



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE TUCUMÁN



FACULTAD DE
CIENCIAS ECONOMICAS
UNIVERSIDAD NACIONAL TUCUMAN

PROYECTO DE INVERSIÓN

Autores: Pérez Barot, Sofía
Esber, Cristian
Pacheco, Pablo Federico

Director: Parrón, Marcelo

2014

Trabajo de Seminario: Contador Público Nacional

PRÓLOGO

El motivo que nos lleva a realizar la investigación de emprender una cafetería es buscar un beneficio económico apuntando a un factor socio-cultural, ya que la tradición de café como un lugar de reunión para discutir, pasar el tiempo y no solo un sitio para consumir es representativo para algunas ciudades del mundo y es el caso de la provincia de Tucumán. Las personas disfrutan de encuentros con amigos, charlas de negocios o simplemente un momento para uno mismo, ya sea leyendo el diario o un buen libro y no hay mejor manera que acompañar esos momentos con una buena taza de café.

Nosotros como dueños de la cafetería, debemos ser, no solo buenos administradores, sino conocer acerca de café, bebidas y de brindar calidad de servicio, para que el cliente estando conforme regrese nuevamente.

Para determinar si es viable o no el proyecto, realizamos estudios de mercado financieros, de marketing, de organización, entre otros, incluyendo proyecciones al corto y largo plazo de la inversión.

El fundamento de la realización del presente estudio tiene como fin evaluar la viabilidad y sostenibilidad de las inversiones que se efectuarían si se llegara a realizar dicho proyecto, contando con la participación del CPN Marcelo Parrón que con su colaboración y predisposición apporto ideas basadas en su experiencia personal y profesional.

CAPITULO I

SIGNIFICADO, ORIGEN Y BENEFICIOS DEL CAFÉ.

Una cafetería es un establecimiento de hostelería donde se sirven aperitivos y comidas, generalmente platos combinados y no comida caliente propiamente dicha. Una cafetería comparte algunas características con un bar y otras con un restaurante.

Las primeras cafeterías comenzaron a abrir en Estambul en el año 1550, cuyo número rápidamente creció. Dichos establecimientos eran puntos de encuentro para los turcos quienes se reunían a discutir temas de hombres y de esta manera poder escapar de la vida cotidiana. Si bien los sultanes intentaron en muchas ocasiones prohibir las cafeterías, no lograron obtener resultados positivos, puesto que eso hubiese perjudicado el alto impuesto que obtenía del comercio del café en Europa y los territorios del Imperio otomano.

Pronto la costumbre de las cafeterías exclusivamente para turcos se extendió por los territorios de los Balcanes ocupados por ellos, y se presume que el concepto entró a la Europa cristiana a través del Reino de Hungría, puesto que éste fungía constantemente de mediador entre el Sacro Imperio Romano Germánico y el Imperio otomano. Entre una de las primeras cafeterías europeas establecidas en base a las turcas fue en 1624, en Venecia, conocida como “La Bottega del Caffé”.

Posteriormente el concepto se extendió ampliamente por Europa y en 1652 fue instalada en París la primera de las posteriormente famosas cafeterías parisinas con el nombre de Café "*Procope*", frecuentada por hombres ilustres como Voltaire, Diderot, Rousseau y Benjamín Franklin entre otros. En 1692 se abre la primera cafetería en la ciudad de Londres. Luego ocurriría lo mismo en Berlín, en Viena y Budapest. Las cafeterías se convirtieron en lugares de reunión de filósofos e intelectuales, donde se discutía y se intercambiaban ideas. El carácter de las cafeterías como lugar de contacto humano y de conversación se mantiene hasta nuestros días. En España, a finales del siglo XIX y principios del XX, también los intelectuales comenzaron a reunirse en cafeterías, algunas de las cuales a día de hoy son auténticas instituciones: "Café Zurich", "Café Gijón", "Café Iruña", entre otros.

Empresas internacionales como Starbucks han popularizado el concepto y cultura del café instalando unas 5.000 cafeterías en todo el mundo, inspirados en las cafeterías más bellas del mundo, donde se encuentran en la ciudad de la luz "París " las más antiguas y famosas.



<http://es.wikipedia.org/wiki/Cafetería>

Hoy en día, el café es la segunda bebida más consumida en el mundo luego del agua. Todos los días, 2.500 millones de personas se sientan a tomar una taza de café. El consumo de esta infusión ha crecido progresivamente en la última década gracias al ingreso del público joven en el mundo del café y al nuevo auge del consumo gourmet. Sumado a esto, los baristas -aquellos profesionales especializados en el café de alta calidad, una suerte de *sommeliers* del café- se convirtieron rápidamente en personajes admirados por la bohemia de las grandes capitales, dando origen a lo que hoy se conoce como “la tercera ola del café”.

En Argentina, según datos de la Cámara Argentina del Café, el consumo anual es de un kilo de café per cápita, lo que equivale a aproximadamente ciento cuarenta pocillos promedio por persona, un número muy por debajo a los casi cinco kilos de café que consume cada año el estadounidense promedio. Más allá de los datos duros, resulta interesante analizar el fenómeno del café como expresión cultural en nuestro país. "La cultura o el conocimiento del café en la Argentina está creciendo". Por tradición se consideraba el café como punto o excusa de reunión. Hoy, los argentinos estamos ávidos de adquirir conocimiento en materia gourmet. Según un informe de de la consultora GfK Retail & Technology, en 2011 se vendieron 480.000 cafeteras hogareñas de todo tipo, y el segmento máquinas para el hogar que preparan espressos, ya sea en cápsulas o molido, representó el 20% del total de la categoría, frente al 6% del año anterior. En ese mismo año, el negocio del café mayorista facturó 2.400 millones de pesos.

http://conceptmedia.com.ar/nota_auge_cafe02

Además tomar café tiene sus beneficios médicos, a pesar de que últimamente se ha criticado mucho, ya que incluso hay estudios científicos que supuestamente aseguran que es simplemente un placebo, o sea que uno mismo cree que tiene efecto sobre nosotros pero que realmente no nos despierta. Algunos de los beneficios médicos de tomar café son:

1) La principal propiedad medicinal que el café nos provee es la de estimulante del sistema nervioso.

2) El café tiene muchas propiedades antioxidantes, cuando se consume de manera regular ayuda a prevenir muchas enfermedades degenerativas entre otras importantes.

3) No solo el café como comúnmente lo consumimos es bueno, también las hojas de árbol del café son buenas ya que tienen propiedades antipiréticas esto ayuda a reducir la temperatura corporal, sirve mucho para resfriados y otras enfermedades.

4) Se dice que los minerales como magnesio, potasio y fluoruro que el café contiene ayuda mucho a despertar el sentido de alerta, y mejora la concentración y la memoria a corto plazo de los que lo consumen.

5) Reduce el riesgo de desarrollar cirrosis, las personas que lo consumen tienen menores probabilidades de tener cirrosis hepática, gracias a muchas propiedades buenas.

6) El café disminuye los dolores de cabeza, los dolores de cabeza se deben a la tensión de los vasos sanguíneos del cerebro y al tomar café se dilatan y se reduce el dolor.

7) Ayuda ante la depresión, consumir la dosis adecuada de café disminuye la depresión gracias a que es un estimulante natural.

8) Disminuye el riesgo de Diabetes, la cafeína es estimulante de las células pancreáticas, esto disminuye en gran manera la posibilidad de desarrollar la diabetes.

9) Reduce el riesgo de desarrollar también el Parkinson y hasta el cáncer de recto y colón porque ya que inhibe la secreción de ácidos biliares.

10) Las personas que toman café a diario tienen 25% menos de probabilidades de sufrir enfermedades cardíacas.



<http://www.porfinunbuencafeenelcurro.com/10-beneficios-de-tomar-cafe>

CAPITULO II

ASPECTOS LEGALES E IMPOSITIVOS.

1) Monotributista

El Régimen Simplificado para Pequeños Contribuyentes de la ley 24.977 (Modificada por Ley 25.865), más conocido como Monotributo, comprende los impuestos a las Ganancias y al Valor Agregado y el Sistema Previsional. Los sujetos que encuadren en la condición de pequeño contribuyente podrán optar por inscribirse en el presente régimen y deberán tributar el impuesto integrado, ingresando un importe mensual, de acuerdo con la categoría en que se encuentren.

Sujetos:

- Personas Físicas que realicen: Venta de cosas muebles; obras, locaciones y/o prestaciones de servicios (incluida la actividad primaria).
- Integrantes de cooperativas de trabajo.
- Sucesiones indivisas, en su carácter de continuadoras de las mismas.
- Sociedades de hecho, siempre que tengan un máximo de 3 socios.
- Sociedades comerciales irregulares, siempre que tengan un máximo de 3 socios.

Requisitos que deben cumplir los "Pequeños Contribuyentes":

- Que por locaciones y/o prestaciones de servicios hayan obtenido en el año calendario inmediato anterior al período fiscal de que se trata, ingresos brutos inferiores o iguales a \$400.000.
- Que por el resto de las actividades (incluida la primaria) hayan obtenido, en el citado período, ingresos brutos iguales o inferiores a \$600.000.
- Que no superen en el mismo lapso, los parámetros máximos referidos a las magnitudes físicas.
- Que el precio máximo unitario de venta de cosas muebles no supere los \$2.500.
- Que no realicen importaciones de cosas muebles y/o de servicios.

Cuando se trata de sociedades comprendidas, además de cumplirse con los requisitos exigidos a las personas físicas, la totalidad de los integrantes –individualmente considerados- deben reunir las condiciones para ingresar al Régimen Simplificado.

Consideraciones sobre los parámetros para elegir la categoría:

➤ INGRESOS BRUTOS:

Es el producido de las ventas, obras, locaciones o prestaciones correspondientes a operaciones realizadas por cuenta propia o ajena.

No comprende a los ingresos provenientes de: Cargos Públicos, trabajos ejecutados en relación de dependencia, jubilaciones, pensiones y retiros, prestaciones e inversiones financieras, compraventa de valores

mobiliarios e ingresos generados por participar en sociedades no comprendidas o no adheridas al Monotributo.

➤ SUPERFICIE AFECTADA:

Es el espacio físico destinado sólo a la atención al público. En el caso de más de una unidad de explotación, deberán sumarse las superficies afectadas de cada una de ellas.

➤ ENERGIA ELÉCTRICA CONSUMIDA:

La que resulte de las facturas cuyos vencimientos hayan operado en los últimos doce meses anteriores a la finalización del cuatrimestre que corresponda. En caso de más de una explotación, deberá sumarse la energía eléctrica consumida de cada unidad.

Para poder adherirse al sistema de Monotributo es necesario obtener CUIT y CLAVE FISCAL.

