486.809,35	\$ 1.709.830,75
CMV PANADERIA	\$ 727.542,77	\$ 836.674,18	\$ 962.175,31	\$ 1.106.501,61	\$ 1.272.476,85
UB PANADERÍA	\$ 250.058,52	\$ 287.567,29	\$ 330.702,39	\$ 380.307,75	\$ 437.353,91
VENTAS LACTEOS	\$ 84.374,71	\$ 97.030,92	\$ 111.585,56	\$ 128.323,39	\$ 147.571,90
CMV LACTEOS	\$ 62.186,43	\$ 71.514,39	\$ 82.241,55	\$ 94.577,78	\$ 108.764,45
UB LACTEOS	\$ 22.188,29	\$ 25.516,53	\$ 29.344,01	\$ 33.745,61	\$ 38.807,45
VENTAS BEBIDAS	\$ 121.559,66	\$ 139.793,61	\$ 160.762,65	\$ 184.877,05	\$ 212.608,61
CMV BEBIDAS	\$ 102.586,45	\$ 117.974,42	\$ 135.670,59	\$ 156.021,17	\$ 179.424,35
UB BEBIDAS	\$ 18.973,21	\$ 21.819,19	\$ 25.092,07	\$ 28.855,87	\$ 33.184,26
<b>UB TOTAL</b>	<b>\$ 291.220,01</b>	<b>\$ 334.903,01</b>	<b>\$ 385.138,46</b>	<b>\$ 442.909,23</b>	<b>\$ 509.345,62</b>
<b>Gastos Comerciales Variables</b>					
Imp. Ingresos Brutos(3,5%)	\$ 41.423,75	\$ 47.637,31	\$ 54.782,91	\$ 63.000,34	\$ 72.450,39
Impuesto Municipal	\$ 14.320,78	\$ 16.468,90	\$ 18.939,23	\$ 21.780,12	\$ 25.047,14
<b>Gastos Comerciales Fijos</b>					
Sueldo 1 empleado	\$ 72.000,00	\$ 72.000,00	\$ 72.000,00	\$ 72.000,00	\$ 72.000,00
Cargas Sociales	\$ 36.141,41	\$ 36.141,36	\$ 36.141,36	\$ 36.141,36	\$ 36.141,36
Retribucion Propietario	\$ 72.000,00	\$ 72.000,00	\$ 72.000,00	\$ 72.000,00	\$ 72.000,00
Alquiler	\$ 24.000,00	\$ 24.000,00	\$ 24.000,00	\$ 24.000,00	\$ 24.000,00
Bolsas	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00
<b>TOTAL GASTOS COMERCIALES</b>	<b>\$ 263.485,94</b>	<b>\$ 271.847,57</b>	<b>\$ 281.463,50</b>	<b>\$ 292.521,82</b>	<b>\$ 305.238,89</b>
<b>Gastos Administrativos</b>					
Celular e internet	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00
Papelería	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
Limpieza	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Luz	\$ 8.400,00	\$ 8.400,00	\$ 8.400,00	\$ 8.400,00	\$ 8.400,00
Monotributo	\$ 1.416,00	\$ 1.416,00	\$ 1.416,00	\$ 1.416,00	\$ 1.416,00
Incremento Socio 20% Monotributo	\$ 566,40	\$ 566,40	\$ 566,40	\$ 566,40	\$ 566,40
Gastos Varios	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00
<b>TOTAL GTOS. ADM.</b>	<b>\$ 26.582,40</b>				
<b>RESULTADO NETO</b>	<b>\$ 1.151,67</b>	<b>\$ 36.473,04</b>	<b>\$ 77.092,56</b>	<b>\$ 123.805,01</b>	<b>\$ 177.524,33</b>

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Ingreso mensual promedio</b>	\$ 95,97	\$ 3.039,42	\$ 6.424,38	\$ 10.317,08	\$ 14.793,69
<b>Ingreso mensual Promedio por Socio</b>	\$ 47,99	\$ 1.519,71	\$ 3.212,19	\$ 5.158,54	\$ 7.396,85

Suponemos que:

- 1- Las cantidades vendidas se incrementarán un 15% acumulativo respecto al año inmediato anterior debido a al reconocimiento que tendrá el negocio en el mercado en el cual opera.

**9- FLUJO PROYECTADO DE FONDOS**  
**PROYECCION FINANCIERA**

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo Anterior	\$ -	\$ -	\$ 1.151,67	\$ 24.124,71	\$ 87.717,27	\$ 198.022,28
<b>Ingresos</b>						
Ventas	\$ -	\$ 1.183.535,66	\$ 1.361.066,01	\$ 1.565.225,91	\$ 1.800.009,79	\$ 2.070.011,26
<b>TOTAL INGRESOS</b>	\$ -	\$ 1.183.535,66	\$ 1.361.066,01	\$ 1.565.225,91	\$ 1.800.009,79	\$ 2.070.011,26
<b>Egresos</b>						
CMV (Proveedores)	\$ -	\$ 892.315,65	\$ 1.026.163,00	\$ 1.180.087,45	\$ 1.357.100,56	\$ 1.560.665,65
Gastos						
Comerciales	\$ -	\$ 263.485,94	\$ 271.847,57	\$ 281.463,50	\$ 292.521,82	\$ 305.238,89
Administrativo	\$ -	\$ 26.582,40	\$ 26.582,40	\$ 26.582,40	\$ 26.582,40	\$ 26.582,40
<b>TOTAL EGRESOS</b>	\$ -	\$ 1.182.383,99	\$ 1.324.592,97	\$ 1.488.133,35	\$ 1.676.204,78	\$ 1.892.486,94
Flujo generado por actividades operativas	\$ -	\$ 1.151,67	\$ 36.473,04	\$ 77.092,56	\$ 123.805,01	\$ 177.524,33
Inversión de reparación local	\$ -5.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversión en Capital de Trabajo	\$ -29.500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversión en Activo Fijo	\$ -19.500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 6.680,00
<b>TOTAL INVERSIONES</b>	\$ -54.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 6.680,00
<b>FLUJO ECONOMICO NETO</b>	\$ -54.000,00	\$ 1.151,67	\$ 36.473,04	\$ 77.092,56	\$ 123.805,01	\$ 170.844,33
Aportes	\$ 54.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Devolución aporte inicial Fijo	\$ -	\$ -	\$ 13.500,00	\$ 13.500,00	\$ 13.500,00	\$ 13.500,00
Financiero	\$ 54.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>FLUJO DE FONDOS FINAL</b>	\$ -	\$ 1.151,67	\$ 22.973,04	\$ 63.592,56	\$ 110.305,01	\$ 157.344,33
<b>FLUJO DE FONDOS ACUMULADO</b>		\$ 1.151,67	\$ 24.124,71	\$ 87.717,27	\$ 198.022,28	\$ 355.366,60
<b>FLUJO ECONOMICO NETO</b>	\$ -54.000,00	\$ 1.151,67	\$ 36.473,04	\$ 77.092,56	\$ 123.805,01	\$ 170.844,33
Factor de Descuento						
i:14%	1,00	0,88	0,77	0,67	0,59	0,52
Valor Actual del Flujo Económico Neto	\$ -54.000,00	\$ 1.010,23	\$ 28.064,82	\$ 52.035,28	\$ 73.302,50	\$ 88.731,19

<b><u>VAN</u></b>	<b>\$ 189.144,03</b>
<b><u>TIR sobre Inversión</u></b>	
<b><u>Total:</u></b>	<b><u>51%</u></b>

Esta inversión es VIABLE según los indicadores financieros ya que el VAN es mayor a cero (\$ 189.144,03) y la TIR mayor a la tasa de descuento (51% vs 14%). Pero poco rentable en el sentido económico.

Como vimos el proyecto de inversión analizado es viable financieramente pero en términos económicos no cumple con las expectativas buscadas por los socios ya que los ingresos netos mensuales son muy bajos.

### 10- ALTERNATIVA

Para lograr cumplir con lo esperado por los integrantes de la sociedad se debería captar el 60% (el doble de lo proyectado anteriormente) del mercado, como se muestra en los cuadros siguientes:

### 11- PROYECCIÓN ECONÓMICA ALTERNATIVA INFORMACIÓN BASE: CUOTA DE MERCADO

PRODUCTO	TOTAL VTA	TOTAL VTA	TOTAL VTA	CAPTACION	CAPTACION
	ALMACEN	PANADERIA	MERCADO	DEL MERCADO	DEL MERCADO
				60%	100%
Pan Francés	101	43	144	87	-
Tortillas	160	69	229	137	-
Facturas c/Crema*	55	24	79	-	79
Medialunas*	15	6	21	-	21
Prepizza x 3 uds.	35	15	50	30	-
Pan Viena x 6	41	18	59	35	-
Pan Hamburguesa	41	18	59	35	-

\* Estos productos no los negocian la mayoría de los almacenes por lo que nos diferenciamos como panadería lo que nos dará la posibilidad de aumentar las ventas llegando a competir con el almacén 4 debido a nuestra mejor calidad y variedad

### PRODUCTOS DE PANADERÍA

DESCRIPCION	CANTIDAD DIARIA	CANTIDAD MENSUAL	PRECIO DE COSTO	TOTAL COSTO	PRECIO DE VENTA	TOTAL VENTA	UTIL BRUTA	MG UTIL.
Pan Francés Calidad 1	16	448	\$ 14,00	\$ 6.272,00	\$ 18,00	\$ 8.064,00	\$ 1.792,00	0,22
Pan Francés Calidad 2	24	672	\$ 11,00	\$ 7.392,00	\$ 16,00	\$ 10.752,00	\$ 3.360,00	0,31
Pan Mijón	32	896	\$ 16,00	\$ 14.336,00	\$ 19,00	\$ 17.024,00	\$ 2.688,00	0,16
Pan Sandwichero	8	224	\$ 18,50	\$ 4.144,00	\$ 21,00	\$ 4.704,00	\$ 560,00	0,12
Pan Salvado	8	224	\$ 16,00	\$ 3.584,00	\$ 19,00	\$ 4.256,00	\$ 672,00	0,16
Subtotal Pan	88	2464		\$ 35.728,00		\$ 44.800,00		
Tortillas Calidad 1	54	1512	\$ 1,00	\$ 1.512,00	\$ 1,25	\$ 1.890,00	\$ 378,00	0,20
Tortillas Calidad 2	82	2296	\$ 0,85	\$ 1.951,60	\$ 1,00	\$ 2.296,00	\$ 344,40	0,15
Subtotal Tortillas	136	3808		\$ 3.463,60		\$ 4.186,00		
Medialunas Calidad 1	10	280	\$ 2,00	\$ 560,00	\$ 2,50	\$ 700,00	\$ 140,00	0,20
Medialunas Calidad 2	16	448	\$ 1,30	\$ 582,40	\$ 2,00	\$ 896,00	\$ 313,60	0,35
Facturas c/crema Calidad 1	10	280	\$ 2,00	\$ 560,00	\$ 2,50	\$ 700,00	\$ 140,00	0,20
Facturas c/crema Calidad 2	16	448	\$ 1,30	\$ 582,40	\$ 2,00	\$ 896,00	\$ 313,60	0,35
Medialunas c/D de L. Cal 1	10	280	\$ 2,00	\$ 560,00	\$ 3,00	\$ 840,00	\$ 280,00	0,33
Medialunas c/D de L. Cal 2	16	448	\$ 1,60	\$ 716,80	\$ 2,50	\$ 1.120,00	\$ 403,20	0,36
Sacramento Calidad 1	10	280	\$ 2,00	\$ 560,00	\$ 2,50	\$ 700,00	\$ 140,00	0,20
Sacramento Calidad 2	16	448	\$ 1,60	\$ 716,80	\$ 2,50	\$ 1.120,00	\$ 403,20	0,36
Subtotal Facturas y Medialunas	104			\$ 4.838,40		\$ 6.972,00		
Prepizzas x 3 uds. Calidad 1	12	336	\$ 13,00	\$ 4.368,00	\$ 16,00	\$ 5.376,00	\$ 1.008,00	0,19
Prepizzas x 3 uds. Calidad 2	18	504	\$ 9,00	\$ 4.536,00	\$ 13,00	\$ 6.552,00	\$ 2.016,00	0,31
Pan Hamburguesa x 4uds. Cal 1	14	392	\$ 7,80	\$ 3.057,60	\$ 12,00	\$ 4.704,00	\$ 1.646,40	0,35
Pan Hamburguesa x 4uds. Cal 2	22	616	\$ 6,00	\$ 3.696,00	\$ 10,00	\$ 6.160,00	\$ 2.464,00	0,40
Pan Viena x 6 uds Calidad 1	14	392	\$ 7,80	\$ 3.057,60	\$ 12,00	\$ 4.704,00	\$ 1.646,40	0,35
Pan Viena x 6 uds Calidad 2	22	616	\$ 6,00	\$ 3.696,00	\$ 10,00	\$ 6.160,00	\$ 2.464,00	0,40
Tostadas c/semillas 100 grs.	14	392	\$ 5,00	\$ 1.960,00	\$ 7,00	\$ 2.744,00	\$ 784,00	0,29
Bastones 5 semillas 100 grs.	14	392	\$ 6,00	\$ 2.352,00	\$ 7,50	\$ 2.940,00	\$ 588,00	0,20
Galletitas c/semilla 100 grs.	16	448	\$ 6,00	\$ 2.688,00	\$ 7,50	\$ 3.360,00	\$ 672,00	0,20
Marineras 100 grs.	16	448	\$ 4,50	\$ 2.016,00	\$ 6,00	\$ 2.688,00	\$ 672,00	0,25
<b>TOTALES</b>				<b>\$ 75.457,20</b>		<b>\$ 101.346,00</b>	<b>\$ 25.888,80</b>	<b>0,26</b>

