



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE TUCUMÁN



FACULTAD DE
CIENCIAS ECONOMICAS
UNIVERSIDAD NACIONAL TUCUMAN

PROYECTO DE INVERSIÓN

Autores: Puig, Jaime Antonio
Puig, Mariana Alejandra
Terán Posse, María Paula

Director: Parrón, Marcelo

2013

Trabajo de Seminario: Contador Público Nacional

PRÓLOGO

El objetivo de este trabajo es evaluar, planificar, seguir un plan de marketing y realizar un examen económico y financiero del pequeño emprendimiento que lleva Jaime Puig con su esposa, Zuly, convirtiéndolos nuevamente en socios (comercial) desde hace un año y medio en el momento libre que disponen, con el anhelo de algún día llevarlo a un nivel empresarial.

Este emprendimiento nace de una idea consensuada debido a la habilidad y practicidad de su esposa para la elaboración de tortas y tartas y la visión comercial de Jaime.

Uniendo estas virtudes comenzaron el largo camino de producciones artesanales de tortas y tartas. Como todo emprendimiento comercial se pretende un beneficio económico con el cual en primeras instancias se anhelaba mejorar su hogar.

Se comenzó la publicidad de boca en boca a sus conocidos, al percibir la buena aceptación del público se creó un usuario en el Facebook llamado Tortas Tartas Dulce Zuly, link <http://www.facebook.com/tortas.tartas.9400>, donde se publicaron las fotos de sus producciones, y debido al éxito de esta herramienta se incremento la demanda lo que generó la expectativa de abrirse a un mercado más amplio.

El fundamento de la realización del presente estudio tiene como finalidad evaluar la rentabilidad 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 aportó ideas basadas en su experiencia personal y profesional.

CAPITULO I

HISTORIA DE LA TORTA Y TARTA

Sumario: 1- Significado de torta y tarta y Geosinónimos;
2-Origen de la torta; 3- Origen de la tarta

1- SIGNIFICADO DE TORTA Y TARTA Y GEOSINONIMOS

Según el Diccionario de la Real Academia Española, pastel o tarta es una «masa de harina y manteca, cocida al horno, en el que ordinariamente se envuelve crema o dulce, y a veces fruta, pescado o carne»

Tarta es el nombre dado en España al pastel dulce de cierto tamaño, sea de bizcocho o de hojaldre; por el contrario, en casi todos los países latinos se la conoce como «torta», a excepción de:

- México, donde *torta* es un sandwich de tipo salado;
- Colombia, donde también se le llama «ponqué o torta» (una transliteración del término inglés *pound cake*);
- Ecuador donde prevalece el nombre de pastel y los helados rellenos se les conoce como tortas
- Panamá se le conoce simplemente como «dulce».

En Hispanoamérica, así como en España, también se le llama tarta o torta a un tipo de alimento de hojaldre que envuelve algo no necesariamente dulce (tarta de crema, de dulce, de fruta, de pescado o de carne). En cambio, al pastel de bizcocho (siempre de sabor dulce) se le llama en la mayoría de países hispanohablantes usando una palabra derivada del préstamo del inglés «cake», como «queque», «quey», «keke», etc¹.

2- ORIGEN DE LA TORTA

La elaboración de las tortas se remonta a tiempos antiguos, se inició con la creación del pan. Durante del siglo XXV a.C. y a partir de las evidencias de pinturas, los egipcios comenzaron a involucrarse con técnicas de horneado y con el uso de moldes. Nada indica que tuvieran la idea de rellenar uno de sus moldes de pan con pasta de carne, pescado o fruta.

Hasta el final del Imperio Romano no había especialistas de la pastelería. *Plakon*, usualmente traducido como “torta” fue una torta plana hecha de harina de avena, crema de queso y miel. Luego de este *Plakon* surgieron distintas variaciones donde destaca el *Artocreas*, ésta en una torta de carne picada con una capa muy delgada de pan como base. El *Artocreas* gozó de muchos siglos de popularidad.

Posteriormente los romanos desarrollaron una versión temprana de las tortas de frutas, que contenía pasas, nueces y otras frutas. Según Alan Davidson, esto terminó en el siglo XIV d.C. cuando Geoffrey Chaucer en Inglaterra hizo referencia a enormes tortas creadas para ocasiones especiales, una de las tortas estaba hecha con 13 kilogramos de harina y contenía mantequilla, crema, huevos, especias y miel.

¹ Consulta en base a información, en internet, <http://es.wikipedia.org/wiki/Pastel>, (set 2013)

En el mismo siglo durante el reinado de Isabel I de Inglaterra surge la primera referencia occidental de una torta de frutas, la reina exigía que se sustituyera el relleno tradicional de carne y pescado por cerezas deshuesadas y confitadas.

Durante el siglo XIX d.C. la tecnología usada para realizar tortas avanzó. Para el año 1840 se introdujo un agente químico gasificante, el bicarbonato de sodio, seguido por el polvo de hornear (mezcla seca de bicarbonato de sodio con un ácido suave) que reemplazó la levadura. Adicionalmente se perfeccionó el control de la temperatura en los hornos facilitando la cocción de tortas.

La habilidad de hacer buenas tortas era reconocida hasta mediados del siglo XX d.C. en todos los hogares, muchas recetas eran transmitidas de generación en generación, siendo parte de una larga tradición entre la familia, en estos tiempos la costumbre de hacer comida en casa disminuye, debido al ritmo de vida que llevamos, prevaleciendo la compra de estos productos.²

La costumbre de festejar los aniversarios con una torta no es tan antigua como podría pensarse. El origen del pastel de cumpleaños se remonta a una primitiva tradición griega, durante siglos relegada al olvido. Los griegos tomaron de los egipcios, quienes ya celebraban los cumpleaños de los varones, el hábito de festejar el cumpleaños, y de los persas la idea de incluir una torta dulce en la celebración.