Las solicitudes de inscripción para obtener CUIT, se efectuarán mediante la transmisión electrónica de la declaración jurada generada con el aplicativo "Módulo de Inscripción de Personas Jurídicas".

Categoría	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	\$ 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	\$ 465
D	Hasta \$ 96.000	No excluida	No se requiere	Hasta 60 m2	Hasta 6.700 KW	Hasta \$ 36.000	128	\$ 157	\$ 233	\$ 518	\$ 518	\$ 508
E	Hasta \$ 144.000	No excluida	No se requiere	Hasta 85 m2	Hasta 10.000 KW	Hasta \$ 36.000	210	\$ 157	\$ 233	\$ 600	\$ 600	\$ 584
F	Hasta \$ 192.000	No excluida	No se requiere	Hasta 110 m2	Hasta 13.000 KW	Hasta \$ 45.000	400	\$ 157	\$ 233	\$ 790	\$ 790	\$ 700
G	Hasta \$ 240.000	No excluida	No se requiere	Hasta 150 m2	Hasta 16.500 KW	Hasta \$ 45.000	550	\$ 157	\$ 233	\$ 940	\$ 940	\$ 795
H	Hasta \$ 288.000	No excluida	No se requiere	Hasta 200 m2	Hasta 20.000 KW	Hasta \$ 54.000	700	\$ 157	\$ 233	\$ 1.090	\$ 1.090	\$ 895
I	Hasta \$ 400.000	No excluida	No se requiere	Hasta 200 m2	Hasta 20.000 KW	Hasta \$ 72.000	1600	\$ 157	\$ 233	\$ 1.990	\$ 1.990	\$ 1.630
J	Hasta \$ 470.000	Únicamente Venta de Bs. Muebles	1	Hasta 200 m2	Hasta 20.000 KW	Hasta \$ 72.000	No aplicable	\$ 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	\$ 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	\$ 157	\$ 233	-	-	\$ 3.090

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, actividades y domicilio fiscal.

Luego de ingresados los datos requeridos por la aplicación generamos el archivo para la transferencia electrónica de datos y efectuamos la impresión del formulario N° 420/J.

El archivo generado por el aplicativo, debe ser transferido a la AFIP por el solicitante:

- i. Con Clave Fiscal: utilizando el servicio "Presentación de Declaración juradas y Pagos" del sitio web de la AFIP.
- ii. Con Clave Bancaria: ingresando a www.linkpagos.com.ar, www.pagomiscuentas.com, www.interbanking.com.ar o mediante las páginas de los bancos habilitados.

Imprimir dos copias del acuse de recibo (contiene el número verificador y el de transacción).

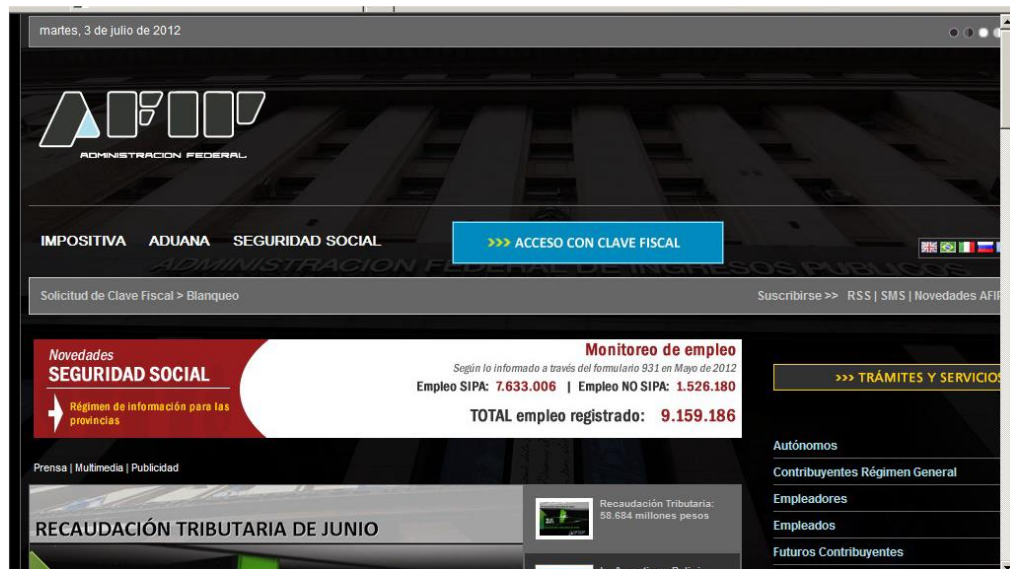
Las personas jurídicas deben registrar, ante personal de la dependencia, los datos biométricos (firma, foto, y su huella dactilar) del administrador de relaciones de la persona jurídica. Además se efectúa el escaneo de su documento de identidad. Esta información quedará reflejada en el sistema, para 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 se obtiene el duplicado del F.420/J con su número de CUIT y la constancia de la tramitación de la Clave Fiscal del administrador de relaciones (habilitada con nivel de seguridad 3).

Posteriormente se deben confirmar los datos de Inscripción y envío de la restante información.

Los pasos para la obtención de la “Clave Fiscal” son los siguientes:

- a) Ingresar a la opción “Solicitud de Clave Fiscal” dentro de la página principal de la AFIP.



- b) Ingresar número de CUIT/CUIL/CDI (sin guiones) y presionar en “CONSULTAR”. El sistema verificará que no exista una “Clave Fiscal” anteriormente tramitada y que el contribuyente figure registrado en los sistemas de AFIP.

- c) De no contar con una “Clave Fiscal” anteriormente registrada, el sistema desplegará en el punto 1 el apellido y nombres registrados en la Base de Datos de AFIP para la CUIT/CUIL/CDI ingresada. Se deberá verificar que estos datos sean correctos, y en el punto 2 se podrá ingresar una dirección de correo, la que será utilizada para contactar en caso de surgir

algún inconveniente en la tramitación de la Clave Fiscal. Para continuar se deberá presionar en “INGRESAR”.

d) El Nivel de Seguridad de la “Clave Fiscal” determina el ingreso a los diferentes servicios habilitados. Para adherirse al sistema de Monotributo se debe contar con “Clave Fiscal” con nivel de seguridad 2, como mínimo.

MODELO DE FORMULARIO DE SOLICITUD DE CLAVE FISCAL

Formulario de Solicitud de Usuario y Selección de Clave Fiscal	
 ADMINISTRACION FEDERAL DE INGRESOS PUBLICOS	Régimen de Transferencia Electrónica de Datos
F. 3282/A	

En este acto, informo que la identificación de usuario que me ha sido asignada es :

La clave de identificación personal seleccionada es de mi exclusivo conocimiento, y me constituyo en custodio de su confidencialidad y responsable por su uso.

Las declaraciones juradas y/o tramites presentados bajo este Régimen serán válidas y consideradas formalizadas en los términos del artículo 28 in fine del Decreto Nº 1.397/79 y sus modificaciones, responsabilizándome por la autenticidad de los datos transmitidos conforme a la identificación de usuario y bajo la clave de seguridad seleccionada

Esta operación se registró bajo el Número de Transacción : 000750111111000750000015112007041413

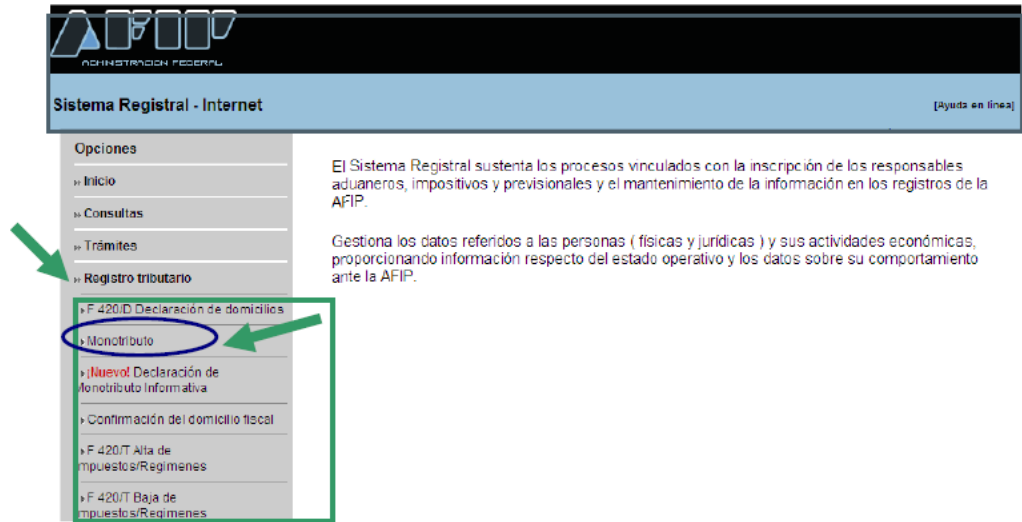
En _____, a los 24 días del mes de Abril del año 2007

Recuerde que, para que la clave de seguridad resulte efectiva, debería cambiarla periódicamente accediendo al sitio de Internet <http://www.afip.gov.ar>

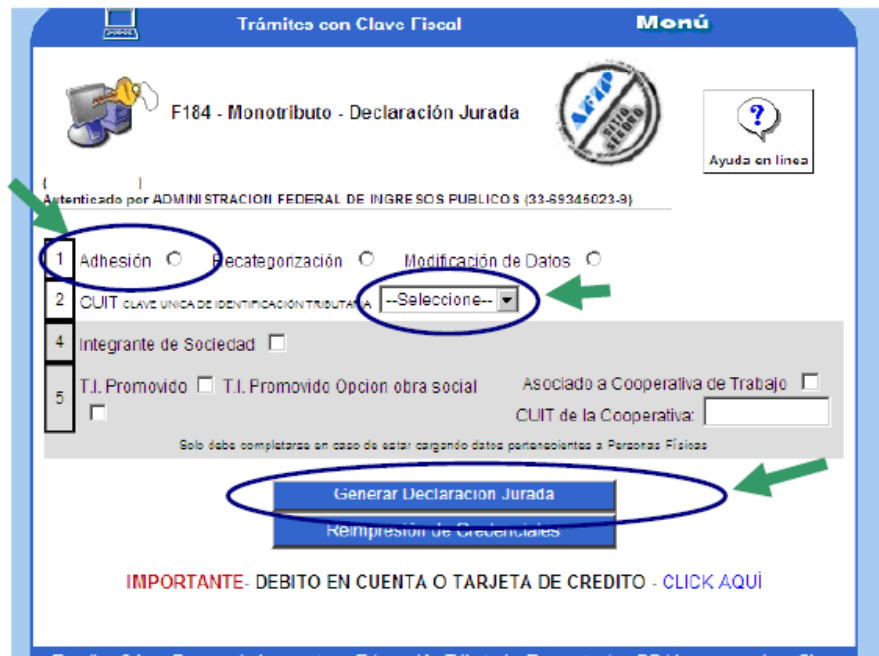
Espacio para certificación de firma

(1) Tachar el que no corresponda
Cuando la presente solicitud no se suscriba ante funcionario de la Dirección General Impositiva, la firma del solicitante debe ser certificada por Institución Bancaria, Comisario de Policía o Escribano Público

Al haber obtenido el CUIT y la Clave Fiscal ingresar al Sistema Registral y dentro de las opciones de “Registro tributario” hacer click en el ítem “Monotributo”



Completar los datos de los rubros 1 y 2. En el rubro 1 tildar la opción “Adhesión” y en el Rubro 2 seleccionar la CUIT respecto de la cual se realizará la adhesión al Régimen Simplificado para Pequeños Contribuyentes RS, luego presionar en “Generar Declaración Jurada”.



