

Lo Dico, Eliana Merilen

# Proyecto de trabajo final: autoservicio “El Encanto”

2017

*Instituto de Ciencias Sociales y Administración*  
*Licenciatura en Administración*



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Internacional.  
Atribución - No Comercial - Compartir Igual 4.0  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Documento descargado de RID - UNAJ Repositorio Institucional Digital de la Universidad Nacional Arturo Jauretche

*Cita recomendada:*

Lo Dico, E. M. (2017). *Proyecto de trabajo final: autoservicio “El Encanto”* [Tesis de grado]. Universidad Nacional Arturo Jauretche.

Disponible en RID - UNAJ Repositorio Institucional Digital UNAJ <https://biblioteca.unaj.edu.ar/rid-unaj-repositorio-institucional-digital-unaj>



Universidad Nacional  
**ARTURO JAURETCHE**

**LICENCIATURA EN ADMINISTRACION**  
**PROYECTO DE TRABAJO FINAL**

**ALUMNO: ELIANA MARILEN LO DICO**

**D.N.I.: 34.501.076**

**TUTOR: ANIBAL LOGUZZO**

**PROFESOR DEL TALLER: GUILLERMO FERRON**



## INDICE

### RESUMEN

### CAPITULO 1: ANALISIS DE MERCADO

- 1.1 Análisis del sector
- 1.2 Análisis del entorno
- 1.3 Análisis del mercado
  - 1.3.1 Técnicas de Investigación
  - 1.3.2 Universo
    - 1.3.2.1 Segmentación de mercado
    - 1.3.2.2 Técnicas de recolección de datos
    - 1.3.2.3 Tabulación y análisis de datos
- 1.4 Análisis de la competencia
- 1.5 Análisis de la ventaja competitiva
- 1.6 Análisis de los proveedores

### CAPITULO 2: ANALISIS ESTRATEGICO

- 2.1 Análisis del macro entorno
  - 2.1.1 Análisis de la Cadena de Valor del Sector
- 2.2 Análisis del micro entorno
  - 2.2.1 Análisis FODA
  - 2.2.2 Visión
  - 2.2.3 Misión
  - 2.2.4 Objetivos
  - 2.2.5 Principios

### CAPITULO 3: ESTRATEGIA EMPRESARIAL

- 3.1 Estrategia de competitividad
- 3.2 Estrategia de crecimiento
- 3.3 Estrategia de competencia



3.4 Estrategia operativa

3.5 Estrategia de comercialización y venta

3.5.1 Estrategia de producto

3.5.1.1 Productos

3.5.1.2 Atributos

3.5.1.3 Variedad

3.5.2 Estrategia de definición e precio

3.5.3 Estrategia de promoción

3.5.4 Estrategia de plaza

#### CAPITULO 4: ANALISIS ORGANIZACIONAL Y BASE LEGAL

4.1 Organización y recursos humanos

4.2 Base legal

4.2.1 Razón social, logotipo y slogan

4.2.2 Listado de maquinarias, equipos y herramientas que se necesitan para llevar a cabo el plan de negocio

#### CAPITULO 5: ANALISIS DEL PROCESO PRODUCTIVO

5.1 Diseño del producto y servicio

5.2 Localización del proyecto

5.2.1 Macro localización

5.2.2 Micro localización

5.2.2.1 Infraestructura del Establecimiento

5.3 Proceso Productivo

#### CAPITULO 6: ANALISIS ECONOMICO Y FINANCIERO

6.1 Financiamiento

6.1.1 Inversión Total

6.1.1.1 Inversión en Activos Fijos



6.1.1.2 Inversión en Activos Diferidos

6.1.1.3 Inversión en Capital de Trabajo

6.1.2 Fuentes de Financiamiento

6.2 Costos e Ingresos del Proyecto

6.2.1 Costos

6.2.2 Costos de Operación

6.2.2.1 Costo de Mercaderías Vendidas

6.2.2.2 Insumos e Implementos de Trabajo

6.2.2.3 Mantenimiento y Reparaciones

6.2.2.4 Seguros

6.2.2.5 Depreciación

6.2.2.6 Amortización

6.2.2.7 Gastos Administrativos

6.2.2.8 Impuestos

6.2.3 Presupuesto de Costos

6.2.4 Presupuesto de Ingresos

6.3 Evaluación Financiera del Proyecto

6.3.1. Estado de Situación Inicial

6.3.2 Flujo de Caja

6.3.3 Punto de Equilibrio

6.3.4 Valor Actual Neto

6.3.5 Tasa Interna de Retorno

6.3.6. Periodo de Recupero de la inversión

CAPITULO 7: CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFIA

## RESUMEN

El presente trabajo denominado “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN Y PUESTA EN MARCHA DEL AUTOSERVICIO EL ENCANTO” se ha realizado con el objetivo de determinar la viabilidad del análisis de mercado, análisis estratégico, análisis organizacional y base legal, análisis del proceso productivo y análisis económico financiero para la creación de un autoservicio de alimentos de primera necesidad en el partido de Florencio Varela. Se ubicará próximo a los barrios privados “Los Ombúes” y los “Nuevos Ombúes”, costeando la ruta 53, km 9 y a una distancia de 10 km del centro de la ciudad. Para la ejecución de Plan de Negocio se ha realizado el análisis del mercado para identificar cual es el comportamiento de los consumidores que conforman el mercado objetivo para el proyecto, el mismo que demostró la existencia de una demanda insatisfecha, la cual nos ayuda como soporte para la demanda futura que tendrá la empresa. Se ha tomado en cuenta también análisis del sector, análisis del entorno, análisis de la competencia, análisis de la ventaja competitiva y análisis de los proveedores.

En el análisis estratégico, para poder conocer el contexto en el que se operará, se ha estudiado el macro entorno y micro entorno de la empresa.

Se utilizaron diferentes herramientas propuestas por Porter y Kotler. Entre ellas, se realizó el Análisis de la Cadena de Valor del Sector con el fin de examinar todas las actividades primarias y secundarias que la empresa va a desarrollar.

Además, para el estudio de las fuerzas competitivas, se llevó adelante el análisis FODA.

Luego, se procedió al establecimiento de la visión, misión, objetivos y principios de la organización.

Con respecto a la elaboración de la estrategia empresarial, que permita lograr el incremento paulatino de la participación del mercado, se procedió a la definición de cada una de las siguientes estrategias: de competitividad, de crecimiento, de competencia, operativa y de comercialización y venta. Además, de la elaboración de las estrategias de producto, precio, promoción y plaza.

En el análisis organizacional y base legal, se ha realizado el organigrama estructural, definiendo las funciones que se llevaran a cabo dentro de la organización. Así mismo, se determinó la razón social, la creación de un logotipo y slogan del Autoservicio “El Encanto”. Y se procedió a la especificación de los pasos necesarios para su constitución.

Para análisis del Proceso productivo se ha realizado el diseño del producto y servicio, localización del proyecto, que incluye la macro localización y micro localización del Autoservicio, los datos de la infraestructura y distribución de espacio en el arrea de trabajo.



Se llevó adelante la realización de un diagrama de flujo del proceso productivo.

Dentro del análisis Económico y Financiero se procedió la evaluación de la inversión y financiamiento. Con respecto a la inversión total, se determinó la inversión necesaria de activos fijos, diferidos y capital de trabajo para que la empresa empiece a funcionar.

Luego se determinaron los costos y gastos que generará la empresa. Esto fue evaluado mediante la elaboración de un presupuesto de costos e ingresos proyectado a unos 10 años.

También se llevó a cabo la elaboración de un estado de situación inicial y del flujo de caja.

Finalmente, se procedió a estimar cual será es el punto de equilibrio de la empresa y a determinar el Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno y el periodo de Recupero de la inversión realizada.

## 1 Análisis de mercado

Para poder llevar a cabo la realización del estudio del mercado, dentro de la actividad comercial de bienes, es necesario realizar un conjunto de investigaciones sobre determinados factores como: el cliente, la competencia, los precios y la comercialización.

Las actividades que se realizan abarcan desde la recolección, el registro, el procesamiento y análisis de la información, que servirán para descubrir las oportunidades y reducir los riesgos en la toma de decisiones.

### 1.1 Análisis del sector

El partido de Florencio Varela se sitúa a 38 km de la capital provincial La Plata. Posee una población de 423.992 habitantes, según datos del último censo realizado por el INDEC (CENSO 2010). Y está compuesto por 10 localidades: Gobernador Costa, Florencio Varela, Santa Rosa, Villa Vatteone, Zeballos, Villa Brown, San Luis, La Capilla, Bosques e Ingeniero Allan.

- **Aspecto territorial ambiental**

Florencio Varela es un partido del sur del Gran Buenos Aires, Argentina. Limita al Norte con los partidos de Quilmes y Almirante Brown, al Sur con el partido de La Plata, al Este con el partido de Berazategui y al Oeste con los partidos de Presidente Perón, Almirante Brown y San Vicente.

En cuanto a su hidrografía, el partido está surcado por los arroyos: Las Piedras (Gaete o San Francisco), Arroyo Giménez, Las Conchitas y San Juan (San Felipe).

Su clima es predominantemente Templado con una humedad relativa del 76,9%, el promedio de lluvias es de 1.054 mm anuales y la temperatura media de 16,7 C.

- **Aspecto social demográfico**

Según el último Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010 del INDEC, el Municipio de Florencio Varela tiene una población total de 426.005 habitantes, de los cuales 212.909 son varones y 213.096 son mujeres. La densidad poblacional indica que viven 2.242,10 hab/km<sup>2</sup>.

El promedio de edad de esta población es de 25 años y 97% de población urbana y tan sólo 3% de población rural.



En cuanto a su extensión: Su superficie es de 188,39 Km<sup>2</sup>. Es uno de los más grandes de la Provincia de Buenos Aires y forma parte de la tercera corona del área metropolitana de Bs. As.

- **Aspecto económico**

Según el último Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010 del INDEC, el Municipio de Florencio Varela tiene una población económicamente activa ( personas en capacidad de trabajar, sean estos varones o mujeres) compuesta de la siguiente manera: Posee una tasa de actividad del 67.7%, una tasa de empleo del 62.3% y una tasa de desocupación del 8.0 %. ( \* )

Con respecto al Producto Bruto Interno (PBI), el mismo se compone: El Producto Bruto Geográfico (PBIG) 4.154,30 (en millones), que representa el 1.2 % del PBI provincial y PBIG per cápita de 9.989,99.

\* La tasa de actividad (neta o refinada) expresa la intensidad de la participación de la población en el mercado de trabajo. Se calcula como cociente entre la población económicamente activa de 14 años y más y la población total de ese grupo de edad por cien.  
La tasa de empleo (neta o refinada) expresa la incidencia del empleo en la población de 14 años y más. Se calcula como cociente entre la población ocupada y la población total, por cien (para la población de 14 años y más).  
La tasa de desocupación abierta (neta o refinada) expresa la intensidad de la desocupación en la población económicamente activa. Se calcula como cociente entre la población desocupada de 14 años o más y la población económicamente activa de ese grupo de edad por cien.

## 1.2 Análisis del entorno

Un profundo análisis del entorno permitirá identificar las amenazas que dificultarían su ingreso al mercado o la necesidad de cambiar el rumbo de la empresa.

Para realizar el análisis del entorno, se estudian los siguientes factores: económicos, sociales, políticos legales, tecnológicos y ambientales.

- **Factores Económicos**

Dado que el "Autoservicio El Encanto" se tratará del primer comercio en ofrecer a los habitantes de la zona un lugar atractivo y exclusivo, estará dotado de amplia gama de productos de primera calidad.

Además de contar con una ubicación cómoda, de fácil acceso y ofreciendo una buena atención.

Se buscará satisfacer las necesidades mensuales de los hogares de los barrios cerrados de acuerdo con su estándar de vida. Y ofreceremos una amplia gama de productos que integran la canasta básica. La misma está compuesta por los siguientes alimentos: (según el INDEC).

- Lácteos
- Carnes (pollo, cerdo, ternera, etc.)
- Huevos
- Frijol, judías, alubias, lentejas.
- Cereales (maíz, arroz, pan, pastas, etc.)
- Azúcares
- Grasas (aceite vegetal o manteca, etc.)
- Verduras
- Frutas (manzana, naranja, fresas, uva, sandía, melón, etc.)
- Otros (café, sal de mesa)

**FUENTE: INDEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos)**

Además, es necesario mencionar que las canastas se valorizan para cada hogar en función de sus características particulares, por lo que, dado las características que presentan las familias integrantes de los barrios privados Los Ombúes y Los Nuevos Ombúes, nos permiten ampliar la variedad de productos que podemos ofrecer.

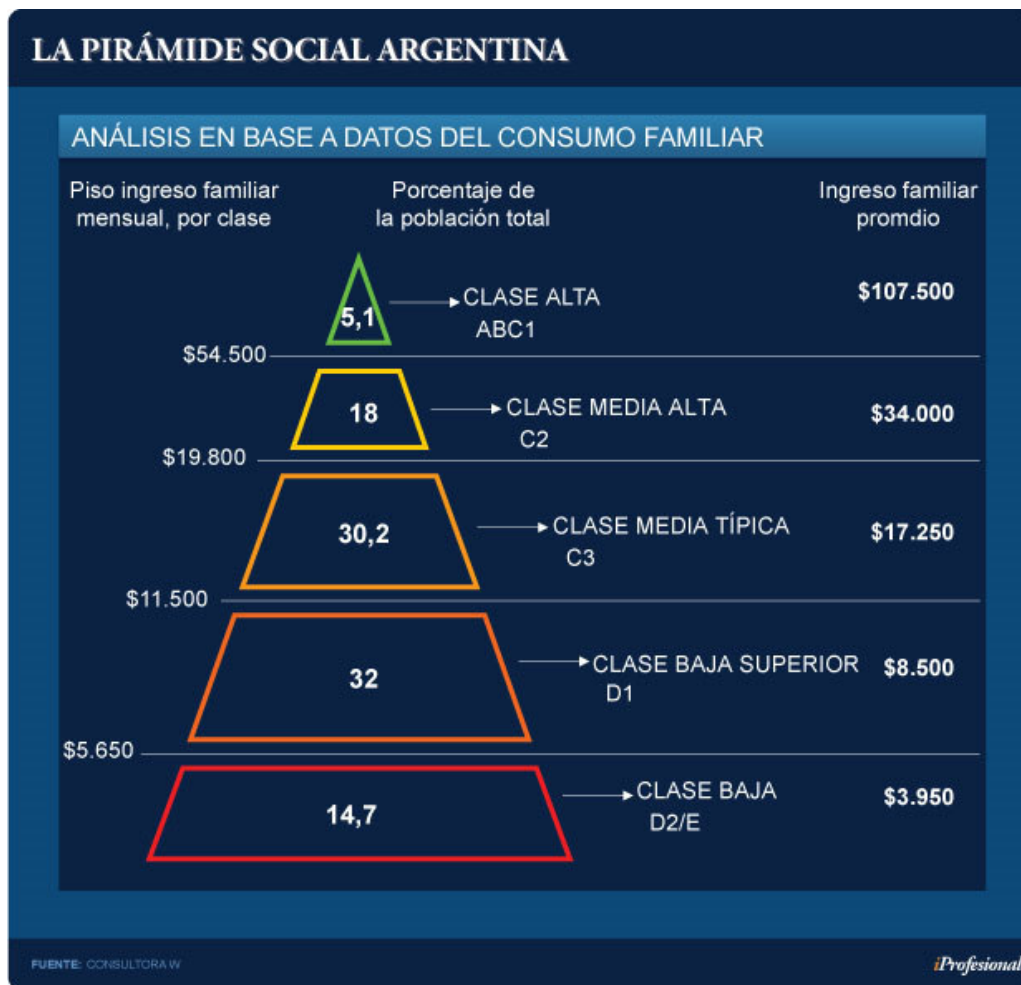
- **Factores socioeconómicos**

Utilizaremos los datos provistos por un estudio realizado en el corriente año por la Consultora W, que en base a los niveles salariales de las familias argentinas, la consultora divide a este segmento de la población en dos grandes grupos:

- Clase media alta (C2): compuesta por aquellos que perciben en forma mensual entre \$20.000 y \$55.000 (cifras redondeadas).
- Clase media típica (C3): integrada por quienes perciben entre \$11.500 y \$20.000.

El siguiente cuadro permite apreciar visualmente cómo se componen los niveles socioeconómicos en la Argentina:

IMAGEN 1: PIRAMIDE SOCIAL ARGENTINA



FUENTE: ESTUDIO REALIZADO POR W CONSULTORA

- **Factores político-legales**

En nuestro país, en los últimos años se vienen ejecutando una serie de estrategias institucionales para fomentar la creación de Pymes (Pequeñas y Medianas Empresas). El 98% de las empresas en la Argentina son PyMES y generan el 70% del empleo privado formal. Actualmente se aprobó La Ley PyME que busca estimular la competitividad de las PyMEs, simplificando trámites, incorporando un tratamiento impositivo diferencial, fomentando las inversiones y mejorando el acceso al financiamiento. Además, se busca generar nuevos puestos de trabajo e incrementar el consumo, las ventas y las inversiones.

- **Factores tecnológicos**

En este tipo de negocio, la tecnología es un aspecto importante debido a la utilización de máquinas como computadoras, cajas registradoras y etiquetadoras, entre otras. Y la aplicación de softwares que permitan identificar y codificar los distintos productos.

Las tecnologías utilizadas en los supermercados y autoservicios han ido mejorando sustancialmente con el paso del tiempo, lo que han permitido ofrecer un mejor servicio, más ágil, eficiente y exacto en los cobros, incluyendo muchas veces diversas facilidades.

Por último, se utilizarán las redes sociales para la realización de publicidad.

- **Factores ambientales**

Se buscará contribuir con el cuidado del medio ambiente. Para ello, se utilizarán bolsas biodegradables y reusables, además de realizar diariamente la separación y clasificación de la basura.

### **1.3 Mercado**

Según Stanton, Etzel, & Walker (2007) el Mercado "*son las personas u organizaciones con necesidades que satisfacer, dinero para gastar y voluntad de gastarlo*".

Para Philip Kotler, Gary Armstrong, Dionisio Cámara e Ignacio Cruz, autores del libro "Marketing", un *mercado* es el "*conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio*".

#### **1.3.1 Técnicas de Investigación**

Al realizar el estudio de mercado, se busca conocer la relación que tiene el comprador con los productos que consume, así como sus gustos, preferencias y frecuencia con la que adquiere los artículos para su consumo. Posteriormente, se procede a registrar, tabular y analizar la información obtenida dentro del mercado en el cual la empresa va a desarrollar su actividad.

#### **1.3.2 Universo**

En los últimos años, el índice poblacional del distrito de Florencio Varela ha tenido un incremento importante, según el último Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010 del INDEC, el Municipio de Florencio Varela tiene una población actual total de 426.005 habitantes, de los cuales 212.909 son varones y 213.096 son mujeres.



### 1.3.2.1 Segmentación de Mercado

El servicio va dirigido principalmente a la población que habita en los barrios privados Los Ombúes y Los Nuevos Ombúes, pertenecientes al Distrito de Florencio Varela, personas entre las edades de 19 a 64 años de edad, de sexo femenino y masculino y de Nivel Socioeconómico C3, C2 y C1 (Ver imagen 1: Pirámide Social Argentina), que se encargan de realizar las compras habitualmente.

Actualmente, estos barrios están integrados por 382 familias constituidas. Y no cuentan con ningún comercio de alimentos ubicado en la cercanía de éstos. Es por esta razón, que la creación de un autoservicio buscará brindar a los habitantes de la zona un lugar atractivo y exclusivo, dotado de amplia gama de productos de primera calidad.

Además, al contar con una ubicación privilegiada, cómoda y de fácil acceso, creemos que los vecinos que transiten por la ruta provincial 36, pueden realizar sus compras en el Autoservicio. Lo que generaría más ingresos.

### 1.3.2.2 Técnica de Recolección de Datos

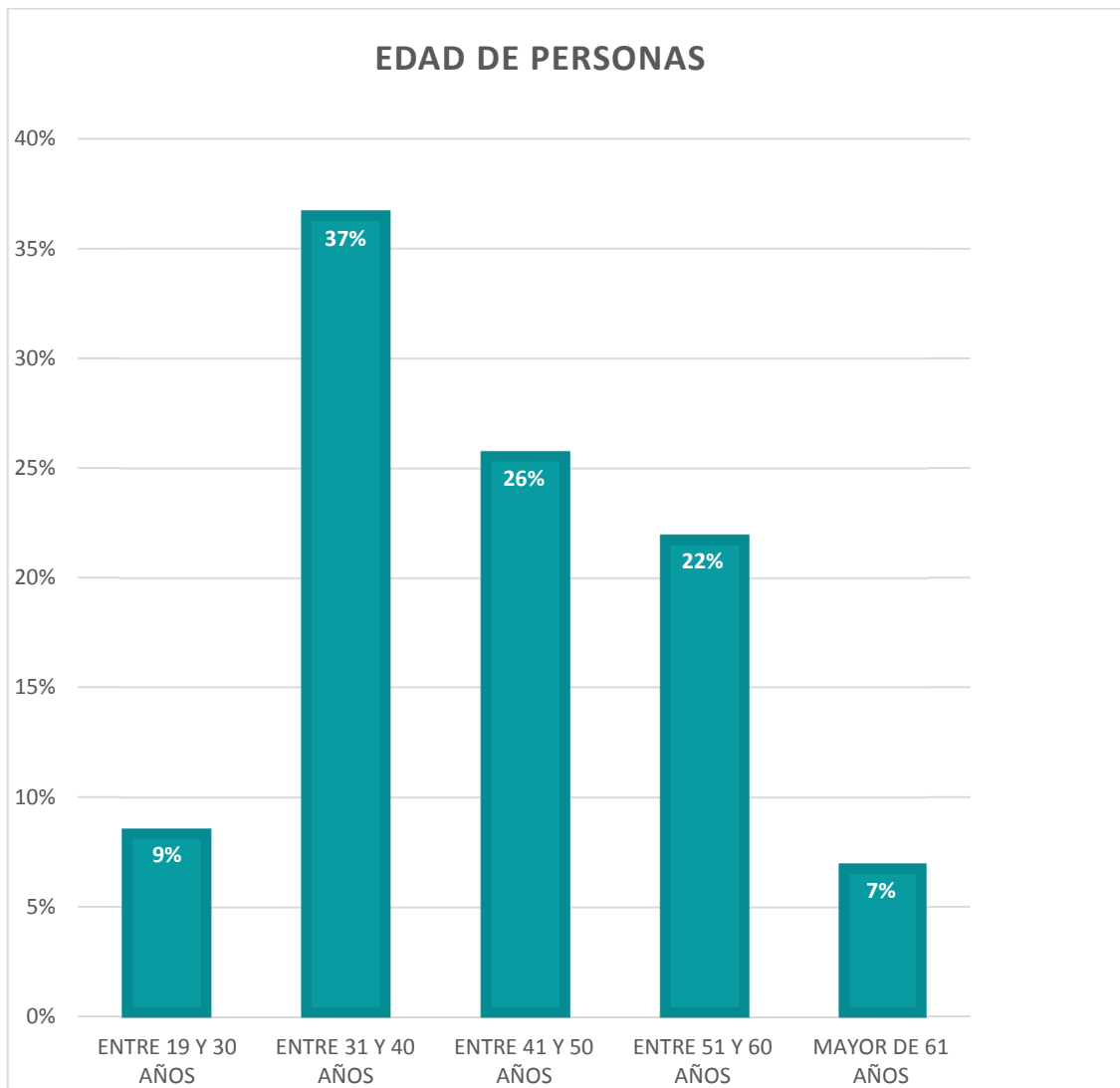
Para recolectar la información existente en el mercado, se aplica la metodología de investigación descriptiva, mediante la realización de encuestas a las personas residentes en los barrios privados “Los Ombúes” y “Los Nuevos Ombúes”, que serán nuestro mercado meta. Esto se hace con el fin de obtener información acerca de sus hábitos de consumo, gustos y preferencias que tienen al momento de adquirir productos.