Ya durante el siglo XII, en las parroquias de Europa empezaron a registrarse las fechas de nacimiento de mujeres y niños y las familias empezaron a festejar los cumpleaños de todos sus miembros, fue en ese momento cuando la torta de cumpleaños hizo su reaparición triunfal, esta vez

² Consulta a base de información, en internet, <http://univertortas.blogspot.com.ar/2012/03/las-mas-sabrosas-tortas-artesanales.html>(set 2013)

coronada con las velitas encendidas, manteniendo esta costumbre hasta el día de hoy³.



3- ORIGEN DE LA TARTA

La tarta es un dulce que todos conocemos y la mayoría adoramos. Pero, ¿cuánto conocemos sobre las tartas? Las tartas actualmente se consideran sobre todo como un postre que consiste en al menos dos capas de hojaldre o alguna otra base, rellenas de dulces o en menor medida algún producto salado.

³ Consulta a base de información, en internet, <http://www.todoexpertos.com/categorias/sociedad-y-cultura/gastronomia/respuestas/208502/origen-de-las-tortas> (Oct 2013)

Las tartas son una comida muy antigua, las primeras datan del siglo V a. C, pero no eran tartas dulces, ni de frutas, sino más bien tartas saladas y de una sola capa. La tarta consistía en una base de pan y como relleno carne o pescado. Estas primeras tartas tuvieron mucha popularidad durante su primer año de vida.

Las primeras tartas algo más dulces pero no consideradas postres, datan de Roma, un emperador muy goloso dejó escrita una receta de la más popular de esta época, una tarta llamada: placenta. Para la base y el recubrimiento se utilizaba harina de centeno, y el relleno consistía en miel, especias y queso de oveja. Por último era untada con aceite y horneada.

La primera referencia occidental a una tarta de frutas, y además una auténtica tarta de postre, aparece en la historia con fecha sorprendentemente tardía: en el reinado de Isabel I de Inglaterra, o sea en el siglo XVI. Aunque posiblemente la repostería casera utilizaba frutos tales como melocotones y manzanas, es sabido que la reina exigía cerezas deshuesadas y confitadas como sustitutivos de los tradicionales rellenos de carne o de pescado.

Una vez hizo su aparición la tarta de frutas como postre, sus referencias y sus rellenos cambiaron de muchas formas y estilos hasta el día de hoy, donde la tarta se ha convertido en uno de nuestros postres por excelencia⁴.

⁴Consulta a base de información, en internet,
http://www.iesfuentenueva.net/proyecto/index.php?option=com_content&view=article&id=1391:tartas&catid=182:reposteria&Itemid=126 (Oct 2013)



CAPITULO II

ASPECTOS LEGALES E IMPOSITIVOS

Sumario: 1- Monotributista; 2-Categorías del monotributo;
3- Inscripciones en los organismos públicos: AFIP, DGR TUC, BROMATOLOGIA, DIM

1. MONOTIBUTISTA

Concepto básico: Contribuyente menor, que abona un impuesto único e integrado (de allí su nombre) que incluye IVA, ganancias, aporte jubilatorio y obra social.

Requisito para ser Monotributista:

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.

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 8°;

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 explotación⁵.

• **Resolución General N° 2746 Año 2010**

⁵Consulta a base de información, en internet, <http://ar.answers.yahoo.com/question/index?qid=20110405091720AAo17jX> (Oct 2013)
http://www.afip.gob.ar/genericos/guiaDeTramites/consulta_show.aspx?id=259 (Oct 2013)

2. CATEGORIAS DEL MONOTRIBUTO

6

⁶ <http://www.afip.gob.ar/monotributo/categorias.asp> (nov 2013)

3. INSCRIPCIONES EN LOS ORGANISMOS PUBLICOS

AFIP:

En este organismo tenemos 2 pasos a seguir para generar nuestra clave fiscal, necesaria para la posterior inscripción como Monotributista.

1° paso - trámite presencial:

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.

- Extranjeros sin DNI:

§ No residentes, originarios de países limítrofes o asociados al MERCOSUR deberán presentar el original y fotocopia del documento de identidad del país de origen.

§ No residentes resto de países acompañaran el pasaporte y fotocopia del mismo.

§ Con residencia en el país -incluida la temporaria o transitoria- que no posean documento nacional de identidad, original y fotocopia del certificado o comprobante que acredite el número de expediente asignado por la Dirección Nacional de Migraciones, donde conste el carácter de su residencia.

- Sucesión Indivisa: acta de defunción del causante; y testimonio judicial de la designación del administrador de la sucesión indivisa.

Domicilio Fiscal

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.

En casos especiales o cuando circunstancias particulares lo justifiquen, la dependencia interviniente podrá requerir y/o aceptar otros documentos o comprobantes que, a su criterio, acrediten fehacientemente el domicilio fiscal denunciado.

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).

2° paso - trámite por internet:

Para terminar de efectuar la inscripción ante AFIP deberá efectuar la confirmación de los datos de su inscripción y realizar el la adhesión al Monotributo.

1) Deberá ingresar con su "Clave Fiscal" al servicio "Aceptación de datos biométricos" para confirmar su firma, foto, y eventualmente su huella dactilar.

2) Luego deberá ingresar al servicio "Sistema Registral" para efectuar las siguientes operaciones:

- Informar la/s actividad/es desarrollada/s: opción "Registro Tributario" - "Actividades Económicas" en este caso el código de actividad correspondiente a Tortas y Tartas Dulce Zuly será 154.191.

Deberá ingresar al servicio "Monotributo" , seleccionar "adhesión", completar los datos requeridos y confirmar el envío de los datos del Formulario N° 184.

De esta manera se determina la categoría con la que comenzará la actividad económica⁷.

DGR Tucumán:

1. Personas de existencia visible:

1.1. Formulario de declaración jurada N° 900 (F.900) en original y duplicado.

1.2. Fotocopia del Documento Nacional de Identidad, Libreta Cívica

⁷ http://www.afip.gob.ar/genericos/guiaDeTramites/consulta_show.aspx?id=1701(Oct 2013)

o Libreta de Enrolamiento (datos identificatorios y domicilio actualizado).