En la misma pantalla se visualiza el Domicilio Fiscal que se encuentra registrado en el Padrón de la AFIP, verificar que sea el correcto.

Para finalizar el sistema solicitará el ingreso de los datos necesarios para registrar la adhesión al monotributo teniendo en cuenta la opción ejercida. Ejemplo: datos de actividades económicas desarrolladas, datos de seguridad sociales y opción/elección de obra social.

2) D.G.R. Tucumán

Requisitos para sociedades no constituidas regularmente y sociedades de hecho:

- Formulario de declaración jurada N° 900 (F.900) en original y duplicado.
- De corresponder, fotocopia del estatuto o contrato social y, en su caso, del acta de directorio o instrumento emanado del órgano máximo de la sociedad de que se trate donde se fija el domicilio legal.
- Fotocopia de escritura de compraventa o 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 con mayor participación societaria, hasta un máximo de cinco.

Se deberá exhibir original de la documentación requerida. Y además presentar:

- a) Constancia de inscripción y Reflejo de Datos Registrados del Sistema Registral de la AFIP.
- b) Personas que no se encuentren inscriptas en la AFIP, deberán presentar constancia en la cual se consigne la CUIL.

c) Si el domicilio fiscal denunciado en esta Autoridad de Aplicación no coincide con el domicilio fiscal denunciado como tal ante la AFIP, deberán presentar además como mínimo dos de las siguientes constancias:

- i. Certificado de domicilio expedido por autoridad policial.
- ii. Acta de constatación notarial.
- iii. Fotocopia de alguna factura de servicio público a nombre del contribuyente o responsable.
- iv. Fotocopia del título de propiedad o contrato de alquiler o de leasing, del inmueble cuyo domicilio se denuncia.
- v. Fotocopia del extracto de cuenta bancaria o del resumen de tarjeta de crédito, cuando el solicitante sea el titular de tales servicios.

d) En el caso en que el formulario N° 900 (F.900) sea presentado por persona distinta al firmante, la firma del responsable respectivo deberá estar autenticada por entidad bancaria, juez de paz o escribano público con firma certificada por el respectivo colegio profesional.

e) En el caso en que el formulario N° 900 (F.900) sea presentado y firmado por persona autorizada, apoderado o representante legal, corresponderá acompañar fotocopia simple -debidamente rubricada por el respectivo responsable- de la documentación que acredite el carácter invocado (poder), exhibiendo el original correspondiente.

f) Para el supuesto que el formulario N° 900 (F.900) y documentación sean firmados por personas autorizadas por los sujetos pasivos, deberá utilizarse para la referida autorización el formulario 902 (F.902) por duplicado. Solo se admitirá que la firma del autorizante se encuentre autenticada por entidad bancaria, juez de paz o escribano público con firma certificada por el respectivo colegio profesional.

<http://www.guiadetrmites.tucuman.gov.ar/detalle.php?CodigoTramite=2011-42>

3) T.E.M. y P.P.

El trámite se iniciara en la oficina de empadronamiento de la DIM, debiendo presentar la siguiente documentación:

- Trámite personal, caso contrario la firma del titular debe ser certificada por escribano o entidad bancaria. Si el trámite lo realiza el apoderado, debe adjuntar poder otorgado por escribano.
- Formulario de empadronamiento FAE 13.
- Declaración Jurada Anual de Categorización FAE 14.
- Declaración Jurada de Tributo a la Publicidad y Propaganda FAE 30.
- Documento Nacional de Identidad (original y copia).
- Inscripción en AFIP.
- Inscripción en DGR.
- En caso de sociedades regularmente constituidas, instrumento legal de constitución. En caso de sociedades de hecho se debe dar cumplimiento a lo estipulado en el punto anterior para todos los socios.
- Título de propiedad o contrato de alquiler o cesión sellados por la Dirección General de Rentas de la Provincia, del local donde se desarrolla la actividad comercial. En caso de desarrollar actividad sin local comercial, este no será requisito para el empadronamiento.
- En caso de ser empresa con origen en otra provincia, convenio multilateral.
- Para las entidades sin fines de lucro personería jurídica y estatutos.

<http://190.136.36.187/tramitesDetalle.asp?Id=454038825>

4) Bromatología

La condición mínima para el funcionamiento de Establecimientos Elaboradores de Alimentos es que los mismos cumplan con las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) establecidas dentro del REGLAMENTO TÉCNICO MERCOSUR SOBRE LAS CONDICIONES HIGIÉNICO SANITARIAS Y DE BUENAS PRACTICAS DE ELABORACIÓN PARA ESTABLECIMIENTOS ELABORADORES / INDUSTRIALIZADORES DE ALIMENTOS correspondiente a la Res GMC N° 80/96 e Incorporada al Código Alimentario Argentino (CAA).

Documentación a presentar:

- Nota (por duplicado) solicitando la inscripción del Establecimiento firmada por el/los titulares del mismo.
- Toda solicitud deberá tener como primera hoja la Planilla N° 1, sin llenar.
- Boletas de depósito pagada. Se confeccionan en las oficinas de Bromatología y se pagan en Banco del Tucumán.
- Planilla N° 2 con los Datos del Establecimiento elaborador.
- Croquis indicando calles (indicar la numeración de las calles circundantes) o rutas de referencia para acceder al mismo.
- Habilitación Municipal/comunal expedida por Autoridad Sanitaria correspondiente.
- Plano del Establecimiento (confeccionar según instructivo) firmada por el titular.
- Memoria Descriptiva Edilicia del Establecimiento (confeccionar según instructivo) firmada por el titular.
- Constancia de inscripción ante AFIP.

- Copia del Estatuto de Sociedad, y Fotocopia del documento legal que acredite el poder del peticionante (cuando corresponda) y fotocopia de DNI del mismo.

- Fotocopia de inscripción en Aduana (para Establecimientos Importadores y Exportadores de Alimentos).

- Fotocopia de DNI (personas físicas).

http://msptucuman.gov.ar/wp.content/uploads/Instrucciones_gerales-Inscripcion_Establecimientos.pdf

5) DIPSA

Los requisitos para obtener la habilitación en DIPSA son:

- Solicitud de Empadronamiento y Habilitación por cuadruplicado.
- Original y Fotocopia D.N.I.
- Original y Fotocopia de Contrato de Alquiler con firma certificada por Escribano Público, título de Propiedad con firma certificada por Escribano Público, nota de Sesión con firma certificada por Banco o Escribano.

- Libre Deuda de CISI.
- Formulario 560 D.G.I. (Inscripción) o Monotributo.
- Autorización o Poder para tramitar (Certificación de firma por Escribano, Banco o Juez de Paz).

- En caso de ser una Sociedad, original de Estatuto Social.

- Final de Obra.

- Certificado de Uso Conforme e Inspección de Instalaciones Eléctricas, de la Dirección de Catastro (Avda. Roca 255).

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

1.1 Descripción del bien o servicio:

¿En qué consistirá?

Consistirá en abrir una cafetería, ubicada en Junín esquina San Juan, llamada “Café Stilo”, brindando el servicio de cafetería, bar y minutas con el objetivo de asegurar que el cliente reciba la atención que merece. Para dicho fin, hemos decidido ubicar el negocio en zona céntrica, ya que concentra mayor caudal de gente en horario comercial, por lo tanto los horarios de atención será de 7:00 a 12:00 y de 17:00 a 21:00. Además contaremos con servicio de Wi-Fi, ya que es de suma importancia el internet en la actualidad formando parte de la vida cotidiana de las personas.

La intención es en principio comenzar con el servicio de cafetería exclusivamente, con el correr del tiempo si nos da rentabilidad la intención es apuntar a la apertura de otra unidad de negocios, apostando al servicio de gastronomía, menús fijos por día al mediodía en el local o a domicilio.

¿Para qué sirve?

Nuestra finalidad es complacer al público y que confíe su momento de esparcimiento en nuestras manos, entregando

excelente atención y calidad en nuestros productos, ya que la mejor publicidad es la satisfacción de nuestros clientes.

¿Cuáles son sus características?

➤ Calidad: El uso de productos de alta calidad y una atención destacada nos distinguirá por sobre la competencia, asegurándoles a nuestros clientes que se encuentran consumiendo un buen producto.

➤ Originalidad: La presentación y decoración al servir los productos es esencial para la impresión que se llevan nuestros compradores.

➤ Diseño: Nos destacaremos en la decoración y ambientación del lugar, consiguiendo de esa manera captar la atención de los consumidores y su continua visita a nuestro local.

➤ Ubicación: Al elegir como zona estratégica el centro para nuestra atención al público, a pesar de tener competencia, nos ofrecemos como una alternativa innovadora que propone una atención y diseño distinto a los demás.

¿Cuáles son sus sustitutos?

Entre sus posibles sustitutos:

- Servicio de panadería y pastelería.
- Supermercados y almacenes.

¿En qué se diferencia de sus sustitutos?

- Atención y calidad de servicio.
- Ambiente que genera nuestro café.
- Satisfacción por el servicio prestado.
- Diseño del local.

1.2 El mercado proveedor

❖ Materias Primas:

Las materias primas que se emplearán son todos aquellos materiales extraídos de la naturaleza y que se transforman para elaborar bienes de consumo. En nuestro caso los elementos que se emplearan serán, acorde al requerimiento del cliente, los siguientes:

- Café
- Azúcar, edulcorante y demás endulzantes
- Pan
- Facturas, medialunas y masas finas
- Tortillas y bollitos
- Te, mate cocido y demás infusiones
- Leche
- Queso, jamón, ternera y fiambres varios
- Frutas
- Cacao y Chocolate en barra
- Aderezos
- Sal
- Gaseosas, agua y demás bebidas varias
- Servilletas
- Galletitas

El mercado proveedor es variado y el nivel de oferta es abastecedor. Entre los mismos tenemos: Big Bill, Supermercado Makro, Alurralde, Vea, Alem 500, etc.