### 1.3.2.3 Tabulación y Análisis de Datos

A continuación se procederá a registrar y procesar la información obtenida a través de las encuestas realizadas. Se analizarán e interpretarán los datos que servirán de ayuda para conocer algunos de los aspectos más importantes a la hora de llevar adelante la toma de decisiones dentro de la organización.

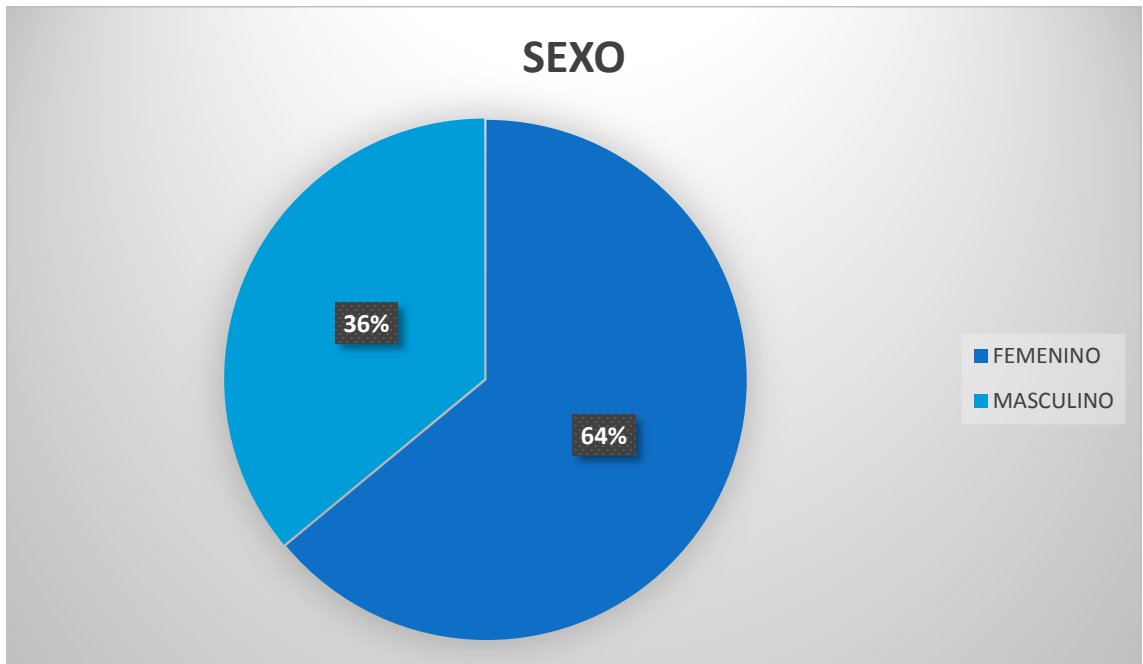
De las encuestas realizadas y procesadas, se exponen los siguientes datos:

**GRAFICO Nº1: EDAD DE PERSONAS QUE REALIZAN LAS COMPRAS**



**FUENTE: ELABORACION PROPIA  
DATOS DE ENCUESTA 2017**

**GRAFICO N°2: SEXO DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS**

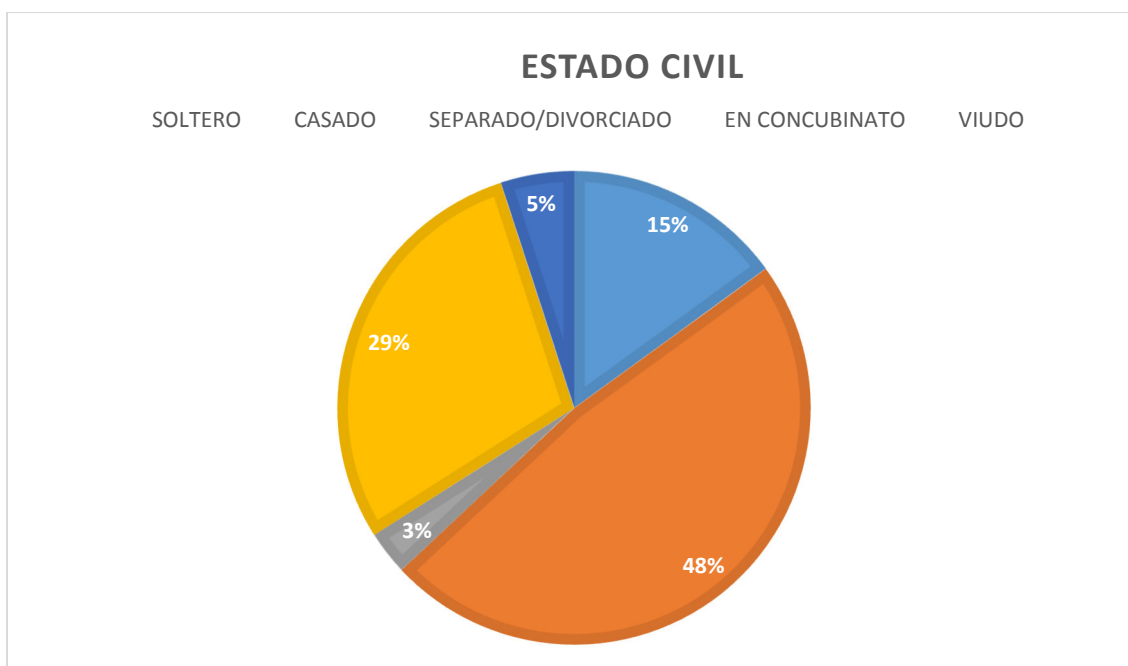


**FUENTE: ELABORACION PROPIA  
DATOS DE ENCUESTA 2017**

**PREGUNTA N° 01: ¿Estado Civil?**

**Respuestas:**

**GRAFICO N°3: ESTADO CIVIL**



**FUENTE: ELABORACION PROPIA  
DATOS DE ENCUESTA 2017**

**Interpretación:**

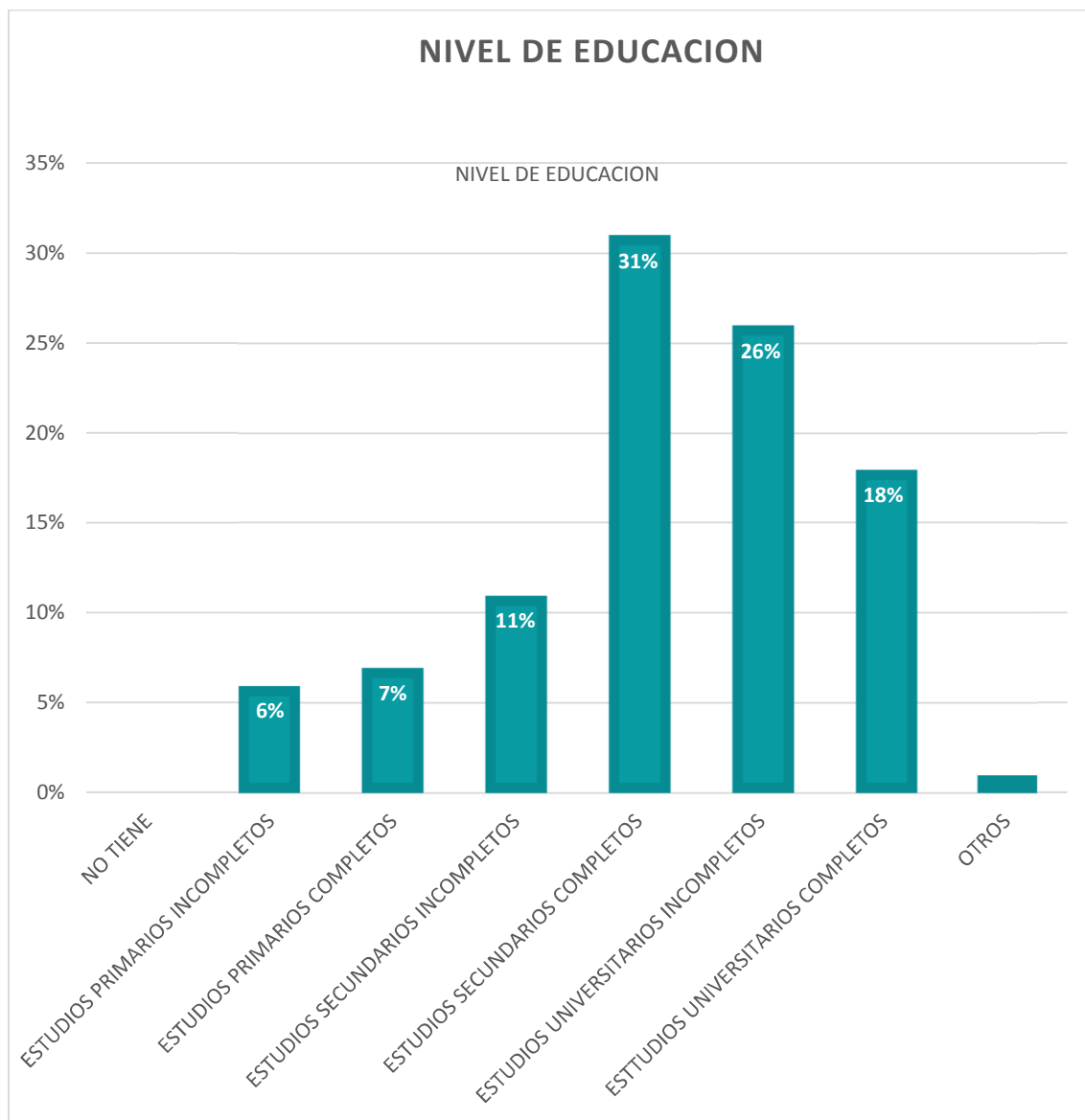
En el Grafico N°3 Se establece el estado civil de las personas encuestadas: el 48% de personas son casadas, el 29% se encuentran conviviendo, el 15% están solteros, el 5% viudo y un 3% se encuentran separados o divorciados.



**PREGUNTA N° 02 ¿Nivel de Educación?**

**Respuestas:**

**GRAFICO N°4: NIVEL DE EDUCACION**



**FUENTE: ELABORACION PROPIA**

**DATOS DE ENCUESTA 2017**

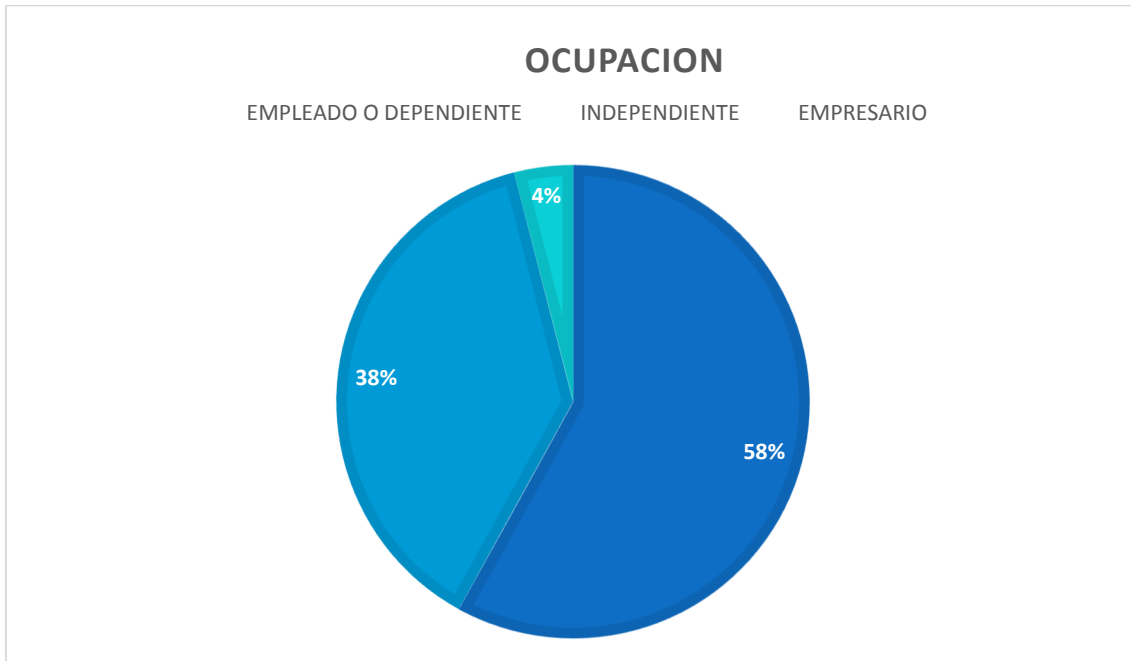
**Interpretación:**

En el grafico N°4 Nivel de Educación. Se establece el 31% tienen el secundario completo, el 26% tienen estudios universitarios incompletos, el 18% estudios universitarios completos, el 11% estudios secundarios incompletos, el 7% posee estudios primarios completos, el 6% estudios primarios incompletos y el 0% no posee estudios.

**PREGUNTA N° 3 ¿Ocupación?**

**Respuesta:**

**GRAFICO N°5: OCUPACION**



**FUENTE: ELABORACION PROPIA  
DATOS DE ENCUESTA 2017**

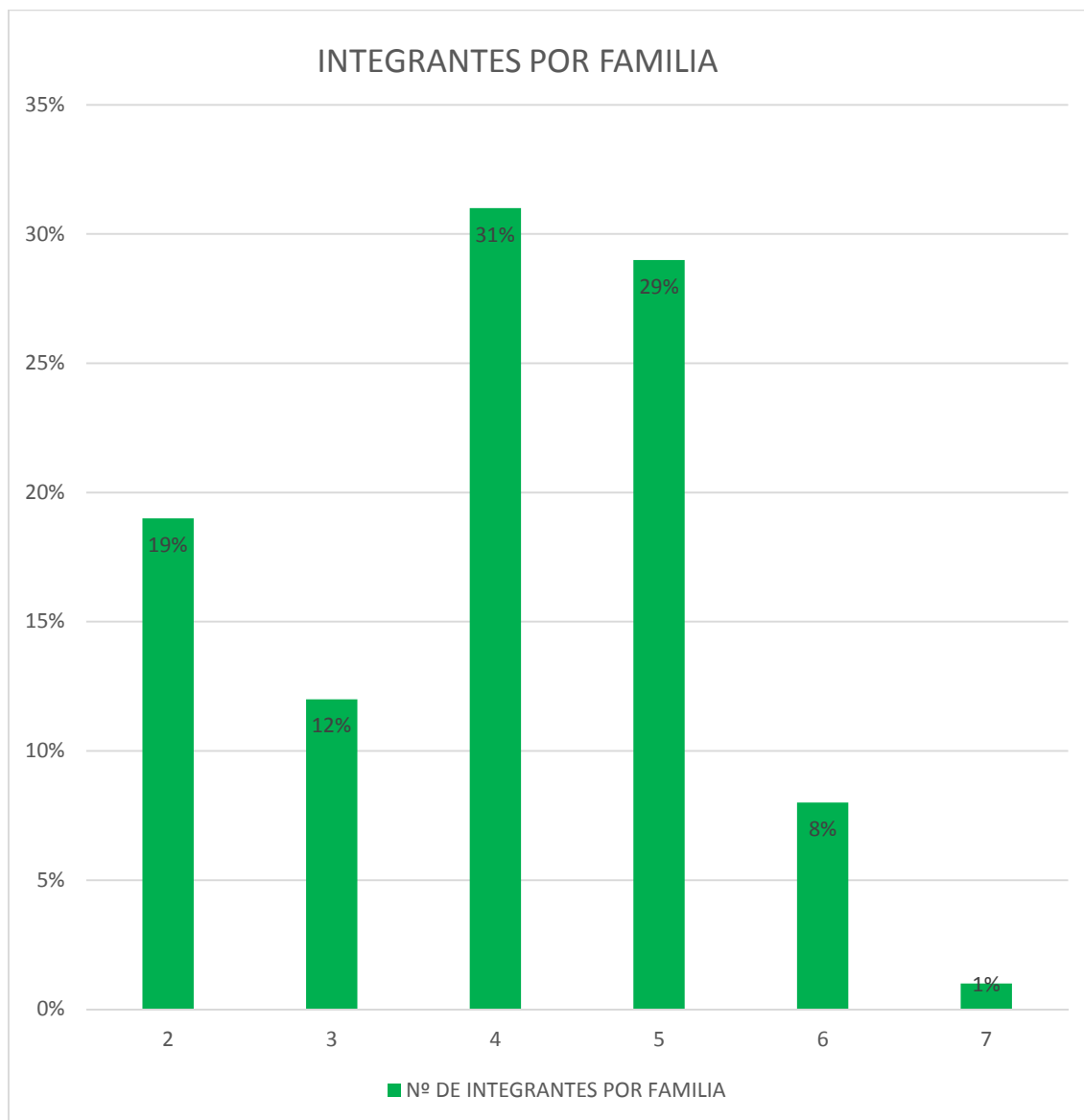
**Interpretación:**

En el grafico N° 5 Ocupación. Se establece que el 58% de los encuestados trabajan en relación de dependencia, el 38% trabajan de manera independiente y el 4% restante, son empresarios.

**PREGUNTA N° 4 ¿Cuántos integrantes conforman su familia?**

**Respuesta:**

**GRAFICO N°6: INTEGRANTES POR FAMILIA**



**FUENTE: ELABORACION PROPIA**

**DATOS DE ENCUESTA 2017**

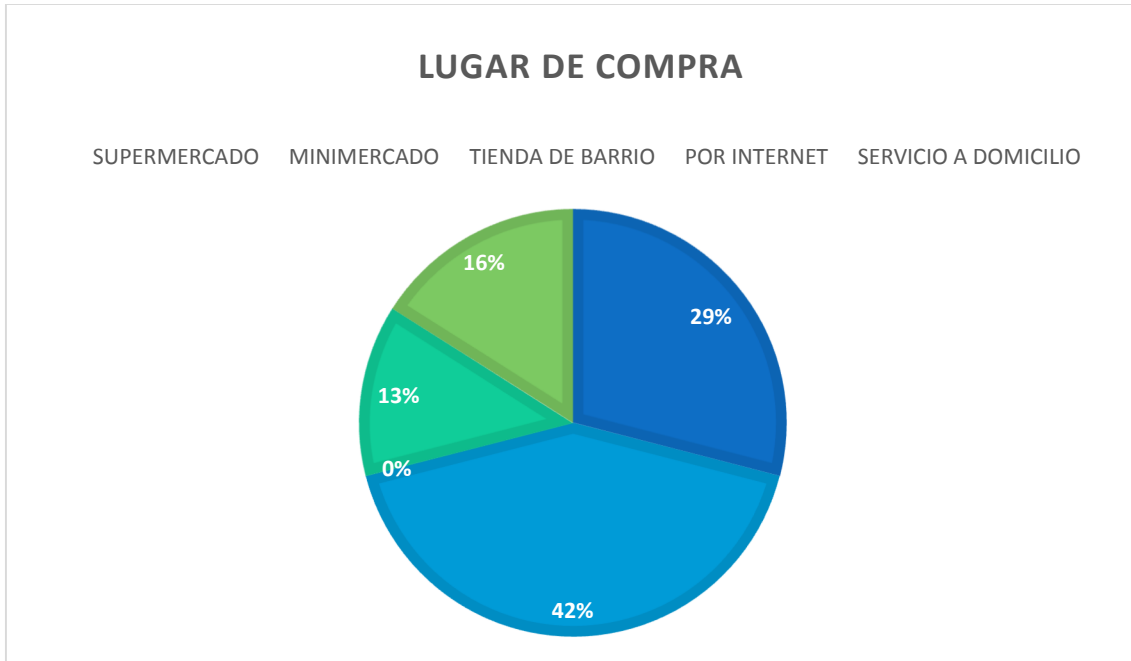
**Interpretación:**

En el grafico N° 6 integrantes por familia. Se establece que el 31% de las familias están compuestas por cuatro personas, el 29% por cinco, el 19% por dos personas, el 13% por tres, el 8% por seis, y el 1% por siete integrantes.