## PRODUCTOS LÁCTEOS

DESCRIPCION	CANTIDAD MENSUAL	PRECIO DE COSTO	TOTAL COSTO	PRECIO DE VENTA	TOTAL VENTA	UTIL BRUTA	MG UTIL. %
Leche Entera en sachet de 1lt.	200	\$ 9,50	\$ 1.900,00	\$ 12,00	\$ 2.400,00	\$ 500,00	20,83%
Leche Descremada sachet de 1 lt.	120	\$ 10,00	\$ 1.200,00	\$ 14,00	\$ 1.680,00	\$ 480,00	28,57%
Leche Chocolateada en caja de 1lt.	80	\$ 18,00	\$ 1.440,00	\$ 23,00	\$ 1.840,00	\$ 400,00	21,74%
Yogur de 1 lts.	192	\$ 15,00	\$ 2.880,00	\$ 23,00	\$ 4.416,00	\$ 1.536,00	34,78%
Yogur en vasito con cereales	40	\$ 9,00	\$ 360,00	\$ 12,00	\$ 480,00	\$ 120,00	25,00%
Yogur Actimel	40	\$ 6,50	\$ 260,00	\$ 8,00	\$ 320,00	\$ 60,00	18,75%
Leche entera en caja x 1 lts	100	\$ 12,00	\$ 1.200,00	\$ 15,00	\$ 1.500,00	\$ 300,00	20,00%
Leche descremada en caja x 1 lts	140	\$ 14,00	\$ 1.960,00	\$ 18,00	\$ 2.520,00	\$ 560,00	22,22%
Queso crema untable 190 grs.	40	\$ 14,00	\$ 560,00	\$ 20,00	\$ 800,00	\$ 240,00	30,00%
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 11.760,00</b>		<b>\$ 15.956,00</b>	<b>4196,00</b>	

## BEBIDAS FRESCAS

DESCRIPCION	CANTIDAD MENSUAL	PRECIO DE COSTO	TOTAL COSTO	PRECIO DE VENTA	TOTAL VENTA	UTIL BRUTA	MG UTIL.
Coca- Cola 500 ml.	60	\$ 8,00	\$ 480,00	\$ 10,00	\$ 600,00	\$ 120,00	0,20
Fanta 500 ml.	30	\$ 8,00	\$ 240,00	\$ 10,00	\$ 300,00	\$ 60,00	0,20
Sprite 500 ml.	30	\$ 8,00	\$ 240,00	\$ 10,00	\$ 300,00	\$ 60,00	0,20
Coca- Cola retornable. 1 lts.	40	\$ 12,00	\$ 480,00	\$ 14,00	\$ 560,00	\$ 80,00	0,14
Fanta retornable. 1 lts	28	\$ 12,00	\$ 336,00	\$ 14,00	\$ 392,00	\$ 56,00	0,14
Sprite retornable 1 lts	28	\$ 12,00	\$ 336,00	\$ 14,00	\$ 392,00	\$ 56,00	0,14
Cocal- Cola descartable 1 1/2 lts.	40	\$ 17,50	\$ 700,00	\$ 20,00	\$ 800,00	\$ 100,00	0,13
Coca- Cola Zero 1 1/2 lts.	10	\$ 19,00	\$ 190,00	\$ 22,00	\$ 220,00	\$ 30,00	0,14
Coca- Cola light 1 1/2 lts.	50	\$ 19,00	\$ 950,00	\$ 22,00	\$ 1.100,00	\$ 150,00	0,14
Coca- Cola retornable 2 lts.	200	\$ 16,00	\$ 3.200,00	\$ 19,00	\$ 3.800,00	\$ 600,00	0,16
Coca- Cola light 2 lts.	92	\$ 16,00	\$ 1.472,00	\$ 20,00	\$ 1.840,00	\$ 368,00	0,20
Fanta retornable 2 lts.	110	\$ 16,00	\$ 1.760,00	\$ 19,00	\$ 2.090,00	\$ 330,00	0,16
Sprite retornable 2 lts.	110	\$ 16,00	\$ 1.760,00	\$ 19,00	\$ 2.090,00	\$ 330,00	0,16
Coca- Cola retornable 2 1/2 lts.	56	\$ 20,00	\$ 1.120,00	\$ 23,00	\$ 1.288,00	\$ 168,00	0,13
Fanta retornable 2 1/2 lts.	40	\$ 20,00	\$ 800,00	\$ 23,00	\$ 920,00	\$ 120,00	0,13
Sprite retornable 2 1/2 lts.	40	\$ 20,00	\$ 800,00	\$ 23,00	\$ 920,00	\$ 120,00	0,13
Coca- Cola descartable 3 lts.	80	\$ 27,00	\$ 2.160,00	\$ 32,00	\$ 2.560,00	\$ 400,00	0,16
Fanta descartable 3 lts.	44	\$ 27,00	\$ 1.188,00	\$ 32,00	\$ 1.408,00	\$ 220,00	0,16
Sprite descartable 3 lts.	44	\$ 27,00	\$ 1.188,00	\$ 32,00	\$ 1.408,00	\$ 220,00	0,16
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 19.400,00</b>			<b>\$ 22.988,00</b>	<b>\$ 3.588,00</b>	

**PROYECCIÓN ECONÓMICA ALTERNATIVA 1° SEMESTRE**

PROYECCIÓN ECONÓMICA	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
VTA PANADERÍA	\$ 101.346,00	\$ 101.346,00	\$ 116.547,90	\$ 134.030,09	\$ 154.134,60	\$ 177.254,79
CMV PANADERIA	\$ 75.457,20	\$ 75.457,20	\$ 86.775,78	\$ 99.792,15	\$ 114.760,97	\$ 131.975,11
UB PANADERÍA	\$ 25.888,80	\$ 25.888,80	\$ 29.772,12	\$ 34.237,94	\$ 39.373,63	\$ 45.279,67
VTAS LACTEOS	\$ 15.956,00	\$ 15.956,00	\$ 18.349,40	\$ 21.101,81	\$ 24.267,08	\$ 27.907,14
CMV LACTEOS	\$ 11.760,00	\$ 11.760,00	\$ 13.524,00	\$ 15.552,60	\$ 17.885,49	\$ 20.568,31
UBLACTEOS	\$ 4.196,00	\$ 4.196,00	\$ 4.825,40	\$ 5.549,21	\$ 6.381,59	\$ 7.338,83
VTAS BEBIDAS	\$ 22.988,00	\$ 22.988,00	\$ 26.436,20	\$ 30.401,63	\$ 34.961,87	\$ 40.206,16
CMV BEBIDAS	\$ 19.400,00	\$ 19.400,00	\$ 22.310,00	\$ 25.656,50	\$ 29.504,98	\$ 33.930,72
UB BEBIDAS	\$ 3.588,00	\$ 3.588,00	\$ 4.126,20	\$ 4.745,13	\$ 5.456,90	\$ 6.275,43
<b>UB TOTAL</b>	\$ 33.672,80	\$ 33.672,80	\$ 38.723,72	\$ 44.532,28	\$ 51.212,12	\$ 58.893,94
<b>Gastos Comerciales Variables</b>						
Imp. Ingresos Brutos(3,5%)	\$ 4.910,15	\$ 4.910,15	\$ 5.646,67	\$ 6.493,67	\$ 7.467,72	\$ 8.587,88
Impuesto Municipal (1,21%)	\$ 1.290,07	\$ 1.290,07	\$ 1.483,58	\$ 1.706,12	\$ 1.962,03	\$ 2.256,34
<b>Gastos Comerciales Fijos</b>						
Sueldo 1 empleado	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
Cargas Sociales	\$ 3.011,78	\$ 3.011,78	\$ 3.011,78	\$ 3.011,78	\$ 3.011,78	\$ 3.011,78
Retribucion Propietario	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
Alquiler	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Bolsas	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
<b>TOTAL GASTOS COMERCIALES</b>	\$ 23.512,00	\$ 23.512,00	\$ 24.442,04	\$ 25.511,57	\$ 26.741,54	\$ 28.156,00
<b>Gastos Administrativos</b>						
Celular e internet	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00
Papelería	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
Limpieza	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
Luz	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00
Monotributo	\$ 118,00	\$ 118,00	\$ 118,00	\$ 118,00	\$ 118,00	\$ 118,00
Incremento Socio 20% Monotributo	\$ 47,20	\$ 47,20	\$ 47,20	\$ 47,20	\$ 47,20	\$ 47,20
Gastos Varios	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00
<b>TOTAL GTOS. ADM.</b>	\$ 2.215,20	\$ 2.215,20	\$ 2.215,20	\$ 2.215,20	\$ 2.215,20	\$ 2.215,20
<b>RESULTADO NETO</b>	\$ 7.945,60	\$ 7.945,60	\$ 12.066,48	\$ 16.805,51	\$ 22.255,38	\$ 28.522,73