1.3. Profesionales universitarios: fotocopia de la constancia de matriculación respectiva o fotocopia del título habilitante en el caso de no requerir matriculación el ejercicio de su profesión.

2 En todos los casos:

a. Constancia de inscripción y Reflejo de Datos Registrados del Sistema Registral de la AFIP.

b. 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 (2) de las siguientes constancias:

b.1. Certificado de domicilio expedido por autoridad policial.

b.2. Acta de constatación notarial.

b.3. Fotocopia de alguna factura de servicio público a nombre del contribuyente o responsable.

b.4. Fotocopia del título de propiedad o contrato de alquiler o de leasing, del inmueble cuyo domicilio se denuncia.

b.5. Fotocopia del extracto de cuenta bancaria o del resumen de tarjeta de crédito, cuando el solicitante sea el titular de tales servicios.

c. 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.

d. 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.

e. 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 profesional⁸.

BROMATOLOGIA (Habilitación Municipal):

1. Nota (por duplicado) solicitando la inscripción del Establecimiento firmada por el/los titulares del mismo y dirigida a:

DIRECCION DE BROMATOLOGIA SISTEMA PROVINCIAL DE SALUD

2. Toda solicitud deberá tener como primera hoja la Planilla N° I, sin llenar,

3. Boletas de depósito pagada. Se confeccionan en nuestras oficinas y se pagan en Banco del Tucumán.

4. Planilla N° 2 con los Datos del Establecimiento elaborador

5. Croquis indicando calles (indicar la numeración de las calles circundantes) o roturas de referencia para acceder al mismo

6. Habilitación Municipal/comunal expedida por Autoridad Sanitaria correspondiente

7. Plano del Establecimiento (confeccionar según instructivo) firmada por el titular.

8. Memoria Descriptiva Edilicia del Establecimiento (confeccionar según instructivo) firmada por el titular.

9. Constancia de inscripción ante AFIP

⁸<http://www.rentastucuman.gov.ar/> (Oct 2013)

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

11. Fotocopia del Título Profesional del DIRECTOR TECNICO y su nota de aceptación de que la dirección técnica está a su cargo. Y nota del Establecimiento comunicando el nombramiento del Director Técnico. (Solo presentar cuando el código alimentarlo argentino lo exija).

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

13. Fotocopia de DNI (personas físicas)

D.I.M. (Municipalidad):

Requisitos:

El trámite es personal, debe presentarse (sólo personas con domicilio en Capital):

- a. Fotocopia inscripción en AFIP (F183 o F460),
- b. Sistema registral de la AFIP o captura de pantalla,
- c. Fotocopia inscripción en DGR (F300) o constancia de inscripción.
- d. Fotocopia del DNI del titular,
- e. solicitud fld-1 completado y timbrado.

Costo del trámite:

Tasas de Actuación Administrativa: (diez) \$10,00

Normas Legales:

Ordenanza N° 229/77(Código Tributario Municipal Art. 61 y concordantes)⁹

⁹ <http://www.sanmigueldetucuman.gov.ar/>(Oct 2013)

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Sumario: 1- Descripción del bien; 2- El mercado del proveedor;
3- Análisis de la competencia; 4- Análisis de FODA de Tortas y Tartas dulce Zuly

1- DESCRIPCION DEL BIEN

¿En qué consistirá?

El servicio será la venta de tortas y tartas a clientes que deseen estos tipos de productos de alta calidad, y que pueden solicitarlos en el local mediante la compra inmediata o bien con la facilidad que ofrece la tecnología mediante los siguientes canales de comunicación: Telefónicamente o a través de nuestra página <http://www.facebook.com/tortas.tartas.9400>, en este caso se debe solicitar con un día de anticipación y cuya entrega se realiza en el lugar indicado por el cliente.

¿Para qué sirve?

El servicio ofrece la posibilidad de satisfacer distintos fines ya sea para consumo propio, o para agasajar a otros en eventos especiales.

¿Cuáles son sus características?

✓ Calidad: El uso de productos de alta calidad garantiza el buen sabor de sus productos.

✓ Frescura: Al no contar con producciones masivas se garantiza la frescura de los productos.

✓ Diversidad: Además de contar con una gran variedad a disposición del cliente se otorga la opción de combinar distintos sabores resultando un producto a demanda, ya que no se trabajará en forma mecanizada sino con elaboración totalmente artesanal. Esto permitirá cambiar por completo el consumo usual de tortas y tartas.

✓ Seguridad en la entrega de los productos solicitados mediante canales tecnológicos.

¿Cuáles son sus sustitutos?

Entre sus posibles sustitutos:

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

¿En qué se diferencia de sus sustitutos?

- Por la facilidad de pedido vía internet y teléfono.
- Por ser electivo al gusto del cliente.
- Por la libre disposición de pedir la cantidad deseada.
- Por ser preparado de manera artesanal.
- Por la habilidad para la decoración de pedidos temáticos, por ejemplo: torta para niños: hombre araña, El sapo Pepe, etc.
- Por la calidad e higiene.

2- EL MERCADO DEL PROVEEDOR

❖ Materias Primas:

Las materias primas que se han de emplear son todos aquellos materiales extraídos de la naturaleza y que se transforman para elaborar bienes de consumo. Entre las materias que han de emplearse, acorde al requerimiento del cliente se agrupan en:

- Harina
- Huevos
- Manteca
- Leche
- Azúcar
- Dulce de leche
- Crema de leche
- Chocolate
- Frutas varias
- Frutas secas
- Maicena
- Vainillin
- Etc., etc.

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, gas, agua y telecomunicaciones:

EDET- Empresa que distribuye la energía eléctrica.

GASNOR - Distribuidora de gas.

SAT – Distribuidora del servicio de agua potable.