**PREGUNTA N° 5 ¿Dónde realiza las compras para su hogar usualmente?**

**Respuesta:**

**GRAFICO N°7: LUGAR DE COMPRA**



**FUENTE: ELABORACION PROPIA  
 DATOS DE ENCUESTA 2017**

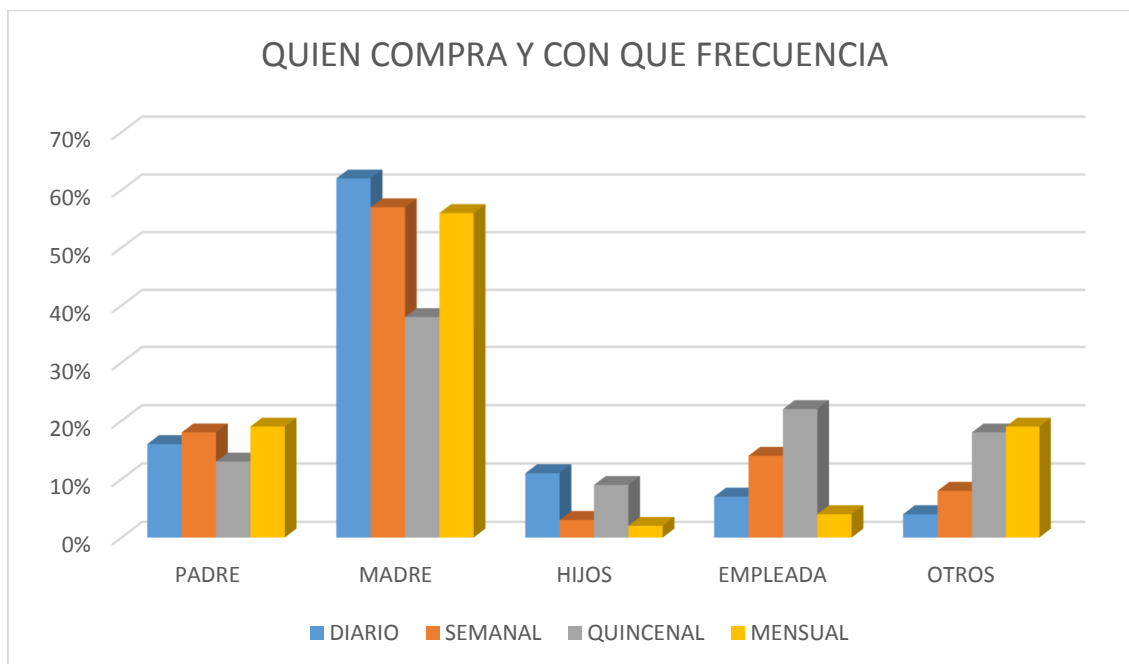
**Interpretación:**

En el grafico N° 7 Lugar De compra. Se establece que el 42% de las personas realizan sus compras en mini mercados, el 29% lo hace en supermercados, el 16% realiza sus compras por internet, el 13% utiliza el servicio de envíos a domicilio. Además, ninguno realiza sus compras en la tienda de barrio, debido a que no existen en las cercanías de los barrios.

**PREGUNTA N° 6 ¿Quién realiza las compras para el Hogar?**

**Respuesta:**

**GRAFICO N°8: QUIEN COMPRA Y CON QUE FRECUENCIA**



**FUENTE: ELABORACION PROPIA  
 DATOS DE ENCUESTA 2017**

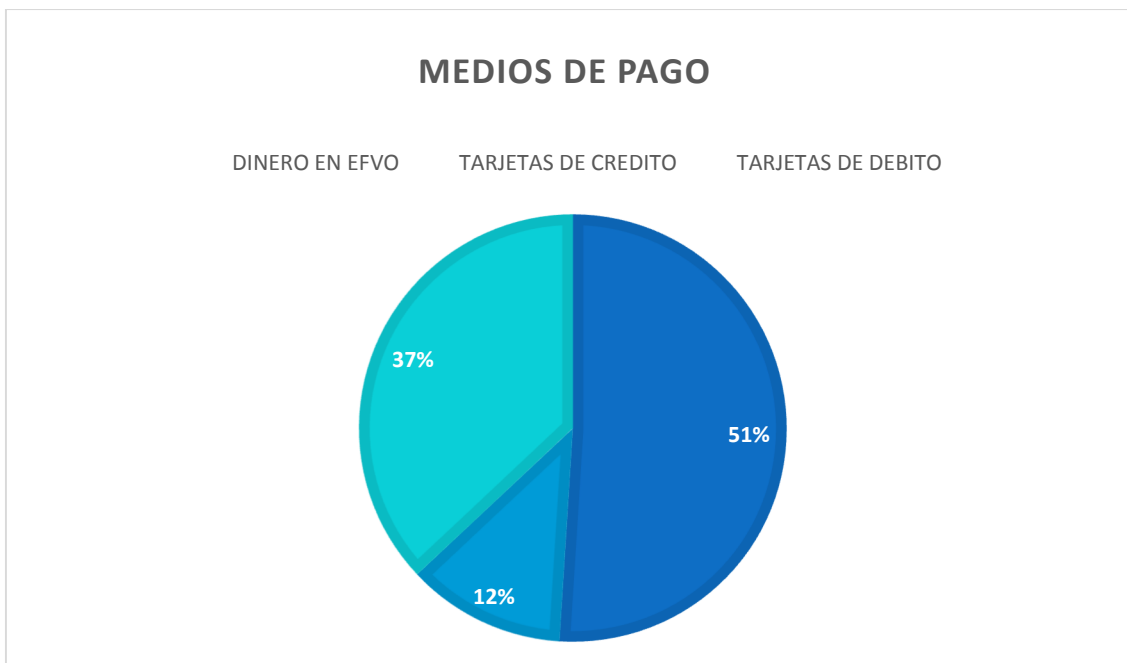
**Interpretación:**

El grafico N° 8 Persona quien realiza las compra y con qué frecuencia. Se establece que las personas que realizan sus compras para el hogar son: las madres con el 62%,57%,38%y 56% en forma diario, semanal, quincenal y mensual respectivamente. Debido a la ocupación que poseen las madres, que varían desde amas de casa, dependientes y otras que son independientes, ya que cuentan con un negocio propio lo que significa un gran porcentaje del sustento familiar. Existe una larga brecha entre los padres con respecto a esta actividad de compras, ya que es solo 16%,18%,13% y 19% de forma diario, semanal, quincenal y mensual.

**PREGUNTA N° 7 ¿Qué medio de pago utiliza para hacer sus compras?**

**Respuesta:**

**GRAFICO N°9: MEDIOS DE PAGO**



**FUENTE: ELABORACION PROPIA**

**DATOS DE ENCUESTA 2017**

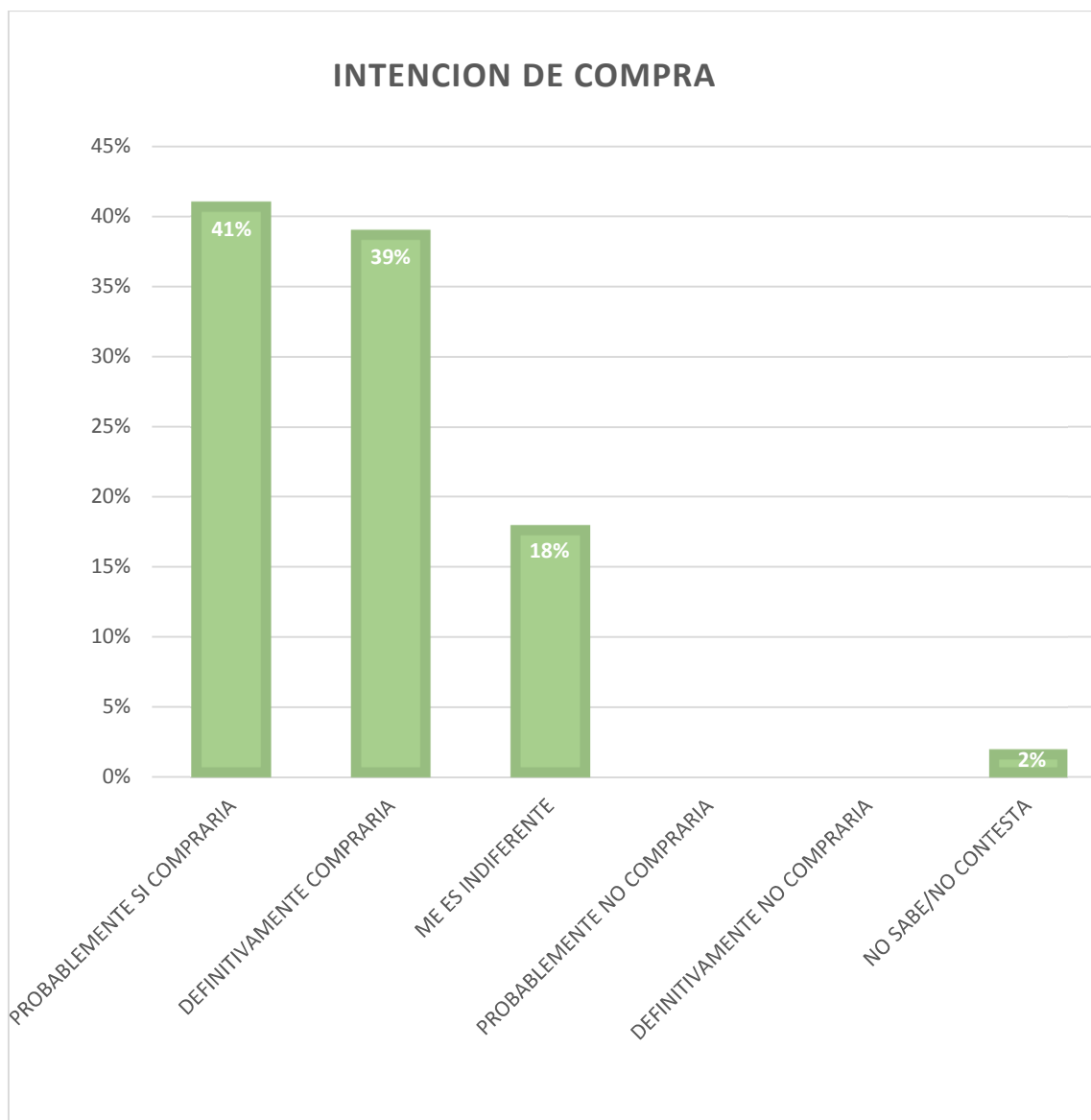
**Interpretación:**

El gráfico N°9 Medios de Pago. Se establece que el 51% de las personas que realizan sus compras utilizan como medio de pago dinero en efectivo, el 37% lo hacen utilizando tarjetas de débito y el 12% con tarjetas de crédito. Las principales tarjetas que utilizan son Visa, American Express y Tarjeta Shopping.

**PREGUNTA N° 8** Si existiera en las cercanías a su casa un Mini mercado ¿Cuál sería su intención de compra?

**Respuesta:**

**GRAFICO N°10: INTENCION DE COMPRA**



**FUENTE: ELABORACION PROPIA**

**DATOS DE ENCUESTA 2017**

**Interpretación:**

El gráfico N°10 Intención de Compra. De las personas encuestadas, el 41 % afirma que si existiera en las cercanías a su casa un Mini mercado probablemente compraría, el 39% asegura que definitivamente compraría, mientras que el 18% manifiesta que le es indiferente.

Finalmente un 2% no sabe/ no contesta y ninguno de los encuestados manifestó que no compraría en el lugar.

#### **1.4 Análisis de la competencia**

Para Kotler (2001): *La “competencia son todos los ofrecimientos reales y potenciales y los sustitutos que, un comprador puede considerar”.*

El análisis de la competencia consiste en el análisis de las capacidades, recursos, estrategias, ventajas competitivas, fortalezas, debilidades y demás características de los actuales y potenciales competidores de una empresa o negocio, con el fin de poder, en base a dicho análisis, tomar decisiones o diseñar estrategias que permitan competir con ellos de la mejor manera posible.

A continuación se realizará un análisis de los posibles competidores que tenga el Autoservicio “El Encanto”. Describiendo cada uno de los negocios que ofrecen servicios similares que el nuestro.

En el entorno más próximo, podemos afirmar que no existe ningún establecimiento similar. Ya que seríamos el primer autoservicio en instalarse en las cercanías de los dos barrios privados. Analizando el entorno más lejano, encontramos tres negocios que ofrecen servicios similares que el nuestro. Pero que se encuentran a una distancia no menor de 3 km.

##### Supermercado “La Santiagueña”:

Se encuentra ubicado a unos 3,2 km de distancia de nuestro Autoservicio.

El nivel de aceptación de nuestro público meta es bajo, ya que la línea de productos que ofrece son marcas de segunda y tercera línea. El tipo de cliente que atiende son los vecinos del barrio “El Alpino” de recursos económicos escasos, que eligen realizar sus compras allí debido a los precios bajos, y a la posibilidad que les brinda este establecimiento en cuanto a opción de pago. Acepta las tarjetas otorgadas por el Gobierno Nacional lo que les permite adquirir alimentos de primera necesidad. Estas tarjetas son: Tarjeta Verde “Plan más Vida” y Tarjeta Azul.

En cuanto a la limpieza del interior del establecimiento, es insuficiente. Se puede observar regularmente la falta de higiene. Y la inadecuada iluminación que posee, expone a los usuarios y a los productos a riesgos adicionales.

No realiza reparto de pedidos.



En cuanto a la infraestructura del establecimiento, como se puede apreciar en la siguiente imagen, es precaria. Se encuentra rodeado de casas de particulares, lo que dificulta el acceso al mismo.

**IMAGEN 2: FRENTE DEL SUPERMERCADO "LA SANTIAGUEÑA"**



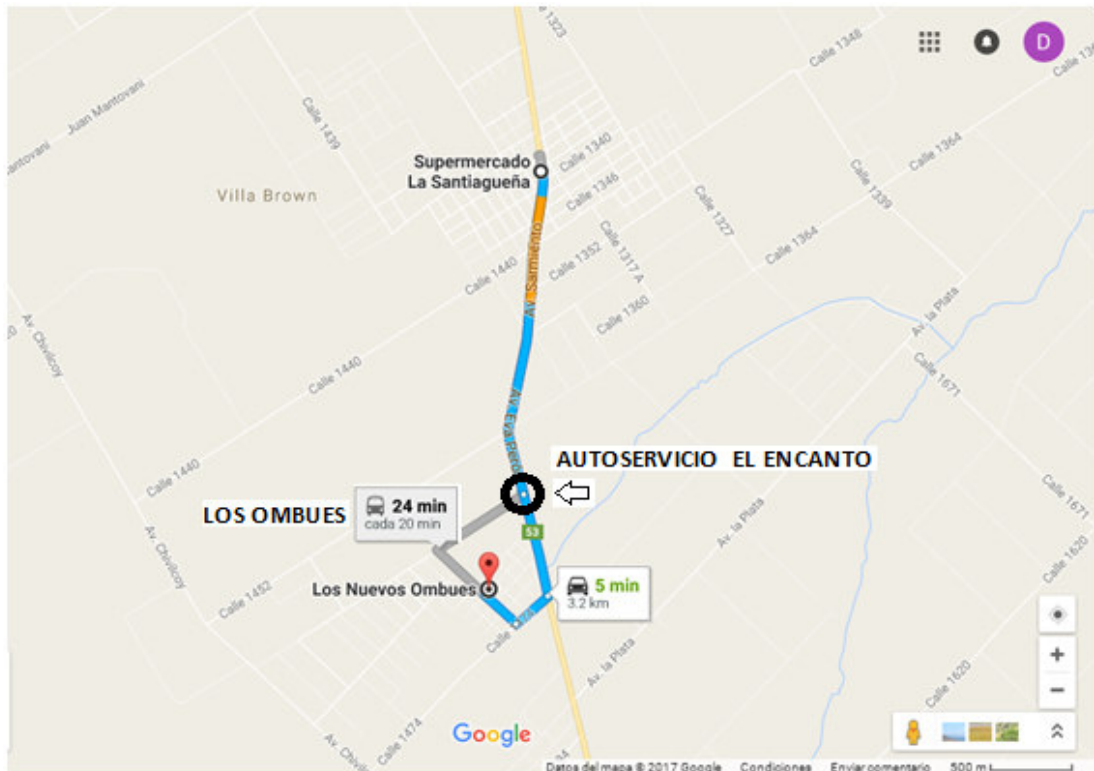
**FUENTE: ELABORACION PROPIA**

**IMAGEN 3: UBICACIÓN DEL SUPERMERCADO "LA SANTIAGUEÑA"**



**FUENTE: ELABORACION PROPIA**

**IMAGEN 4: DISTANCIA ENTRE EL SUPERMERCADO “LA SANTIAGUEÑA” Y EL AUTOSERVICIO “EL ENCANTO”**



**FUENTE: ELABORACION PROPIA**

**Supermercado chino “Económico”:**

Se encuentra ubicado a 3, 5 km de distancia de nuestro Autoservicio.

Este establecimiento, ha implementado un modelo de negocios de bajo costo. Prácticamente no invierte en publicidad y promoción.

Su local es sumamente austero, con pasillos angostos, y carece de toda decoración. Tiene pocos empleados, y de escasa calificación, lo que resulta en un nivel de servicio muy acotado.

El nivel de aceptación de nuestro público meta es bajo, no solo por la escasa variedad de productos que ofrece, sino por las condiciones de higiene que tiene que no son las óptimas.

El tipo de cliente que atiende son los vecinos del barrio “El Alpino” de bajo recursos económicos que buscan adquirir sus productos a un menor precio. Dejando de lado la calidad de los mismos.

No realiza reparto de pedidos.

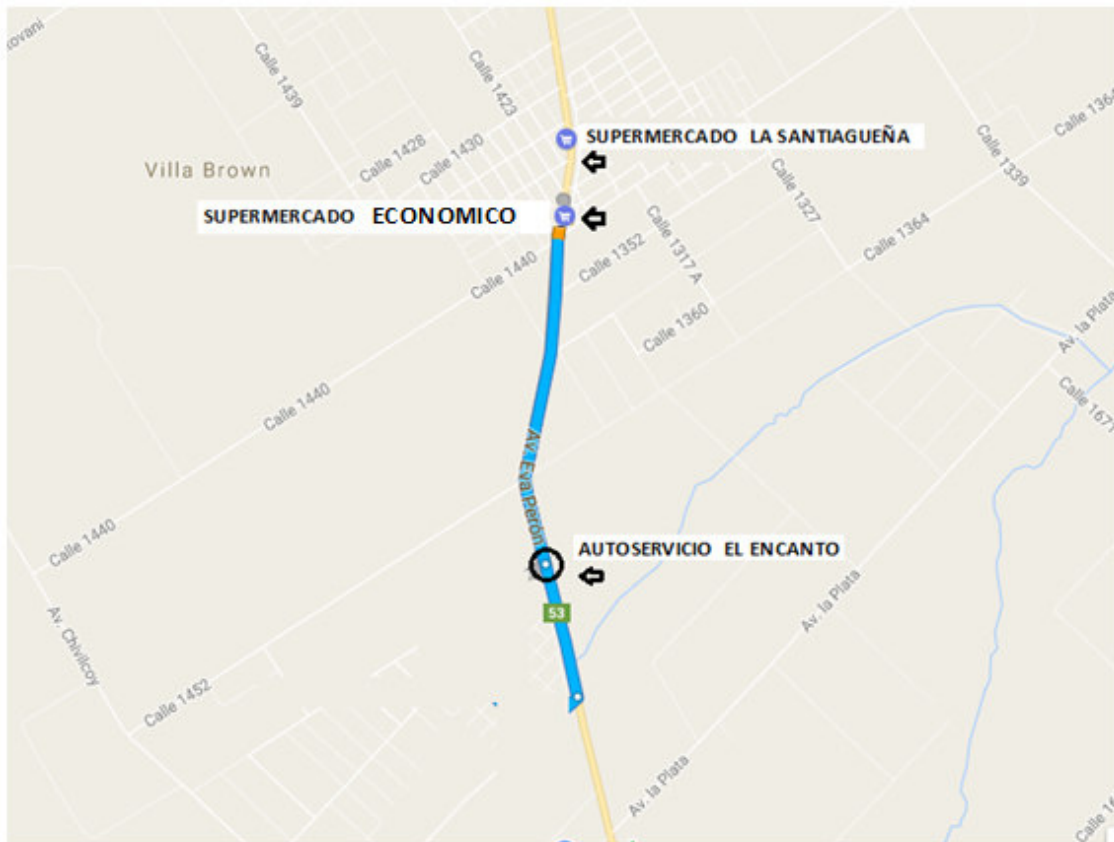
A continuación podemos apreciar una imagen del establecimiento:

**IMAGEN 5: FRENTE DEL SUPERMERCADO "ECONOMICO"**



**FUENTE: ELABORACION PROPIA**

IMAGEN 6: UBICACIÓN DEL SUPERMERCADO "ECONOMICO"



FUENTE: ELABORACION PROPIA

 **Supermercado "Supercam":**

Se encuentra ubicado en Avenida Gral. José de San Martín 3099, centro de Florencio Varela. Y a una distancia de nuestro Autoservicio de 10,2 km aproximadamente.

El nivel de aceptación de nuestro público meta es regular-alto, ya que la mayoría de los vecinos de los barrios privados se ve obligado a trasladarse hacia el centro para poder realizar sus compras.

Su establecimiento cuenta con una infraestructura acorde a su rubro, se encuentra bien iluminado y ofrece una gran variedad de productos.