**PROYECCIÓN ECONÓMICA ALTERNATIVA 2° SEMESTRE**

PROYECCIÓN ECONÓMICA	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
VTA PANADERÍA	\$ 203.843,01	\$ 234.419,46	\$ 213.108,60	\$ 193.735,09	\$ 176.122,81	\$ 176.122,81
CMV PANADERIA	\$ 151.771,38	\$ 174.537,09	\$ 158.670,08	\$ 144.245,53	\$ 131.132,30	\$ 131.132,30
UB PANADERÍA	\$ 52.071,62	\$ 59.882,37	\$ 54.438,52	\$ 49.489,56	\$ 44.990,51	\$ 44.990,51
VTAS LACTEOS	\$ 32.093,22	\$ 36.907,20	\$ 33.552,00	\$ 30.501,82	\$ 27.728,92	\$ 27.728,92
CMV LACTEOS	\$ 23.653,56	\$ 27.201,59	\$ 24.728,72	\$ 22.480,66	\$ 20.436,96	\$ 20.436,96
UB LACTEOS	\$ 8.439,65	\$ 9.705,60	\$ 8.823,28	\$ 8.021,16	\$ 7.291,96	\$ 7.291,96
VTAS BEBIDAS	\$ 46.237,08	\$ 53.172,64	\$ 48.338,76	\$ 43.944,33	\$ 39.949,39	\$ 39.949,39
CMV BEBIDAS	\$ 39.020,33	\$ 44.873,38	\$ 40.793,98	\$ 37.085,44	\$ 33.714,03	\$ 33.714,03
UB BEBIDAS	\$ 7.216,75	\$ 8.299,26	\$ 7.544,78	\$ 6.858,89	\$ 6.235,36	\$ 6.235,36
<b>UB TOTAL</b>	\$ 67.728,03	\$ 77.887,23	\$ 70.806,58	\$ 64.369,61	\$ 58.517,83	\$ 58.517,83
<b>Gastos Comerciales Variables</b>						
Imp. Ingresos Brutos(3,5%)	\$ 9.876,07	\$ 11.357,48	\$ 10.324,98	\$ 9.386,34	\$ 8.533,04	\$ 8.533,04
Impuesto Municipal (1,21%)	\$ 2.594,79	\$ 2.984,01	\$ 2.712,73	\$ 2.466,12	\$ 2.241,93	\$ 2.241,93
<b>Gastos Comerciales Fijos</b>						
Sueldo 1 empleado	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
Cargas Sociales	\$ 3.011,78	\$ 3.011,78	\$ 3.011,78	\$ 3.011,78	\$ 3.011,78	\$ 3.011,78
Retribucion Propietario	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
Alquiler	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Bolsas	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
<b>TOTAL GASTOS COMERCIALES</b>	\$ 29.782,64	\$ 31.653,27	\$ 30.349,49	\$ 29.164,25	\$ 28.086,75	\$ 28.086,75
<b>Gastos Administrativos</b>						
Celular e internet	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00
Papelería	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
Limpieza	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
Luz	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00
Monotributo	\$ 118,00	\$ 118,00	\$ 118,00	\$ 118,00	\$ 118,00	\$ 118,00
Incremento Socio 20% Monotributo	\$ 47,20	\$ 47,20	\$ 47,20	\$ 47,20	\$ 47,20	\$ 47,20
Gastos Varios	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00
<b>TOTAL GTOS. ADM.</b>	\$ 2.215,20	\$ 2.215,20	\$ 2.215,20	\$ 2.215,20	\$ 2.215,20	\$ 2.215,20
<b>RESULTADO NETO</b>	\$ 35.730,19	\$ 44.018,77	\$ 38.241,88	\$ 32.990,17	\$ 28.215,88	\$ 28.215,88

## PROYECCIÓN ECONÓMICA ALTERNATIVA ANUAL

PROYECCIÓN ECONÓMICA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>VTA PANADERÍA</b>	\$ 1.982.011,13	\$ 2.279.312,80	\$ 2.621.209,72	\$ 3.014.391,18	\$ 3.466.549,86
<b>CMV PANADERIA</b>	\$ 1.475.707,09	\$ 1.697.063,15	\$ 1.951.622,62	\$ 2.244.366,01	\$ 2.581.020,92
<b>UB PANADERÍA</b>	\$ 506.304,05	\$ 582.249,65	\$ 669.587,10	\$ 770.025,16	\$ 885.528,94
<b>VTAS LACTEOS</b>	\$ 312.049,51	\$ 358.856,94	\$ 412.685,48	\$ 474.588,30	\$ 545.776,54
<b>CMV LACTEOS</b>	\$ 229.988,86	\$ 264.487,19	\$ 304.160,27	\$ 349.784,31	\$ 402.251,95
<b>UB LACTEOS</b>	\$ 82.060,65	\$ 94.369,75	\$ 108.525,21	\$ 124.803,99	\$ 143.524,59
<b>VTAS BEBIDAS</b>	\$ 449.573,46	\$ 517.009,48	\$ 594.560,90	\$ 683.745,04	\$ 786.306,79
<b>CMV BEBIDAS</b>	\$ 379.403,39	\$ 436.313,90	\$ 501.760,98	\$ 577.025,13	\$ 663.578,90
<b>UB BEBIDAS</b>	\$ 70.170,07	\$ 80.695,58	\$ 92.799,92	\$ 106.719,91	\$ 122.727,89
<b>UB TOTAL</b>	<b>\$ 658.534,77</b>	<b>\$ 757.314,98</b>	<b>\$ 870.912,23</b>	<b>\$ 1.001.549,06</b>	<b>\$ 1.151.781,42</b>
<b>Gastos Comerciales Variables</b>					
Imp. Ingresos Brutos(3,5%)	\$ 96.027,19	\$ 110.431,27	\$ 126.995,96	\$ 146.045,36	\$ 167.952,16
Impuesto Municipal	\$ 25.229,70	\$ 38.177,67	\$ 43.904,32	\$ 50.489,97	\$ 58.063,46
<b>Gastos Comerciales Fijos</b>					
Sueldo 1 empleado	\$ 72.000,00	\$ 72.000,00	\$ 72.000,00	\$ 72.000,00	\$ 72.000,00
Cargas Sociales	\$ 36.141,41	\$ 36.141,41	\$ 36.141,41	\$ 36.141,41	\$ 36.141,41
Retribucion Propietario	\$ 72.000,00	\$ 72.000,00	\$ 72.000,00	\$ 72.000,00	\$ 72.000,00
Alquiler	\$ 24.000,00	\$ 24.000,00	\$ 24.000,00	\$ 24.000,00	\$ 24.000,00
Bolsas	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00
<b>TOTAL GASTOS COMERCIALES</b>	<b>\$ 328.998,31</b>	<b>\$ 328.998,31</b>	<b>\$ 328.998,31</b>	<b>\$ 328.998,31</b>	<b>\$ 328.998,31</b>
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Gastos Administrativos</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Celular e internet	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00
Papelería	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
Limpieza	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Luz	\$ 8.400,00	\$ 8.400,00	\$ 8.400,00	\$ 8.400,00	\$ 8.400,00
Monotributo	\$ 1.416,00	\$ 1.416,00	\$ 1.416,00	\$ 1.416,00	\$ 1.416,00
Incremento Socio 20% Monotributo	\$ 566,40	\$ 566,40	\$ 566,40	\$ 566,40	\$ 566,40
Gastos Varios	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00
<b>TOTAL GIOS. ADM.</b>	<b>\$ 26.582,40</b>	<b>\$ 26.582,40</b>	<b>\$ 26.582,40</b>	<b>\$ 26.582,40</b>	<b>\$ 26.582,40</b>
<b>RESULTADO NETO</b>	<b>\$ 302.954,06</b>	<b>\$ 401.734,27</b>	<b>\$ 515.331,52</b>	<b>\$ 645.968,35</b>	<b>\$ 796.200,71</b>

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Ingreso Mensual Promedio</b>	\$ 25.246,17	\$ 33.477,86	\$ 42.944,29	\$ 53.830,70	\$ 66.350,06
<b>Ingreso Mensual Promedio por Socio</b>	\$ 12.623,09	\$ 16.738,93	\$ 21.472,15	\$ 26.915,35	\$ 33.175,03

**PROYECCIÓN FINANCIERA ALTERNATIVA**

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo Anterior	\$ -	\$ -	\$ 165.430,11	\$ 395.511,84	\$ 715.467,93	\$ 1.138.779,55
<b>Ingresos</b>						
Ventas	\$ -	\$ 2.606.110,15	\$ 2.997.026,67	\$ 3.446.580,67	\$ 3.963.567,77	\$ 4.558.102,94
<b>TOTAL INGRESOS</b>	\$ -	\$ 2.606.110,15	\$ 2.997.026,67	\$ 3.446.580,67	\$ 3.963.567,77	\$ 4.558.102,94
<b>Egresos</b>						
CMV (Proveedores)	\$ -	\$ 2.085.099,33	\$ 2.397.864,23	\$ 2.757.543,87	\$ 3.171.175,45	\$ 3.646.851,77
<b>Gastos Comerciales</b>	\$ -	\$ 328.998,31	\$ 328.998,31	\$ 328.998,31	\$ 328.998,31	\$ 328.998,31
<b>Gastos Administrativo</b>	\$ -	\$ 26.582,40	\$ 26.582,40	\$ 26.582,40	\$ 26.582,40	\$ 26.582,40
<b>TOTAL EGRESOS</b>	\$ -	\$ 2.440.680,04	\$ 2.753.444,94	\$ 3.113.124,58	\$ 3.526.756,16	\$ 4.002.432,48
Flujo generado por actividades operativas	\$ -	\$ 165.430,11	\$ 243.581,73	\$ 333.456,10	\$ 436.811,62	\$ 555.670,46
<b>Inversión de reparación local</b>	\$ -5.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Inversión en Capital de Trabajo</b>	\$ -29.500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Inversión en Activo Fijo</b>	\$ -19.500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 6.680,00
<b>TOTAL INVERSIONES</b>	\$ -54.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 6.680,00
<b>FLUJO ECONOMICO NETO</b>	\$ -54.000,00	\$ 165.430,11	\$ 243.581,73	\$ 333.456,10	\$ 436.811,62	\$ 548.990,46
Aportes	\$ 54.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Devolución aporte inicial	\$ -	\$ -	\$ 13.500,00	\$ 13.500,00	\$ 13.500,00	\$ 13.500,00
<b>Flujo Financiero</b>	\$ 54.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>FLUJO DE FONDOS FINAL</b>	\$ -	\$ 165.430,11	\$ 230.081,73	\$ 319.956,10	\$ 423.311,62	\$ 535.490,46
<b>FLUJO DE FONDOS ACUMULADO</b>		\$ 165.430,11	\$ 395.511,84	\$ 715.467,93	\$ 1.138.779,55	\$ 1.674.270,01
<b>FLUJO ECONOMICO NETO</b>	\$ -54.000,00	\$ 165.430,11	\$ 243.581,73	\$ 333.456,10	\$ 436.811,62	\$ 548.990,46
Factor de Descuento						
i14%	1,00	0,88	0,77	0,67	0,59	0,52
Valor Actual del Flujo Económico Neto	\$ -54.000,00	\$ 145.114,13	\$ 187.428,23	\$ 225.073,37	\$ 258.627,54	\$ 285.128,44

<b><u>VAN</u></b>	<b>\$ 1.047.371,71</b>
<b><u>TIR sobre Inversión</u></b>	
<b><u>Total:</u></b>	<b><u>294%</u></b>

Como podemos observar el ingreso neto promedio mensual aumenta significativamente al duplicar las cantidades vendidas. También los indicadores financieros se incrementan considerablemente.

## **CAPITULO V**

### **Conclusión**

**Sumario:** 1- Conclusión del trabajo.2- Conclusión del proyecto.

#### 1- **CONCLUSIÓN DEL PROYECTO**

A lo largo del transcurso de esta investigación y haciendo uso de las herramientas y factores, tanto internos y externos, que influyen dentro de la toma de decisiones para determinar la factibilidad de invertir o no en la creación de una Panadería se determina que esta inversión es VIABLE según los indicadores financieros ya que el VAN es mayor a cero (\$ 189.144.03) y la TIR mayor a la tasa de descuento (51% vs 14%). Esto se debe a que el proyecto no demanda demasiada inversión y la tasa utilizada para descontar los flujos de fondos proyectados está libre de riesgo como consecuencia de que el contexto en el cual decidimos realizar el análisis no se encuentre afectado por la inflación centrándonos directamente en los márgenes de utilidad y en el mercado objetivo.