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

❖ Infraestructura:

Local que contará con dos espacios, un sector destinado a la producción y el otro al centro de atención y ventas.

Horno.

Heladeras exhibidoras.

Mostrador.

Caja registradora.

❖ Sistema de despacho a domicilio (Delivery)

Trabajamos con servicio propio de entrega del producto.

❖ 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.

3- ANALISIS DE LA COMPETENCIA

En este rubro ya existen locales y/o empresas muy reconocidos por el consumidor lo cual hace que para Tortas y Tartas Dulce Zuly no le sea tan sencillo el ingreso en el mercado, para esto se buscará el reconocimiento a través de los distintos canales de publicidad logrando ser conocidos y recomendados a nuevos clientes,

Una de las competencias más grande que tendrá es la muy reconocida “**LA PLAZA**”, donde cuenta con varias sucursales dentro de la ciudad y con un gran crecimiento durante los últimos años. Este es el

competidor al cual el negocio tiene como referencia ya que comenzó la venta de sus productos en el domicilio de la dueña.

Otras de las competencias que podemos mencionar sería:

- **Mariana Remonda o Ana Menéndez** que no solo cuentan con la venta de tortas y tartas sino también con el servicio de bar, logrando con esto vender sus productos en porciones donde es mayor el margen de utilidad.

- **Supermercados**: Aquí el consumidor es atraído con facilidad ya que al realizar sus compras diarias puede tentarse al consumo de estos productos, que al ser más industrializado la producción tiene un precio menor al de las competencias mencionadas arriba.

4- ANALISIS FODA DE TORTAS Y TARTAS DULCE ZULY

Puntos fuertes y débiles (Factores Internos)

Fortalezas:

- ✓ Muy buena calidad de los ingredientes.
- ✓ Especialización en el producto.
- ✓ Pronta entrega.
- ✓ Gran variedad al consumidor.
- ✓ Pedidos personalizados al gusto del cliente.
- ✓ Productos de elaboración artesanal.
- ✓ Stocks mínimos en local de venta y por los demás canales producción a demanda.

Debilidades:

- ✓ Producción no mecanizada.

✓ Al no tener producciones en masa los costos de elaboración suelen ser un poco elevados repercutiendo en el precio del producto.

✓ Centralización de la producción en una sola persona.

✓ Al utilizar stocks mínimos para mantener la frescura de los productos corre el riesgo de no contar con disposición para una venta que supere el promedio.

✓ La capacidad de producción es limitada al ser un negocio pequeño donde no cuenta con mucho recurso humano,

✓ Desactualización de la página de Facebook.

Amenazas y Oportunidades (Factores Externos):

Amenazas:

✓ Existencia de panaderías y pastelerías industriales, permitiéndoles contar con costos más bajos y precios más competitivos.

✓ Productos sustitutos (tortas heladas, masas finas, etc.)

✓ Inflación.

✓ Situación económica recesiva.

✓ Demanda estacional, el consumo es menor en época estival.

Oportunidades:

✓ Apertura de nuevas sucursales.

✓ Introducción de nuevos productos (productos salados).

✓ Nivel económico estable.

✓ Estrategias de marketing para mantener y captar nuevos clientes (ejemplo: canastas de fin de año, rifas para sorteos, etc.)

- ✓ Brindar servicios adicionales (por ejemplo en bar, salón de fiesta).

- ✓ La demanda se incrementaría en eventos comunes a fin de año, por ejemplo: comuniones, casamientos, festejos empresariales.

CAPÍTULO IV

PLAN DE MARKETING

Sumario: 1- Servicio; 2- Posicionamiento; 3-Precio; 4- Plaza; 5- Canales de ventas; 6- Promoción; 7- Merchandising; 8- Publicidad

1. SERVICIO

El servicio es elaborado con productos de buena calidad que son seleccionados rigurosamente por la persona encargada de la preparación y selección.

2. POSICIONAMIENTO

Ya que en el mercado hay mucha competencia es fundamental distinguirse del resto. ¿Cómo quiero que la gente la considere?

- ✓ Calidad.
- ✓ Precio.
- ✓ Servicio (atención personalizada).
- ✓ Respeto al consumidor, trato amable, calidad de servicio.
- ✓ Interpretación precisa de las necesidades del cliente.
- ✓ Seguridad garantizada en la entrega de los pedidos.
- ✓ Los precios están en lo normal del mercado.
- ✓ Al gusto y delicia de los clientes.

3. PRECIO

El precio es un tanto relativo al promedio del mercado.

Se determina teniendo en cuenta:

- Precios de costo
 - Margen de ganancias
 - Gastos diversos
 - Precio promedio de mercado
 - De acuerdo al producto seleccionado

4. **PLAZA**

El negocio contará con un solo establecimiento ubicado en Av. Belgrano al 2.700 donde se hizo un pequeño análisis de la zona verificando que no hay competencia cercana, es una zona muy transitable y hay diversidad de negocios haciéndolo un buen punto de venta.

Este inmueble cuenta con el espacio suficiente para la colocación de los bienes de uso necesarios para poner en funcionamiento el negocio. Se destinará una pequeña parte del aporte del titular (aproximadamente 19%) para la refacción y puesta a punto para lograr las habilitaciones correspondientes.

El local estará formado por la parte de horneado de los bizcochuelos y masas de tartas, el armado y la exhibición de los mismos. También se recepcionarán las llamadas, los pedidos delivery, y la atención a los clientes el cual estará ambientado con un sistema adecuado.

5. **CANALES DE VENTAS**

El negocio constará de tres canales de ventas:

- Venta personalizada en el salón, donde el cliente se dirige al local para realizar su compra a gusto de acuerdo al stock del negocio.

- Venta por Internet a través de la página de Facebook donde el cliente realiza las consultas y puede solicitar el tipo de producto que hay en stock en el momento del pedido o hacer el encargo con 24 hs de anticipación en caso de querer un tipo de producto especial.