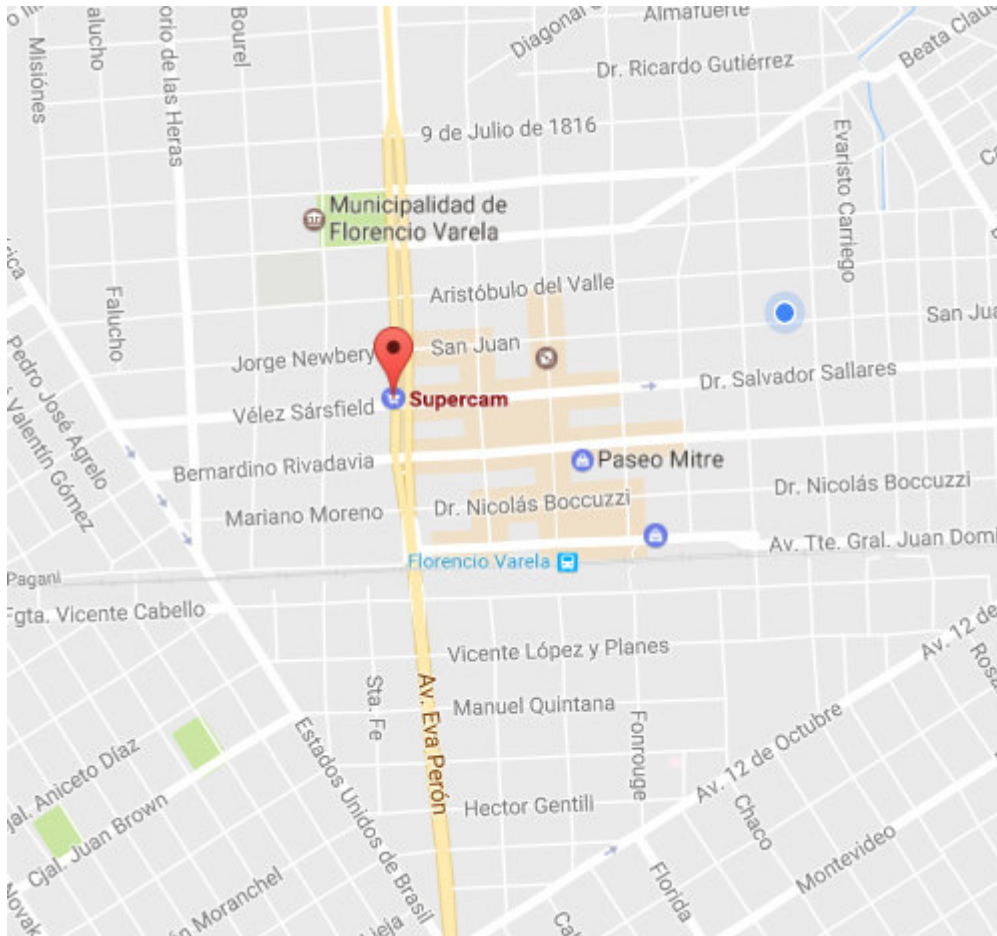
Realiza repartos de pedidos gratuitos para compras superiores a los \$2500.

**FUENTE 7: FRENTE DEL SUPERMERCADO "SUPERCAM"**



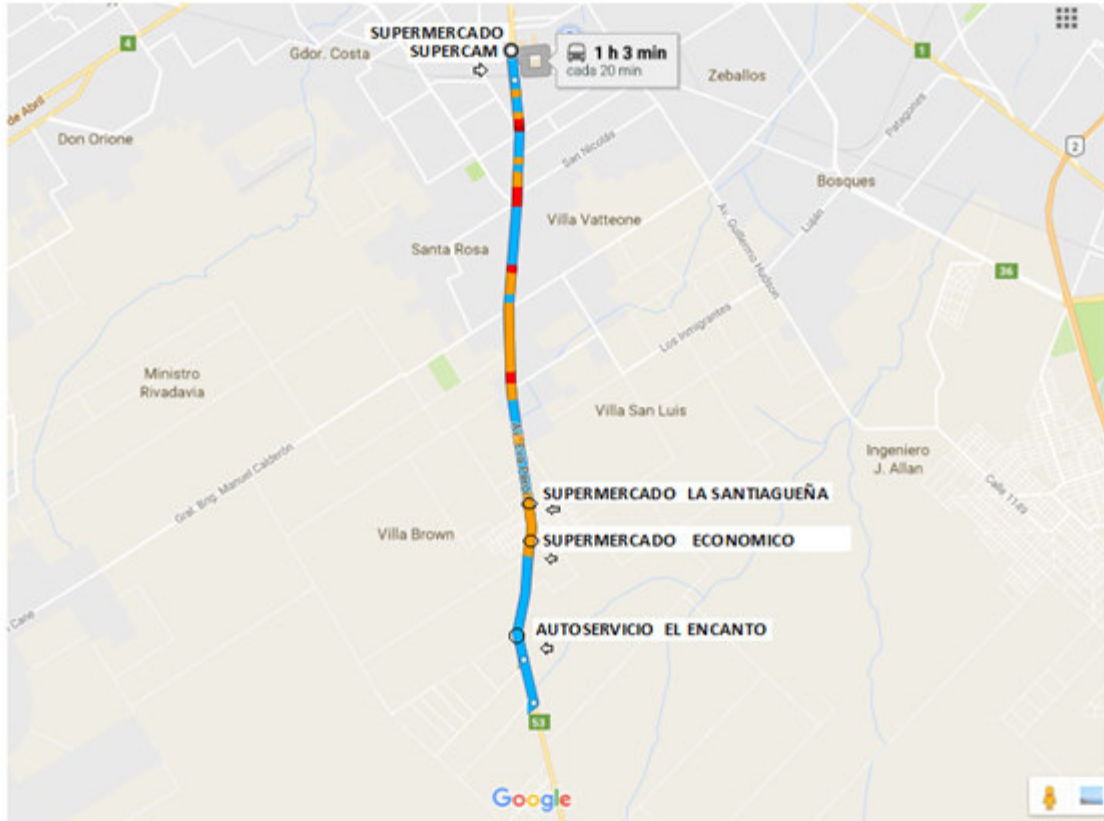
**FUENTE: ELABORACION PROPIA**

**IMAGEN 8: UBICACIÓN DEL SUPERMERCADO “SUPERCAM”**




**FUENTE: ELABORACION PROPIA**

**IMAGEN 9: DISTANCIA ENTRE EL SUPERMERCADO “SUPERCAM” Y EL AUTOSERVICIO “EL ENCANTO”**



**FUENTE: ELABORACION PROPIA**

 **Otros comercios:**

Por último, en el centro de Florencio Varela hay una gran variedad de comercios como almacenes, carnicerías y verdulerías que ofrecen servicios similares que el nuestro, pero que están muy alejados de nuestros potenciales clientes. Es por eso que no lo consideramos como competencia directa.

**Los puntos básicos que nos diferencian de nuestros competidores son:**

- ✓ **Localización:** se ha buscado un sitio en el que no existen otras tiendas similares, con el claro objetivo de aprovechar la ventaja de ser el primero.
- ✓ **Gran variedad de productos:** poseer un salón de ventas donde los clientes podrán encontrar una amplia variedad en todos los artículos, ofreciéndoles varias opciones de compra de las marcas líderes.





## **1.5 Análisis de la ventaja competitiva**

**Ubicación.** El emplazamiento del "Autoservicio El Encanto" será por sí mismo una gran fuente de valor para el cliente. Ya que será el primer comercio con estas características que se instale en las cercanías de los barrios privados "Los Ombúes" y "Los Nuevos Ombúes", lo que ofrecerá comodidad a la hora de realizar las compras de último momento y con la posibilidad de acceder al servicio de entrega puerta a puerta de manera gratuita.

## **1.6 Análisis de los proveedores**

La disponibilidad de los productos a ser comercializados dependerá de las empresas que sean proveedores, así como también de la capacidad de pago que se tenga, debido a que los proveedores tienen exigencias en cuanto al periodo de cobro. Por lo cual, el mini mercado está en el derecho de seleccionar a los proveedores que ofrezcan productos de calidad, flexibilidad de pago y precios convenientes para así cumplir con la misión de la misma.

Las principales empresas que actúan como proveedores son:

PROVEEDOR	PRODUCTOS A OFRECER	VENTAJAS	EXHIBIDORES OTORGADOS
 <p>REGINAL LEE S.A.: dirección Camino Gral. Manuel Belgrano 3150, Berazategui Oeste, Buenos Aires telefono 011 4229-4400</p>	Línea de Gaseosas: Coca Cola, Sprite, Fanta, Schuweepes, Powerade, Cepita	Proveedor Reginal Lee S.A. ofrece bebidas gaseosas que permitan abastecer el negocio. Brinda publicidad, promociones, actualización de precios, cambios de productos vencidos. Toma los pedidos los días lunes y entrega los días martes. Venta al contado.	 
 <p>SUCESION DE MARTIN CALVI S.A : dirección Calle 12 Nº298 , Florencio Varela, Buenos Aires telefono 4255-0125/ 4237-1364</p>	Línea de Gaseosas: Pepsi, Mirinda, 7up, Paso de los toros, h2o, Eco de los Andes. Línea de cervezas: Quilmes, Brahma, Iguana, Stella, Corona	Proveedor Reginal Lee S.A. ofrece una amplia línea de bebidas gaseosas y cervezas. Brinda publicidad, descuentos por cantidad, actualización de precios. Toma los pedidos los días Martes ,entrega los días sabados. Venta al contado.	 
 <p>LOGISTICA LA SERENISIMA S.A : dirección Berlin 50, Longchamps, Buenos Aires. Telefono 0114310-5005/4318-5050</p>	Línea de Lácteos (leche, yogurt, jugos, mantecas y margarinas)	Proveedor Logística La Serenisima ofrece productos de línea de lácteos, lo que permitirá abastecer al negocio. Toma de pedidos los días martes y entrega de mercadería al día siguiente. Brinda promociones, actualización de precios, cambio de productos vencidos. Y las ventas son a Cuenta corriente, con la posibilidad de pago cada 30 días.	 
 <p>SANCOR: dirección Av. 44 Nº 2132 entre calle 137 y calle 138 1900 - LA PLATA (Buenos Aires) Tel. 0221-4791738 / 471 / 4796178.</p>	Línea de Lácteos (leches, yogurt, mantecas , dulces ,quesos)	Proveedor SanCor ofrece productos de línea de lácteos, yogures, quesos y dulces. Toma de pedidos los días viernes y entrega de mercadería los días lunes. Brinda promociones, actualización de precios, cambio de productos vencidos. Y las ventas son a Cuenta corriente, con la posibilidad de pago cada 15 días.	 
 <p>ARCOR FLOVA DIS S.A: dirección 9 de Julio 257, Florencio Varela, Telefono 4287-1656</p>	Línea de galletitas, mermeladas, snacks y golosinas	Proveedor Arcor Flova Dis S.A. ofrece una amplia gama de galletitas, dulces, snacks y golosinas. Brinda publicidad. Toma pedidos los días martes y viernes y entrega al día siguiente. Venta al contado.	  

 <p>PALADINI : dirección Av. A Fleming 1253, Martínez Bs As., telefono 011 4793-9200, Bs. As.</p>	<p>Línea de fiambres y embutidos.</p>	<p>Proveedor Paladini, ofrece variedad en fiambres y embutidos. Brinda publicidad. Pedidos los días miercoles, entrega los días jueves. Venta al contado.</p>	
 <p>CALCHAQUI DISTRIBUIDORA: dirección Av. San Martín 3101, LANUS, Buenos Aires, Telefono 4262-1790</p>	<p>Línea de fiambres y embutidos</p>	<p>Proveedor Calchaqui, ofrece variedad en fiambres y embutidos. Brinda publicidad. Pedidos los días Jueves ,entrega los días viernes. Venta al contado.</p>	
 <p>MEDAMAX , Av. Los Quilmes, Bernal Oeste, Buenos Aires, telefono 011 4252-1430</p>	<p>Productos de limpieza</p>	<p>Proveedor Medamax, ofrece productos de limpieza. Por compra de volumen ofrece descuentos. Vista para tomar pedidos una vez cada 15 días, pago a contra entrega.</p>	
 <p>SUPERMAYORISTA VITAL: dirección Av. Calchaquí 1000, B1879ESW Quilmes, Buenos Aires, TEL 011 4200-4400</p>	<p>Productos enlatados, aceites, yerbas y mercadería en general.</p>	<p>Supermayorista Vital, ofrece productos enlatados, cereales, yerbas, galletitas, etc. Toma pedidos por telefono, se retira la mercadería en la sucursal. Venta al contado. Trabaja de lunes a sabados. De 8 a 17 hs</p>	
 <p>SOL DEL SUR PRODUCTOS GOURMET La Plata, telefono 156038097 / 156038098 y MAFA Liniers 1550 2700 - Pergamino Buenos Aires - Argentina</p>	<p>Productos de tipo gourmet</p>	<p>Sol del Sur y Mafa, son proveedores de productos gourmet, como quesos, mermeladas, vinos, frutas finas y demás delicatessen. Toman pedidos telefonicamente, y entregan una vez por semana. Pago al contado</p>	

	<p>Proveedor de los cortes de carne que se venderán envasados al vacío</p>	<p>Frigorífico el Araucano S.R.L. Es el que nos proveerá de los cortes de carne vacuna. Trabaja con crédito a 30 días. Entrega 2 veces por semana</p>	
<p>FRIGORIFICO EL ARAUCANO : Dirección Av. 844 N° 354 - Solano Teléfono 4200-3579 / 4200-3576</p>			
	<p>Proveedor de pollos, cortes en bandeja y huevos.</p>	<p>Empresa dedicada a la venta al por mayor de productos de granja como pollos, huevos, cerdos y embutidos. Pedidos telefónicamente, entrega una vez por semana. Pago al contado.</p>	
<p>AVICOLA ZAPIOLA : dirección Zapiola 2280, Bernal Oeste, Buenos Aires, teléfono 011-4252-8500</p>			
	<p>Proveedor de frutas, legumbres y hortalizas frescas, que se comercializarán en bandejas.</p>	<p>Venta al por mayor y empaque de frutas, legumbres y hortalizas frescas. Pedidos y entrega 2 veces por semana. Pago al contado.</p>	
<p>GIAVER SA: dirección :Av San Martín 2317, Florencio Varela (1888), Buenos Aires, Argentina TEL +54 11 4237-8110</p>			
	<p>Proveedor de panes, y productos varios.</p>	<p>Panificadora Bimbo elabora, distribuye y comercializa más de 5000 productos, entre los que destacan una gran variedad de pan de caja, pan dulce, panquelería, bollería, pastelitos, etc.</p>	
<p>BIMBO DE ARGENTINA S.A.: dirección Calle 3 188 - Parque Industrial Pilar - Buenos Aires, tel (0230) 452-9600</p>			

**FUENTE: ELABORACION PROPIA**

## 2 Análisis estratégico

Para realizar un diagnóstico del sector del "Autoservicio El Encanto". Se procedió al análisis del Macro entorno y Micro entorno del mismo.

El análisis del macro entorno consiste en estudiar el impacto que cada aspecto de las fuerzas macro ambientales que puede tener en la estructura competitiva de este negocio.

El análisis del Micro entorno consiste en desarrollar las fuerzas competitivas del sector en mención, a fin de identificar las oportunidades y amenazas que enfrenta una organización que pretenda ingresar a este rubro.

Para ello se utilizó el modelo de las 5 fuerzas competitivas planteadas por Michael Porter: competidores potenciales, competidores en el sector, proveedores, compradores y sustitutos. Finalmente se realizó un análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, y se presenta la visión, misión, objetivos y estrategias de comercialización y ventas.

### 2.1 Análisis del macro entorno

Con un Producto Interno Bruto (PIB) de más de US\$550.000 millones, Argentina es una de las economías más grandes de América Latina. El país está en proceso de una transformación económica que promueve un desarrollo económico sostenible con inclusión social e inserción en la economía global.

Si bien Argentina durante estos últimos años afrontó un nivel de inflación alto, según la última proyección del Fondo Monetario Internacional (FMI), la economía argentina se recuperará en 2017 y crecerá un 2,8% respecto del 2016, y además, prevé una desaceleración de la inflación. Lo que hará que el poder adquisitivo de la población sea mayor, por lo tanto, buscará mejores niveles de calidad de vida como en alimentación y satisfacción del servicio en productos de consumo masivo.

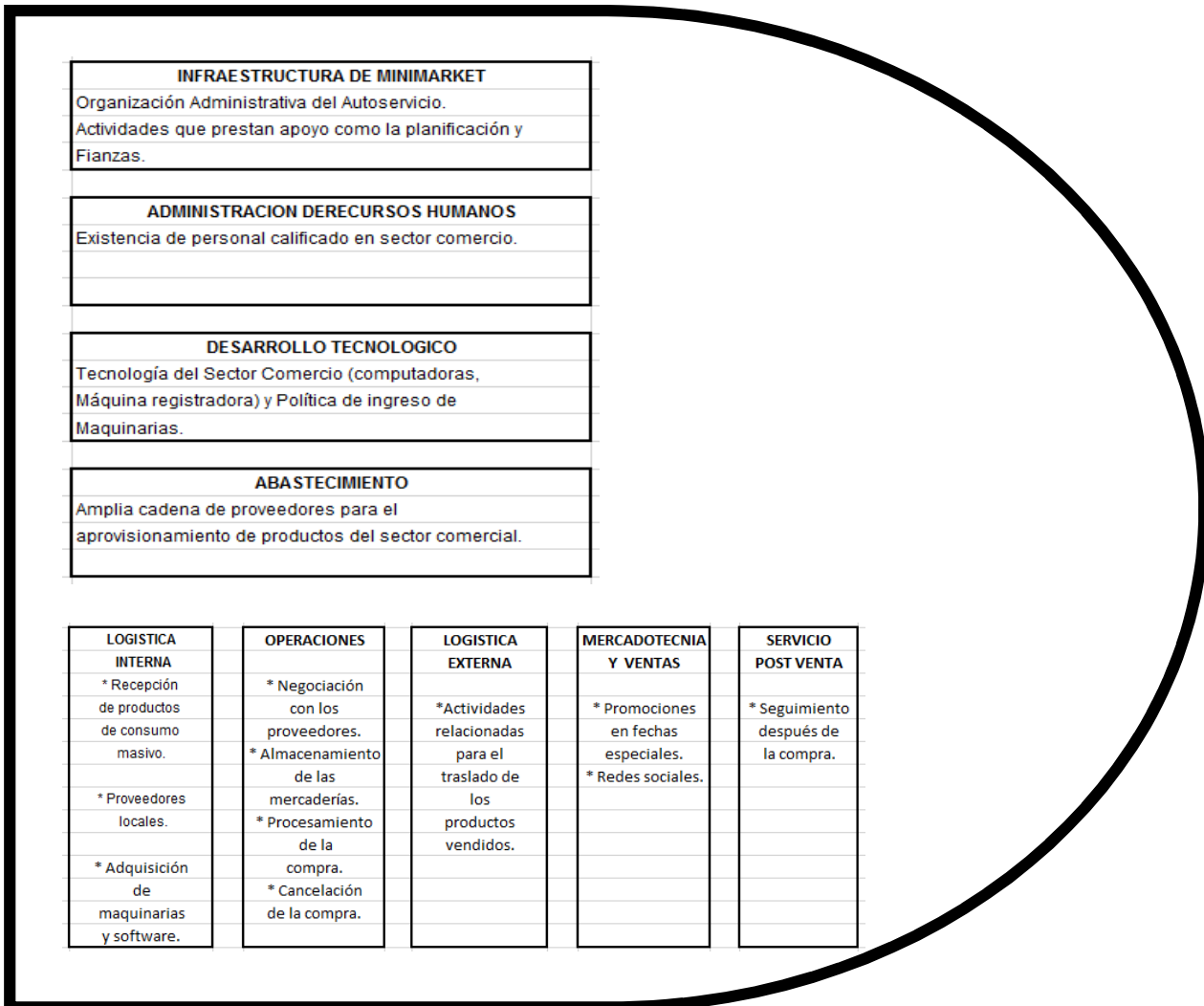
#### 2.1.1 Análisis de la Cadena de Valor del Sector

*"Es una herramienta básica para examinar todas las actividades que la empresa va a desarrollar siendo este su principal objetivo en los cuales se encuentran inmersa a las actividades entre ellas tenemos la logística interna: que se encarga de las actividades de recepción de productos de consumo masivo, los proveedores locales y la adquisición de maquinarias y software. Las operaciones son las negociaciones que se van a realizar para lograr obtener mejores precios que la competencia basándose en el volumen de ventas"*

mensuales. Otra actividad es la logística externa que son las actividades relacionadas para el traslado de los productos vendidos" (Porter, 2009).

A continuación se presenta el detalle de las actividades primarias y secundarias que se llevarán a cabo:

**IMAGEN 10: CADENA DE VALOR**



FUENTE: ELABORACION PROPIA

## 2.2 Análisis del micro entorno

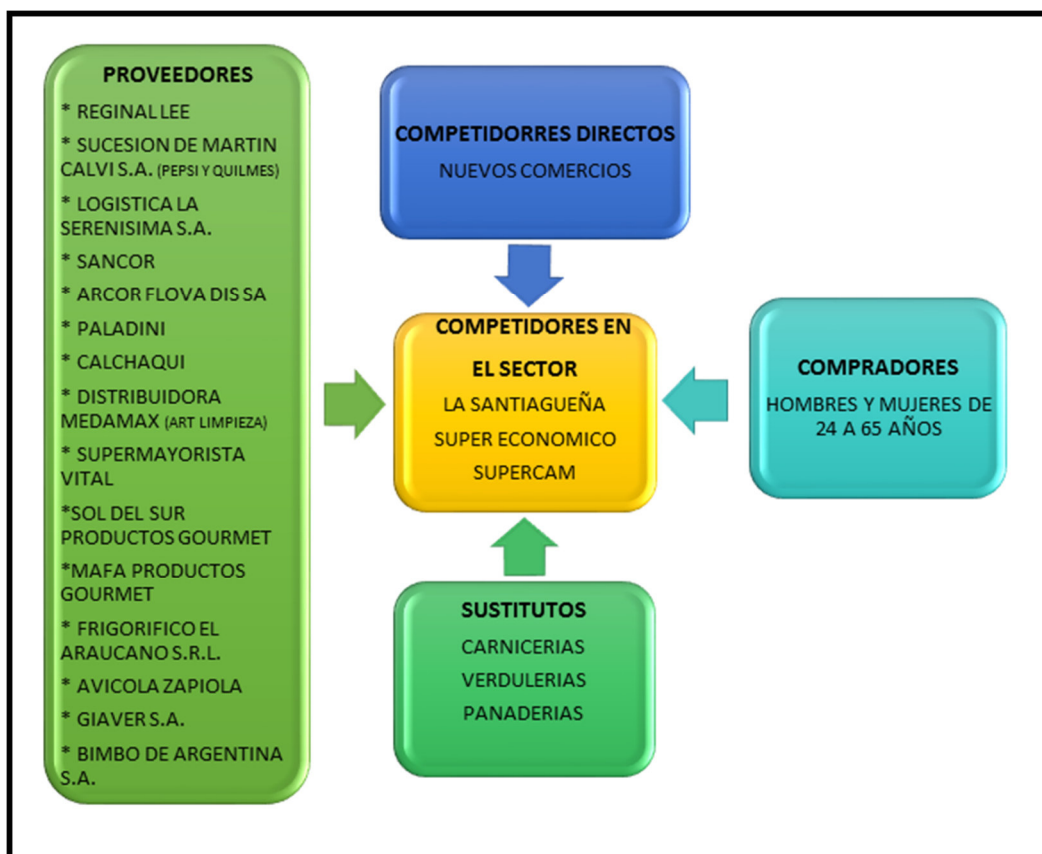
### Fuerzas de Porter

Según Michael Porter (1982), *"la esencia de la formulación de una estrategia competitiva consiste en relacionar a una empresa con su medio ambiente"*.