Pero desde el punto de vista económico no resulta ventajoso debido a que los ingresos netos promedios mensuales para cada socio no cumplen las expectativas con la cual afrontamos el proyecto debido a que el mercado abarcado es escaso sumado a que los márgenes con los que

operamos son bajos, excesiva presión fiscal y sueldos y cargas sociales desfavorables para el tamaño del negocio.

Para que resulte económicamente viable el proyecto, como vimos en la alternativa, se lo lograría duplicando las cantidades proyectadas pero esto no es posible por la limitación del mercado escaso antes mencionado.

Otra alternativa para mejorar la rentabilidad económica sería la de instalarla en una zona con un mercado más amplio lo que conllevaría a una mayor inversión respecto a alquileres, instalaciones, cargas sociales y tributarias.

Por último, y por ello no menos importante, fijamos como opción la de producir nuestros propios productos para lograr aumentar el margen de ganancia aunque sería la menos posible de alcanzar debido a que se requiere de una gran inversión en el corto plazo lo cual no nos asegura que el negocio tenga éxito.

Por otro lado queremos remarcar que al ser una proyección, y que a pesar de haber tomado como base datos reales para realizarla, siempre existe la posibilidad de que los mismos puedan contener errores debido a que las variables puedan tener diferencias significativas en el tiempo.

## 2- CONCLUSIÓN DEL TRABAJO

Este trabajo nos sirvió para interiorizarnos y aprender de una manera adecuada como se realiza un proyecto de investigación para en un futuro tener una mejor noción a la hora de realizar una investigación, los pasos que se llevan a cabo y la forma correcta para realizarlo, de esta manera tenemos una idea más formada del trabajo al cual se enfrenta un verdadero investigador.

Paralelamente a la ejecución de esta investigación nos concientizamos de que una toma de decisiones de tal envergadura como invertir en un nuevo negocio, debe ser analizada críticamente involucrando

todos los factores y parámetros que lo envuelven para disminuir al menos el alto riesgo que emprender un negocio conlleva y no dejarse llevar solo por el ánimo o buen presentimiento de que será un éxito.

## **APENDICE**

**ENCUESTA**

**Cantidad de Integrantes:** Adultos  Adolescentes/Niños

**Rol en el Hogar:**  
Padre/Madre  Hija/Hijo  Otro

**PREGUNTAS**

Por lo general, consumen productos de panadería diariamente?  
SI  NO

Qué tan amantes se consideran del Pan?  
Mucho  Medio  POCO

Que integrantes de su familia lo consumen en mayor cantidad?  
Adultos  Adolescente  Niños

Qué cantidad de pan (Kg) consume su familia diariamente?  
1/2 kg o menos  Entre 1/2 y 1 kg  Más de 1 kg.

Generalmente, qué tipo de pan consume?  
Francés  Migñón  Otro

En qué lugares usted compra el pan que consume?  
Supermercados  Panadería  Almacén

Cada qué tiempo usted se abastece de pan?  
Diariamente  Cada 2/3 días  Más de 3 días

Está contento con el tipo, variedad y características del pan que puede conseguir ahora?  
SI  NO

Cuánto paga HOY por un kg de pan?  
Menos de \$12  Entre \$12 y \$18  Más de \$18

Cuanto es el consumo promedio diario de tortillas/facturas diarias  
Tortillas   
Facturas

Le gustaría que exista una panadería en la zona?  
SI  NO  Me es indistinto

CONTRATO DE SOCIEDAD DE HECHO

Entre la Srta. Vittar, Mariana Elizabeth, con Documento 33.139.297, de estado civil Soltera, de nacionalidad Argentina, de profesión Contadora Pública Nacional, con domicilio en Barrio 200 viviendas Mza D1 C 1, y el Sr. Belén, Miguel Alberto, con Documento 33.966.207, de estado civil Soltero, de nacionalidad Argentina, de profesión Contador Público Nacional, con domicilio en Barrio 60 viviendas Mza D Lote 16 Unidad 3, convienen en celebrar una Sociedad de Hecho, que se regirá conforme al presente Contrato, cuyas cláusulas y condiciones son las siguientes: Artículo 1º. Se denominará la Sociedad "Vittar Mariana Elizabeth y Belén Miguel Alberto S.H.", con domicilio legal en Barrio 200 viviendas Mza A2 Casa 11, pudiendo establecer sucursales o agencias en todo el territorio de la República. Artículo 2º. Se constituye la Sociedad por 20 años, contados a partir de la fecha del presente Instrumento. Artículo 3º. El capital social se fija en la suma de \$ 54.000,00. (Son Pesos Cincuenta Mil), integrado conforme con el siguiente detalle: 50 % en efectivo Socio Vittar, Mariana Elizabeth y 50% en efectivo Socio Belén, Miguel Alberto. Artículo 4º. El objeto de la Sociedad será la comercialización de productos de panadería. Artículo 5º. Bajo pena de indemnización por los daños o perjuicios que su conducta ocasione, está prohibido a los socios utilizar la firma social en asuntos extraños a la Sociedad o para garantizar obligaciones de terceros o de beneficio personal. Artículo 6º. La administración de la Sociedad y el uso de la firma social están a cargo indistintamente de todos los socios; debiendo el socio que realice alguna operación en nombre de la Sociedad rendir cuentas de su gestión al otro socio. Artículo 7º. Salvo autorización por escrito de la totalidad de los socios, los socios no podrán realizar operaciones en competencia con la sociedad, ni contratar con ésta en forma personal o por terceras personas. Artículo 8º. Para toda notificación o intimación judicial o extrajudicial los socios constituyen domicilio especial en sus respectivos domicilios reales denunciados en el acápite, donde serán válidas todas las que

allí se hagan. Artículo 9°. La Sociedad entrará en liquidación si así lo solicita uno de sus socios. Se procederá a realizar el activo, a abonar las deudas contraídas y a concluir las operaciones pendientes; procediéndose posteriormente a confeccionar el Balance General, y a distribuirse el remanente conforme en igual proporción. Artículo 10°. Se firman 3 ejemplares, del mismo tenor y a un sólo efecto, recibiendo cada parte el suyo en este acto para su fiel cumplimiento. Artículo 12°. Dado en Yerba Buena, al 01 día del mes de Enero de 2015.