- Venta a los servicios de catering, salones de fiestas, organizaciones de eventos, en este caso se deja en cada uno de estos un catálogos de fotos con los detalles de los productos para ser vistos por sus clientes o por los mismos propietarios de estos servicios, estando en continuo contacto ya que hoy en día es muy común el consumo de esta modalidad de eventos debido a la practicidad de los mismos para el consumidor.

6. **PROMOCION**

Promoción de Venta:

- ✓ Se realizaran promociones de venta que estimulen la compra o el consumo de los productos para incrementar la demanda. Por ejemplo: Comprando determinada cantidad se harán descuentos varios.

- ✓ Bonos o cupones para el sorteo de los productos en fechas especiales, como ser: Día de la madre.

- ✓ Por inauguración las 20 primeras personas que llamen por delivery se llevaran cualquiera de nuestras tartas a mitad de precio.

- ✓ Armado de promociones para presentar en salones de fiestas, empresas de catering, bares.

7. **MERCHANDISING**

✓ Se implementará una decoración alegre y cálida al salón de venta, con mucha luz para una mejor exhibición de los productos.

✓ Todas las variedades de tortas y tartas estarán en el perfil de facebook para que los clientes puedan elegir de acuerdo a sus preferencias.

Los beneficios para el consumidor final:

✓ Permitiendo que los consumidores vean los productos que estén situados en los exhibidores de forma mucho más adecuada.

✓ Permite que el consumidor encuentre con facilidad los diferentes productos que existen en los catálogos de internet.

✓ Encuentre mayor información sobre los productos y características vía internet

8. PUBLICIDAD

Lo que se destinará al pago de publicidad es solo lo necesario al principio, mediante:

✓ Folletos, volantes

✓ Publicidad en los diarios y revistas locales

✓ Publicidad en una emisora radial que sea dos veces al día dentro de un período de 30 segundos.

CAPITULO V

ANÁLISIS DEL PROYECTO

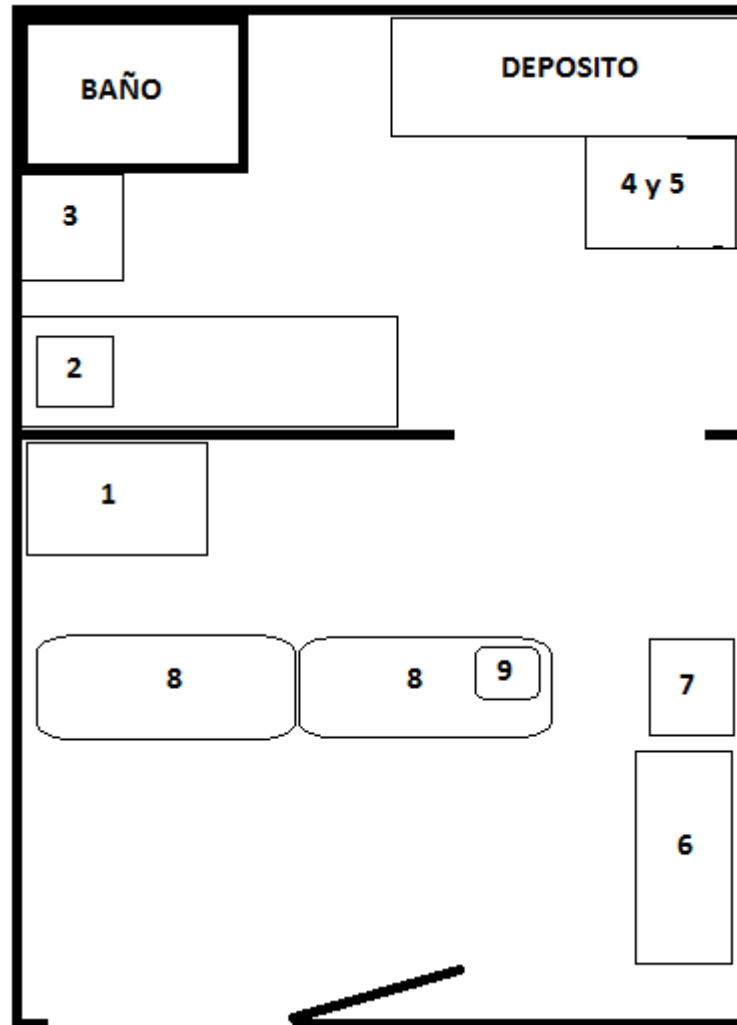
Sumario: 1- Aporte del propietario; 2- Plano del local comercial; 3- Costo de producción; 4-Gastos administrativos y comerciales; 5- Bienes de uso; 6- Proyección económica; 7- Proyección financiera

1- APORTE DEL PROPIETARIO

Para comenzar con el negocio de ventas de tortas y tartas se necesitará un aporte por parte del titular de (cuarenta mil) \$ 40.000 que serán utilizados aproximadamente un 78% para la compra de bienes de uso, un aproximado de 19% para reparación y decorado del salón de venta y el resto para la compra de materia prima necesaria para las primeras producciones.

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.

2- PLANO DEL LOCAL COMERCIAL



Referencias:

- 1- Horno Vitrina
- 2- Batidora
- 3- Anafe
- 4- Ollas
- 5- Moldes de tortas y tartas

- 6- Heladera exhibidora de 2 puertas
- 7- Heladera exhibidora 450 lts
- 8- Mostrador vidrio curvado
- 9- Caja registradora

2- **COSTO DE PRODUCCION**

Para analizar cómo estará formado el costo de producción se hizo un cálculo basado en la producción real de tortas y tartas.

En el caso de las tortas se tomó como referencia una producción estándar de una torta de 2 kg., resultando un costo por kilo de 44% aprox. sobre el precio de venta.

Para el de las tartas se tuvo en cuenta el costo unitario de la masa que es igual para todo tipo de tartas, variando el costo unitario total de cada una de acuerdo al tipo seleccionado por el cliente, por ejemplo: la tarta Lemon pie tiene un costo distinto a la Cabsha por llevar ingredientes diferentes.