Las 5 fuerzas que plantea Porter son: Amenaza de la entrada de nuevos competidores, Poder de negociación de los proveedores, Poder de negociación de los compradores o consumidores, Amenaza del ingreso de productos sustitutos, Rivalidad entre competidores (Porter, 2009).

El clasificar estas fuerzas de esta forma permite lograr un mejor análisis del entorno de la empresa o de la industria a la que pertenece, y de ese modo, en base a dicho análisis, poder diseñar estrategias que permitan aprovechar las oportunidades y hacer frente a las amenazas.

IMAGEN 11: 5 FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER



FUENTE: ELABORACION PROPIA

- **Poder de negociación de proveedores**

Este Apartado trata de las características de los proveedores, así como el poder de negociación que ejercen frente a los centros de abastecimiento de productos de consumo masivo. En el Distrito de Florencio Varela, existe la suficiente disponibilidad y variedad de precios, marcas y calidad de productos de consumo masivo para abastecer la demanda interna.

Para realizar la satisfacción del servicio de venta de productos contaremos con el sustento y respaldo de los proveedores del sector. Entre los principales proveedores del sector figuran Reginal Lee S.A., Sucesión de Martin Calvi S.A., Logística La Serenísima, SanCor, Arcor Flova Dis S.A., Paladini, Calchaquí, Distribuidora Medamax, Súper mayorista Vital, Sol del Sur productos gourmet, Mafa productos gourmet, Frigorífico Araucano SRL, Avícola Zapiola, Giaver S.A. y Bimbo de Argentina S.A., entre otros.

Se tiene alianza estratégica con los proveedores ya que son nuestros socios, de la cual brinda medios publicitarios, heladeras y exhibidores.

Los proveedores realizan su visita para tomar el pedido cada 7, 15 y 30 días (dependiendo del proveedor) y realizando la entrega de mercadería al día siguiente generalmente.

Los plazos de pago por crédito de los distribuidores varían entre 7 y 1 días calendarios, previo acuerdos de las partes, luego de entregada la mercadería, además del pago al contado.

- **Poder de negociación de clientes**

En este mercado los precios están regidos por las leyes de oferta y demanda. La demanda de estos productos tiene un comportamiento relativamente estable durante el año; incrementados en los meses cercanos al inicio de clases escolares, día de la madre, día del padre, fiestas patrias, fiestas navideñas, y disminuye en momento de crisis a nivel nacional.

Pero con respecto a nuestros clientes, al tratarse del único autoservicio en la zona, y dado al nivel adquisitivo de los mismos, tendremos la posibilidad de brindarles productos de una gran calidad y a un precio acorde a estas características.

En el poder de negociación con los clientes se plantea trabajar con clientes entre edades de 24 a 65 años de sexo masculino y femenino de nivel socioeconómico medio alto. Lo que nos permitirá la incorporación de la línea de productos de tipo Gourmet.

- **Rivalidad entre competidores actuales**

La creación del “Autoservicio El Encanto” será una novedad en la zona, ya que se tratará del primer autoservicio de alimentos de primera necesidad que se ubicará próximo a los barrios privados “Los Ombúes” y los “Nuevos Ombúes” en el partido de Florencio Varela, costeando la ruta 53, km 9 y a una distancia de 10 km del centro de la ciudad.



Con respecto a la rivalidad de los competidores actuales, no encontramos comercios que tengan características similares al nuestro. En primer lugar, debido a la lejanía en que se encuentran, y en segundo lugar porque ofrecen una escasa variedad de productos; muchos de ellos son marcas de segunda y tercera línea y las condiciones de higiene con las que cuentan sus establecimientos no son las óptimas.

- **Amenaza de entrada de nuevos competidores**

Este factor es variable ya que la entrada de nuevos competidores presenta barreras a la entrada, debido al requerimiento del capital necesario para el aplazamiento de un comercio con características similares y principalmente, porque nosotros seremos los primeros en llegar a este lugar y atender las necesidades de nuestro público objetivo.

- **Amenaza de ingreso de productos sustitutos**

En cuanto al ingreso de productos sustitutos, tenemos a los distintos comercios de rubros específicos como carnicerías, verdulerías y panaderías ubicados en distintas partes del centro comercial del distrito de Florencio Varela que ingresan a competir en el mercado y que ofrecen sus productos.

Cabe aclarar, que el "Autoservicio El Encanto", buscará ofrecerles a sus clientes todos los productos en un mismo lugar, sin que tengan que trasladarse hasta el centro comercial del distrito. (Ubicado a una distancia de 10 km de distancia aprox.).

### 2.2.3 Análisis FODA

#### Nivel interno

- **Fortalezas**

- ☆ Ser los primeros: en la actualidad no existe competencia
- ☆ Ubicación estratégica del establecimiento.
- ☆ El establecimiento cubre una necesidad importante para el ciudadano medio actual: disponer de una tienda cerca del lugar donde vive
- ☆ Horarios amplios
- ☆ Selección adecuada de productos.
- ☆ Innovación en venta de productos gourmet.
- ☆ Buenas relaciones humanas con los clientes y consumidores.
- ☆ Servicio gratuito de puerta a puerta.



- **Debilidades**

- ☆ Competencia en precios de grandes superficies.
- ☆ Presupuesto publicitario limitado.
- ☆ Somos nuevos en el mercado.

### **Nivel externo**

- **Oportunidades**

- ☆ Consideración del sector minorista como sector estratégico, por su capacidad para generar empleo y riqueza.
- ☆ La proximidad es el principal factor que empuja a los consumidores de nuestra comunidad a decidirse por el establecimiento en sus compras de productos diarios.
- ☆ Rápido crecimiento.

- **Amenazas**

- ☆ Dependencia de la coyuntura económica.
- ☆ La inflación.
- ☆ Nuevos hábitos de compra, que favorecen el desplazamiento y exigen una oferta de ocio complementaria.

### **2.2.4 Visión**

Ser reconocidos a nivel local por nuestros clientes como el mejor autoservicio de alimentos, gracias a la excelente ubicación, amplia gama de productos y servicios otorgados.

### **2.2.5 Misión**

Brindar un lugar atractivo y exclusivo en donde nuestros clientes encuentren en un mismo lugar todos los productos de primera calidad, con la mejor atención.

### **2.2.6 Objetivos**

- **Objetivo General:**

Ser la primera opción en autoservicios de la zona, ofreciendo productos de alta calidad, en una ubicación cómoda y con una buena atención.

- **Objetivos Específicos:**

- ✓ Tener una ubicación de cómodo y rápido acceso para facilitar sus compras. (Comodidad)
- ✓ Garantizar la calidad de los productos que adquiera. (Calidad)
- ✓ Brindar una excelente atención, de acuerdo a sus necesidades. (Atención)

### 2.2.7 Principios

- **Eficiencia y rapidez:** en la comercialización de los productos y servicio.
- **Calidad:** ofrecer productos de alta calidad permitirá lograr la permanencia y el crecimiento de la empresa.
- **Trabajo en equipo:** para lograr unión en el personal y resultados oportunos.
- **Servicio:** mantener siempre una actitud servicial a quienes visiten las instalaciones y procurar satisfacer todas sus necesidades e inquietudes que presenten. Hacer sentir a nuestros clientes que son muy importantes para nosotros.
- **Mejoramiento continuo:** la empresa está en la obligación de entregar al mercado un producto de calidad, el mismo que éste acorde con los requerimientos del mercado meta, por lo que es indispensable que cada vez se vaya innovado y mejorando el producto y el servicio.

## 3 Estrategia empresarial

Según Michael Porter, la estrategia empresarial está enfocada a seleccionar una serie de actividades distintas a las que otros han seleccionado, para ofrecer una mezcla única de valor. Las estrategias empresariales ayudarán a ir aumentando paulatinamente la participación de mercado, gracias a la calidad de los productos y los servicios brindados; además nos ayudarán a atraer nuevos clientes y aumentar la frecuencia de compra de los clientes existentes.

### 3.1. Estrategia de competitividad

La estrategia competitiva trata sobre ser diferente. Es decir, seleccionar una serie de actividades distinta a las que otros han seleccionado, para ofrecer una mezcla única de valor. En cuanto a las estrategias de competitividad la empresa se centrará en ser el primer autoservicio de alimentos de primera necesidad que se instale en las cercanías de los barrios privados "Los Ombúes" y los "Nuevos Ombúes" en el partido de Florencio Varela. Ofreciendo comodidad y calidad a la hora de realizar sus compras.

### **3.2. Estrategia de crecimiento**

En cuanto a las estrategias de crecimiento que tendrá la empresa es interno, ya que se irá expandiendo mediante las inversiones y mejoras que se hagan en el establecimiento, tanto en activos fijos, como en capacitación al personal.

### **3.3. Estrategia de competencia**

Si bien en el entorno más próximo no existe ningún comercio similar, ya que seríamos el primer autoservicio en instalarse en las cercanías de los dos barrios privados. A unos 10 minutos aprox. (3 km de distancia) encontramos tres comercios que responden a esta tipología. Entonces, para lograr competir con los otros oferentes, procederemos a la implementación de distintas estrategias como: el ofrecimiento de una amplia gama de productos, calidad de los mismos y la mejor atención personalizada.

### **3.4. Estrategia operativa**

En cuanto a las estrategias operativas, se dará principal importancia al poder de negociación con los proveedores y a la satisfacción de las necesidades del cliente interno mediante constante capacitaciones y motivación al mismo.

### **3.5. Estrategia de comercialización y venta**

#### **3.5.1 Estrategia de producto**

Para (Kotler & Armstrong, 2003): *"Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer en un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que podría satisfacer un deseo o una necesidad. Sin embargo, el concepto de producto no está limitado a objetos físicos; cualquier cosa que pueda satisfacer una necesidad se puede llamar producto (objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas)."*

##### **3.5.1.1 Productos**

Como el "Autoservicio El Encanto" ofrecerá una amplia gama de productos de almacén, bebidas, fiambrería y lácteos, además contará con un sector de venta de frutas y verduras frescas y carnes envasadas en bandejas. Ambos sectores, el de verdulería y carnicería, serán tercerizados con el fin de obtener un ingreso fijo mensual por el alquiler de esos espacios dentro del establecimiento. Se buscarán proveedores que brinden estos productos frescos, que cuenten con las certificaciones necesarias, y que se encarguen de mantener las góndolas surtidas de productos frescos y de primera calidad. Por último, dado el perfil de los clientes que perciben una

renta media alta, surtiremos de una línea de productos gourmet. De manera que siempre encontrarán lo que necesitan y algo más.

### 3.5.1.2 Atributos

- **Envase**

Los productos vendrán con el envase del fabricante. Sin embargo se les dará una adecuada manipulación y almacenaje para evitar el deterioro de los mismos.

- **Empaque**

Se les brindará a los clientes bolsas de plástico Biodegradables. Cumpliendo con la ley 13.868 de la Provincia de Buenos Aires.

Además, se venderán a un bajo costo bolsas reutilizables para que puedan trasladar sus productos con toda comodidad y seguridad.

#### IMAGEN 12.: BOLSA BIODEGRADABLE



FUENTE DE ELABORACION PROPIA

**IMAGEN 13: BOLSA REUTILIZABLE**



**FUENTE DE ELABORACION PROPIA**

### **3.5.1.3 Variedad:**

Se presentará gran variedad de productos dentro de cada sección: enlatados, productos congelados, productos de Limpieza, Golosinas, Gaseosas, Bebidas Alcohólicas, Frutas, verduras, carnes, embutidos, panes y productos de tipo Gourmet.

A continuación se muestran imágenes de los diferentes tipos de productos:

**IMAGEN 14: ENLATADOS**



**FUENTE: ELABORACION PROPIA**

**IMAGEN 15: PRODUCTOS DE LIMPIEZA**



**FUENTE: ELABORACION PROPIA**

**IMAGEN 16: CARNES ENVASADAS**



**FUENTE: ELABORACION PROPIA**

**IMAGEN 17: FRUTAS Y VERDURAS ENVASADAS**



**FUENTE: ELABORACION PROPIA**

**IMAGEN 18: GASEOSAS**



**FUENTE: ELABORACION PROPIA**



**IMAGEN 19: PRODUCTOS GOURMET**



**FUENTE: ELABORACION PROPIA**

**IMAGEN 20: EMBUTIDOS**



**FUENTE: ELABORACION PROPIA**

### 3.5.2 Estrategia de precio

*"El precio es el valor que los clientes dan o intercambian para obtener un producto deseado. El pago puede realizarse en forma de dinero, bienes, servicios, favores, votos o cualquier otra cosa que tenga para la otra parte"* (Solomon & Stuart, 2001).

El precio siempre ha sido una de las variables clave en la estrategia de marketing, se debe tener en cuenta aspectos como los precios que maneja la competencia, los costos de prestar un servicio, las utilidades esperadas, y muchos otros temas que afectan la fijación de los precios.

Para asignar el precio de venta promedio a los productos que se ofrecerán en el mini mercado, se seguirán varios aspectos importantes como son:

- El precio de venta estará constituido por el costo de comercialización, administración y venta más una ganancia adicional.
- El precio dentro de la empresa formará parte de la estrategia comercial, por esta razón se dará una atención especial a los proveedores y se buscará alianzas estratégicas para conseguir descuentos por cantidad y alternativas en la forma de pago.

### 3.5.3 Estrategia de promoción

Antes de abrir e inaugurar el Autoservicio "El Encanto" y para poder llevar a cabo el anuncio y promoción de su pronta apertura, creando un ambiente de expectativa del nuevo negocio, recurriremos a la realización de las siguientes acciones:

- Se colocarán carteles o afiches en la fachada del local anunciando la pronta apertura del negocio, o los días que faltan para ella.
- Repartiremos volantes en los barrios privados "Los Ombúes" y los "Nuevos Ombúes", para dar a conocer el establecimiento entre los vecinos, señalemos los horarios de atención y teléfono para la realización de los pedidos.
- Se realizarán avisos publicitarios en redes sociales y foros relacionados a la temática de nuestro negocio, en donde anunciemos la pronta apertura.
- Se colocarán carteles costeados la ruta 53, informando la distancia para llegar al establecimiento.

- La semana de apertura se les ofrecerá a los clientes pequeñas degustaciones de algunos de nuestros productos Gourmet como quesos embutidos y vinos para que conozcan algunos de nuestros productos.
- El local brindará una imagen adecuada para que el cliente se sienta atraído y pase al interior. La exposición de los productos en el establecimiento será estudiada cuidadosamente.
- El logotipo del autoservicio será sencillo y fácilmente legible por los clientes. Además se imprimirá en las bolsas del establecimiento y en los tickets.
- Se harán promociones en ocasiones especiales, por ejemplo, en épocas navideñas y días festivos.

A continuación se observan imágenes de algunas de las estrategias que se implementarán:

IMAGEN 21: VOLANTE



**AUTOSERVICIO**  
*"El Encanto"*  
 TODO EN UN SOLO LUGAR...



ARTICULOS DE LIMPIEZA  
 GOLOSINAS  
 GASEOSAS  
 BEBIDAS ALCOHOLICAS  
 FRUTAS Y VERDURAS  
 CARNES  
 EMBUTIDOS  
 PANIFICADOS  
**Y MÁS...**

**RUTA 53, KM9**  
**FLORENCIO VARELA**

 **TELEFONO 4237-2288**

HORARIO	
LUNES a VIERNES	
9:30 a 14:00	16:30 a 21:30
SABADOS	9:30 a 22:00
DOMINGOS	9:30 a 16:00

FUENTE: ELABORACION PROPIA



IMAGEN 22: TARJETAS DE PRESENTACION



FUENTE: ELABORACION PROPIA



IMAGEN 23: PAGINA DE FACEBOOK

**AUTOSERVICIO**  
*“El Encanto”*  
**TODO EN UN SOLO LUGAR...**

Autoservicio El Encanto  
@autoservicioelencanto

Inicio  
Información  
Fotos  
Opiniones  
Me gusta  
Twitter

**Información** [Sugerir cambios](#)

**DÓNDE ESTAMOS**  
Ruta 55, KM9  
Florencio Varela  
Buenos Aires, Argentina  
@autoservicioelencanto  
Llamar 011 4207-2200

**Autoservicio El Encanto**  
**Los Nuevos Ombues**  
**Los Ombues**

**HORARIO**  
Abierto ahora  
Lun a Vier 9:30 a 14 hs 16:30 a 21:30 hs  
Sáb 9:30 a 22:00 hs

**INFORMACIÓN DE CONTACTO ADICIONAL**  
Facebook.com/@autoservicioelencanto

**MÁS INFORMACIÓN**  
Descripción  
Autoservicio El Encanto donde encontrará la mejor calidad y variedad en productos.  
Compras y venta al por menor · Tienda de comestibles

FUENTE: ELABORACION PROPIA

Presupuesto estimativo:

PROVEEDOR	DESCRIPCION	PRECIO TOTAL
 MAMBA GRAFICA: Av. Alvarez Thomas 3067 1431 Buenos Aires, TEL 011 3969-1224	1000 Volantes / Folletos Full Color Frente Y Dorso	\$ 399,00
 FACEBOOK: <a href="http://www.facebook.com/business">www.facebook.com/business</a>	Publicidad en Facebook (se abona por clik) 600 clics de contactos efectivos	\$ 1.139,00
 Diseñador gráfico · Servicio de letreros DIRECCION :Chivilcoy 75, local 20 Buenos Aires TEL 011 3964-8312	Cartel para frente del establecimiento	\$ 5.000,00
 comercial en Lanús,15-5527-0628 [Telefonía] 15-6803-8100 [WhatsApp] /EmbalajesGlobal [Facebook] Embalajes_Global@Yahoo.co	Bolsa Camiseta, Impresa/personalizada 1000 unid. Medidas 30*40	\$ 356,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$6.894</b>

FUENTE: ELABORACION PROPIA

**Costo de promoción del Autoservicio: \$6894**

### 3.5.2 Estrategia de plaza

La plaza, también conocida distribución, consiste en poner los bienes y servicios en la cantidad y lugar adecuados cuando el consumidor los desee.

La distribución está considerada como parte vital en el funcionamiento del negocio, debido a que aquí existe una interrelación con el cliente, tratar de satisfacer las necesidades de una demanda que cada día se vuelve más exigente se convierte en una meta dentro de la compañía y para alcanzarla es esencial contar con instalaciones adecuadas para un buen manejo de los productos ,a fin de que la mercadería se encuentre organizada y bien distribuida, evitando confusiones y agilizando el despacho de la misma .

Al tratarse de un autoservicio, el cliente desde que ingresa al local, tiene la libertad de escoger sus propios productos y pagar luego en caja.

IMAGEN 24: CANAL DE DISTRIBUCION



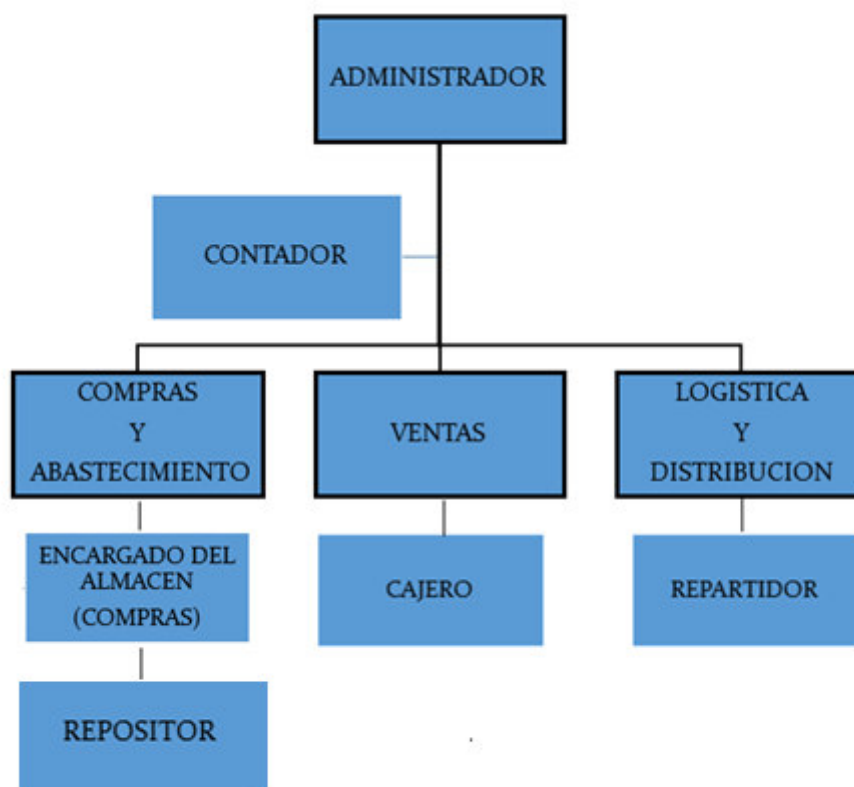
FUENTE DE ELABORACION PROPIA

## 4 Análisis organizacional y base legal

### 4.1 Organización y recursos humanos

La organización empresarial está representada a través de un organigrama de jerarquización vertical, en el cual se refleja la estructura de las diferentes áreas existentes. Aquí se define el objetivo principal, las tareas y funciones del puesto que desempeñarán los empleados en cada uno de los cargos asignados dentro del Autoservicio “El Encanto”.