❖ Abastecimiento de electricidad, agua y telecomunicaciones:

EDET- Empresa que distribuye la energía eléctrica.

SAT – Distribuidora del servicio de agua potable.

TELECOM – PERSONAL –Empresa que presta servicio telefónico e Internet.

❖ Infraestructura

El local contara con dos espacios, un sector destinado a la producción y otro a la atención y venta, para los cuales se invertirá en:

- Cafetera
- Heladeras exhibidoras
- Mostrador
- Caja registradora
- Carlitera
- Mesas y sillas
- Vajillas
- Aires Acondicionados
- Ventiladores
- Calefacción
- Electrodomésticos varios (Licuadoras, jugueras, etc).

❖ Materiales de limpieza

Los necesarios tanto para la limpieza de los materiales de cocina, ambiente de preparación, almacenaje de los productos y salón de venta.

1-3. Administración por Objetivos

La APO es una técnica de dirección de esfuerzos a través de la planeación y el control administrativo, basado en el principio de que,

para alcanzar resultados, la organización necesita antes definir en qué negocio está actuando y a donde planea llegar. Es un sistema dinámico que integra la necesidad de la empresa de alcanzar sus objetivos de lucro y crecimiento, con la necesidad del gerente de contribuir a su propio desarrollo. Es un estilo exigente y equilibrado de administración de empresas.

MISIÓN

La misión o propósito identifica la función o tarea básica de una empresa. Es una declaración concisa en la cual el negocio está, o quiere estar durante un periodo determinado. En nuestro caso particular se trata de lograr la satisfacción de nuestros clientes.

VISIÓN

Es la orientación que la alta dirección le da a la empresa, es decir, expresa como se quiere idealmente que sea la empresa en el futuro. Aquí nosotros, los socios fundadores, apuntamos a prestar un servicio de excelencia, con productos de calidad y una infraestructura distinguida por sobre nuestra competencia con diseños innovadores y un trato cercano y cordial al consumidor.

POLITICAS

Son criterios generales que orientan el pensamiento durante la toma de decisiones de la empresa. Un claro ejemplo en este caso sería seleccionar personal calificado con experiencia en el rubro, con características determinadas enfocadas en el trato cordial con los clientes, en la eficaz manera de operar y en la responsabilidad para el trabajo.

OBJETIVOS Y METAS

La diferencia fundamental entre uno y otro es que las metas son generales y expresan deseos que se buscan satisfacer y los objetivos son los fines a los que se dirigen las actividades organizacionales o individuales. Como meta nosotros nos proponemos a ser la cafetería

más distinguida de la zona, bajando el tiempo de espera, priorizando la limpieza y pulcritud del local en general; y como objetivo nos proponemos a brindar el mejor servicio

1-4. Análisis FODA

FORTALEZAS:

- Excelencia en la atención y presentación de nuestros servicios.
- Ambientación decorativa del local.
- Especialización en el producto.
- Calidad en los ingredientes.
- Inmediatez en la prestación del servicio.
- Ubicación céntrica con numeroso tránsito peatonal.

DEBILIDADES

- Áreas concentradas de competidores.
- Falta de conocimiento del rubro.
- La capacidad de producción es limitada al ser un negocio pequeño que no cuenta con muchos recursos humanos.
- Poco presupuesto.
- Limitaciones de estacionamiento.

AMENAZAS

- Situación económica recesiva.
- Inflación.
- Proyecto fácil de imitar.
- Inserción de franquicias.

OPORTUNIDADES

- Contamos con un espíritu emprendedor joven.
- Creciente consumo en este tipo de lugares.
- Incremento del tamaño del mercado.

CAPITULO IV

PLAN DE MARKETING

Es una parte fundamental del plan, no basta con tener una idea brillante, sino que además debemos saber venderla. Por eso, previamente habremos realizado un estudio de mercado para detectar:

1) ¿Quién es mi público potencial?

Al analizar el proyecto, observamos que asiste a diario un considerable número de personas con un regular poder adquisitivo a la empresa fúnebre Flores, ubicada en las proximidades del local alquilado, y la idea es captar esa clientela, sin dejar de lado al público en general.

2) Precio:

Sera determinado, según análisis de costos (Fijos y variables), márgenes deseados y precios que maneja actualmente la competencia.

3) Competencia:

Son cafeterías situadas en un radio de una cuadra de nuestra ubicación. Los mismos son:

- La Forchetta Pizza y Bar, Maipú esquina Santiago: es un bar que abrió hace aproximadamente un año con un diseño simple pero moderno, con ambientes amplios, con dos plantas, pero no capta tanto al cliente de cafetería sino que tiene más concurrencia por el servicio de pizzería
- Punta Norte, Maipú Esquina San Juan: Es un bar chico, es nuestro principal competidor al tener un estilo similar al que planteamos llevar a cabo. Es concurrido, con un estilo clásico, muy bien puesto y con aceptación del público.
- Bar Junín, Junín al 300 (frente a nuestro local): Es un bar muy antiguo con aproximadamente 5 mesas, descuidado, sin decoración y anticuado, no sería una amenaza competitiva.
- Bar sin Nombre, Pasaje Padilla mitad de cuadra: Es un bar “de barrio” desactualizado, sin diseño, antiguo, no posee aire acondicionado, ni instalaciones bien conservadas, tampoco consideramos que llegue a representar una amenaza competitiva.
- Bar Sugar, Salta Esquina Pje. Padilla: Es un bar con muchos años de antigüedad en la zona, recientemente decidió hacer un cambio de estructura, diseño e instalaciones, mejorando mucho su fachada tanto exterior como interior. Consideramos que consiguió mejorar su clientela debido a este cambio, pero no optimizaron su objetivo debido a que fuera del local estacionan cuantiosa cantidad de motos que le quitan el nivel al que ellos apuntaron.
- Coffee Cream, Salta Esquina Córdoba: Se trata de una heladería con servicio de café, con un diseño moderno, tiene aceptación del público.

4) Previsión de ventas:

La cafetería es un producto de toda estación. Pero al proyectar ventas, debemos tener en cuenta que el caudal de personas en el mes de enero se reduce notablemente ya que la mayoría planifica sus vacaciones en dicho mes.

5) ¿Cómo lo vamos a distribuir?

Contaremos con personal encargado del sector “salón” para la gente ubicada en el mismo, y con personal destinado a la distribución y reparto en las afueras del local encargadas a pedido por medios telefónicos.

6) Campaña de publicidad:

Apuntamos a un plan de publicidad basado en:

a) Promociones:

- Descuentos en determinados horarios (*happy hour*).
- Desayunos y meriendas promocionales, por ejemplo desayuno light, desayuno ejecutivo, meriendas de verano, etc.
- Cupones con descuentos distribuidos en redes sociales.
- Programas de fidelización, ofreciendo a clientes habituales la posibilidad de que mediante una tarjeta perforada, a la décima taza de café obtiene una gratis o similares.
- Combos, que consisten en acompañar una bebida determinada con un pedazo de tarta, dos por uno en alguna bebida.

b) Cartelería y folletería: haremos hincapié a tener un importante impacto visual en el cliente por medio de carteles vistosos, y por medio de folletos dar a conocer la ubicación y teléfono para pedidos a domicilio.

c) Publicidad: Utilizaremos redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram para hacer conocido el local y los

productos con los que trabajaremos. Proporcionaremos al cliente información sobre el tipo de grano que utilizaremos, los tostados que ofreceremos, así como la calidad de la máquina con la que prepararemos las bebidas, describiéndole el cuidado y la prolijidad con que serviremos cada taza de café o servicio de mesa.

d) Diseño: Otra propaganda que nos identifica será el diseño fresco y moderno.

e) Eventos: Consiste en promocionar lecturas de poesía, presentaciones de libros, unipersonales de música contemporánea, entre otras, haciéndole saber a la clientela que cuenta con eventos la mayor parte del tiempo.

f) Logo: El nombre de la cafetería, debe vender a potenciales clientes nuestro producto, por eso el mismo debe ser algo sencillo pero claro.



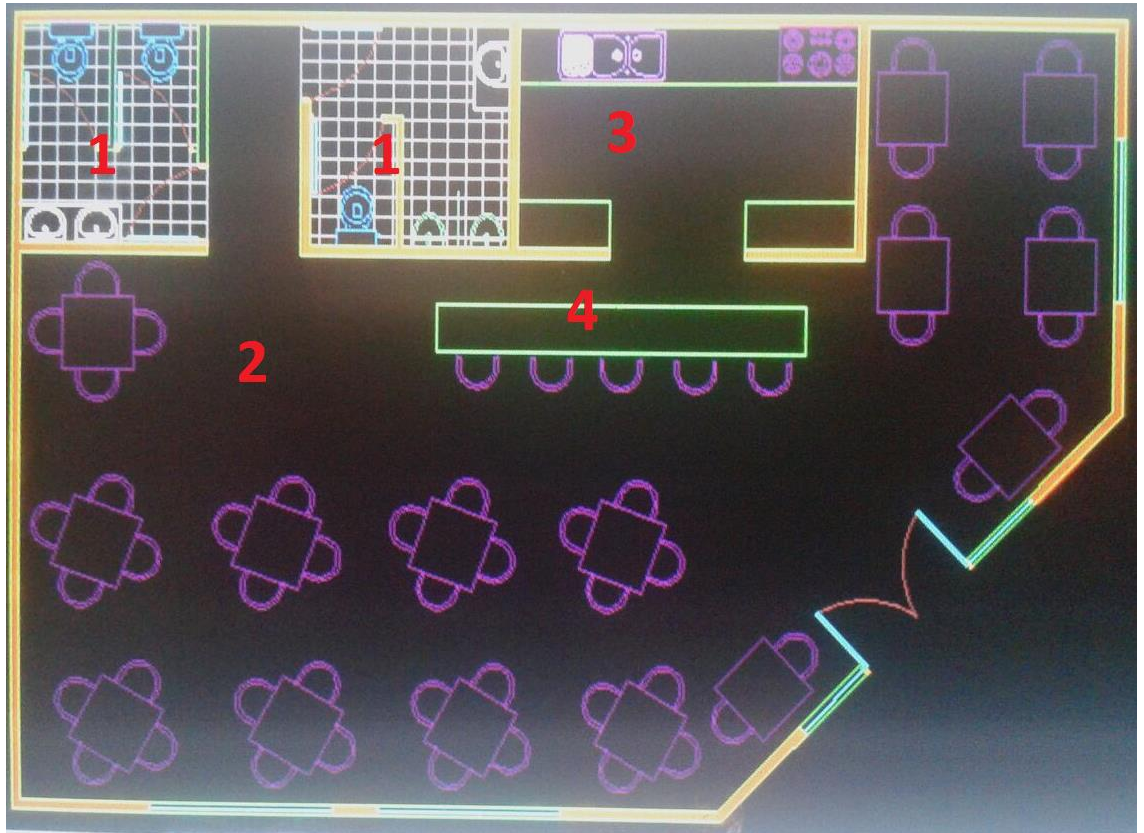
CAPITULO V

ANÁLISIS DEL PROYECTO

Para comenzar con el negocio de cafetería se necesitará una inversión inicial de \$150.000 que se obtendrán a través de un préstamo otorgado por el Banco de La Nación Argentina, en su línea de créditos para Pymes. El mismo consistirá en una tasa anual del 17,50% que se cancelará en 36 meses. El capital será invertido en la siguiente proporción: 61% en activos fijos, 13% en gastos para iniciar la actividad, 5% para adquisición de vajillas, un 9% para compra de mercaderías y el restante 16% es destinado al déficit financiero de puesta en marcha del proyecto.