En el siguiente cuadro podemos evaluar los valores de los distintos ingredientes según el tipo de tarta, obteniendo un costo unitario promedio para ser utilizado como referencia, y poder compararlo con el precio de venta, que es el mismo para todos los casos. En base a esto obtenemos el porcentaje que representa el costo de producción sobre precio de venta (40% aprox.)

PLANILLA DE COSTO POR TORTA

			Bizcochuelo		Relleno		Merengue	
	Und. De medida	Precio de MP	Cantidad	Costo	Cantidad	Costo	Cantidad	Costo
Harina	Kg	6,25	0,10	0,63		0,00		0,00
Azucar	Kg	3,50	0,10	0,35	0,05	0,18	0,10	0,04
Maizena	Kg	6,00	0,03	0,15		0,00		0,00
Huevo	Und.	0,73	2,67	1,96		0,00	2,00	3,91
Aceite	Litro	5,60		0,00		0,00		0,00
Leche	Kg	28,00		0,00		0,00		0,00
Dulce de Leche	Kg	11,00		0,00	0,13	1,47		0,00
Coco	Kg	29,00		0,00		0,00		0,00
Crema de leche	Pote 350 cm3	15,00		0,00	0,33	5,00		0,00
Durazno	Lata 1/2 kg	10,00		0,00		0,00		0,00
Ananá	Lata 1/2 kg	12,00		0,00		0,00		0,00
Cerezas y otros				0,00		0,00		6,00
Chocolate cobertura	Sobre 0,19 Kg	11,65		0,00		0,00		0,00
Nueces	Kg	70,00		0,00		0,00		0,00
Crocante de maní	kg	28,00		0,00		0,00		0,00
Limon	Und.			0,00		0,00		0,00
Vainillin	Litro	8,18	0,20	1,64		0,00		0,00
Blonda	Und.	0,33		0,00		0,00		0,00
Bandeja	Und.	5,00		0,00		0,00	1,00	5,00
				4,72		6,64		14,95

Costo Torta por kg	26,30
Precio de Venta	60,00
% de costo s/venta	43,84%
Kg mínimo de torta	2
Precio de venta como referencia	120,00

PLANILLA DE COSTO POR TIPO DE TARTA

		Masa		Crema Pastelera y ananá		Crema Pastelera y durazno		Crema Pastelera y frutas		Lemon Pie		Crema Chantilly y ananá		Crema Chantilly y durazno		Crema Chantilly y frutas		Pasta de coco		Cajsha	
	Und. De medida	Precio de MP	Cantidad	Costo	Cantidad	Costo	Cantidad	Costo	Cantidad	Costo	Cantidad	Costo	Cantidad	Costo	Cantidad	Costo	Cantidad	Costo	Cantidad	Costo	
Harina	Kg	6,25	0,15	0,94		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00	
	Kg	3,50	0,10	0,35	0,10	0,35	0,10	0,35	0,10	0,35	0,10	0,35		0,00		0,00		0,00	0,30	1,05	
Maizena	Kg	6,00	0,08	0,48	0,05	0,30	0,05	0,30	0,05	0,30	0,50	3,00		0,00		0,00		0,00		0,00	
Huevo	Und.	0,73	1,00	0,73	3,00	2,20	3,00	2,20	3,00	2,20	0,30	0,22		0,00		0,00		0,00	3,00	2,20	
Aceite	Litro	5,60	0,05	0,28		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00	
Leche	Kg	28,00		0,00	0,35	9,80	0,35	9,80	0,35	9,80	0,35	9,80		0,00		0,00		0,00		0,00	
	Kg	11,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00	0,30	3,30	
Dulce de Leche	Kg			0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00	0,30	3,30	
Coco	Kg	29,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00	0,40	11,60	
Crema de leche	Pote 350 cm3	15,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00	1,00	15,00	1,00	15,00	1,00	15,00		0,00	
Durazno	Lata 1/2 kg	10,00		0,00		0,00	0,50	5,00	0,25	2,50		0,00		0,00	0,50	5,00	0,25	2,50		0,00	
Ananá	Lata 1/2 kg	12,00		0,00	0,50	6,00		0,00	0,25	3,00		0,00	0,50	6,00		0,00	0,25	3,00		0,00	
Cerezas				0,00		1,00		1,00		1,00		0,00		1,00		1,00		1,00		1,00	
Chocolate cobertura	Sobre 0,19 Kg	11,65		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		1,00	
Nueces	Kg	70,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00	3,00	3,00	
Crocante de mani	kg	28,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00	
Limon	Und.			0,00		0,00		0,00		0,00	2,00		0,00		0,00		0,00		0,00	0,00	
Vainillin	Litro	8,18		0,00	0,20	1,64	0,20	1,64	0,20	1,64	0,40	3,27		0,00		0,00		0,00		0,00	
Caja	Und.	0,84		0,00	1,00	0,84	1,00	0,84	1,00	0,84	1,00	0,84	1,00	0,84	1,00	0,84	1,00	0,84	1,00	0,84	
Blonda	Und.	0,33		0,00	1,00	0,33	1,00	0,33	1,00	0,33	1,00	0,33	1,00	0,33	1,00	0,33	1,00	0,33	1,00	0,33	
Bandeja	Und.	1,18		0,00	1,00	1,18	1,00	1,18	1,00	1,18	1,00	1,18	1,00	1,18	1,00	1,18	1,00	1,18	1,00	1,18	
				2,78		23,63		22,63		23,13		20,99		24,35		23,35		23,85		24,50	
																				21,30	

Crema Pastelera y ananá	26,41
Crema Pastelera y durazno	25,41
Crema Pastelera y frutas	25,91
Lemon Pie	23,77
Crema Chantilly y ananá	27,13
Crema Chantilly y durazno	26,13
Crema Chantilly y frutas	26,63
Pasta de coco	27,28
Cabsha	24,08

232,73 Total de costo
9 Cantidad de tartas
25,86 \$ Promedio Costo Produccion
39,78% % promedio CP sobre precio de venta
65,00 Precio de venta

4- **GASTOS ADMINISTRATIVOS Y COMERCIALES**

Para la atención del local se contratará un empleado jornada completa, regido por las normas de Convenio colectivo de trabajo de empleados de comercio.