#### 4.1.1 Organigrama Estructural



FUENTE DE ELABORACION PROPIA



#### 4.1.2 Funciones de la Organización

Las funciones necesarias para brindar un óptimo servicio realizadas por cada uno de los subordinados serán:

**Puesto / Responsabilidad:** ADMINISTRADOR

**Objetivo del cargo:** Gestionar adecuadamente los recursos financieros de la organización. Como así también hacer un seguimiento a todas las actividades relacionadas con el normal funcionamiento, teniendo en cuenta aspectos como el talento humano y la infraestructura.

**Tareas del puesto:**

- ✓ Asumir el liderazgo y la responsabilidad por la planificación, organización, dirección y control de las actividades desarrolladas en el autoservicio, incluyendo metas y objetivos propuestos.
- ✓ Reclutamiento y selección del Personal .Dirigir y controlar el personal a fin de garantizar la disciplina, el orden y el cumplimiento de las normas y objetivos de la organización.
- ✓ Proponer y/o participar en las mejoras continuas de las actividades y puestos de trabajo.
- ✓ Garantizar la calidad de los productos que se venden a los consumidores.
- ✓ Controlar el rendimiento económico de la empresa.
- ✓ Negociar y obtener recursos financieros.

**Puesto / Responsabilidad:** CONTADOR

**Objetivo del cargo:** Brindar asesoramiento impositivo y contable, de manera de garantizar el cumplimiento la de todas las normas vigentes en el país que competen a la organización.

**Tareas del puesto:**

- ✓ Garantizar que la contabilidad se lleve a cabo de acuerdo con las normas establecidas en Argentina.
- ✓ Realizar los registros contables .Revisar la contabilidad periódicamente. Encargarse del archivo de la documentación.
- ✓ Velar por el patrimonio de la empresa.

- ✓ Preparar presupuesto de ingresos y egresos anualmente.
- ✓ Controlar Inventarios.
- ✓ Mantener un adecuado registro de los activos que dispone la empresa.
- ✓ Elaborar los estados financieros pertinentes para presentar a las entidades de control.
- ✓ Manejo de Nomina de los empleados. Liquidación de sueldos y jornales. Altas y Bajas de los mismos.

**Puesto / Responsabilidad:** ENCARGADO DEL ALMACEN-COMPRAS

**Objetivo del cargo:** Encargado de llevar a cabo el resguardo del Inventario en el Autoservicio.

**Tareas del puesto:**

- ✓ Realizar las compras necesarias.
  - ✓ Negociación con los proveedores.
  - ✓ Recibir las mercaderías y verificar que sean almacenadas en su lugar respectivo.
  - ✓ Control y actualización de precios.
  - ✓ Mantener el almacén limpio y en orden.
  - ✓ Almacenamiento de inventario.
  - ✓ Resguardo y control de los comprobantes (como remitos y facturas)
- Realizar las compras.
- ✓ Controlar la recepción, clasificación, acondicionamiento del área del Autoservicio y del área de servicio.
  - ✓ Llevar el control de existencias a través de inventarios.
  - ✓ Coordinar con el área de contabilidad.

**Puesto / Responsabilidad:** REPOSITOR

**Objetivo del cargo:** Encargado de llevar a cabo la reposición de las mercaderías en las góndolas de exhibición.

**Tareas del puesto:**

- ✓ Transportar los embalajes desde el almacén del Autoservicio hasta la sala de venta.
- ✓ Mantener abastecidas y en orden los productos de las góndolas de exhibición.
- ✓ Acercar los productos más antiguos a la parte frontal de la estantería y colocar los nuevos al fondo. Revisar regularmente las fechas de caducidad de los productos.
- ✓ Asegurarse de que haya siempre mercancía disponible en la estantería, evitando las roturas de stock.
- ✓ Etiquetar los productos con el precio que se venderá a los clientes.
- ✓ Brindar apoyo en la atención y orientación de los clientes del Autoservicio.

**Puesto / Responsabilidad:** CAJERO

**Objetivo del cargo:** Garantizar las operaciones de la caja, efectuando actividades de recepción, entrega y custodia de dinero en efectivo, como así también la realización de cobros con tarjetas de crédito y débito. Con el fin de lograr la recaudación de ingresos al Autoservicio y la cancelación de los pagos que correspondan a través de caja.

**Tareas del puesto:**

- ✓ Facturar los productos comprados.
- ✓ Responsabilidad sobre su dinero en su caja.
- ✓ Digitar los códigos correctos de los productos para tener una transacción exitosa.
- ✓ Mantener en orden la zona de caja. Surtirla de cambio, de rollos para la caja, bolsas y otros artículos.
- ✓ Recaudar el dinero exacto y correspondiente por dicha transacción y emitir factura.
- ✓ Realizar un arqueo de caja al finalizar los movimientos transaccionales del día con el respaldo de facturas y entregar el dinero a su jefe inmediato.
- ✓ Atender y asesorar a los clientes cuando tengan cualquier inquietud acerca de productos, precios, etc.



- ✓ Cierre y cuadro de cajas diarias.

**Puesto / Responsabilidad:** REPARTIDOR

**Objetivo del cargo:** Encargado de llevar a cabo las entregas de las compras realizadas por los clientes hasta su domicilio.

Se estima que el repartidor trabaje 2 hs diarias para realizar la entrega de los pedidos.

**Tareas del puesto:**

- ✓ Organizar la ruta de transporte en función del número de pedidos y la localización de los domicilios de entrega.
- ✓ Conducir el vehículo desde el Autoservicio hasta el domicilio de entrega.
- ✓ Cargar y descargar los pedidos cuidando que la atención al cliente sea la correcta.
- ✓ Ser responsable del vehículo de reparto y su documentación durante el servicio.
- ✓ Informar a su superior de las necesidades mecánicas y de mantenimiento del vehículo de reparto.

### **4.1.3 Asignación del Personal**

En un principio, en los comienzos de la organización se contratará como personal indispensable para su funcionamiento a un cajero, y a un repositor de mercadería.

Y la persona que llevará adelante el plan del negocio, se encargará en un principio de la administración del Autoservicio, de realizar las compras y los pagos a proveedores y dedicará dos horas diarias para repartir los pedidos.

Además, se contratará a un Contador Público quien nos brindará asesoramiento impositivo y contable, de manera de garantizar el cumplimiento de todas las normas vigentes en el país que competen a la organización. Él nos cobrará mensualmente un monto en concepto de honorarios.

Teniendo en cuenta la escala salarial vigente de los empleados de comercio, a continuación se detalla en un cuadro los valores que se deberán abonar en concepto de sueldos y jornales, según el puesto que ocupe. Y se estipula pagar en concepto de cargas sociales (aportes y contribuciones a la obra y seguridad social, un 23% sobre el neto aproximadamente.)

**CUADRO 1: DETALLE DE HORAS TRABAJADAS**

PUESTO/RESPONSABILIDAD	SALARIO MENSUAL	HS TRABAJADAS POR MES	SALARIO ANUAL	CARGAS SOCIALES	TOTAL A PAGAR
Repositor	\$ 16.506,00	236	\$ 214.578,00	\$ 49.352,94	\$ 263.930,94
Cajero	\$ 16.755,00	236	\$ 217.815,00	\$ 50.097,45	\$ 267.912,45
Contador Público	\$ 1.500,00	*	\$ 19.500,00	*	\$ 19.500,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 34.761,00</b>		<b>\$ 451.893,00</b>	<b>\$ 99.450,39</b>	<b>\$ 551.343,39</b>

FUENTE DE ELABORACION PROPIA

**IMAGEN 25: MODELO DE RECIBO DE SUELDO DE UN CAJERO**

Concepto	Unidades	Remunerativo	No Remunerativo	Descuentos
Básico	30	\$ 16.755		
Antigüedad				
Asistencia y puntualidad		\$1.199,84		
Jubilación	11,0%			1.715,77
Obra Social	3,0%			467,94
Ley 19.032	3,0%			467,94
S.E.C. Art 100 CCT 130/75	2,0%			311,96
F.A.E.C.y.S. Art 100 CCT 130/75	0,5%			77,99
S.E.C. Art 101 CCT 130/75	2,0%			0,00
Aporte OSECAC s/acta comp.				100,00
Acuerdo Colectivo 2015				
	Sub-Total	\$17.954,84	-	3.141,58
ignacioonline.com.ar			Neto	\$14.813,26
Son pesos:		Catorce mil ochocientos trece con 26 centavos,		-----

FUENTE DE ELABORACION PROPIA



## 4.2 Base legal

Para la realización del proyecto, es necesario conocer las leyes, códigos y normas vigentes que lo afectan, de manera de poder cumplirlas y tener la seguridad de que se está actuando conforme a la ley.

El empresario individual desarrollará su actividad bajo el régimen de Autónomo, estimando abonar una cuota anual de \$11.000 en concepto de los aportes y contribuciones (\$919.92 por mes).

Se aplicará los valores actualizados por la AFIP (Administración Federal de Ingresos Públicos).Correspondiente a la actividad que desarrollará el empresario y de acuerdo con las bases imponibles mínimas y máximas, el empresario encuadra en la Tabla 3, Categoría I, con ingresos desde \$25000. (Valores vigentes y actualizados a la fecha).

### 4.2.1 Razón social, logotipo, slogan

**Razón Social:** En este caso, será el nombre del dueño del mini mercado/ autoservicio. La actividad será desarrollada por el emprendedor como empresario individual, bajo el régimen de Autónomos.

**Logotipo:**



**Slogan:**

**TODO EN UN SOLO LUGAR...**



#### 4.2.2 Proceso de Constitución

- **Habilitación del lugar**

Después de que conseguir el lugar adecuado para instalar el Autoservicio, lo que sigue será obtener los permisos y licencias correspondientes en la ciudad de Florencio Varela. Se deberá informar a las autoridades sobre el micro emprendimiento que llevará a cabo. Luego, un inspector inspeccionará el lugar donde montará el negocio para revisar que cumpla con todas las medidas de seguridad. Y si cumple con todo, nos otorgarán un permiso y estaremos en condiciones para seguir adelante con la idea de negocio.

A continuación se detalla los requerimientos que solicita la Municipalidad de Florencio Varela para poder realizar el trámite de habilitación de un comercio:

IMAGEN 25: REQUISITOS PARA EL TRAMITE DE HABILITACION DE COMERCIO

Requisitos para el Trámite		
	<b>Requisitos para el Trámite</b>	 Florencio Varela Municipalidad
<b>HABILITACION DE COMERCIO O INDUSTRIA</b>		
<b>Ciudadano:</b>		
<b>Número de Consulta:</b>		
<u>Requisito</u>	<u>Obligatorio</u>	<u>Cant. de Copias</u>
ESCRITURA O BOLETO DE COMPRA-VENTA	NO	0
OBLIGATORIO EN CASO DE SER EL TITULAR QUIEN HABILITA Y NO HAYA REGISTRADO DICHA DOCUMENTACION EN CATASTRO PARCELARIO, PARA LO CUAL SE LE OTORGARA TURNO EN EL MOMENTO PARA EL AREA DE MENCIÓN.		
DNI 1º Y 2º HOJA MÁS CAMBIO DE DOMICILIO	SI	1
SI ES SOCIEDAD CUALQUIERA SEA SU DENOMINACION LEGAL DEBERA PRESENTAR DNI DE LOS SOCIOS, DEL APODERADO CON SU CORRESPONDIENTE CARTA PODER. EXTRANJEROS DEBERAN CONTAR CON RESIDENCIA PERMANENTE EN EL PAIS (NUMERO DE RESOLUCION EN EL DNI).		
PLANO DE OBRA	SI	1
APROBADO POR EL MUNICIPIO (CON SELLADO Y FECHA DE APROBAC). PARA LOS RUBROS QUE NO REQUIEREN ZONIFIC O FACTIBIL Y REMIS PUEDE PRESENTAR LA INSCRIP EN MORATORIA PARA PAGO DE DER.DE CONSTRUCCION (DEC.JUR, LIQUIDACION Y PAGO AL DIA). SI ES LOCAL DEBE MARCAR		
RECIBO DE LA TASA DE SERVICIOS GENERALES	SI	1
DEL LUGAR DONDE SE SOLICITA LA HABILITACION		
FACTURA DE PAGO DE UN SERVICIO	NO	1
DE LUZ, GAS O TELEFONO FIJO, DEL DOMICILIO PARTICULAR DEL TITULAR O APODERADO DE LA HABILITACION. PUEDE NO ESTAR A SU NOMBRE PERO DEBE COINCIDIR CON EL DOMICILIO DEL DNI O CERTIFICADO DE DOMICILIO DEL REG CIVIL. OBLIGATORIO P/ LA SEGUNDA ETAPA DEL TRAMITE.		
CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN EN AFIP (CUIT)	NO	1
CONST.DE OPCION O CONST.DE INSCRIPCION, SI ES SOCIEDAD DE TODOS LOS SOCIOS (A TRAMITAR EN LAS HERAS 112, QUILMES, TEL:4224-5966/4257-9623). DEBE ESTAR VIGENTE Y PRESENTAR IMPUESTOS ACTIVOS. . OBLIGATORIO P/ LA SEGUNDA ETAPA DEL TRAMITE.		
PAGO DE SELLADO POR DERECHOS DE OFICINA	SI	0
PERSONA FISICA TASA 9001 SUBTASA 1. PERSONA JURIDICA TASA 9001 SUBTASA 161.		





### Requisitos para el Trámite



#### HABILITACION DE COMERCIO O INDUSTRIA

Ciudadano:

Número de Consulta:

<b>Requisito</b>	<b>Obligatorio</b>	<b>Cant. de Copias</b>
FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN EN EL IMPUESTO SOBRE INGRESOS BRUTOS  DEBE PRESENTAR CONST INSCRIP (2 FORMUL) Y CERTIF DE DOMICILIO. DEBE CORRESPONDER LA PARTIDA MENCIONADA EN EL CERTIF CON EL DEL RECIBO DE TASA. OBLIGATORIO P/ LA SEGUNDA ETAPA DEL TRAMITE.	NO	1
FORMULARIO 522/A DECLARACIÓN JURADA  REQUISITO OBLIGATORIO PARA LA SEGUNDA ETAPA DEL TRAMITE. SE OBTIENE DESDE LA PÁGINA WEB WWW.AFIP.GOV.AR	NO	1
FORMULARIO DE HABILITACIÓN: SOLICITUD DE HABILITACIÓN DE PERSONA FÍSICA  OBLIGATORIO PARA HABILITACION DE PERSONA FISICA. DEBE PRESENTAR ORIGINAL. EL FORMUL TIENE VIGENCIA DE 6 MESES UNA VEZ CERTIFICADA LA FIRMA.	NO	0
FORMULARIO DE HABILITACIÓN: SOLICITUD DE HABILITACIÓN DE PERSONA JURÍDICA  OBLIGATORIO PARA HABILITACION DE PERSONA JURIDICA. DEBE PRESENTAR ORIGINAL. EL FORMUL TIENE VIGENCIA DE 6 MESES UNA VEZ CERTIFICADA LA FIRMA.	NO	0
CERTIFICADO DE ZONIFICACIÓN  PARA: BAILABLE, CANTOBAR, SALON DE FIESTAS O SIMILARES (INCLUYE INFANTILES), CRIADERO DE ANIM, COCHERIA O SALA VELATORIA, GUARDERIA, PUESTO DE OSARIOS Y FLORES EN VIA PUBLICA, BANCO Y FINANCIERA, ESTACIONAMIENTO (SIN LAVAD), CLUB, VIVERO, ESTABLEC DE SALUD, GERIATRICOS	NO	1
NOTA  OBLIGATORIO PARA EL RUBRO REMISERÍA. NOTA DECLARANDO LA CANTIDAD DE VEHÍCULOS HABILITADOS CON LOS QUE CUENTA. LA FIRMA DE ESTA NOTA DEBE SER REALIZADA POR ANTE UN EMPLEADO MUNICIPAL AUTORIZADO A TAL FIN.	NO	1
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN DE REMISERIAS Y PARADAS DE TAXI  REQUISITO OBLIGATORIO PARA AGENCIAS DE REMISES (DEBE INICIAR EL TRAMITE: CERTIFICADO PARA INICIO DE HABILITACION DE REMISES)	NO	1



**Requisitos para el Trámite**



**HABILITACION DE COMERCIO O INDUSTRIA**

**Ciudadano:**

**Número de Consulta:**

<u>Requisito</u>	<u>Obligatorio</u>	<u>Cant. de Copias</u>
<b>PAGO DE DERECHO DE HABILITACIÓN</b> REQUISITO OBLIGATORIO PARA LA SEGUNDA ETAPA DEL TRAMITE	NO	0
<b>LIBRO DE ACTAS</b> REQUISITO OBLIGATORIO PARA LA SEGUNDA ETAPA DEL TRAMITE	NO	0
<b>«OBSERVACIÓN:</b> DE NECESITAR UNA CONSTANCIA PARA PRESENTAR EN EDESUR PARA DAR DE ALTA EL MEDIDOR SE LE ENTREGARA UNA FOTOCOPIA DEL FORMULARIO DE SOLICITUD DE HABILITACION PRESENTADO CON SELLO DE ENTRADA DEL TRAMITE.	NO	0
<b>«OBSERVACIÓN:</b> EL CIUDADANO DEBERA EXHIBIR LOS ORIGINALES DE LA DOCUMENTACION Y PRESENTAR LAS FOTOCOPIAS (EXCEPTO LOS FORMULARIOS DONDE SE ESPECIFICA ENTREGA DE ORIGINAL)	NO	0
<b>«OBSERVACIÓN:</b> DEBERA ESPECIFICAR NOMBRE DE FANTASIA EN EL CAMPO DE OBSERVACIONES DEL FORMULARIO DE HABILITACION	NO	0
<b>«OBSERVACIÓN:</b> DEBERA PRESENTAR DISPOSICION DEL OPDS (PREVIO TRAMITE DE RADICACION INDUSTRIAL/CATEGORIZACION)). EN CASO QUE EL RUBRO LO REQUIERA (QUE DISTRIBUYA Y/O REALICE TRANSFORMACION DE LA MATERIA PRIMA).	NO	0
<b>FORMULARIO</b> DE TRATARSE DE UN PROPIETARIO QUE DESEA HABILITAR UN KIOSCO EN SU CASA SIN POSEER LOCAL, DEBERÁ ACOGERSE AL DEC 2425/89 COMPLETANDO EL CORRESPONDIENTE FORMULARIO OTORGADO POR DUPLICADO DEJANDO AMBOS EN EL LEGAJO	NO	0
<b>CONTRATO CONSTITUTIVO O ESTATUTO SOCIAL</b> REQUISITO OBLIGATORIO PARA PERSONA JURIDICA, EXCEPTO SH.	NO	1



**Requisitos para el Trámite**



**HABILITACION DE COMERCIO O INDUSTRIA**

**Ciudadano:**

**Número de Consulta:**

**Requisito**

**Obligatorio**    **Cant. de Copias**

ACTA DE ASAMBLEA

NO                    1

REQUISITO OBLIGATORIO PARA PERSONA JURIDICA. DEBE PRESENTAR EL ULTIMO ACTA CON DESIGNACION DE CARGOS, EXCEPTO SH.

TÍTULO HABILITANTE

NO                    1

OBLIGATORIO PARA RUBROS QUE DEBAN ACREDITAR SU PROFESION (EJEMPLO INSTITUTOS, PELLUQUERIA, ENTRE OTROS)

RESOLUCIÓN DE FACTIBILIDAD

NO                    1

OBLIGATORIO: SUPERMERC, AUTOSERV Y VENTA DE PROD ALIMENTIC QUE SUPERAN LOS 100 MTS2, PANADERIA, PASTAS FRESCAS Y HELADERIA CON ELABORAC, DEPOS EN GRAL, TALLERES, MAYORISTA, CORRALON, IMPRENTA, GUARDA CAMIONES, ANTENA, MADERERA, ESTAC. DE SERV, LAVADER.

LIBERACIÓN ALFABÉTICA Y POR PARTIDA

NO                    0

A IMPRIMIR POR OPERADOR DE VENTANILLA UNICA. EL TITULAR DEL TRAMITE NO DEBERÁ TENER DEUDA DE COMERCIO Y LA PARTIDA NO PODRÁ ESTAR OCUPADA POR OTRO COMERCIO, DEBIENDO CUMPLIMENTARSE ESTOS REQUISITOS OBLIGATORIAMENTE EN LA SEGUNDA ETAPA DEL TRAMITE.