En este análisis no se tiene en cuenta el efecto inflacionario de la actual economía del país debido a la complejidad de poder calcularla en el futuro.

Plano del local comercial:



Referencias:

- 1 Baños Hombres y Mujeres.
- 2 Sector Mesas. Este sector incluye: Mesas y sillas, Televisores, heladeras Exhibidoras, Aires Acondicionados, Sillones y Pufs, Ventiladores de Techo, etc.
- 3 Cocina, donde contara con el freezer, carlitera, máquina de café, juguera, licuadoras, etc.
- 4 Barra de atención al público. Contará con la caja registradora y algunas vajillas.

En este capítulo se procede a demostrar los gastos que se requieren para llevar a cabo el Proyecto.

1. Costo de producción:

Para analizar cómo estará formado el costo de producción se hizo un cálculo basado en la actividad habitual de algunas cafeterías del microcentro consultadas.

Para esta actividad tomamos en cuenta el costo unitario de los insumos habituales y efectuamos cálculos basados en porciones para diferentes productos/menús habituales.

Cuadro 1: Obtención del costo en base al requerimiento de materia prima según el Producto/Menú:

Materia Prima	Cantidad	Unidad de Medida	Precio	Precio Unitario	Cantidad de Porciones	Costo Porciones
Café	1.000	Gramos	\$ 170,00	\$ 0,1700	10	\$ 1,70
Leche	1.000	Mili Litros	\$ 7,50	\$ 0,0075	80	\$ 0,60
Te	100	Unidades	\$ 23,29	\$ 0,2329	1	\$ 0,23
Mate	100	Unidades	\$ 33,00	\$ 0,3300	1	\$ 0,33
Chocolate	400	Gramos	\$ 19,50	\$ 0,0488	30	\$ 1,46
Barra Chocolate	24	Unidades	\$ 51,40	\$ 2,1417	1	\$ 2,14
Soda	1.500	Mili Litros	\$ 2,33	\$ 0,0016	180	\$ 0,28
Jugo	5.000	Mili Litros	\$ 47,50	\$ 0,0095	180	\$ 1,71
Mermelada	100	Unidades	\$ 119,02	\$ 1,1902	1	\$ 1,19
Queso	144	Unidades	\$ 170,00	\$ 1,1806	1	\$ 1,18
Dulce Leche	144	Unidades	\$ 127,08	\$ 0,8825	1	\$ 0,88
Manteca	100	Unidades	\$ 91,46	\$ 0,9146	1	\$ 0,91
Tortilla	1	Unidades	\$ 1,36	\$ 1,3649	1	\$ 1,36
Medialuna	1	Unidades	\$ 1,90	\$ 1,9000	1	\$ 1,90
Tostadas	8	Unidades	\$ 19,50	\$ 2,4375	1	\$ 2,44
Azucar	1.000	Gramos	\$ 7,00	\$ 0,0070	10	\$ 0,07
Edulcorante	500	Unidades	\$ 28,55	\$ 0,0571	1	\$ 0,06
Pulpa	1.000	Mili Litros	\$ 29,63	\$ 0,0296	100	\$ 2,96
Sandwich	4	Unidades	\$ 10,00	\$ 2,5000	1	\$ 2,50
Tarta	6	Porciones	\$ 37,50	\$ 6,2500	1	\$ 6,25
Torta	1.000	Gramos	\$ 45,00	\$ 0,0450	250	\$ 11,25
Gaseosa	1.000	Mili Litros	\$ 10,00	\$ 0,0100	500	\$ 5,00

Cuadro 2: Determinación de las porciones que se requieren para cada Producto/Menú.

Productos/Menus	Café	Leche	Te	Mate	Chocolate	Barra Chocolate	Soda	Jugo	Mermelada	Queso	Dulce Leche	Maneque Tortilla	Tostadas	Azúcar	Edulcorante	Pulpa	Sandwich	Tarta	Torta	Gasosa
CAFÉ C/LECHE C/TORTILLAS	1	1					1					2		3						
TE - C/TORTILLAS			1				1					2		3						
MATE - C/TORTILLAS				1			1					2		3						
CAFÉ C/LECHE C/MEDIALUNAS	1	1					1					2		3						
TE - C/MEDIALUNAS			1				1					2		3						
MATE - C/MEDIALUNAS				1			1					2		3						
CHOCOLATE EN TASA C/TORTILLAS		2			1		1					2		2						
CHOCOLATE EN TASA C/MEDIALUNAS		2			1		1					2		2						
CAFÉ	1						1							1						
CORTADO	1	0.5					1							1						
CAFÉ JARRITA	1						1							2						
CORTADO JARRITA	1	0.75					1							2						
SUBMARINO C/TORTILLAS		2			1		1					2		2						
SUBMARINO C/MEDIALUNAS		2			1		1					2		2						
DESAYUNO - MERENDA LIGHT	1	1					1	1	1	1			1	3						
DESAYUNO EJECUTIVO	1	1					1	1	1	1			1	3						
LICUADO		4														1				
TOSTADO																	4			
GASEOSA																				1
Promo 1: Tostado + Café c/Leche	1	1					1							3						
Promo 2: Tostado + Chocolate		2			1		1							2						
Promo 3: Licuado + Tostado		4												2						
Promo 4: Café c/Leche + Porción de torta	1	1					1							2		1				
Promo 5: Café c/Leche + Porción de tarta	1	1					1											1		

Cuadro 3: Costo por producto/Menú desagregado por cada materia prima empleada:

Productos/Menus	Café	Leche	Te	Mate	Chocolate	Barra Chocolate	Soda	Jugo	Mermelada	Queso	Dulce	Manteca	Tortilla	Medialuna	Tostadas	Acucar	Edulcorante	Pulpa	Sandwich	Tarta	Torta	Gasosa
CAFE C/LECHE C/TORTILLAS	\$ 1,70	\$ 0,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,28	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2,73	\$ -	\$ -	\$ 0,21	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TE - C/TORTILLAS	\$ -	\$ -	\$ 0,23	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,28	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2,73	\$ -	\$ -	\$ 0,21	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
MATE - C/TORTILLAS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,33	\$ -	\$ -	\$ 0,28	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2,73	\$ -	\$ -	\$ 0,21	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
CAFE C/LECHE C/MEDIALUNAS	\$ 1,70	\$ 0,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,28	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3,80	\$ -	\$ 0,21	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TE - C/MEDIALUNAS	\$ -	\$ -	\$ 0,23	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,28	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3,80	\$ -	\$ 0,21	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
MATE - C/MEDIALUNAS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,33	\$ -	\$ -	\$ 0,28	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3,80	\$ -	\$ 0,21	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
CHOCOLATE EN TASA C/TORTILLAS	\$ -	\$ 1,20	\$ -	\$ -	\$ 1,46	\$ -	\$ 0,28	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2,73	\$ -	\$ -	\$ 0,14	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
CHOCOLATE EN TASA C/MEDIALUNAS	\$ -	\$ 1,20	\$ -	\$ -	\$ 1,46	\$ -	\$ 0,28	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
CAFE	\$ 1,70	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,28	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,07	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
CORTADO	\$ 1,70	\$ 0,30	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,28	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,07	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
CAFE JARRITA	\$ 1,70	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,28	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,14	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
CORTADO JARRITA	\$ 1,70	\$ 0,45	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,28	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,14	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
SUBMARINO C/TORTILLAS	\$ -	\$ 1,20	\$ -	\$ -	\$ 1,46	\$ -	\$ 0,28	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2,73	\$ -	\$ -	\$ 0,14	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
SUBMARINO C/MEDIALUNAS	\$ -	\$ 1,20	\$ -	\$ -	\$ 1,46	\$ -	\$ 0,28	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3,80	\$ -	\$ 0,14	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
DESAYUNO - MERIENDA LIGHT	\$ 1,70	\$ 0,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,28	\$ 1,71	\$ 1,19	\$ 1,18	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2,44	\$ -	\$ 0,17	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
DESAYUNO EJECUTIVO	\$ 1,70	\$ 0,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,28	\$ 1,71	\$ -	\$ -	\$ 0,88	\$ 0,91	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,21	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
LIGUADO	\$ -	\$ 2,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2,96	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOSTADO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 10,00	\$ -	\$ -	\$ -
GASEOSA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 5,00
Promo 1: Tostado + Café c/Leche	\$ 1,70	\$ 0,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,28	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,21	\$ -	\$ -	\$ 10,00	\$ -	\$ -	\$ -
Promo 2: Tostado + Chocolate	\$ -	\$ 1,20	\$ -	\$ -	\$ 1,46	\$ -	\$ 0,28	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,14	\$ -	\$ -	\$ 10,00	\$ -	\$ -	\$ -
Promo 3: Licuado + Tostado	\$ -	\$ 2,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,14	\$ -	\$ 2,96	\$ 10,00	\$ -	\$ -	\$ -
Promo 4: Café c/Leche + Porcion de torta	\$ 1,70	\$ 0,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,28	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 11,25
Promo 5: Café c/Leche + Porcion de tarta	\$ 1,70	\$ 0,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,28	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 6,25	\$ -	\$ -

Cuadro 4: Resume los costos totales para cada Producto/Menú obtenidos en el cuadro 3:

PRODUCTOS/MENUS	Costo Total
CAFÉ C/LECHE C/TORTILLAS	\$ 5,52
TE - C/TORTILLAS	\$ 3,45
MATE - C/TORTILLAS	\$ 3,55
CAFÉ C/LECHE C/MEDIALUNAS	\$ 6,59
TE - C/MEDIALUNAS	\$ 4,52
MATE - C/MEDIALUNAS	\$ 4,62
CHOCOLATE EN TASA C/TORTILLAS	\$ 5,81
CHOCOLATE EN TASA C/MEDIALUNAS	\$ 6,74
CAFÉ	\$ 2,05
CORTADO	\$ 2,35
CAFÉ JARRITA	\$ 2,12
CORTADO JARRITA	\$ 2,57
SUBMARINO C/TORTILLAS	\$ 5,81
SUBMARINO C/MEDILUNAS	\$ 6,88
DESAYUNO - MERIENDA LIGHT	\$ 9,27
DESAYUNO EJECUTIVO	\$ 8,73
LICUADO	\$ 5,36
TOSTADO	\$ 10,00
GASEOSA	\$ 5,00
Promo 1: Tostado + Café c/Leche	\$ 12,79
Promo 2: Tostado + Chocolate	\$ 13,08
Promo 3: Licuado + Tostado	\$ 15,50
Promo 4: Café c/Leche + Porcion de torta	\$ 13,83
Promo 5: Café c/Leche + Porcion de tarta	\$ 8,83
PROMEDIO	\$ 6,87

2. Gastos administrativos y comerciales:

Para la atención del local se contará con tres empleados, dos jornada completa, regido por las normas de Convenio colectivo de trabajo de empleados gastronómicos; y uno que contrataremos a través del Plan de entrenamiento para el trabajo (PET), el mismo, según la envergadura de

nuestro emprendimiento no genera un costo en los primeros 6 meses, luego de dicho lapso tendremos la opción finalizado el plazo de contratarlo bajo la modalidad PIL, que podría generar bajos costos laborales por otro lapso de tiempo.