El empleado tendrá como función el horneado de los bizcochuelos y masas de tartas, limpieza del salón y la venta en el mismo que consiste en la atención y asesoramiento al cliente y la preparación del producto para ser retirado.

Será necesario el alquiler de un local que deberá contar con espacio para la producción y para el salón de venta y exposición de los productos, se estima un gasto en alquiler de (tres mil) \$3.000, de acuerdo a los valores que se manejan en el mercado y a las dimensiones necesarias.

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

Analizando las normas impositivas el titular del negocio deberá inscribirse como Monotributista, iniciándose en la categoría I debido al volumen de ventas estimadas, y analizando la recategorización de acuerdo al crecimiento del negocio.

PLANILLA DE GASTOS

GTOS COMERCIAL Y ADMINISTRATIVO	
Gastos Comerciales	
VARIABLES Sobre ventas	
Imp. Ingresos Brutos	3,50%
Impuesto Municipal	1,21%
TOTAL GTOS. COMERCIALES	4,71%
Gastos Administrativos Fijos	Por mes \$
Sueldo 1 empleado	\$ 6.546,00
Cargas sociales	\$ 3.285,86
Alquiler	\$ 3.000,00
Celular e internet	\$ 250,00
Papelería	\$ 300,00
Limpieza	\$ 150,00
Luz	\$ 450,00
Gas	\$ 150,00
Monotributo	\$ 1.543,00
Gastos Varios	\$ 1.000,00
Retribución por propietario	\$ 11.500,00
Total Gastos por Mes	\$ 28.174,86
Meses de año	12 -----
TOTAL GTOS. ADMINISTRATIVOS	\$ 338.098,28

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 <u>1,50%</u>	17,00%	
% de reducción para Gran S.M. de Tucumán	<u>0,00%</u>	
Subtotal Cargas Sociales	17,00%	
Obra Social	6,00%	
Salud Pública	2,50%	
A.R.T.	5,75%	
Seg. vida obligatorio	2,46%	
TOTAL CARGAS SOCIALES CIERTAS (CSC)	33,71%	33,71%
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	2,81%	
CSC sobre Vacaciones Proporcionales	1,35%	
TOTAL CARGAS SOCIALES DERIVADAS (CSD)	4,16%	4,16%
TOTAL INDICE DE CARGAS SOCIALES	50,20%	50,20%

6- PROYECCION ECONOMICA

Proyección económica	Mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Días al mes	26	26	26	26	26	26
Precio de tartas	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00
Tartas x día	28	28	30	33	37	40
Total tartas al mes	728	728	780	858	962	1.040
Total Año		8736	9360	10.296	11.544	12.480
Ventas de tartas	47.320,00	567.840,00	608.400,00	669.240,00	750.360,00	811.200,00
Costo de producción de tartas	18.825,62	225.907,44	242.043,69	266.248,06	298.520,55	322.724,92
Utilidad Bruta de Tartas	28.494,38	341.932,56	366.356,31	402.991,94	451.839,45	488.475,08
Días al mes	26	26	26	26	26	26
Precio de tortas	120	120	120	120	120	120
Tortas x día	2	2	2	2	3	3
Total tortas al mes	52	52	52	57	78	78
Total Año		624	624	686	936	936
Ventas de tortas	6.240,00	74.880,00	74.880,00	82.368,00	112.320,00	112.320,00
Costo de producción de tortas	2.735,69	32.828,26	32.828,26	36.111,09	49.242,39	49.242,39
Utilidad Bruta de Tortas	3.504,31	42.051,74	42.051,74	46.256,91	63.077,61	63.077,61
Total de Ventas	53.560,00	642.720,00	683.280,00	751.608,00	862.680,00	923.520,00
Total de Costos	21.561,31	258.735,71	274.871,95	302.359,15	347.762,94	371.967,31
Total de Utilidad Bruta	31.998,69	383.984,29	408.408,05	449.248,85	514.917,06	551.552,69
Gastos de adm y com	28.174,86	338.098,28	338.098,28	338.098,28	338.098,28	338.098,28
Sueldo 1 empleado	6.546,00	78552	78552	78552	78552	78552
Cargas sociales	3.285,86	39.430,28	39.430,28	39.430,28	39.430,28	39.430,28
Alquiler	3.000,00	36000	36000	36000	36000	36000
Celular e internet	250,00	3000	3000	3000	3000	3000
Papelería	300,00	3600	3600	3600	3600	3600
Limpieza	150,00	1800	1800	1800	1800	1800
Luz	450,00	5400	5400	5400	5400	5400
Gas	150,00	1800	1800	1800	1800	1800
Monotributo	1.543,00	18516	18516	18516	18516	18516
Gastos Varios	1.000,00	12000	12000	12000	12000	12000
Retribución propietario	11.500,00	138000	138000	138000	138000	138000
Utilidad neta antes de imp	3.823,83	45.886,01	70.309,77	111.150,57	176.818,77	213.454,40
II BB	1.874,60	22.495,20	23.914,80	26.306,28	30.193,80	32.323,20
DRM	648,08	7.776,91	8.267,69	9.094,46	10.438,43	11.174,59
Utilidad despues de imp	1.301,16	15.613,90	38.127,28	75.749,83	136.186,55	169.956,61
Utilidad Anual	1.301,16	15.613,90	38.127,28	75.749,83	136.186,55	169.956,61
Amortización	314,75	3.777,00	3.777,00	3.777,00	3.777,00	3.777,00
	986,41	11.836,90	34.350,28	71.972,83	132.409,55	166.179,61