CERTIFICADO ANTISINIESTRAL

NO                    1

OBLIGATORIO PARA RUBROS QUE AGLOMERAN GENTE (POR EJEMPLO INSTITUTOS, BARES, ETC). SERA REQUERIDO POR LA DIRECCION DE INSPECCION GENERAL

MEDICIÓN DE DISTANCIA PARA CYBER

NO                    1

OBLIGATORIO PARA CYBER

FORMULARIO VISADO HOJA 2 - HABILITACIONES

SI                    0

A IMPRIMIR POR EL OPERADOR DE VENTANILLA UNICA. FORMULARIO A VISAR POR LAS AREAS CORRESPONDIENTES. DEBERA ADJUNTARSE UNA HOJA POR PARTIDA



**Requisitos para el Trámite**



**HABILITACION DE COMERCIO O INDUSTRIA**

**Ciudadano:**

**Número de Consulta:**

**Requisito**

**Obligatorio**

**Cant. de Copias**

CONTRATO DE LOCACIÓN O CONTRATO DE COMODATO

NO

1

OBLIGATORIO CUANDO NO ES TITULAR DE LA PROPIEDAD. DEBE TENER DATOS CATASTRALES, RUBRO, NRO DE LOCAL Y ESTAR CELEBRADO POR EL TITULAR DE LA PROPIEDAD. LOCACION: TIMBRADO (FORM. RSSOP). COMODATO: FIRMAS CERTIFICADAS POR ESCRIBANO O JUEZ DE PAZ

FUENTE: MUNICIPALIDAD DE FLORENCIO VARELA

**Costo del trámite: \$0**

● **Búsqueda y Reserva del nombre**

La denominación de una persona jurídica es el atributo por el que se identifica a la misma en todos los actos que realice. Sin embargo, la libre elección de dicho nombre o denominación está limitado por normas jurídicas que pretender evitar que una persona jurídica tenga el mismo o parecido nombre al de otra preexistente. Es por ello, que es necesario recurrir a los Registros Públicos para realizar el trámite respectivo, con la finalidad de evitar que en ese lapso se inscriba otra persona jurídica con el nombre concebido. Dicha tarea está a cargo de la **Inspección General de Justicia (IGJ)** que es un organismo dependiente del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos que tiene a su cargo el Registro Público de Comercio y los Registros de Asociaciones Civiles y Fundaciones de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Para conocer si la denominación propuesta está disponible o no. (**Importante:** el hecho de encontrarla disponible no indica que pueda ser utilizada). La efectiva disponibilidad deberá confirmarla de manera personal en la Inspección General de Justicia, para lo cual deberá seguir los siguientes pasos:

A) Generar un Formulario. Se obtiene desde esta página web, ingresando en "Formularios" y seleccionando el trámite "Reserva de denominación". Allí deberá indicar tres denominaciones posibles (incluyendo el tipo societario) y los datos de dos constituyentes, sean estas personas físicas o jurídicas.

B) Presentar el formulario en Mesa de Entradas para conocer la disponibilidad de las denominaciones propuestas.

C) Si alguna de las denominaciones se puede reservar, timbrar el Formulario en las cajas ubicadas en la Mesa de Entradas.

D) Presentar nuevamente el formulario en el puesto de atención de Mesa de Entradas para efectivizar la reserva, la que tendrá una validez de 30 días corridos.

A continuación se detalla una serie de pasos a seguir para poder realizar este trámite.

Guía brindada por la IGJ (Inspección General de Justicia).

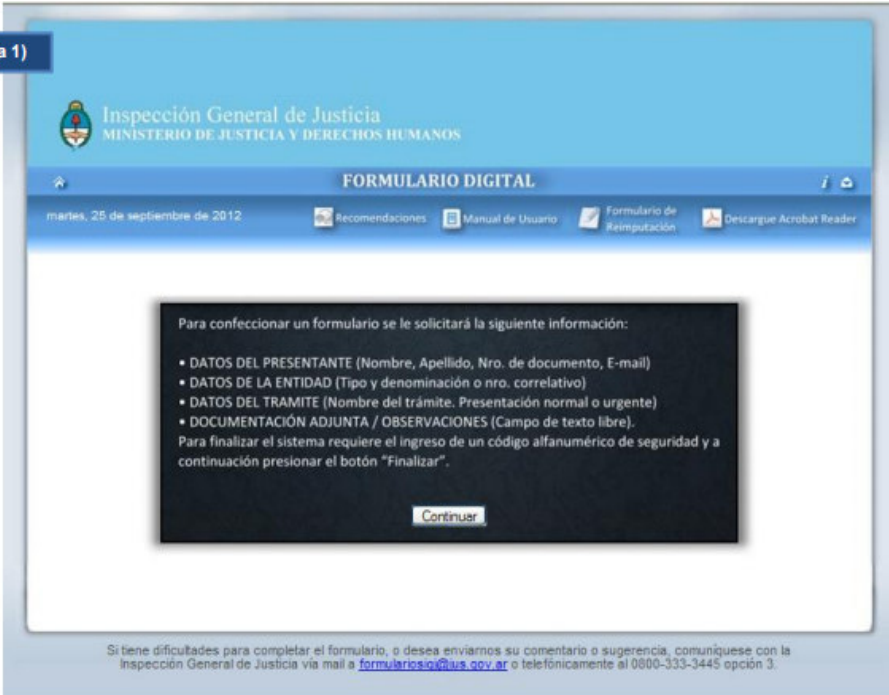
#### IMAGEN 26: FORMULARIO PARA RESERVA DE DENOMINACION



#### FORMULARIO PARA HACER LA RESERVA DE DENOMINACIÓN

Ingresa a la opción **Formularios** de los Accesos Directos de la portada de la web de la IGJ. El sistema abrirá un recuadro (Pantalla 1) que muestra el tipo de datos que se solicitarán para la confección del formulario. Hacer clic en el botón "Continuar" para comenzar a completar la información:

(Pantalla 1)



Inspección General de Justicia  
MINISTERIO DE JUSTICIA Y DERECHOS HUMANOS

FORMULARIO DIGITAL

martes, 25 de septiembre de 2012

Recomendaciones Manual de Usuario Formulario de Reimputación Descargue Acrobat Reader

Para confeccionar un formulario se le solicitará la siguiente información:

- DATOS DEL PRESENTANTE (Nombre, Apellido, Nro. de documento, E-mail)
- DATOS DE LA ENTIDAD (Tipo y denominación o nro. correlativo)
- DATOS DEL TRAMITE (Nombre del trámite. Presentación normal o urgente)
- DOCUMENTACIÓN ADJUNTA / OBSERVACIONES (Campo de texto libre).

Para finalizar el sistema requiere el ingreso de un código alfanumérico de seguridad y a continuación presionar el botón "Finalizar".

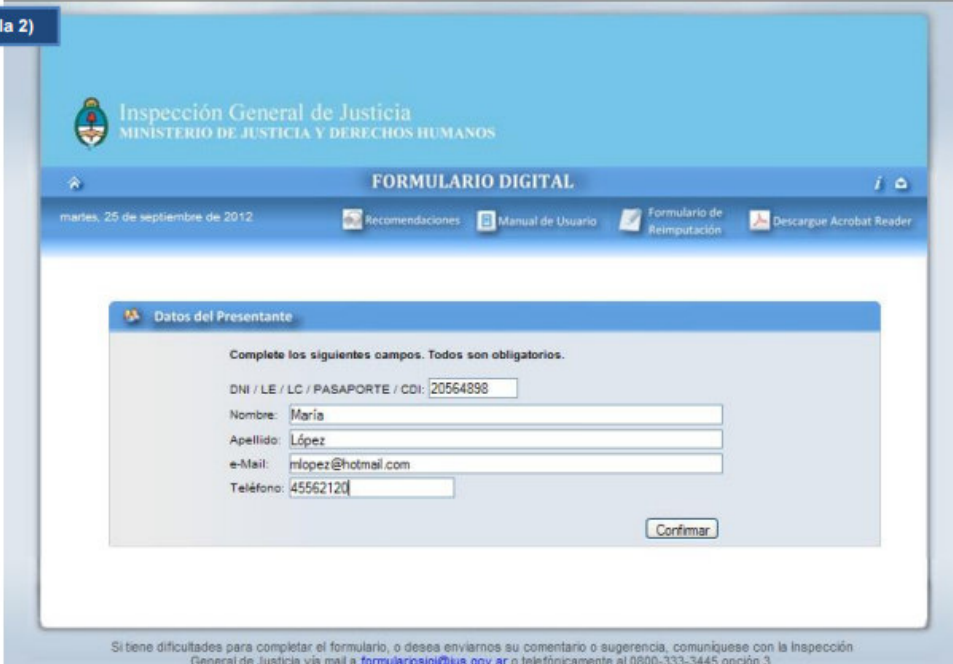
Continuar

Si tiene dificultades para completar el formulario, o desea enviarnos su comentario o sugerencia, comuníquese con la Inspección General de Justicia via mail a [formularios@ius.gov.ar](mailto:formularios@ius.gov.ar) o telefónicamente al 0800-333-3445 opción 3.

**PASO 1: DATOS PERSONALES**

Completar los campos con los datos de quien firmará el formulario (Pantalla 2). Luego hacer clic en "Confirmar" para poder continuar:

(Pantalla 2)



Inspección General de Justicia  
 MINISTERIO DE JUSTICIA Y DERECHOS HUMANOS

FORMULARIO DIGITAL

martes, 25 de septiembre de 2012

Recomendaciones Manual de Usuario Formulario de Reimpugnación Descargue Acrobat Reader

**Datos del Presentante**

Complete los siguientes campos. Todos son obligatorios.

DNI / LE / LC / PASAPORTE / CDI: 20564898

Nombre: María


Apellido: López

e-Mail: mlopez@hotmail.com

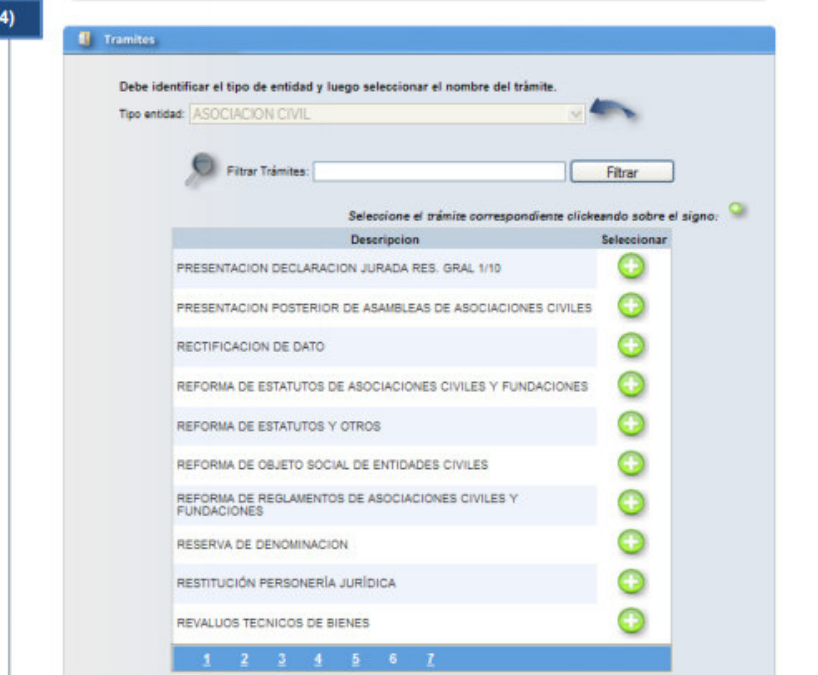
Teléfono: 45562120

Confirmar

Si tiene dificultades para completar el formulario, o desea enviarnos su comentario o sugerencia, comuníquese con la Inspección General de Justicia vía mail a [formularios@luj.gov.ar](mailto:formularios@luj.gov.ar) o telefónicamente al 0800-333-3445 opción 3.

A continuación se mostrarán todos los trámites relacionados con el tipo de entidad seleccionado, ordenados por orden alfabético (Pantalla 4). Seleccionar el Trámite "Reserva de Denominación", haciendo clic en el botón verde 

(Pantalla 4)














Tramites

Debe identificar el tipo de entidad y luego seleccionar el nombre del trámite.

Tipo entidad: ASOCIACION CIVIL

Filtrar Trámites:

Seleccione el trámite correspondiente clickeando sobre el signo: 


Descripcion	Seleccionar
PRESENTACION DECLARACION JURADA RES. GRAL 1/10	
PRESENTACION POSTERIOR DE ASAMBLEAS DE ASOCIACIONES CIVILES	
RECTIFICACION DE DATO	
REFORMA DE ESTATUTOS DE ASOCIACIONES CIVILES Y FUNDACIONES	
REFORMA DE ESTATUTOS Y OTROS	
REFORMA DE OBJETO SOCIAL DE ENTIDADES CIVILES	
REFORMA DE REGLAMENTOS DE ASOCIACIONES CIVILES Y FUNDACIONES	
RESERVA DE DENOMINACION	
RESTITUCION PERSONERIA JURIDICA	
REVALUOS TECNICOS DE BIENES	

1 2 3 4 5 6 7

### PASO 3: INFORMACIÓN DEL FORMULARIO

Una vez seleccionado el trámite, el sistema informará el tipo de formulario que corresponde, el valor del mismo y el nombre del trámite seleccionado (Pantalla 5). Para continuar, hacer click sobre el botón "Confirmar":

(Pantalla 5)



Inspección General de Justicia  
MINISTERIO DE JUSTICIA Y DERECHOS HUMANOS

FORMULARIO DIGITAL

martes, 25 de septiembre de 2012

Recomendaciones Manual de Usuario Formulario de Reputación Descargue Acrobat Reader

Datos del Presentante

DNI/LE/LC: 20594898 Nombre: María Apellido: López Mail: mlopez@hotmail.com

Tramites

Debe identificar el tipo de entidad y luego seleccionar el nombre del trámite.

Tipo entidad: ASOCIACION CIVIL


Formulario: B

Valor del Trámite: \$ 75

TRAMITE SELECCIONADO: RESERVA DE DENOMINACION

Confirmar

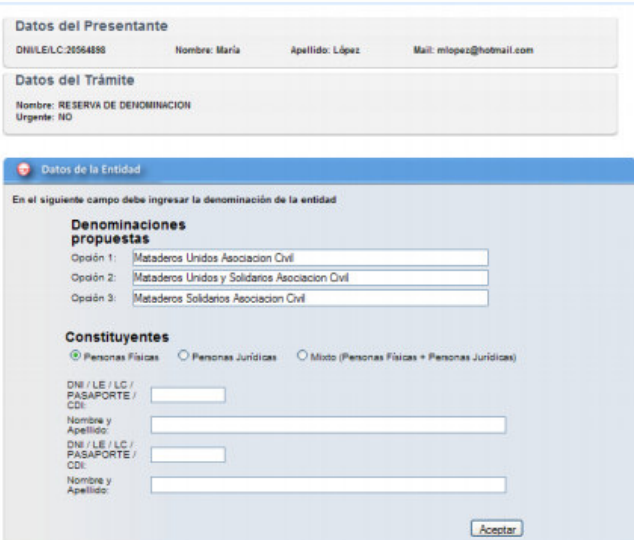
Si tiene dificultades para completar el formulario, o desea enviarnos su comentario o sugerencia, comuníquese con la Inspección General de Justicia vía mail a [formulariosig@ius.gov.ar](mailto:formulariosig@ius.gov.ar) o telefónicamente al 0800-333-3445 opción

En caso de que se advierta que el tipo de entidad o el trámite seleccionado no es el correcto, puede hacer un click sobre la flecha  que se encuentra al lado del tipo de entidad seleccionado. Allí podrá seleccionar el tipo de entidad, y presionando el botón "Buscar Trámite" identificar el trámite nuevamente.

### PASO 4: DATOS DE LA ENTIDAD

En este paso deberá ingresar tres opciones de denominación. Estas deben incluir el tipo de entidad (Asociación Civil). No debe incluir puntos, apóstrofes ni caracteres especiales en estos campos. Si se pretende utilizar, por ejemplo, el signo &, simplemente deje el espacio en blanco y luego agréguelo a mano en el formulario impreso. Esta restricción obedece a cuestiones de seguridad de la aplicación. Es obligatorio completar los tres renglones. Si se propondrán menos de tres alternativas, se sugiere repetir la denominación en el renglón siguiente, de manera de no dejar ninguno en blanco. A continuación, deberá especificar el tipo de constituyente de la asociación civil y completar los datos requeridos (Pantalla 6). Luego, hacer click en el botón "Aceptar":

(Pantalla 6)



Datos del Presentante

DNI/LE/LC: 20594898 Nombre: María Apellido: López Mail: mlopez@hotmail.com

Datos del Trámite

Nombre: RESERVA DE DENOMINACION

Urgente: NO

Datos de la Entidad

En el siguiente campo debe ingresar la denominación de la entidad

Denominaciones propuestas

Opción 1: Mataderos Unidos Asociación Civil

Opción 2: Mataderos Unidos y Solidarios Asociación Civil

Opción 3: Mataderos Solidarios Asociación Civil

Constituyentes

Personas Físicas  Personas Jurídicas  Mixto (Personas Físicas + Personas Jurídicas)

DNI / LE / LC / PASAPORTE / CDI:

Nombre y Apellido:

DNI / LE / LC / PASAPORTE / CDI:

Nombre y Apellido:

Aceptar

## PASO 5: CÓDIGO DE SEGURIDAD

Luego de aceptar los datos introducidos en el paso anterior, el sistema mostrará en la parte inferior de la pantalla un cuadro con un código alfanumérico de 5 caracteres, el cual cambiará aleatoriamente en cada transacción (Pantalla 7). Deberá ingresar el código en el casillero correspondiente y luego presionar el botón "Finalizar". Si el ingreso no es correcto, se mostrará una nueva combinación de caracteres que el usuario deberá volver a ingresar.

(Pantalla 7)

Una vez generado el formulario cuenta con un plazo de 10 días corridos para abonarlo. Si se ha superado ese tiempo debe generar un nuevo formulario. Una vez abonado el timbrado, el formulario no tiene vencimiento y puede ser presentado en cualquier momento.

Los formularios se abonan en las cajas ubicadas en la Mesa de Entrada de IGJ, medios de pago: efectivo y tarjetas de débito o a través de la red BANELCO.

Por favor, ingrese el código de seguridad:



Por favor ingrese el código

## PASO 6: FORMULARIO GENERADO

Se abrirá un recuadro, en el que el usuario debe seleccionar si desea abrir o guardar el archivo generado.

Seleccionando la opción "Abrir", se abrirá un archivo de extensión .PDF que contiene el formulario generado. Si opta por "Guardar", el archivo del formulario generado se almacenará en la localización que se indique.



## PASO 7: IMPRESIÓN Y PRESENTACIÓN

Al imprimir el formulario obtendrá dos copias del mismo, identificadas como "original" y "duplicado".

El original debe ser timbrado en las cajas de la Inspección General de Justicia. El duplicado será sellado por el personal de la Mesa de entradas en el momento de presentar el original, y quedará en poder del presentante a modo de comprobante.

FUENTE: INSPECCION GENERAL DE JUSTICIA

**Costo del trámite: \$75 en concepto de sellado.**

### • Alta en los Impuestos

La tarea de alta de los impuestos estará a cargo de un contador público, quien llevara adelante toda la presentación formal de la documentación requerida por la AFIP y ARBA.






Una vez que el emprendedor concurra a una dependencia de la AFIP, solicite su CUIT (Clave Única de Identificación Tributaria) y proceda a la registración de sus datos biométricos, el Contador Público designado podrá proseguir con el alta pertinente de los impuestos.

Debido a su condición de emprendedor individual, le corresponde inscribirse en los siguientes impuestos:

- REG. SEG. SOCIAL EMPLEADOR
- GANANCIA MINIMA PRESUNTA
- IVA
- REG. TRAB. AUTONOMO Categoría T3 Cat. I Ingresos desde \$25.000
- GANANCIAS PERSONAS FISICAS
- SICORE-IMPTO.A LAS GANANCIAS

A continuación se muestra el Formulario de Impresión de Constancia de Inscripción en AFIP

IMAGEN 27: CONSTANCIA DE INSCRIPCION EN AFIP:

 ADMINISTRACION FEDERAL DE INGRESOS PUBLICOS <b>CONSTANCIA DE INSCRIPCION</b>	
CUIT 27-XXXXXXX-4 <b>NOMBRE DEL EMPRENDEDOR</b>	
IMPUESTO/REGIMEN REGISTRADO Y FECHA DE ALTA	
REG. SEG. SOCIAL EMPLEADOR GANANCIA MINIMA PRESUNTA IVA REG. TRAB. AUTONOMO Categoria T3 Cat. I Ingresos desde \$25.000 GANANCIAS PERSONAS FISICAS SICORE-IMP.TO.A LAS GANANCIAS - 78 ***** Contribuyente no amparado en los beneficios promocionales INDUSTRIALES establecidos por Ley 22021 y sus modificatorias 22702 y 22973, a la fecha de emision de la presente constancia.	
- Impuesto Bienes Personales y Exteriorización - Ley 26476: de corresponder, deberán solicitarse en la dependencia donde se encuentra inscripto. - Impuesto a las Ganancias: la condición de exenta, para las entidades enunciadas en los incisos b), d), e), f), g), m) y r) del Art. 20 de la ley, se acredita mediante el "Certificado de exención en el Impuesto a las Ganancias" - Resolución General 2681.	
Actividad principal: 471120 (F-883) VENTA AL POR MENOR EN SUPERMERCADOS Secundaria(s): 451100 (F-883) VENTA AL POR MAYOR DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS N.C.P. 452200 (F-883) VENTA AL POR MAYOR DE MATERIAS PRIMAS PECUARIAS N.C.P. INCLUSO ANIMALES VIVOS	
Mes de cese ejercicio comercial: 12	
Domicilio Fiscal	
RUTA 53, KM 9 FLORENCIO VARELA 1888-BUENOS AIRES	
Dependencia donde se encuentra inscripto	
AGENCIA NRO 100 LAS HERAS N° 112/30 1876 BUENOS AIRES	

FUENTE DE ELABORACION PROPIA

A continuación se muestra el Formulario de Impresión de Constancia de Inscripción en ARBA:

**IMAGEN 28: CONSTANCIA DE INSCRIPCION EN ARBA:**

R - 444N	
<b>Código de Verificación Web</b>	Agencia de Recaudación Provincia de Buenos Aires
376363	

Impuesto sobre los Ingresos Brutos

### Certificado de Domicilio

27 - XXXXXX - 4

Partido - Partida

025 - XXXXXX - 5

O BRIEN NRO: 888 Loc: REMEDIOS DE ESCALADA CP: 1826

Sucursal:

SERVICIOS PERSONALES, NO CLASIFICADOS EN OTRA PARTE

Fecha de Inscripción en el Impuesto:

Fecha de Reempadronamiento:

Este certificado deberá estar ubicado en un lugar visible y destacado, próximo a aquél en el que se realice el pago, sin que otros formularios, carteles, avisos, etc., impidan su rápida localización, o bien en vidrieras o puertas de acceso. En caso de contribuyentes que no reciban público, el mismo deberá estar disponible en el lugar declarado, a requerimiento de la Autoridad Fiscal cuando ésta así lo solicite.