PROGRAMA PET

El Programa de Entrenamiento para el Trabajo consiste en un periodo de entrenamiento de un joven desocupado en una empresa, durante seis meses. El puesto de entrenamiento y las tareas a realizar son determinados por la misma empresa. El beneficiario recibe un estipendio de **\$2.000** de los cuales:

-**\$2.000** aporta el Estado en caso que se trate de una **Microempresa**

-**\$1.800** aporta el Estado y **\$200** la Empresa en caso que se trate de una **Pequeña Empresa**

- **\$1.500** aporta el Estado y **\$500** la Empresa en caso que se trate de una **Mediana Empresa**

- **\$1.000** aporta el Estado y **\$1.000** la Empresa en caso que se trate de una **Gran Empresa**.

Beneficios para las Empresas

Las empresas tienen la posibilidad de incorporar a un Joven Beneficiario para conocer sus aptitudes y capacidades, formándolo según la visión y los valores de la entidad. Otorgándole en contraprestación un monto que puede llegar hasta los **\$1.000** (no remunerativos) según sea el tamaño de la empresa. Pasados los 6 meses de entrenamiento tiene la posibilidad de seguir con el joven mediante las condiciones y beneficios de PIL.

<http://rig.tucuman.gov.ar/pil/pil25/Pet25/quees.php>

Un empleado será el encargado de la cocina, el cual realizará tareas como la preparación del café, licuados, jugos, tostados y demás. Otro a cargo del salón de venta, tomando pedidos y al servicio de los clientes. El tercer empleado responsable de llevar encargos a domicilio y en momentos libres se le asignara tareas de limpieza general del local y vajillas.

El local a alquilar contará con espacio para la elaboración de pedidos y para el salón de atención y venta de los productos. Se estima un gasto en alquiler de \$5.000, de acuerdo a consultas realizadas a intermediarios inmobiliarios.

Se Considera también los gastos administrativos que requieren el normal funcionamiento del negocio.

Analizando las normas impositivas la sociedad de hecho se inscribiría como monotributista, iniciándose en la categoría "1" según el siguiente análisis:

- Superficie local: 80 m² inferior a 200 m².
- Alquileres devengados anualmente: \$60.000 inferior a \$72.000.

Cuadro 5: Gastos Comerciales y administrativos

GASTOS COMERCIALES Y ADMINISTRATIVOS	
GASTOS COMERCIALES	
VARIABLES sobre Ventas	
Imp. ingresos brutos	3,50%
Impuesto Municipal	1,25%
TOTAL GASTOS COMERCIALES	4,75%
GASTOS ADMINISTRATIVOS FIJOS	
	<i>POR MES \$</i>
Sueldos Personal + SAC Prop (ver anexo I)	\$ 15.013,00
Cargas Sociales (ver cuadro 6)	\$ 6.911,07
Cable - ATS	\$ 240,00
Luz	\$ 1.500,00
Agua	\$ 150,00
Limpieza	\$ 500,00
Alquiler	\$ 5.000,00
Telefono e Internet	\$ 350,00
Papeleria	\$ 200,00
Gas	\$ 300,00
Monotributo (ver anexo II)	\$ 1.600,00
Gastos Varios	\$ 500,00
Total gastos por mes	\$ 32.264,07
Meses del año	12
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 387.168,82

Cuadro 6: Cargas Sociales

Indice Cargas Sociales		
Concepto	Subtotales	Total
Cargas Sociales Ciertas		
Jubilación	10,17%	
Asignaciones Fliares.	4,44%	
Fondo Nac. de Empleo	0,89%	
Ley 19032	1,50%	17,00%
% de reducción para Gran S.M. de Tucumán		0,00%
Subtotal Cargas Sociales		17,00%
Obra Social		6,00%
Salud Pública		2,50%
A.R.T.		4,50%
Seg. vida obligatorio		0,00% (4,1 c/u)
TOTAL CARGAS SOCIALES CIERTAS (CSC)	30,00%	30,00%
Cargas Sociales Inciertas		
Sueldo Anual Complement.-SAC	8,33%	
Vacaciones Proporcionales: 14 días	4,00%	
TOTAL CARGAS SOCIALES INCIERTAS (CSI)	12,33%	12,33%
Cargas Sociales Derivadas		
CSC sobre SAC	2,50%	
CSC sobre Vacaciones Proporcionales	1,20%	
TOTAL CARGAS SOCIALES DERIVADAS (CSD)	3,70%	3,70%
TOTAL INDICE DE CARGAS SOCIALES	46,03%	46,03%

3- Bienes de uso y gastos para iniciar la actividad

Los siguientes cuadros muestran la inversión que será necesaria inicialmente para llevar a cabo el negocio.

ACTIVO FIJO						
Elemento	PU	Cantidad	Total	Vida util (Años)	Amortizacion	Fuente
Heladeras Exhibidoras	8.000,00	2,00	16.000,00	5	3.200,00	Musimundo
Freezer horizontal	6.700,00	1,00	6.700,00	5	1.340,00	Mercado Libre
Mesas	400,00	14,00	5.600,00	5	1.120,00	Musimundo
Sillas	200,00	40,00	8.000,00	5	1.600,00	Musimundo
Aire Acondicionado 4500 FG	12.000,00	2,00	24.000,00	5	4.800,00	Musimundo
Sillones, Mesita y pufs	2.000,00	3,00	6.000,00	5	1.200,00	Mercado Libre
Caja Registradora	3.000,00	1,00	3.000,00	5	600,00	Mercado Libre
Carlitera Simple	1.000,00	3,00	3.000,00	5	600,00	Mercado Libre
Licuadaora	900,00	2,00	1.800,00	5	360,00	Mercado Libre
Juguera	1.100,00	1,00	1.100,00	5	220,00	Mercado Libre
Ventiladores de techo	600,00	3,00	1.800,00	5	360,00	Mercado Libre
TV Led 40"	7.000,00	2,00	14.000,00	5	2.800,00	Garbarino
TOTAL		74,00	91.000,00		18.200,00	

Costos para arrancar el emprendimiento	
Mes de Deposito	5.000,00
Comision Inmobiliaria	10.000,00
TOTAL	15.000,00

VAJILLA							
Elemento	es por pack	Precio Unitario	Cantidad	Total	Vida Util (años)	Amortización	Fuente
Tasa Jarrita x 6 ud	6,00	182,00	8,00	1.456,00	1	1.456,00	Mercado Libre
Tasa de Te x 6 ud	6,00	172,86	8,00	1.382,88	1	1.382,88	Mercado Libre
Jarro Capuccino x ud	1,00	23,50	30,00	705,00	1	705,00	Mercado Libre
Tasa Pocillo x 6 ud	6,00	174,99	8,00	1.399,92	1	1.399,92	Mercado Libre
Vaso Soda x 12 ud	12,00	100,00	4,00	400,00	1	400,00	Mercado Libre
Vaso Comun x ud	1,00	7,50	30,00	225,00	1	225,00	Mercado Libre
Vaso Licuado x 6 ud	6,00	198,60	5,00	993,00	1	993,00	Mercado Libre
Cucharita Café/postre x 12 ud	12,00	39,99	4,00	159,96	1	159,96	Mercado Libre
Cuchara Larga x ud	1,00	12,00	30,00	360,00	1	360,00	Mercado Libre
Servilletero	1,00	33,00	15,00	495,00	1	495,00	Mercado Libre
TOTAL	52,00	944,44	142,00	7.576,76		7.576,76	

4- Rentabilidad por Producto/Menú.

PRODUCTO/MENU	Costo Total	Precio de Venta	Margen de Ganancia
CAFÉ C/LECHE C/TORTILLAS	\$ 5,52	\$ 20,00	262%
TE - C/TORTILLAS	\$ 3,45	\$ 18,00	421%
MATE - C/TORTILLAS	\$ 3,55	\$ 18,00	407%
CAFÉ C/LECHE C/MEDIALUNAS	\$ 6,59	\$ 22,00	234%
TE - C/MEDIALUNAS	\$ 4,52	\$ 20,00	342%
MATE - C/MEDIALUNAS	\$ 4,62	\$ 20,00	333%
CHOCOLATE EN TASA C/TORTILLAS	\$ 5,81	\$ 20,00	244%
CHOCOLATE EN TASA C/MEDIALUNAS	\$ 6,74	\$ 22,00	226%
CAFÉ	\$ 2,05	\$ 12,00	485%
CORTADO	\$ 2,35	\$ 12,00	411%
CAFÉ JARRITA	\$ 2,12	\$ 15,00	608%
CORTADO JARRITA	\$ 2,57	\$ 15,00	484%
SUBMARINO C/TORTILLAS	\$ 5,81	\$ 22,00	279%
SUBMARINO C/MEDILUNAS	\$ 6,88	\$ 24,00	249%
DESAYUNO - MERIENDA LIGHT	\$ 9,27	\$ 24,00	159%
DESAYUNO EJECUTIVO	\$ 8,73	\$ 24,00	175%
LICUADO	\$ 5,36	\$ 22,00	310%
TOSTADO	\$ 10,00	\$ 20,00	100%
GASEOSA	\$ 5,00	\$ 10,00	100%
Promo 1: Tostado + Café c/Leche	\$ 12,79	\$ 30,00	135%
Promo 2: Tostado + Chocolate	\$ 13,08	\$ 34,00	160%
Promo 3: Licuado + Tostado	\$ 15,50	\$ 35,00	126%
Promo 4: Café c/Leche + Porcion de torta	\$ 13,83	\$ 38,00	175%
Promo 5: Café c/Leche + Porcion de tarta	\$ 8,83	\$ 35,00	296%
PROMEDIO	\$ 6,87	\$ 22,17	318%
COSTO VARIABLE PROMEDIO			31%

5- Flujo económico

Analizamos la proyección económica en base a la probable evolución progresiva en las ventas, lo cual nos parece lógico, ya que con el correr de los meses vamos a ir generando conocimiento en el consumidor y la idea es de a poco ir fidelizando y manteniendo un volumen constante e importante de ventas

Decidimos iniciar la actividad en enero del 2014 por una cuestión de que nos va a dar margen para acomodarnos y para comenzar el año a hacernos conocidos en el mercado. Consideramos meses de baja a Enero y Febrero por vacaciones, pero encaramos con optimismo iniciar la actividad esas fechas.