6-

PROYECCION FINANCIERA

Flujo Projectado de Fondos							
		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo Anterior		0,00	0,00	11.836,90	40.987,18	102.760,01	224.969,56
Ingresos							
Ventas		0,00	642.720,00	683.280,00	751.608,00	862.680,00	923.520,00
TOTAL INGRESOS		0,00	642.720,00	683.280,00	751.608,00	862.680,00	923.520,00
Egresos							
Gastos Variables		0,00	-258.735,71	-274.871,95	-302.359,15	-347.762,94	-371.967,31
Gastos adm y comercial		0,00	-338.098,28	-338.098,28	-338.098,28	-338.098,28	-338.098,28
TOTAL EGRESOS		0,00	-596.833,99	-612.970,23	-640.457,43	-685.861,23	-710.065,60
Resultado Antes de Impuestos		0,00	45.886,01	70.309,77	111.150,57	176.818,77	213.454,40
Impuesto a los Ingresos Brutos		0,00	-22.495,20	-23.914,80	-26.306,28	-30.193,80	-32.323,20
Impuestos Municipales		0,00	-7.776,91	-8.267,69	-9.094,46	-10.438,43	-11.174,59
Resultado Despues de Impuestos		0,00	15.613,90	38.127,28	75.749,83	136.186,55	169.956,61
Amortizaciones		0,00	-3.777,00	-3.777,00	-3.777,00	-3.777,00	-3.777,00
Flujo Antes de Inversión		0,00	11.836,90	34.350,28	71.972,83	132.409,55	166.179,61
Inv. en Act.Fijo		-31.050,00	0,00	-200,00	-200,00	-200,00	-4.480,00
Inv. En reparación de local y MP		-8.950,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total Inversiones		-40.000,00	0,00	-200,00	-200,00	-200,00	-4.480,00
Flujo Economico Neto		-40.000,00	11.836,90	34.150,28	71.772,83	132.209,55	161.699,61
Aportes		40.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Devolucion aporte inicial				5.000,00	10.000,00	10.000,00	15.000,00
Flujo Financiero		40.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
FLUJO DE FONDOS FINAL		0,00	11.836,90	29.150,28	61.772,83	122.209,55	146.699,61
FLUJO DE FONDOS ACUMULADO		0,00	11.836,90	40.987,18	102.760,01	224.969,56	371.669,17
Flujo Economico Neto		-40.000,00	11.836,90	34.150,28	71.772,83	132.209,55	161.699,61
Factor de Descuento							
i = 10%		1,0000	0,9091	0,7513	0,6830	0,6209	0,5645
Valor Actual del Flujo Economico Neto		-40.000,00	10.760,82	25.657,61	49.021,81	82.091,73	91.275,22
VAN		\$ 218.807,18					
TIR sobre Inversión Total :		68,35%	anual				

CAPITULO VI

CONCLUSION

Sumario: 1- Del proyecto; 2- Del Estudio

A partir del estudio realizado se concluye lo siguiente:

1- DEL PROTECTO

✓ Creemos que con el tiempo las ventas crecerán y con ello las ganancias, ya que contamos con productos artesanales de alta calidad, pedidos personalizados, variedad en los mismos y buenos precios.

✓ La rentabilidad del proyecto medido por los indicadores financieros VAN es de \$ 218.807,18 y el TIR de un %68,35 indicando un resultado positivo

✓ Los productos son elaborados con MP de primera calidad además se brindará un servicio personalizado 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.

El fisco debería aplicar políticas para el desarrollo e implementación de estos tipos de negocio, ya que los márgenes de utilidad

son bajos y no permite que familias puedan sustentarse, forzando a sus integrantes a trabajar en relación de dependencia para tener una seguridad económica.

Esto también perjudica a la economía ya que desacelera el crecimiento económico y financiero de un país, al no permitir la inversión de las pequeñas empresas que impulsan el consumo.

2- DEL ESTUDIO

✓ A través de la experiencia queda comprobado que la utilización de las redes sociales como un canal de comercialización permite llegar con más facilidad y rapidez a los clientes, logrando que el mismo conozca y se informe sobre los productos, lo que impulsó en sus comienzos a plantearlo como un micro emprendimiento.

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

✓ Es conveniente invertir en el proyecto por que los riesgos son mínimos

✓ El lugar del local es favorable y nos ofrece factibilidad para los proveedores y accesibilidad de los clientes.

✓ El emprendimiento se realiza, mediante el aporte del titular permitiendo no generar deudas financieras a futuro y a partir del segundo año de funcionamiento se comenzará a realizar la devolución del aporte inicial.

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

INDICE BIBLIOGRAFICO

ÍNDICE ANALITICO

	Pags.
Prólogo	2
Capítulo I:	
1. Significados de torta y tarta y geosinónimos	4
2. Origen de la Torta	5
3. Origen de la Tarta"	7
Capítulo II: "Aspectos legales e impositivos"	
1. Monotributista	10
2. Categorías del Monotributo	12
3. Inscripciones en los organismos públicos	
1- AFIP	13
2- D.G.R. Tucunán	16
3- Bromatología (habilitación municipal)	18
4-.D.I.M.	19
Capítulo III: "Estudio de Mercado"	
1. Descripción del bien o servicio	20
2. El mercado proveedor	21

3. Análisis de la competencia	23
4. Análisis FODA	24

Capítulo IV: "Plan de Marketing"

1. Servicio	27
2. Posicionamiento	27
3. Precio	28
4. Plaza	28
5. Canal de Ventas	29
6. Promoción	29
7. Merchandising	30
8. Publicidad	30

Capítulo V: "Análisis del Proyecto"

1. Aporte del propietario	31
2. Plano del local	32
3. Costo de Producción	33
4. Gastos administrativos y comerciales	36
5. Bienes de Uso	39
6. Proyección económica	40
7. Proyección financiera	40

Capítulo VI

Conclusión

1. Del proyecto	42
-----------------	----

2. Del estudio

43