**C.M.V. DE PRODUCTOS DE PANADERÍA**

DESCRIPCION	CMV ENERO	CMV FEBRERO	CMV MARZO	CMV ABRIL	CMV MAYO	CMV JUNIO	CMV JULIO	CMV AGOSTO	CMV SETIEMBRE	CMV OCTUBRE	CMV NOVIEMBRE	CMV DICIEMBRE	TOTAL CMV AÑO 1	TOTAL CMV AÑO 2	TOTAL CMV AÑO 3	TOTAL CMV AÑO 4	TOTAL CMV AÑO 5
Pan Francés Calidad 1	\$ 6.787,20	\$ 6.787,20	\$ 7.805,28	\$ 8.976,07	\$ 10.322,48	\$ 11.870,86	\$ 13.651,48	\$ 15.699,21	\$ 14.272,01	\$ 12.974,55	\$ 11.795,05	\$ 11.795,05	\$ 132.736,43	\$ 152.646,89	\$ 175.543,92	\$ 201.875,51	\$ 232.156,84
Pan Francés Calidad 2	\$ 7.999,20	\$ 7.999,20	\$ 9.199,08	\$ 10.578,94	\$ 12.165,78	\$ 13.990,65	\$ 16.089,25	\$ 18.502,64	\$ 16.820,58	\$ 15.291,43	\$ 13.901,30	\$ 13.901,30	\$ 156.439,36	\$ 179.905,26	\$ 206.891,05	\$ 237.924,71	\$ 273.613,42
Pan Mignón	\$ 7.756,80	\$ 7.756,80	\$ 8.920,32	\$ 10.258,37	\$ 11.797,12	\$ 13.566,69	\$ 15.601,70	\$ 17.941,95	\$ 16.310,86	\$ 14.828,06	\$ 13.480,05	\$ 13.480,05	\$ 151.698,77	\$ 174.453,59	\$ 200.621,63	\$ 230.714,87	\$ 265.322,10
Pan Sandwichero	\$ 6.726,60	\$ 6.726,60	\$ 7.735,59	\$ 8.895,93	\$ 10.230,32	\$ 11.764,87	\$ 13.529,60	\$ 15.559,03	\$ 14.144,58	\$ 12.858,71	\$ 11.689,73	\$ 11.689,73	\$ 131.551,28	\$ 151.283,97	\$ 173.976,57	\$ 200.073,05	\$ 230.084,01
Pan Salvado	\$ 5.817,60	\$ 5.817,60	\$ 6.690,24	\$ 7.693,78	\$ 8.847,84	\$ 10.175,02	\$ 11.701,27	\$ 13.456,46	\$ 12.233,15	\$ 11.121,04	\$ 10.110,04	\$ 10.110,04	\$ 113.774,08	\$ 130.840,19	\$ 150.466,22	\$ 173.036,15	\$ 198.991,58
Tortillas Calidad 1	\$ 1.536,00	\$ 1.536,00	\$ 1.766,40	\$ 2.031,36	\$ 2.336,06	\$ 2.686,47	\$ 3.089,44	\$ 3.552,86	\$ 3.229,87	\$ 2.936,25	\$ 2.669,32	\$ 2.669,32	\$ 30.039,36	\$ 34.545,27	\$ 39.727,06	\$ 45.686,11	\$ 52.539,03
Tortillas Calidad 2	\$ 1.958,40	\$ 1.958,40	\$ 2.252,16	\$ 2.589,98	\$ 2.978,48	\$ 3.425,25	\$ 3.939,04	\$ 4.529,90	\$ 4.118,09	\$ 3.743,72	\$ 3.403,38	\$ 3.403,38	\$ 38.300,19	\$ 44.045,21	\$ 50.652,00	\$ 58.249,79	\$ 66.987,26
Medialunas Calidad 1	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 644,00	\$ 740,60	\$ 851,69	\$ 979,44	\$ 1.126,36	\$ 1.295,31	\$ 1.177,56	\$ 1.070,51	\$ 973,19	\$ 973,19	\$ 10.951,85	\$ 12.594,63	\$ 14.483,82	\$ 16.656,40	\$ 19.154,85
Medialunas Calidad 2	\$ 546,00	\$ 546,00	\$ 627,90	\$ 722,09	\$ 830,40	\$ 954,96	\$ 1.098,20	\$ 1.262,93	\$ 1.148,12	\$ 1.043,74	\$ 948,86	\$ 948,86	\$ 10.678,05	\$ 12.279,76	\$ 14.121,73	\$ 16.239,99	\$ 18.675,98
Facturas c/crema Calidad 1	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 644,00	\$ 740,60	\$ 851,69	\$ 979,44	\$ 1.126,36	\$ 1.295,31	\$ 1.177,56	\$ 1.070,51	\$ 973,19	\$ 973,19	\$ 10.951,85	\$ 12.594,63	\$ 14.483,82	\$ 16.656,40	\$ 19.154,85
Facturas c/crema Calidad 2	\$ 546,00	\$ 546,00	\$ 627,90	\$ 722,09	\$ 830,40	\$ 954,96	\$ 1.098,20	\$ 1.262,93	\$ 1.148,12	\$ 1.043,74	\$ 948,86	\$ 948,86	\$ 10.678,05	\$ 12.279,76	\$ 14.121,73	\$ 16.239,99	\$ 18.675,98
Medialunas c/D de L. Cal 1	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 644,00	\$ 740,60	\$ 851,69	\$ 979,44	\$ 1.126,36	\$ 1.295,31	\$ 1.177,56	\$ 1.070,51	\$ 973,19	\$ 973,19	\$ 10.951,85	\$ 12.594,63	\$ 14.483,82	\$ 16.656,40	\$ 19.154,85
Medialunas c/D de L. Cal 2	\$ 672,00	\$ 672,00	\$ 772,80	\$ 888,72	\$ 1.022,03	\$ 1.175,33	\$ 1.351,63	\$ 1.554,38	\$ 1.413,07	\$ 1.284,61	\$ 1.167,83	\$ 1.167,83	\$ 13.142,22	\$ 15.113,55	\$ 17.380,59	\$ 19.987,67	\$ 22.985,83
Sacramento Calidad 1	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 644,00	\$ 740,60	\$ 851,69	\$ 979,44	\$ 1.126,36	\$ 1.295,31	\$ 1.177,56	\$ 1.070,51	\$ 973,19	\$ 973,19	\$ 10.951,85	\$ 12.594,63	\$ 14.483,82	\$ 16.656,40	\$ 19.154,85
Sacramento Calidad 2	\$ 672,00	\$ 672,00	\$ 772,80	\$ 888,72	\$ 1.022,03	\$ 1.175,33	\$ 1.351,63	\$ 1.554,38	\$ 1.413,07	\$ 1.284,61	\$ 1.167,83	\$ 1.167,83	\$ 13.142,22	\$ 15.113,55	\$ 17.380,59	\$ 19.987,67	\$ 22.985,83
Prepizzas x 3 uds. Calidad 1	\$ 4.368,00	\$ 4.368,00	\$ 5.023,20	\$ 5.776,68	\$ 6.643,18	\$ 7.639,66	\$ 8.785,61	\$ 10.103,45	\$ 9.184,95	\$ 8.349,96	\$ 7.590,87	\$ 7.590,87	\$ 85.424,43	\$ 98.238,10	\$ 112.973,81	\$ 129.919,89	\$ 149.407,87
Prepizzas x 3 uds. Calidad 2	\$ 4.536,00	\$ 4.536,00	\$ 5.216,40	\$ 5.998,86	\$ 6.898,69	\$ 7.933,49	\$ 9.123,52	\$ 10.492,04	\$ 9.538,22	\$ 8.671,11	\$ 7.882,83	\$ 7.882,83	\$ 88.709,99	\$ 102.016,49	\$ 117.318,96	\$ 134.916,80	\$ 155.154,32
Pan Hamburguesa x 4uds. Cal 1	\$ 3.070,08	\$ 3.070,08	\$ 3.530,59	\$ 4.060,18	\$ 4.669,21	\$ 5.369,59	\$ 6.175,03	\$ 7.101,28	\$ 6.455,71	\$ 5.868,83	\$ 5.335,30	\$ 5.335,30	\$ 60.041,17	\$ 69.047,35	\$ 79.404,45	\$ 91.315,12	\$ 105.012,39
Pan Hamburguesa x 4uds. Cal 2	\$ 3.542,40	\$ 3.542,40	\$ 4.073,76	\$ 4.684,82	\$ 5.387,55	\$ 6.195,68	\$ 7.125,03	\$ 8.193,79	\$ 7.448,90	\$ 6.771,72	\$ 6.156,11	\$ 6.156,11	\$ 69.278,28	\$ 79.670,02	\$ 91.620,52	\$ 105.363,60	\$ 121.168,14
Pan Viena x 6 uds Calidad 1	\$ 3.070,08	\$ 3.070,08	\$ 3.530,59	\$ 4.060,18	\$ 4.669,21	\$ 5.369,59	\$ 6.175,03	\$ 7.101,28	\$ 6.455,71	\$ 5.868,83	\$ 5.335,30	\$ 5.335,30	\$ 60.041,17	\$ 69.047,35	\$ 79.404,45	\$ 91.315,12	\$ 105.012,39
Pan Viena x 6 uds Calidad 2	\$ 3.542,40	\$ 3.542,40	\$ 4.073,76	\$ 4.684,82	\$ 5.387,55	\$ 6.195,68	\$ 7.125,03	\$ 8.193,79	\$ 7.448,90	\$ 6.771,72	\$ 6.156,11	\$ 6.156,11	\$ 69.278,28	\$ 79.670,02	\$ 91.620,52	\$ 105.363,60	\$ 121.168,14
Tostadas c/semillas 100 grs.	\$ 980,00	\$ 980,00	\$ 1.127,00	\$ 1.296,05	\$ 1.490,46	\$ 1.714,03	\$ 1.971,13	\$ 2.266,80	\$ 2.060,73	\$ 1.873,39	\$ 1.703,08	\$ 1.703,08	\$ 19.165,74	\$ 22.040,60	\$ 25.346,69	\$ 29.148,69	\$ 33.521,00
Bastones 5 semillas 100 grs.	\$ 1.176,00	\$ 1.176,00	\$ 1.352,40	\$ 1.565,26	\$ 1.788,55	\$ 2.056,83	\$ 2.365,36	\$ 2.720,16	\$ 2.472,87	\$ 2.248,07	\$ 2.043,70	\$ 2.043,70	\$ 22.998,89	\$ 26.448,72	\$ 30.416,03	\$ 34.978,43	\$ 40.225,20
Galletitas c/semilla 100 grs.	\$ 1.344,00	\$ 1.344,00	\$ 1.545,60	\$ 1.777,44	\$ 2.044,06	\$ 2.350,66	\$ 2.703,26	\$ 3.108,75	\$ 2.826,14	\$ 2.569,22	\$ 2.335,65	\$ 2.335,65	\$ 26.284,44	\$ 30.227,11	\$ 34.761,17	\$ 39.975,35	\$ 45.971,65
Maineras 100 grs.	\$ 1.008,00	\$ 1.008,00	\$ 1.159,20	\$ 1.333,08	\$ 1.533,04	\$ 1.763,00	\$ 2.027,45	\$ 2.331,57	\$ 2.119,60	\$ 1.926,91	\$ 1.751,74	\$ 1.751,74	\$ 19.713,33	\$ 22.670,33	\$ 26.070,88	\$ 29.981,51	\$ 34.478,74
<b>TOTALES</b>	<b>\$ 69.894,76</b>	<b>\$ 69.894,76</b>	<b>\$ 80.378,97</b>	<b>\$ 92.435,82</b>	<b>\$ 106.301,19</b>	<b>\$ 122.246,37</b>	<b>\$ 140.583,33</b>	<b>\$ 161.670,83</b>	<b>\$ 146.973,48</b>	<b>\$ 133.612,25</b>	<b>\$ 121.465,69</b>	<b>\$ 121.465,69</b>	<b>\$ 1.366.923,14</b>	<b>\$ 1.640.307,77</b>	<b>\$ 1.968.369,32</b>	<b>\$ 2.362.043,18</b>	<b>\$ 2.834.451,82</b>