PROYECCIÓN ECONÓMICA											
	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	2º sem. AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Días al mes/año	24	24	24	24	24	24	144	288	288	288	288
Ventas por día	1.800,00	2.100,00	2.400,00	2.700,00	3.000,00	3.300,00	3.600,00	3.900,00	4.200,00	4.500,00	4.800,00
Cientes por día (gasto Prom \$30)	60	70	80	90	100	110	120	130	140	150	160
Total Ventas Mes/año	43.200,00	50.400,00	57.600,00	64.800,00	72.000,00	79.200,00	518.400,00	1.022.400,00	1.108.800,00	1.195.200,00	1.281.600,00
Costo de Mercadería Vendida (31%)	13.398,25	15.631,29	17.864,33	20.097,38	22.330,42	24.563,46	160.779,00	317.091,92	343.888,42	370.684,92	397.481,42
Total Utilidad Bruta	29.801,75	34.768,71	39.735,67	44.702,62	49.669,58	54.636,54	357.621,00	705.308,08	764.911,58	824.515,08	884.118,58
Gastos Comerciales y de Administración	32.264,07	32.264,07	32.264,07	32.264,07	32.264,07	32.264,07	193.584,41	387.168,82	387.168,82	387.168,82	387.168,82
Sueldos Personal (ver anexo I)	15.013,00	15.013,00	15.013,00	15.013,00	15.013,00	15.013,00	90.078,00	180.156,00	180.156,00	180.156,00	180.156,00
Cargas Sociales (ver cuadro 6)	6.911,07	6.911,07	6.911,07	6.911,07	6.911,07	6.911,07	41.466,41	82.932,82	82.932,82	82.932,82	82.932,82
Cable - A.TS	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	1.440,00	2.880,00	2.880,00	2.880,00	2.880,00
Luz	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	9.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00
Agua	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	900,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Limpieza	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	3.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
Alquiler	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	30.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00
Telefono e Internet	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	2.100,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00
Papelaría	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	1.200,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
Gas	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	1.800,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
Monotributo (ver anexo II)	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	9.600,00	19.200,00	19.200,00	19.200,00	19.200,00
Gastos Varios	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	3.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
Gastos Financieros	2.217,88	2.156,27	2.094,67	2.033,06	1.971,45	1.909,84	10.165,29	13.676,94	4.805,41	0,00	0,00
Intereses prestano	2.217,88	2.156,27	2.094,67	2.033,06	1.971,45	1.909,84	10.165,29	13.676,94	4.805,41	0,00	0,00
Utilidad neta antes de imppto.	-4.680,20	348,37	5.376,93	10.405,50	15.434,06	20.462,63	153.871,30	304.462,31	372.937,34	437.346,25	496.949,75
II BB (3,50%)	1.512,00	1.764,00	2.016,00	2.268,00	2.520,00	2.772,00	18.144,00	35.784,00	38.808,00	41.832,00	44.856,00
TEM y PYP (1,25%)	540,00	630,00	720,00	810,00	900,00	990,00	6.480,00	12.780,00	13.860,00	14.940,00	16.020,00
Utilidad después de imppto.	-6.732,20	-2.045,63	2.640,93	7.327,50	12.014,06	16.700,63	129.247,30	255.898,31	320.269,34	380.574,25	436.073,75
AMORTIZACIÓN	2.148,06	2.148,06	2.148,06	2.148,06	2.148,06	2.148,06	12.888,38	25.776,76	25.776,76	25.776,76	25.776,76
Inversión inicial para alquiler	10.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad Neta después de amort. e imppto.	-18.880,26	-4.193,69	492,86	5.179,43	9.866,00	14.552,57	116.358,92	230.121,55	294.492,58	354.797,49	410.296,99

6- Flujo Financiero

Flujo Proyectado de Fondos												
	Inicio	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	2º sem. AÑO 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo Anterior	-	23.423,24	12.524,37	6.312,07	4.786,33	7.947,15	10.794,55	13.328,51	37.575,79	55.897,30	78.589,84	101.587,34
Ingresos												
Ventas		43.200,00	50.400,00	57.600,00	64.800,00	72.000,00	79.200,00	518.400,00	1.022.400,00	1.108.800,00	1.195.200,00	1.281.600,00
TOTAL INGRESOS		43.200,00	50.400,00	57.600,00	64.800,00	72.000,00	79.200,00	518.400,00	1.022.400,00	1.108.800,00	1.195.200,00	1.281.600,00
Egresos												
Gastos Variables		-13.398,25	-15.631,29	-17.864,33	-20.097,38	-22.330,42	-24.563,46	-160.779,00	-317.091,92	-343.888,42	-370.684,92	-397.481,42
Gastos administrativos y comerciales		-32.264,07	-32.264,07	-32.264,07	-32.264,07	-32.264,07	-32.264,07	-193.584,41	-387.168,82	-387.168,82	-387.168,82	-387.168,82
Gastos Financieros		-2.217,88	-2.156,27	-2.094,67	-2.033,06	-1.971,45	-1.909,84	-10.165,29	-13.676,94	-4.805,41	0,00	0,00
TOTAL EGRESOS		-47.880,20	-50.051,63	-52.223,07	-54.394,50	-56.565,94	-58.737,37	-364.528,70	-717.937,69	-735.862,66	-757.853,75	-784.650,25
Resultado Antes de Impuestos		-4.680,20	348,37	5.376,93	10.405,50	15.434,06	20.462,63	153.871,30	304.462,31	372.937,34	437.346,25	496.949,75
Impuesto a los Ingresos Brutos		-1.512,00	-1.764,00	-2.016,00	-2.268,00	-2.520,00	-2.772,00	-18.144,00	-35.784,00	-38.808,00	-41.832,00	-44.856,00
Impuestos Municipales		-540,00	-630,00	-720,00	-810,00	-900,00	-990,00	-6.480,00	-12.780,00	-13.860,00	-14.940,00	-16.020,00
Resultado Despues de Impuestos	0,00	-6.732,20	-2.045,63	2.640,93	7.327,50	12.014,06	16.700,63	129.247,30	255.898,31	320.269,34	380.574,25	436.073,75
Flujo Antes de Inversión	0,00	-6.732,20	-2.045,63	2.640,93	7.327,50	12.014,06	16.700,63	129.247,30	255.898,31	320.269,34	380.574,25	436.073,75
Inversión en Activo Fijo	-91.000,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gastos para iniciar la actividad	-15.000,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mercadería y otros gastos al inicio	-13.000,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Inversión Vajilla	-7.576,76	-	-	-	-	-	-	-	-7.576,76	-7.576,76	-7.576,76	-7.576,76
Total Inversiones	-126.576,76	0,00	-	-	-	-	-	-	-7.576,76	-7.576,76	-7.576,76	-7.576,76
Flujo Economico Neto	-126.576,76	-6.732,20	-2.045,63	2.640,93	7.327,50	12.014,06	16.700,63	129.247,30	248.321,55	312.692,58	372.997,49	428.496,99
Préstamo Bancario	150.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Devolución Préstamo	-	4.166,67	4.166,67	4.166,67	4.166,67	4.166,67	4.166,67	25.000,02	50.000,04	50.000,04	0,00	0,00
Retiro de socios	-	-	-	-	-	5.000,00	10.000,00	80.000,00	180.000,00	240.000,00	350.000,00	410.000,00
Flujo Financiero	150.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
FLUJO DE FONDOS FINAL	23.423,24	-10.898,87	-6.212,30	-1.525,74	3.160,83	2.847,39	2.533,96	24.247,28	18.321,51	22.692,54	22.997,49	18.496,99
FLUJO DE FONDOS ACUMULADO	23.423,24	12.524,37	6.312,07	4.786,33	7.947,15	10.794,55	13.328,51	37.575,79	55.897,30	78.589,84	101.587,34	120.084,33
Factor de Descuento i = 22%	1,0000	0,9836	0,9674	0,9515	0,9359	0,9205	0,9054	0,8197	0,6719	0,5507	0,4514	0,3700
Valor Actual	-126.576,76	-6.621,56	-1.978,95	2.512,85	6.857,55	11.058,77	15.120,04	105.940,41	166.837,92	172.201,96	168.370,73	158.543,57
VAN	672.266,52											
TIR sobre Inversión Total :	103,95%											
									anual			

ANEXOS

Anexo I

C.C.T. 401/05 (C.A.C.Y.R.) (C.A.E.C.S.A.C.P.A.)		
ESCALA SALARIAL PARA COMEDORES DE FÁBRICA, EDUCACIONALES, SEGURIDAD, MÉDICO ASISTENCIAL, ASISTENCIAL DE ACIANOS, ASISTENCIAL DE MENORES, ASISTENCIAL DE CIEGOS, COLONIAS DE VACACIONES CON O SIN ALOJAMIENTOS, ENTIDADES BANCARIAS, OFICINAS COMERCIALES, INSTITUTOS SIMILARES. SALARIOS BASICO COMEDORES PRIVADOS, PARA EL MES DE JULIO-AGOSTO-SEPTIEMBRE 2014		
CATEGORIA 1		
Peon de Cocina- Peon- Lavacopas- Jardinero- Cadete- Sereno-	BASICO	\$ 5.818,00
1) SUMA REMUNERATIVA NO AL BASICO ACUERDO 2014		\$ 1.164,00
CATEGORIA 2		
Sandwichero- Cafetero- Distribuidor/ra- de refrigerios- Portero Telefonista- Medio Oficial- Bodeguero- Despachante de Comidas al Mostra Comis Camarero	BASICO	\$ 6.105,00
1) SUMA REMUNERATIVA NO AL BASICO ACUERDO 2014		\$ 1.221,00
CATEGORIA 3		
Camarero/ra- Ayudante de Cocina- Mozo Mostrador- Mozo Vendedor- Lavar Mucama- Chofer- Guarda Vidas- Planchadora- Mozo Gerencia- Jefe Telefonista- Jefe Lavaderos-	BASICO	\$ 6.406,00
1) SUMA REMUNERATIVA NO AL BASICO ACUERDO 2014		\$ 1.281,00
CATEGORIA 4		
Mozo de Salon- Comis de Cocina-Empleado Administrativo- Encargado de Despensa- Conserje-Cajero Adicionista	BASICO	\$ 6.792,00
1) SUMA REMUNERATIVA NO AL BASICO ACUERDO 2014		\$ 1.358,00
CATEGORIA 5		
Gobernanta - Cocinero de Establecimiento Educacional- Recepcionista - Licenciado/a Nutricionista nivel "A"	BASICO	\$ 7.202,00
1) SUMA REMUNERATIVA NO AL BASICO ACUERDO 2014		\$ 1.440,00
CATEGORIA 6		
Cocinero - Pastelero - Parrillero - Maitre - Jefe de Recepcion - Pmadero - Analista Administrativo - Licenciado/a Nutricionista nivel "B"	BASICO	\$ 8.637,00
1) SUMA REMUNERATIVA NO AL BASICO ACUERDO 2014		\$ 1.727,00
CATEGORIA 7		
Jefe de Cocineros Licenciado/a Nutricionista nivel "C"	BASICO	\$ 10.089,00
1) SUMA REMUNERATIVA NO AL BASICO ACUERDO 2014		\$ 2.018,00

Empleado 1	
Sueldo Remunerativo	\$ 6.105,00
Sueldo No Remunerativo	<u>\$ 1.221,00</u>
Remuneración Mensual Devengada	\$ 7.326,00
Empleado 2	
Sueldo Remunerativo	\$ 6.406,00
Sueldo No Remunerativo	<u>\$ 1.281,00</u>
Remuneración Mensual Devengada	\$ 7.687,00
Total Remuneraciones Mensuales	\$ 15.013,00

Anexo II

FINANCIAMIENTO DE INVERSIONES DE ACTIVIDADES PRODUCTIVAS PARA LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA (MIPYMES)

Usuarios

Micro, pequeñas y medianas

> Destino:

1. Adquisición de bienes de capital de origen nacional, nuevos o usados.
2. Adquisición de bienes de capital de origen extranjero, incluidos rodados y maquinaria agrícola, cuando no exista oferta local, adquiridos en plaza ya nacionalizados, nuevos ó usados.
3. Instalación y/o montaje y accesorios, requeridos para la puesta en marcha de los bienes de capital financiados.
- 4.a. Otras inversiones en general nacionales (a mero título enunciativo, construcciones, galpones, alambrados, mejoras fijas, reproductores de cualquier especie, etc.), consideradas con sentido amplio. Se incluyen, asimismo, el costo de proyectos de optimización de consumo energético y adquisición de modernos sistemas de iluminación para ambientes laborales.
- 4.b. Otras inversiones en general de origen extranjeras (nacionalizadas) cuando no exista oferta local.
- 5 - Gastos de evolución.

> Modalidad: En pesos: para todos los destinos.

> Proporción del apoyo: Dependiendo del destino hasta el 100% de la inversión a realizar

> Plazo: Según el destino hasta 10 años

> Régimen de amortización: Sistema alemán.

> Período de gracia: Hasta 6 (seis) meses.

> Interés:

De carácter general:

• Inversión TNA 17,50%. Fija durante los primeros 36 meses, cumplido este plazo BADLAR Total mas 3 puntos porcentuales fijo con sus oscilaciones en el tiempo.

• Capital de Trabajo TNA 23%

Modalidad:	En pesos
Capital:	\$ 150.000,00
Plazo:	36 meses
Tasa:	17,50%
Tipo de Interes:	Simple
Sist. Amortizacion	Aleman

Cuota	Monto		Capital	Interes	Cuota	Total
	Inicial	Final				
1	150.000,00	145.833,33	4.166,67	2.217,88	6.384,55	6.384,55
2	145.833,33	141.666,67	4.166,67	2.156,27	6.322,94	12.707,49
3	141.666,67	137.500,00	4.166,67	2.094,67	6.261,33	18.968,82
4	137.500,00	133.333,33	4.166,67	2.033,06	6.199,73	25.168,55
5	133.333,33	129.166,67	4.166,67	1.971,45	6.138,12	31.306,66
6	129.166,67	125.000,00	4.166,67	1.909,84	6.076,51	37.383,17
7	125.000,00	120.833,33	4.166,67	1.848,23	6.014,90	43.398,08
8	120.833,33	116.666,67	4.166,67	1.786,63	5.953,29	49.351,37
9	116.666,67	112.500,00	4.166,67	1.725,02	5.891,69	55.243,06
10	112.500,00	108.333,33	4.166,67	1.663,41	5.830,08	61.073,13
11	108.333,33	104.166,67	4.166,67	1.601,80	5.768,47	66.841,60
12	104.166,67	100.000,00	4.166,67	1.540,20	5.706,86	72.548,47
13	100.000,00	95.833,33	4.166,67	1.478,59	5.645,25	78.193,72
14	95.833,33	91.666,67	4.166,67	1.416,98	5.583,65	83.777,37
15	91.666,67	87.500,00	4.166,67	1.355,37	5.522,04	89.299,41
16	87.500,00	83.333,33	4.166,67	1.293,76	5.460,43	94.759,84
17	83.333,33	79.166,67	4.166,67	1.232,16	5.398,82	100.158,66
18	79.166,67	75.000,00	4.166,67	1.170,55	5.337,22	105.495,88
19	75.000,00	70.833,33	4.166,67	1.108,94	5.275,61	110.771,48
20	70.833,33	66.666,67	4.166,67	1.047,33	5.214,00	115.985,48
21	66.666,67	62.500,00	4.166,67	985,73	5.152,39	121.137,88
22	62.500,00	58.333,33	4.166,67	924,12	5.090,78	126.228,66
23	58.333,33	54.166,67	4.166,67	862,51	5.029,18	131.257,84
24	54.166,67	50.000,00	4.166,67	800,90	4.967,57	136.225,41
25	50.000,00	45.833,33	4.166,67	739,29	4.905,96	141.131,37
26	45.833,33	41.666,67	4.166,67	677,69	4.844,35	145.975,72
27	41.666,67	37.500,00	4.166,67	616,08	4.782,74	150.758,46
28	37.500,00	33.333,33	4.166,67	554,47	4.721,14	155.479,60
29	33.333,33	29.166,67	4.166,67	492,86	4.659,53	160.139,13
30	29.166,67	25.000,00	4.166,67	431,25	4.597,92	164.737,05
31	25.000,00	20.833,33	4.166,67	369,65	4.536,31	169.273,37
32	20.833,33	16.666,67	4.166,67	308,04	4.474,71	173.748,07
33	16.666,67	12.500,00	4.166,67	246,43	4.413,10	178.161,17
34	12.500,00	8.333,33	4.166,67	184,82	4.351,49	182.512,66
35	8.333,33	4.166,67	4.166,67	123,22	4.289,88	186.802,54
36	4.166,67	-	4.166,67	61,61	4.228,27	191.030,82

CAPITULO VI

CONCLUSIÓN

A partir del estudio realizado se concluye lo siguiente:

Del Proyecto

- Con el tiempo las ventas crecerán y con ello las ganancias, ya que contamos con una posición estratégica en el mercado, apuntando a un ambiente acogedor y moderno, y un servicio de nivel manteniendo precios razonables.
- La rentabilidad del proyecto medido por los indicadores financieros VAN y TIR son \$672.266,52 y 103,95%, respectivamente, indicando un resultado positivo.
- Los productos son elaborados con materias primas de primera calidad, además de brindar un servicio de excelencia al cliente.
- En los cálculos realizados se contemplaron las normas impositivas que se deben cumplir para poner en funcionamiento el negocio. Analizamos las categorías y topes actualizados, recabando la información de las páginas web de los organismos oficiales. Realizando un análisis a futuro entendemos que si bien crecerán las ventas y los ingresos, también lo harían las cargas impositivas lo que provocaría el traspaso a Responsable Inscripto generando aún menor rentabilidad al proyecto, esto lleva al monotributista a buscar alternativas para atenuar el peso impositivo.
- Dado los números obtenidos en el proyecto, la inversión promete ganancias genuinas.

- A pesar de tener desventajas creemos que es fundamental encarar tanto este como cualquier emprendimiento con mucha confianza y mucha actitud para visualizar en el corto plazo sus frutos.

Del estudio

- A través de la experiencia queda comprobado que la utilización de las redes sociales como medio publicitario permite llegar con más facilidad y rapidez a los clientes, logrando que el mismo conozca y se informe sobre los servicios que prestamos, la calidez y calidad que intentamos transmitir y las promociones y ofertas a las que apuntamos para fidelizar los clientes habituales.

- El negocio opera dentro de la formalización y de los reglamentos impuestos para este rubro.

- El lugar del local es favorable, ya que es un lugar de constante paso para la gente que visita el microcentro, está cercano de la empresa fúnebre más concurrida de la provincia, y no consideramos que la competencia cercana sea lo suficientemente relevante para hacer frente al estilo que apuntamos.

- La inversión será realizada mediante un préstamo otorgado por el Banco de la Nación Argentina, por el lapso de 36 meses y la tasa del 17,50% es muy favorable ya que en la actualidad vivimos en un contexto inflacionario superior a dicha tasa, por lo que sería hasta beneficioso endeudarse en este momento para realizar una inversión de esta envergadura.

- Los indicadores económicos y financieros a emplearse son confiables de manera que nos indican que el proyecto tendrá utilidades.

Índice

Páginas.

Prólogo.....	1
Capítulo 1: "Significados, origen y beneficios del café"	2
Capítulo 2: "Aspectos legales e impositivos"	8
1. Monotributista.....	8
2. D.G.R. Tucumán.....	16
3. T.E.M. y PyP.....	18
4. Bromatología (habilitación municipal).....	19
5. DIPSA.....	20
Capítulo 3: "Estudio de Mercado".....	21
1. Descripción del bien o servicio.....	21
2. El mercado proveedor.....	23
3. Administración por objetivos.....	24
4. Análisis FODA.....	26
Capítulo 4: "Plan de Marketing".....	27
Capítulo 5: "Análisis del Proyecto"	31
1. Costo de Producción.....	33
2. Gastos administrativos y comerciales	36
3. Bienes de Uso y gastos para iniciar la inversión.....	40
4. Rentabilidad.....	42
5. Flujo económico.....	43

6. Flujo financiero.....	45
Anexos.....	46
Capítulo VI “Conclusión”	50
Índice analítico.....	52