**VENTA DE PRODUCTOS DE PANADERÍA**

DESCRIPCION	VENTA ENERO	VENTA FEBRERO	VENTA MARZO	VENTA ABRIL	VENTA MAYO	VENTA JUNIO	VENTA JULIO	VENTA AGOSTO	VENTA SETIEMBRE	VENTA OCTUBRE	VENTA NOVIEMBRE	VENTA DICIEMBRE	TOTAL VENTA AÑO 1	TOTAL VENTA AÑO 2	TOTAL VENTA AÑO 3	TOTAL VENTA AÑO 4	TOTAL VENTA AÑO 5
Pan Francés Calidad 1	\$ 8.726,40	\$ 8.726,40	\$ 10.035,36	\$ 11.540,66	\$ 13.271,76	\$ 15.262,53	\$ 17.551,91	\$ 20.184,69	\$ 18.349,72	\$ 16.681,56	\$ 15.165,06	\$ 15.165,06	\$ 170.661,12	\$ 196.260,29	\$ 225.699,33	\$ 259.554,23	\$ 298.487,37
Pan Francés Calidad 2	\$ 11.635,20	\$ 11.635,20	\$ 13.380,48	\$ 15.387,55	\$ 17.695,68	\$ 20.350,04	\$ 23.402,54	\$ 26.912,92	\$ 24.466,30	\$ 22.242,09	\$ 20.220,08	\$ 20.220,08	\$ 227.548,16	\$ 261.680,38	\$ 300.932,44	\$ 346.072,31	\$ 397.983,16
Pan Migñón	\$ 9.211,20	\$ 9.211,20	\$ 10.592,88	\$ 12.181,81	\$ 14.009,08	\$ 16.110,45	\$ 18.527,01	\$ 21.306,07	\$ 19.369,15	\$ 17.608,32	\$ 16.007,56	\$ 16.007,56	\$ 180.142,29	\$ 207.163,64	\$ 238.238,18	\$ 273.973,91	\$ 315.070,00
Pan Sandwichero	\$ 7.635,60	\$ 7.635,60	\$ 8.780,94	\$ 10.098,08	\$ 11.612,79	\$ 13.354,71	\$ 15.357,92	\$ 17.661,61	\$ 16.056,01	\$ 14.596,37	\$ 13.269,43	\$ 13.269,43	\$ 149.328,48	\$ 171.727,75	\$ 197.486,92	\$ 227.109,95	\$ 261.176,45
Pan Salvado	\$ 6.908,40	\$ 6.908,40	\$ 7.944,66	\$ 9.136,36	\$ 10.506,81	\$ 12.082,83	\$ 13.895,26	\$ 15.979,55	\$ 14.526,86	\$ 13.206,24	\$ 12.005,67	\$ 12.005,67	\$ 135.106,72	\$ 155.372,73	\$ 178.678,64	\$ 205.480,43	\$ 236.302,50
Tortillas Calidad 1	\$ 1.920,00	\$ 1.920,00	\$ 2.208,00	\$ 2.539,20	\$ 2.920,08	\$ 3.358,09	\$ 3.861,81	\$ 4.441,08	\$ 4.037,34	\$ 3.670,31	\$ 3.336,65	\$ 3.336,65	\$ 37.549,20	\$ 43.181,58	\$ 49.658,82	\$ 57.107,64	\$ 65.673,79
Tortillas Calidad 2	\$ 2.304,00	\$ 2.304,00	\$ 2.649,60	\$ 3.047,04	\$ 3.504,10	\$ 4.029,71	\$ 4.634,17	\$ 5.329,29	\$ 4.844,81	\$ 4.404,37	\$ 4.003,98	\$ 4.003,98	\$ 45.059,04	\$ 51.817,90	\$ 59.590,58	\$ 68.529,17	\$ 78.808,55
Medialunas Calidad 1	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 805,00	\$ 925,75	\$ 1.064,61	\$ 1.224,30	\$ 1.407,95	\$ 1.619,14	\$ 1.471,95	\$ 1.338,13	\$ 1.216,49	\$ 1.216,49	\$ 13.689,81	\$ 15.743,28	\$ 18.104,78	\$ 20.820,49	\$ 23.943,57
Medialunas Calidad 2	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 966,00	\$ 1.110,90	\$ 1.277,54	\$ 1.469,17	\$ 1.689,54	\$ 1.942,97	\$ 1.766,34	\$ 1.605,76	\$ 1.459,78	\$ 1.459,78	\$ 16.427,78	\$ 18.891,94	\$ 21.725,73	\$ 24.984,59	\$ 28.732,28
Facturas c/crema Calidad 1	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 805,00	\$ 925,75	\$ 1.064,61	\$ 1.224,30	\$ 1.407,95	\$ 1.619,14	\$ 1.471,95	\$ 1.338,13	\$ 1.216,49	\$ 1.216,49	\$ 13.689,81	\$ 15.743,28	\$ 18.104,78	\$ 20.820,49	\$ 23.943,57
Facturas c/crema Calidad 2	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 966,00	\$ 1.110,90	\$ 1.277,54	\$ 1.469,17	\$ 1.689,54	\$ 1.942,97	\$ 1.766,34	\$ 1.605,76	\$ 1.459,78	\$ 1.459,78	\$ 16.427,78	\$ 18.891,94	\$ 21.725,73	\$ 24.984,59	\$ 28.732,28
Medialunas c/D de L. Cal 1	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 966,00	\$ 1.110,90	\$ 1.277,54	\$ 1.469,17	\$ 1.689,54	\$ 1.942,97	\$ 1.766,34	\$ 1.605,76	\$ 1.459,78	\$ 1.459,78	\$ 16.427,78	\$ 18.891,94	\$ 21.725,73	\$ 24.984,59	\$ 28.732,28
Medialunas c/D de L. Cal 2	\$ 1.050,00	\$ 1.050,00	\$ 1.207,50	\$ 1.388,63	\$ 1.596,92	\$ 1.836,46	\$ 2.111,93	\$ 2.428,71	\$ 2.207,92	\$ 2.007,20	\$ 1.824,73	\$ 1.824,73	\$ 20.534,72	\$ 23.614,93	\$ 27.157,17	\$ 31.230,74	\$ 35.915,35
Sacramento Calidad 1	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 805,00	\$ 925,75	\$ 1.064,61	\$ 1.224,30	\$ 1.407,95	\$ 1.619,14	\$ 1.471,95	\$ 1.338,13	\$ 1.216,49	\$ 1.216,49	\$ 13.689,81	\$ 15.743,28	\$ 18.104,78	\$ 20.820,49	\$ 23.943,57
Sacramento Calidad 2	\$ 1.050,00	\$ 1.050,00	\$ 1.207,50	\$ 1.388,63	\$ 1.596,92	\$ 1.836,46	\$ 2.111,93	\$ 2.428,71	\$ 2.207,92	\$ 2.007,20	\$ 1.824,73	\$ 1.824,73	\$ 20.534,72	\$ 23.614,93	\$ 27.157,17	\$ 31.230,74	\$ 35.915,35
Prepizzas x 3 uds. Calidad 1	\$ 5.376,00	\$ 5.376,00	\$ 6.182,40	\$ 7.109,76	\$ 8.176,22	\$ 9.402,66	\$ 10.813,06	\$ 12.435,01	\$ 11.304,56	\$ 10.276,87	\$ 9.342,61	\$ 9.342,61	\$ 105.137,76	\$ 120.908,43	\$ 139.044,69	\$ 159.901,40	\$ 183.886,61
Prepizzas x 3 uds. Calidad 2	\$ 6.552,00	\$ 6.552,00	\$ 7.534,80	\$ 8.665,02	\$ 9.964,77	\$ 11.459,49	\$ 13.178,41	\$ 15.155,17	\$ 13.777,43	\$ 12.524,94	\$ 11.386,31	\$ 11.386,31	\$ 128.136,65	\$ 147.357,15	\$ 169.460,72	\$ 194.879,83	\$ 224.111,80
Pan Hamburguesa x 4uds. Cal 1	\$ 4.723,20	\$ 4.723,20	\$ 5.431,68	\$ 6.246,43	\$ 7.183,40	\$ 8.260,91	\$ 9.500,04	\$ 10.925,05	\$ 9.931,86	\$ 9.028,97	\$ 8.208,15	\$ 8.208,15	\$ 92.371,04	\$ 106.226,69	\$ 122.160,69	\$ 140.484,80	\$ 161.557,52
Pan Hamburguesa x 4uds. Cal 2	\$ 5.904,00	\$ 5.904,00	\$ 6.789,60	\$ 7.808,04	\$ 8.979,25	\$ 10.326,13	\$ 11.875,05	\$ 13.656,31	\$ 12.414,83	\$ 11.286,21	\$ 10.260,19	\$ 10.260,19	\$ 115.463,79	\$ 132.783,36	\$ 152.700,87	\$ 175.606,00	\$ 201.946,90
Pan Viena x 6 uds Calidad 1	\$ 4.723,20	\$ 4.723,20	\$ 5.431,68	\$ 6.246,43	\$ 7.183,40	\$ 8.260,91	\$ 9.500,04	\$ 10.925,05	\$ 9.931,86	\$ 9.028,97	\$ 8.208,15	\$ 8.208,15	\$ 92.371,04	\$ 106.226,69	\$ 122.160,69	\$ 140.484,80	\$ 161.557,52
Pan Viena x 6 uds Calidad 2	\$ 5.904,00	\$ 5.904,00	\$ 6.789,60	\$ 7.808,04	\$ 8.979,25	\$ 10.326,13	\$ 11.875,05	\$ 13.656,31	\$ 12.414,83	\$ 11.286,21	\$ 10.260,19	\$ 10.260,19	\$ 115.463,79	\$ 132.783,36	\$ 152.700,87	\$ 175.606,00	\$ 201.946,90
Tostadas c/semillas 100 grs.	\$ 1.372,00	\$ 1.372,00	\$ 1.577,80	\$ 1.814,47	\$ 2.086,64	\$ 2.399,64	\$ 2.759,58	\$ 3.173,52	\$ 2.885,02	\$ 2.622,74	\$ 2.384,31	\$ 2.384,31	\$ 26.832,03	\$ 30.856,84	\$ 35.485,36	\$ 40.808,17	\$ 46.929,39
Bastones 5 semillas 100 grs.	\$ 1.470,00	\$ 1.470,00	\$ 1.690,50	\$ 1.944,08	\$ 2.235,69	\$ 2.571,04	\$ 2.956,70	\$ 3.400,20	\$ 3.091,09	\$ 2.810,08	\$ 2.554,62	\$ 2.554,62	\$ 28.748,61	\$ 33.060,90	\$ 38.020,03	\$ 43.723,04	\$ 50.281,49
Galletitas c/semilla 100 grs.	\$ 1.680,00	\$ 1.680,00	\$ 1.932,00	\$ 2.221,80	\$ 2.555,07	\$ 2.938,33	\$ 3.379,08	\$ 3.885,94	\$ 3.532,67	\$ 3.211,52	\$ 2.919,57	\$ 2.919,57	\$ 32.855,55	\$ 37.783,88	\$ 43.451,47	\$ 49.969,19	\$ 57.464,56
Marineras 100 grs.	\$ 1.344,00	\$ 1.344,00	\$ 1.545,60	\$ 1.777,44	\$ 2.044,06	\$ 2.350,66	\$ 2.703,26	\$ 3.108,75	\$ 2.826,14	\$ 2.569,22	\$ 2.335,65	\$ 2.335,65	\$ 26.284,44	\$ 30.227,11	\$ 34.761,17	\$ 39.975,35	\$ 45.971,65
<b>TOTALES</b>	<b>\$ 94.109,20</b>	<b>\$ 94.109,20</b>	<b>\$ 108.225,58</b>	<b>\$ 124.459,42</b>	<b>\$ 143.128,33</b>	<b>\$ 164.597,58</b>	<b>\$ 189.287,22</b>	<b>\$ 217.680,30</b>	<b>\$ 197.891,18</b>	<b>\$ 179.901,07</b>	<b>\$ 163.546,43</b>	<b>\$ 163.546,43</b>	<b>\$ 1.840.481,93</b>	<b>\$ 2.116.554,22</b>	<b>\$ 2.434.037,36</b>	<b>\$ 2.799.142,96</b>	<b>\$ 3.219.014,40</b>

**C.M.V. DE PRODUCTOS LÁCTEOS**

DESCRIPCION	CMV ENERO	CMV FEBRERO	CMV MARZO	CMV ABRIL	CMV MAYO	CMV JUNIO	CMV JULIO	CMV AGOSTO	CMV SETIEMBRE	CMV OCTUBRE	CMV NOVIEMBRE	CMV DICIEMBRE	TOTAL CMV AÑO 1	TOTAL CMV AÑO 2	TOTAL CMV AÑO 3	TOTAL CMV AÑO 4	TOTAL CMV AÑO 5
Leche Entera en sachet de 1lt.	\$ 950,00	\$ 950,00	\$ 950,00	\$ 863,64	\$ 785,12	\$ 713,75	\$ 648,86	\$ 589,88	\$ 707,85	\$ 849,42	\$ 1.019,30	\$ 1.019,30	\$ 10.047,13	\$ 11.554,20	\$ 13.287,33	\$ 15.280,42	\$ 17.572,49
Leche Descremada sachet de 1 lt.	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 545,45	\$ 495,87	\$ 450,79	\$ 409,81	\$ 372,55	\$ 447,06	\$ 536,48	\$ 643,77	\$ 643,77	\$ 6.345,55	\$ 7.297,39	\$ 8.392,00	\$ 9.650,79	\$ 11.098,41
Leche Chocolateada en caja de 1lt.	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 654,55	\$ 595,04	\$ 540,95	\$ 491,77	\$ 447,06	\$ 536,48	\$ 643,77	\$ 772,53	\$ 772,53	\$ 7.614,66	\$ 8.756,86	\$ 10.070,39	\$ 11.580,95	\$ 13.318,10
Yogur de 1 lts.	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 1.309,09	\$ 1.190,08	\$ 1.081,89	\$ 983,54	\$ 894,13	\$ 1.072,95	\$ 1.287,54	\$ 1.545,05	\$ 1.545,05	\$ 15.229,33	\$ 17.513,73	\$ 20.140,79	\$ 23.161,91	\$ 26.636,19
Yogur en vasito con cereales	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 163,64	\$ 148,76	\$ 135,24	\$ 122,94	\$ 111,77	\$ 134,12	\$ 160,94	\$ 193,13	\$ 193,13	\$ 1.903,67	\$ 2.189,22	\$ 2.517,60	\$ 2.895,24	\$ 3.329,52
Yogur Actimel	\$ 130,00	\$ 130,00	\$ 130,00	\$ 118,18	\$ 107,44	\$ 97,67	\$ 88,79	\$ 80,72	\$ 96,86	\$ 116,24	\$ 139,48	\$ 139,48	\$ 1.374,87	\$ 1.581,10	\$ 1.818,27	\$ 2.091,01	\$ 2.404,66
Leche entera en caja x 1 lts	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 545,45	\$ 495,87	\$ 450,79	\$ 409,81	\$ 372,55	\$ 447,06	\$ 536,48	\$ 643,77	\$ 643,77	\$ 6.345,55	\$ 7.297,39	\$ 8.392,00	\$ 9.650,79	\$ 11.098,41
Leche descremada en caja x 1 lts	\$ 980,00	\$ 980,00	\$ 980,00	\$ 890,91	\$ 809,92	\$ 736,29	\$ 669,35	\$ 608,50	\$ 730,20	\$ 876,24	\$ 1.051,49	\$ 1.051,49	\$ 10.364,40	\$ 11.919,07	\$ 13.706,93	\$ 15.762,96	\$ 18.127,41
Queso crema untable 190 grs.	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 254,55	\$ 231,40	\$ 210,37	\$ 191,24	\$ 173,86	\$ 208,63	\$ 250,36	\$ 300,43	\$ 300,43	\$ 2.961,26	\$ 3.405,45	\$ 3.916,26	\$ 4.503,70	\$ 5.179,26
<b>TOTALES</b>	<b>\$ 5.880,00</b>	<b>\$ 5.880,00</b>	<b>\$ 5.880,00</b>	<b>\$ 5.345,45</b>	<b>\$ 4.859,50</b>	<b>\$ 4.417,73</b>	<b>\$ 4.016,12</b>	<b>\$ 3.651,02</b>	<b>\$ 4.381,22</b>	<b>\$ 5.257,47</b>	<b>\$ 6.308,96</b>	<b>\$ 6.308,96</b>	<b>\$ 62.186,43</b>	<b>\$ 74.623,71</b>	<b>\$ 89.548,46</b>	<b>\$ 107.458,15</b>	<b>\$ 128.948,78</b>

**VENTA. DE PRODUCTOS LÁCTEOS**

DESCRIPCION	VENTA ENERO	VENTA FEBRERO	VENTA MARZO	VENTA ABRIL	VENTA MAYO	VENTA JUNIO	VENTA JULIO	VENTA AGOSTO	VENTA SETIEMBRE	VENTA OCTUBRE	VENTA NOVIEMBRE	VENTA DICIEMBRE	VENTA ANUAL AÑO 1	VENTA ANUAL AÑO 2	VENTA ANUAL AÑO 3	VENTA ANUAL AÑO 4	VENTA ANUAL AÑO 5
Leche Entera en sachet de 1lt.	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.090,91	\$ 991,74	\$ 901,58	\$ 819,62	\$ 745,11	\$ 894,13	\$ 1.072,95	\$ 1.287,54	\$ 1.287,54	\$ 12.691,11	\$ 14.594,77	\$ 16.783,99	\$ 19.301,59	\$ 22.196,83
Leche Descremada sachet de 1 lt.	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 763,64	\$ 694,21	\$ 631,10	\$ 573,73	\$ 521,57	\$ 625,89	\$ 751,07	\$ 901,28	\$ 901,28	\$ 8.883,78	\$ 10.216,34	\$ 11.748,79	\$ 13.511,11	\$ 15.537,78
Leche Chocolateada en caja de 1lt.	\$ 920,00	\$ 920,00	\$ 920,00	\$ 836,36	\$ 760,33	\$ 691,21	\$ 628,37	\$ 571,25	\$ 685,50	\$ 822,60	\$ 987,12	\$ 987,12	\$ 9.729,85	\$ 11.189,33	\$ 12.867,73	\$ 14.797,88	\$ 17.017,57
Yogur de 1 lts.	\$ 2.208,00	\$ 2.208,00	\$ 2.208,00	\$ 2.007,27	\$ 1.824,79	\$ 1.658,90	\$ 1.508,09	\$ 1.370,99	\$ 1.645,19	\$ 1.974,23	\$ 2.369,08	\$ 2.369,08	\$ 23.351,64	\$ 26.854,38	\$ 30.882,54	\$ 35.514,92	\$ 40.842,16
Yogur en vasito con cereales	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 218,18	\$ 198,35	\$ 180,32	\$ 163,92	\$ 149,02	\$ 178,83	\$ 214,59	\$ 257,51	\$ 257,51	\$ 2.538,22	\$ 2.918,95	\$ 3.356,80	\$ 3.860,32	\$ 4.439,37
Yogur Actimel	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 145,45	\$ 132,23	\$ 120,21	\$ 109,28	\$ 99,35	\$ 119,22	\$ 143,06	\$ 171,67	\$ 171,67	\$ 1.692,15	\$ 1.945,97	\$ 2.237,87	\$ 2.573,55	\$ 2.959,58
Leche entera en caja x 1 lts	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 681,82	\$ 619,83	\$ 563,49	\$ 512,26	\$ 465,69	\$ 558,83	\$ 670,60	\$ 804,71	\$ 804,71	\$ 7.931,94	\$ 9.121,73	\$ 10.489,99	\$ 12.063,49	\$ 13.873,02
Leche descremada en caja x 1 lts	\$ 1.260,00	\$ 1.260,00	\$ 1.260,00	\$ 1.145,45	\$ 1.041,32	\$ 946,66	\$ 860,60	\$ 782,36	\$ 938,83	\$ 1.126,60	\$ 1.351,92	\$ 1.351,92	\$ 13.325,66	\$ 15.324,51	\$ 17.623,19	\$ 20.266,67	\$ 23.306,67
Queso crema untable 190 grs.	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 363,64	\$ 330,58	\$ 300,53	\$ 273,21	\$ 248,37	\$ 298,04	\$ 357,65	\$ 429,18	\$ 429,18	\$ 4.230,37	\$ 4.864,92	\$ 5.594,66	\$ 6.433,86	\$ 7.398,94
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 7.978,00</b>	<b>\$ 7.978,00</b>	<b>\$ 7.978,00</b>	<b>\$ 7.252,73</b>	<b>\$ 6.593,39</b>	<b>\$ 5.993,99</b>	<b>\$ 5.449,08</b>	<b>\$ 4.953,71</b>	<b>\$ 5.944,45</b>	<b>\$ 7.133,34</b>	<b>\$ 8.560,01</b>	<b>\$ 8.560,01</b>	<b>\$ 84.374,71</b>	<b>\$ 97.030,92</b>	<b>\$ 111.585,56</b>	<b>\$ 128.323,39</b>	<b>\$ 147.571,90</b>

**C.M.V.DE BEBIDAS FRESCAS**

DESCRIPCION	VENTA ENERO	VENTA FEBRERO	VENTA MARZO	VENTA ABRIL	VENTA MAYO	VENTA JUNIO	VENTA JULIO	VENTA AGOSTO	VENTA SETIEMBRE	VENTA OCTUBRE	VENTA NOVIEMBRE	VENTA DICIEMBRE	TOTAL VENTA ANUAL	TOTAL VENTA AÑO 2	TOTAL VENTA AÑO 3	TOTAL VENTA AÑO 4	TOTAL VENTA AÑO 5
Coca- Cola 500 ml.	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 272,73	\$ 247,93	\$ 225,39	\$ 204,90	\$ 186,28	\$ 223,53	\$ 268,24	\$ 321,89	\$ 321,89	\$ 3.172,78	\$ 3.648,69	\$ 4.196,00	\$ 4.825,40	\$ 5.549,21
Fanta 500 ml.	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 136,36	\$ 123,97	\$ 112,70	\$ 102,45	\$ 93,14	\$ 111,77	\$ 134,12	\$ 160,94	\$ 160,94	\$ 1.586,39	\$ 1.824,35	\$ 2.098,00	\$ 2.412,70	\$ 2.774,60
Sprite 500 ml.	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 136,36	\$ 123,97	\$ 112,70	\$ 102,45	\$ 93,14	\$ 111,77	\$ 134,12	\$ 160,94	\$ 160,94	\$ 1.586,39	\$ 1.824,35	\$ 2.098,00	\$ 2.412,70	\$ 2.774,60
Coca- Cola retornable. 1 lts.	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 254,55	\$ 231,40	\$ 210,37	\$ 191,24	\$ 173,86	\$ 208,63	\$ 250,36	\$ 300,43	\$ 300,43	\$ 2.961,26	\$ 3.405,45	\$ 3.916,26	\$ 4.503,70	\$ 5.179,26
Fanta retornable. 1 lts	\$ 196,00	\$ 196,00	\$ 196,00	\$ 178,18	\$ 161,98	\$ 147,26	\$ 133,87	\$ 121,70	\$ 146,04	\$ 175,25	\$ 210,30	\$ 210,30	\$ 2.072,88	\$ 2.383,81	\$ 2.741,39	\$ 3.152,59	\$ 3.625,48
Sprite retornable 1 lts	\$ 196,00	\$ 196,00	\$ 196,00	\$ 178,18	\$ 161,98	\$ 147,26	\$ 133,87	\$ 121,70	\$ 146,04	\$ 175,25	\$ 210,30	\$ 210,30	\$ 2.072,88	\$ 2.383,81	\$ 2.741,39	\$ 3.152,59	\$ 3.625,48
Cocal- Cola descartable 1 1/2 lts.	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 363,64	\$ 330,58	\$ 300,53	\$ 273,21	\$ 248,37	\$ 298,04	\$ 357,65	\$ 429,18	\$ 429,18	\$ 4.230,37	\$ 4.864,92	\$ 5.594,66	\$ 6.433,86	\$ 7.398,94
Coca- Cola Zero 1 1/2 lts.	\$ 110,00	\$ 110,00	\$ 110,00	\$ 100,00	\$ 90,91	\$ 82,64	\$ 75,13	\$ 68,30	\$ 81,96	\$ 98,35	\$ 118,02	\$ 118,02	\$ 1.163,35	\$ 1.337,85	\$ 1.538,53	\$ 1.769,31	\$ 2.034,71
Coca- Cola light 1 1/2 lts.	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 500,00	\$ 454,55	\$ 413,22	\$ 375,66	\$ 341,51	\$ 409,81	\$ 491,77	\$ 590,12	\$ 590,12	\$ 5.816,76	\$ 6.689,27	\$ 7.692,66	\$ 8.846,56	\$ 10.173,55
Coca- Cola retornable 2 lts.	\$ 1.900,00	\$ 1.900,00	\$ 1.900,00	\$ 1.727,27	\$ 1.570,25	\$ 1.427,50	\$ 1.297,73	\$ 1.179,75	\$ 1.415,70	\$ 1.698,84	\$ 2.038,61	\$ 2.038,61	\$ 20.094,25	\$ 23.108,39	\$ 26.574,65	\$ 30.560,85	\$ 35.144,98
Coca- Cola light 2 lts.	\$ 920,00	\$ 920,00	\$ 920,00	\$ 836,36	\$ 760,33	\$ 691,21	\$ 628,37	\$ 571,25	\$ 685,50	\$ 822,60	\$ 987,12	\$ 987,12	\$ 9.729,85	\$ 11.189,33	\$ 12.867,73	\$ 14.797,88	\$ 17.017,57
Fanta retornable 2 lts.	\$ 1.045,00	\$ 1.045,00	\$ 1.045,00	\$ 950,00	\$ 863,64	\$ 785,12	\$ 713,75	\$ 648,86	\$ 778,64	\$ 934,36	\$ 1.121,23	\$ 1.121,23	\$ 11.051,84	\$ 12.709,62	\$ 14.616,06	\$ 16.808,47	\$ 19.329,74
Sprite retornable 2 lts.	\$ 1.045,00	\$ 1.045,00	\$ 1.045,00	\$ 950,00	\$ 863,64	\$ 785,12	\$ 713,75	\$ 648,86	\$ 778,64	\$ 934,36	\$ 1.121,23	\$ 1.121,23	\$ 11.051,84	\$ 12.709,62	\$ 14.616,06	\$ 16.808,47	\$ 19.329,74
Coca- Cola retornable 2 1/2 lts.	\$ 644,00	\$ 644,00	\$ 644,00	\$ 585,45	\$ 532,23	\$ 483,85	\$ 439,86	\$ 399,87	\$ 479,85	\$ 575,82	\$ 690,98	\$ 690,98	\$ 6.810,89	\$ 7.832,53	\$ 9.007,41	\$ 10.358,52	\$ 11.912,30
Fanta retornable 2 1/2 lts.	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 418,18	\$ 380,17	\$ 345,60	\$ 314,19	\$ 285,62	\$ 342,75	\$ 411,30	\$ 493,56	\$ 493,56	\$ 4.864,92	\$ 5.594,66	\$ 6.433,86	\$ 7.398,94	\$ 8.508,78
Sprite retornable 2 1/2 lts.	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 418,18	\$ 380,17	\$ 345,60	\$ 314,19	\$ 285,62	\$ 342,75	\$ 411,30	\$ 493,56	\$ 493,56	\$ 4.864,92	\$ 5.594,66	\$ 6.433,86	\$ 7.398,94	\$ 8.508,78
Coca- Cola descartable 3 lts.	\$ 1.280,00	\$ 1.280,00	\$ 1.280,00	\$ 1.163,64	\$ 1.057,85	\$ 961,68	\$ 874,26	\$ 794,78	\$ 953,74	\$ 1.144,48	\$ 1.373,38	\$ 1.373,38	\$ 13.537,18	\$ 15.567,76	\$ 17.902,92	\$ 20.588,36	\$ 23.676,62
Fanta descartable 3 lts.	\$ 704,00	\$ 704,00	\$ 704,00	\$ 640,00	\$ 581,82	\$ 528,93	\$ 480,84	\$ 437,13	\$ 524,55	\$ 629,47	\$ 755,36	\$ 755,36	\$ 7.445,45	\$ 8.562,27	\$ 9.846,61	\$ 11.323,60	\$ 13.022,14
Sprite descartable 3 lts.	\$ 704,00	\$ 704,00	\$ 704,00	\$ 640,00	\$ 581,82	\$ 528,93	\$ 480,84	\$ 437,13	\$ 524,55	\$ 629,47	\$ 755,36	\$ 755,36	\$ 7.445,45	\$ 8.562,27	\$ 9.846,61	\$ 11.323,60	\$ 13.022,14
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 11.494,00</b>	<b>\$ 11.494,00</b>	<b>\$ 11.494,00</b>	<b>\$ 10.449,09</b>	<b>\$ 9.499,17</b>	<b>\$ 8.635,61</b>	<b>\$ 7.850,56</b>	<b>\$ 7.136,87</b>	<b>\$ 8.564,24</b>	<b>\$ 10.277,09</b>	<b>\$ 12.332,51</b>	<b>\$ 12.332,51</b>	<b>\$ 121.559,66</b>	<b>\$ 139.793,61</b>	<b>\$ 160.762,65</b>	<b>\$ 184.877,05</b>	<b>\$ 212.608,61</b>

**VENTA. DE BEBIDAS FRESCAS**

DESCRIPCION	CMV ENERO	CMV FEBRERO	CMV MARZO	CMV ABRIL	CMV MAYO	CMV JUNIO	CMV JULIO	CMV AGOSTO	CMV SETIEMBRE	CMV OCTUBRE	CMV NOVIEMBRE	CMV DICIEMBRE	TOTAL CMV AÑO 1	TOTAL CMV AÑO 2	TOTAL CMV AÑO 3	TOTAL CMV AÑO 4	TOTAL CMV AÑO 5
Coca- Cola 500 ml.	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 218,18	\$ 198,35	\$ 180,32	\$ 163,92	\$ 149,02	\$ 178,83	\$ 214,59	\$ 257,51	\$ 257,51	\$ 2.538,22	\$ 2.918,95	\$ 3.356,80	\$ 3.860,32	\$ 4.439,37
Fanta 500 ml.	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 109,09	\$ 99,17	\$ 90,16	\$ 81,96	\$ 74,51	\$ 89,41	\$ 107,30	\$ 128,75	\$ 128,75	\$ 1.269,11	\$ 1.459,48	\$ 1.678,40	\$ 1.930,16	\$ 2.219,68
Sprite 500 ml.	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 109,09	\$ 99,17	\$ 90,16	\$ 81,96	\$ 74,51	\$ 89,41	\$ 107,30	\$ 128,75	\$ 128,75	\$ 1.269,11	\$ 1.459,48	\$ 1.678,40	\$ 1.930,16	\$ 2.219,68
Coca- Cola retornable. 1 lts.	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 218,18	\$ 198,35	\$ 180,32	\$ 163,92	\$ 149,02	\$ 178,83	\$ 214,59	\$ 257,51	\$ 257,51	\$ 2.538,22	\$ 2.918,95	\$ 3.356,80	\$ 3.860,32	\$ 4.439,37
Fanta retornable. 1 lts	\$ 168,00	\$ 168,00	\$ 168,00	\$ 152,73	\$ 138,84	\$ 126,22	\$ 114,75	\$ 104,31	\$ 125,18	\$ 150,21	\$ 180,26	\$ 180,26	\$ 1.776,76	\$ 2.043,27	\$ 2.349,76	\$ 2.702,22	\$ 3.107,56
Sprite retornable 1 lts	\$ 168,00	\$ 168,00	\$ 168,00	\$ 152,73	\$ 138,84	\$ 126,22	\$ 114,75	\$ 104,31	\$ 125,18	\$ 150,21	\$ 180,26	\$ 180,26	\$ 1.776,76	\$ 2.043,27	\$ 2.349,76	\$ 2.702,22	\$ 3.107,56
Cocal- Cola descartable 1 1/2 lts.	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 318,18	\$ 289,26	\$ 262,96	\$ 239,05	\$ 217,32	\$ 260,79	\$ 312,94	\$ 375,53	\$ 375,53	\$ 3.701,57	\$ 4.256,81	\$ 4.895,33	\$ 5.629,63	\$ 6.474,07
Coca- Cola Zero 1 1/2 lts.	\$ 95,00	\$ 95,00	\$ 95,00	\$ 86,36	\$ 78,51	\$ 71,37	\$ 64,89	\$ 58,99	\$ 70,79	\$ 84,94	\$ 101,93	\$ 101,93	\$ 1.004,71	\$ 1.155,42	\$ 1.328,73	\$ 1.528,04	\$ 1.757,25
Coca- Cola light 1 1/2 lts.	\$ 475,00	\$ 475,00	\$ 475,00	\$ 431,82	\$ 392,56	\$ 356,87	\$ 324,43	\$ 294,94	\$ 353,93	\$ 424,71	\$ 509,65	\$ 509,65	\$ 5.023,56	\$ 5.777,10	\$ 6.643,66	\$ 7.640,21	\$ 8.786,24
Coca- Cola retornable 2 lts.	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.454,55	\$ 1.322,31	\$ 1.202,10	\$ 1.092,82	\$ 993,47	\$ 1.192,17	\$ 1.430,60	\$ 1.716,72	\$ 1.716,72	\$ 16.921,48	\$ 19.459,70	\$ 22.378,65	\$ 25.735,45	\$ 29.595,77
Coca- Cola light 2 lts.	\$ 736,00	\$ 736,00	\$ 736,00	\$ 669,09	\$ 608,26	\$ 552,97	\$ 502,70	\$ 457,00	\$ 548,40	\$ 658,08	\$ 789,69	\$ 789,69	\$ 7.783,88	\$ 8.951,46	\$ 10.294,18	\$ 11.838,31	\$ 13.614,05
Fanta retornable 2 lts.	\$ 880,00	\$ 880,00	\$ 880,00	\$ 800,00	\$ 727,27	\$ 661,16	\$ 601,05	\$ 546,41	\$ 655,69	\$ 786,83	\$ 944,20	\$ 944,20	\$ 9.306,81	\$ 10.702,83	\$ 12.308,26	\$ 14.154,50	\$ 16.277,67
Sprite retornable 2 lts.	\$ 880,00	\$ 880,00	\$ 880,00	\$ 800,00	\$ 727,27	\$ 661,16	\$ 601,05	\$ 546,41	\$ 655,69	\$ 786,83	\$ 944,20	\$ 944,20	\$ 9.306,81	\$ 10.702,83	\$ 12.308,26	\$ 14.154,50	\$ 16.277,67
Coca- Cola retornable 2 1/2 lts.	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 509,09	\$ 462,81	\$ 420,74	\$ 382,49	\$ 347,72	\$ 417,26	\$ 500,71	\$ 600,85	\$ 600,85	\$ 5.922,52	\$ 6.810,89	\$ 7.832,53	\$ 9.007,41	\$ 10.358,52
Fanta retornable 2 1/2 lts.	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 363,64	\$ 330,58	\$ 300,53	\$ 273,21	\$ 248,37	\$ 298,04	\$ 357,65	\$ 429,18	\$ 429,18	\$ 4.230,37	\$ 4.864,92	\$ 5.594,66	\$ 6.433,86	\$ 7.398,94
Sprite retornable 2 1/2 lts.	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 363,64	\$ 330,58	\$ 300,53	\$ 273,21	\$ 248,37	\$ 298,04	\$ 357,65	\$ 429,18	\$ 429,18	\$ 4.230,37	\$ 4.864,92	\$ 5.594,66	\$ 6.433,86	\$ 7.398,94
Coca- Cola descartable 3 lts.	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 981,82	\$ 892,56	\$ 811,42	\$ 737,65	\$ 670,60	\$ 804,71	\$ 965,66	\$ 1.158,79	\$ 1.158,79	\$ 11.422,00	\$ 13.135,30	\$ 15.105,59	\$ 17.371,43	\$ 19.977,14
Fanta descartable 3 lts.	\$ 594,00	\$ 594,00	\$ 594,00	\$ 540,00	\$ 490,91	\$ 446,28	\$ 405,71	\$ 368,83	\$ 442,59	\$ 531,11	\$ 637,33	\$ 637,33	\$ 6.282,10	\$ 7.224,41	\$ 8.308,08	\$ 9.554,29	\$ 10.987,43
Sprite descartable 3 lts.	\$ 594,00	\$ 594,00	\$ 594,00	\$ 540,00	\$ 490,91	\$ 446,28	\$ 405,71	\$ 368,83	\$ 442,59	\$ 531,11	\$ 637,33	\$ 637,33	\$ 6.282,10	\$ 7.224,41	\$ 8.308,08	\$ 9.554,29	\$ 10.987,43
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 9.700,00</b>	<b>\$ 9.700,00</b>	<b>\$ 9.700,00</b>	<b>\$ 8.818,18</b>	<b>\$ 8.016,53</b>	<b>\$ 7.287,75</b>	<b>\$ 6.625,23</b>	<b>\$ 6.022,94</b>	<b>\$ 7.227,52</b>	<b>\$ 8.673,03</b>	<b>\$ 10.407,63</b>	<b>\$ 10.407,63</b>	<b>\$ 102.586,45</b>	<b>\$ 117.974,42</b>	<b>\$ 135.670,59</b>	<b>\$ 156.021,17</b>	<b>\$ 179.424,35</b>

## ÍNDICE ANALITICO

### **Resumen**

<b>Prólogo.....</b>	<b>1</b>
---------------------	----------

### **CAPITULO I**

#### **Recorriendo el pasado del Pan**

1- Significado del Pan.....	2
2- Origen.....	2
3- Historia del Pan.....	3
4- Evolución en el tiempo.....	6

### **CAPITULOII**

#### **Constitución Legal e Impositiva**

1- La Sociedad de Hecho.....	8
2- Inscripción en los Organismos Públicos AFIP, DGR Tucumán- DRM.....	9

### **CAPITULOIII**

#### **Plan de Marketing**

1- Definición del Objeto de Análisis.....	19
2- Análisis Estratégico de la situación.....	19
3- Planificación Estratégica.....	31

### **CAPITULO IV**

#### **Análisis del Proyecto**

1- Aporte de los Propietarios.....	38
2- Plano del local Comercial.....	39
3- Bienes de Uso.....	40
4- Gastos Administrativos y Comerciales.....	40
5- Proyección Económica. Información Base .....	42
6- Proyección Económica 1°Semestre.....	45
7- Proyección Económica 2°Semestre.....	46

8-	Proyección Económica Anual.....	48
9-	Flujo Proyectado de Fondos. Proyección Financiera.....	50
10-	Alternativa.....	52
11-	Proyección Económica Alternativa. Información Base.....	52
12-	Proyección Económica Alternativa 1ºSemestre.....	54
13-	Proyección Económica Alternativa 2ºSemestre.....	55
14-	Proyección Económica Alternativa Anual.....	56
15-	Flujo Proyectado de Fondos Proyección Financiera Alternativa.....	58

**CAPITULO V**

**Conclusión**

1-	Conclusión del Proyecto.....	59
2-	Conclusión del trabajo.....	60

Apéndice.....	62
---------------	----

Índice Analítico.....	71
-----------------------	----