Este certificado no podrá ser sustituido por ejemplares no previstos por esta  
Administración Tributaria.  
D.N Serie B 53/2010

**FUENTE DE ELABORACION PROPIA**

**Costo del trámite: está incluido en los honorarios mensuales que se abonaran al contador.**

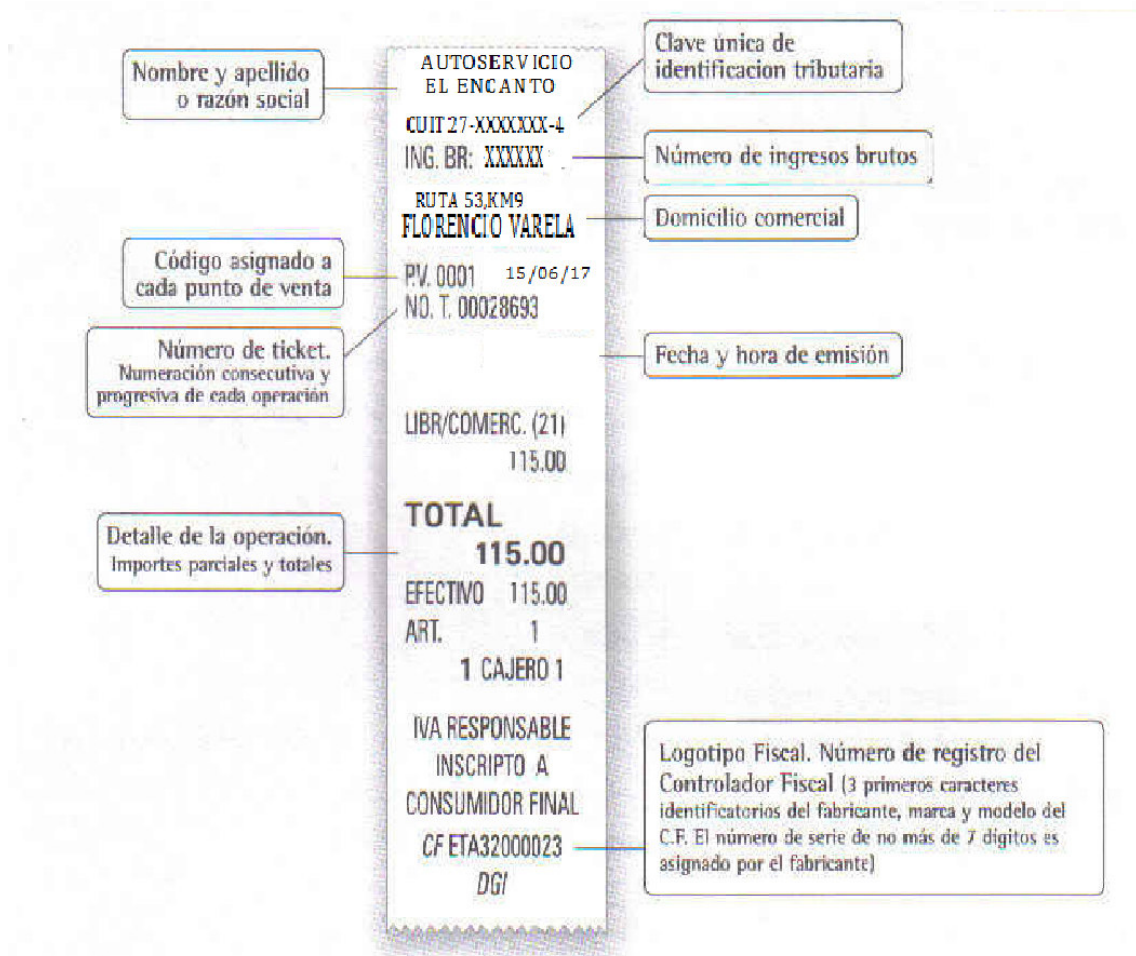
● **Controlador fiscal. Autorización para imprimir comprobantes de pago**

Por último, si se vende a consumidor final se debe adquirir una máquina registradora con controlador fiscal que es lo que genera el ticket para funcionar.

Según la disposición de AFIP se deberá utilizar el equipamiento electrónico denominado "Controlador Fiscal" homologado por este Organismo, para procesar, registrar, emitir comprobantes y conservar los datos de interés fiscal en respaldo de las operaciones que se generan como consecuencia de la compraventa de cosas muebles, locaciones y prestaciones de servicios, locaciones de cosas y obras y las señas o anticipos que congelen el precio, en los casos, formas y condiciones que se establecen en la presente.

El trámite se realiza por internet accediendo con clave fiscal. Estará a cargo del contador público contratado.

**IMAGEN 29: MODELO DE TICKET**




FUENTE DE ELABORACION PROPIA

**Costo del trámite: está incluido en los honorarios mensuales que se abonarán al contador.**



IMAGEN 30: MODELO DE FACTURA

<b>AUTOSERVICIO</b> <i>“El Encanto”</i> TODO EN UN SOLO LUGAR... I.V.A. RESPONSABLE INSCRIPTO		<b>B</b> <small>Código N° DE</small>	<b>FACTURA</b>			
			FECHA <table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td style="width: 20px;"> </td><td style="width: 20px;"> </td><td style="width: 20px;"> </td></tr></table>			
Señor(es): .....						
Dirección: ..... Loc.: .....						
Condiciones de Venta:    Contado <input type="checkbox"/> Cla. Cle. <input type="checkbox"/>			C.U.I.T.:			
I.V.A.    Exento <input type="checkbox"/> No Resp. <input type="checkbox"/> Cons. Final <input type="checkbox"/> Resp. Monot. <input type="checkbox"/>			REMITO N°			
Cantidad	DESCRIPCION	Precio Unitario	IMPORTE			
ORIGINAL BLANCO DUPLICADO COLOR			<b>TOTAL \$</b>			
			<input type="text"/>			

FUENTE DE ELABORACION PROPIA  
Costo impresión de talonarios: \$380 aprox. (Incluye 10 talonarios)

● **Alta del Trabajador:**

Según la Ley N° 26.425, los trabajadores en relación de dependencia deberán estar comprendidos en el Sistema Integrado Previsional Argentino (SIPA), el alta se realiza desde la página de AFIP con CUIT y clave fiscal. Dicho trámite estará a cargo del contador público contratado.

IMAGEN 31: CONSTANCIA DE ALTA DE TRABAJADOR

 <b>Simplificación Registral</b>		
<b>CONSTANCIA DEL TRABAJADOR</b> <b>Alta</b>		
<small>Original para el empleador, duplicado para el empleado.</small>		
Empleador:	CUIT:	
Nombre y apellido o Denominación:		
<small>Datos del Empleado</small>		
Apellido y nombre:		
CUIL:		
Fecha Inicio:	Fecha Cese:	Obra Social:
Modalidad de contrato: 021 - A tiempo parcial determinado (contrato a plazo fijo)		ART vigente:
Regimen:		Contrato:
Agropecuario:		Tipo servicio:
Convenio colectivo:		
Categoría:		Puesto:
Retrib. pactada: :	Mod. Liq.:	
Domicilio de explotación:		
Actividad económica:		
<b>Alta</b>		
Clave:		<small>Firma empleador y fecha de notificación</small>
Fecha - hora de envío:		
Número de registro de trámite		
Fecha de impresión:		
<small>Sr. Empleado: con el nº de constancia Ud. podrá obtener su Clave Fiscal para ingresar a la página <a href="http://www.afip.gov.ar">www.afip.gov.ar</a> y consultar el sistema - Aportes en Línea- para conocer su situación personal en la seguridad social (previsional, obra social y riesgo del trabajo) existente en los registros de la AFIP.</small>		
<small>Talón para el empleado (Duplicado)</small>		

FUENTE DE ELABORACION PROPIA

**Costo del trámite: está incluido en los honorarios mensuales que se abonarán al contador.**

● **Autorizaciones y/o permisos especiales de otros sectores**

Son permisos o requisitos que exigen determinadas autoridades competentes, según el área de especialización de la empresa, y dado que la actividad que se llevará a cabo son del rubro de la alimentación, se deberá contar con los siguientes permisos:

- Licencia REBA para venta de bebidas alcohólicas:

El **REBA** (Registro de Expendio de Bebidas Alcohólicas) es el trámite obligatorio para obtener la licencia de comercializar bebidas alcohólicas se realiza en Dirección de Habilitaciones y Permisos Comerciales, es personal y debe adjuntar los siguientes requisitos:

\*Fotocopia de habilitación municipal.

\*Constancia de inscripción y pago al día de IB

\*DNI

IMAGEN 32: LICENCIA REBA (Registro de Expendio de Bebidas Alcohólicas)



FUENTE DE ELABORACION PROPIA

**Costo del trámite: \$550**

- Bromatología: poseer libretas sanitarias:

La Subdirección de Dirección de Bromatología busca garantizar la inocuidad de los alimentos que consume la población en todo el ámbito provincial.

Para esto es necesario contar con una libreta sanitaria. La **Libreta Sanitaria** es un documento personal que debe tener toda persona que trabaje con la manipulación de alimentos. Según rige en el decreto 985/97 es de carácter obligatorio y de renovación anual.

**IMAGEN 33: LIBRETA SANITARIA**



**FUENTE DE ELABORACION PROPIA**

**Costo del trámite: \$250**



#### 4.2.3 Listado de maquinarias, equipos y herramientas que se necesitan para llevar a cabo el plan de negocio

**CUADRO 2: LISTADO DE ELEMENTOS NECESARIOS PARA LLEVAR ADELANTE EL NEGOCIO**

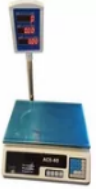
CONCEPTO	CANTIDAD
Heladera Góndola mural exhibidora de lácteos.	1
Heladera Góndola mural exhibidora de verduras y carnes.	1
Heladeras exhibidoras de gaseosas y cervezas.	3
Cortadora de fiambres.	1
Balanzas digitales.	2
Estanterías para la mercadería.	4
Canastos plásticos apilables.	20
Changos para mercadería.	10
Cinta transportadora de mercadería.	1
Registradora controlador fiscal	1
Ventiladores de Techo	2
Equipo de Música	1
Cámaras de Seguridad	2
Computadora	1
Impresora Multifunción	1
Teléfono Inalámbrico	1
Calculadora	1
Cuchilla grande	2
Pinzas para fiambre	2
Tachos de Basura	2
Máquina para Poner Precios	1
Felpudo Limpia Pies	1
Estanterías	4
Mueble de oficina	1
Silla Giratoria	2
Biblioratos Archivadores	10
Archivo 3 Cajones Cajonera Escritorio	1

FUENTE DE ELABORACION PROPIA


**IMAGEN 34: FICHAS DE ELEMENTOS NECESARIOS PARA LLEVAR ADELANTE EL NEGOCIO**

CAMIONETA PARA REPARTOS DE PEDIDOS	
	<p><b>Cantidad Requerida:</b> 1</p> <p><b>Descripción:</b> Peugeot Parthner Furgón 1.9 D Confort AA PLC. Año 2009</p> <p><b>Precio Unitario:</b> \$0 Vehículo Propio</p> <p><b>Proveedor:</b> Concesionaria God Automotores</p>
HELADERA GONDOLA MURAL EXHIBIDORA DE LACTEOS	
 	<p><b>Cantidad Requerida:</b> 1</p> <p><b>Descripción:</b> Heladera Gondola mural exhibidora de lácteos</p> <p>MEDIDAS: Frente 130 cm // Profundidad 77 cm // altura 191 Cm</p> <p><b>Precio Unitario:</b> \$44.980</p> <p><b>Proveedor:</b> Gastroquil Fábrica de heladeras comerciales</p> <p>Dirección: Rodolfo López 1550, Quilmes, Buenos Aires</p> <p>Teléfono: 011 4253-6707</p>
HELADERA GONDOLA MURAL EXHIBIDORA DE VERDURAS Y CARNES	
 	<p><b>Cantidad Requerida:</b> 1</p> <p><b>Descripción:</b> Heladera Gondola mural exhibidora de verduras y carnes</p> <p>Temperatura : 4° C a 8° C ,Iluminación interior ,4 niveles estantes regulables</p> <p>Tensión 220 V. - 50 hz.</p> <p><b>Precio Unitario:</b> \$49.998</p> <p><b>Proveedor:</b> Gastroquil Fábrica de heladeras comerciales</p> <p>Dirección: Rodolfo López 1550, Quilmes, Buenos Aires</p> <p>Teléfono: 011 4253-6707</p>
HELADERA EXHIBIDORA DE GASEOSAS Y CERVEZAS	
  	<p><b>Cantidad Requerida:</b> 3</p> <p><b>Descripción:</b> Heladera exhibidoras de gaseosas y cervezas</p> <p>alto 1,91 ancho 65,5, profundidad 129, peso 98</p> <p><b>Precio Unitario:</b> \$0 (en comodato)</p> <p><b>Proveedor:</b> Coca-Cola y Quilmes</p>

MAQUINA CORTADORA DE FIAMBRES	
	<p><b>Cantidad Requerida:</b> 1</p> <p><b>Descripción:</b> Máquina cortadora de fiambres                      Peso neto 15kgs. Grosor máximo de rebanada 14 mm Diam cuchilla 220mm Semiautomática</p> <p><b>Precio Unitario:</b> \$ 6.750</p> <p><b>Proveedor:</b> Maqui-Sur                      Dirección: Av. Eva Peron 3598,Fcio.Varela                      Teléfono:4255-1222</p>

BALANZA DIGITAL	
	<p><b>Cantidad Requerida:</b> 2</p> <p><b>Descripción:</b> Balanza digital                      peso límite :hasta 40 kg</p> <p><b>Precio Unitario:</b> \$ 1.480</p> <p><b>Proveedor:</b> Maqui-Sur                      Dirección: Av. Eva Peron 3598,Fcio.Varela                      Teléfono:4255-1222</p>

ESTANTERIAS PARA MERCADERIA	
	<p><b>Cantidad Requerida:</b> 4</p> <p><b>Descripción:</b> Estanterías para mercadería                      Para almacenar y exponer la mercadería, logrando comodidad y un óptimo aprovechamiento del espacio. Flexibilidad para realizar reestructuración. Facilita una excelente exhibición de los productos.</p> <p><b>Precio Unitario:</b> \$ 2.300</p> <p><b>Proveedor:</b> Estanterías Pavon                      Dirección: Av. Hipolito Yrigoyen 1474,Piñeiro,Bs. As.                      Teléfono:(011) 4228-5862</p>



CANASTOS PLASTICOS APILABLES	
	<p><b>Cantidad Requerida:</b> 20</p> <p><b>Descripción:</b> Canastos plásticos apilables con doble manija de acero cromado. Soporta hasta 9 kgs. Medida 470mm largo por 330mm de ancho 215 mm de alto</p> <p><b>Precio Unitario:</b> \$ 120</p> <p><b>Proveedor:</b> Estanterías Pavon                      Dirección: Av. Hipolito Yrigoyen 1474,Piñeiro,Bs. As.                      Teléfono:(011) 4228-5862</p>



CARROS PARA MERCADERIA	
	<p><b>Cantidad Requerida:</b> 10</p> <p><b>Descripción:</b> Carros para mercadería. 80 lts base de alambre.Alto 960mm                      Largo 820 mm Ancho 520mm</p> <p><b>Precio Unitario:</b> \$ 1.400</p> <p><b>Proveedor:</b> Estanterías Pavon                      Dirección: Av. Hipolito Yrigoyen 1474,Piñeiro,Bs. As.                      Teléfono:(011) 4228-5862</p>

CINTA TRANSPORTADORA	
 	<b>Cantidad Requerida:</b> 1 <b>Descripción:</b> Cinta transportadora de mercaderia <b>Precio Unitario:</b> \$ 13.000 <b>Proveedor:</b> Estanterias Pavon Direccion: Av. Hipolito Yrigoyen 1474, Piñeiro, Bs. As. Teléfono: (011) 4228-5862

CONTROLADOR FISCAL	
 	<b>Cantidad Requerida:</b> 1 <b>Descripción:</b> Cinta transportadora de mercaderia <b>Precio Unitario:</b> \$ 15.800 <b>Proveedor:</b> Zetec Controladores Fiscales email: info@zetec.com.ar Teléfono: (011) 4216-4040

VENTILADOR DE TECHO	
 	<b>Cantidad Requerida:</b> 2 <b>Descripción:</b> Ventilador de techo. Color Blanco, pala metal. Diametro 110cm <b>Precio Unitario:</b> \$ 1.030 <b>Proveedor:</b> Martin & Martin Direccion: L.N.Alem 251, Quilmes Teléfono: (011) 4254-6268


TELEFONO INALAMBRICO	
 	<b>Cantidad Requerida:</b> 1 <b>Descripción:</b> Telefono inalambrico Phillips D1211b-77 Negro 6,0 <b>Precio Unitario:</b> \$ 500 <b>Proveedor:</b> Garbarino Direccion: Bernardo de Monteagudo 3083, Fcio.Varela. Teléfono: (011) 4588-7000

COMPUTADORA	
 	<b>Cantidad Requerida:</b> 1 <b>Descripción:</b> Computadora Intel Dual Core Tera, teclado. mouse 550w <b>Precio Unitario:</b> \$ 4.200 <b>Proveedor:</b> Garbarino Direccion: Bernardo de Monteagudo 3083, Fcio.Varela. Teléfono: (011) 4588-7000



IMPRESORA MULTIFUNCION	
	<p><b>Cantidad Requerida:</b> 1</p> <p><b>Descripción:</b> Impresora Multifunción HP Office Pro 8620 wifi Fax</p> <p><b>Precio Unitario:</b> \$ 2.900</p> <p><b>Proveedor:</b> Garbarino</p> <p>Direccion: Bernardo de Monteagudo 3083,Fcio.Varela.</p> <p>Teléfono:(011) 4588-7000</p>



CALCULADORA DE MANO	
	<p><b>Cantidad Requerida:</b> 1</p> <p><b>Descripción:</b> Calculadora de mano.Gran display de 8 digitos</p> <p><b>Precio Unitario:</b> \$ 75</p> <p><b>Proveedor:</b> Oportunidades Vip</p> <p>Direccion: Av.San Martin 2855 ,Fcio.Varela.</p> <p>Teléfono:(011) 4238-2271</p>



EQUIPO DE MUSICA	
	<p><b>Cantidad Requerida:</b> 1</p> <p><b>Descripción:</b> Equipo Musica Philips Btm2310/77 Bluetooth Cd Usb Fm 15w</p> <p><b>Precio Unitario:</b> \$ 3.099</p> <p><b>Proveedor:</b> Garbarino</p> <p>Direccion: Bernardo de Monteagudo 3083,Fcio.Varela.</p> <p>Teléfono:(011) 4588-7000</p>

CAMARAS DE SEGURIDAD	
	<p><b>Cantidad Requerida:</b> 2</p> <p><b>Descripción:</b> Camara Seguridad Inalambrica Receptor Analogica Con Fuente</p> <p><b>Precio Unitario:</b> \$ 1.000</p> <p><b>Proveedor:</b> Garbarino</p> <p>Direccion: Bernardo de Monteagudo 3083,Fcio.Varela.</p> <p>Teléfono:(011) 4588-7000</p>

CUCHILLA GRANDE	
	<p><b>Cantidad Requerida:</b> 2</p> <p><b>Descripción:</b> Cuchilla grande Acero inoxidable</p> <p><b>Precio Unitario:</b> \$ 400</p> <p><b>Proveedor:</b> Maqui-Sur</p> <p>Dirección: Av. Eva Peron 3598,Fcio.Varela</p> <p>Teléfono:4255-1222</p>


PINZAS PARA FIAMBRE	
  	<p><b>Cantidad Requerida:</b> 2</p> <p><b>Descripción:</b> Pinzas para fiambre Acero inoxidable</p> <p><b>Precio Unitario:</b> \$ 103</p> <p><b>Proveedor:</b> Maqui-Sur</p> <p>Dirección: Av. Eva Peron 3598,Fcio.Varela</p> <p>Teléfono:4255-1222</p>

MAQUINA PARA PONER PRECIOS	
 	<p><b>Cantidad Requerida:</b> 1</p> <p><b>Descripción:</b> Máquina Etiquetadora Numérica De Poner Precios 8 Dígitos</p> <p><b>Precio Unitario:</b> \$ 220</p> <p><b>Proveedor:</b> Marcemyk</p> <p>ventas por mercado libre. Sucursal Avellaneda</p> <p>Teléfono:4255-3825</p>


FELPUDO LIMPIA PIES	
 	<p><b>Cantidad Requerida:</b> 1</p> <p><b>Descripción:</b> Felpudo limpia pies</p> <p><b>Precio Unitario:</b> \$ 199</p> <p><b>Proveedor:</b> Serbazares</p> <p>Dirección: Bernardo de Monteagudo 3249, B1888ENW Florencio Varela, Buenos Aires</p>

MUEBLE DE OFICINA	
 	<p><b>Cantidad Requerida:</b> 1</p> <p><b>Descripción:</b> Mueble de oficina</p> <p><b>Precio Unitario:</b> \$ 2.400</p> <p><b>Proveedor:</b> Dogil Muebles</p> <p>Dirección: Bernardo de Monteagudo 3185, B1888ENU Gran Buenos Aires, Buenos Aires</p> <p>Teléfono: 011 4255-1320</p>

SILLA GIRATORIA	
 	<p><b>Cantidad Requerida:</b> 2</p> <p><b>Descripción:</b> Silla Giratoria</p> <p><b>Precio Unitario:</b> \$ 1.050</p> <p><b>Proveedor:</b> Dogil Muebles</p> <p>Dirección: Bernardo de Monteagudo 3185, B1888ENU Gran Buenos Aires, Buenos Aires</p> <p>Teléfono: 011 4255-1320</p>

BIBLIORATOS ARCHIVADORES	
	<b>El Estudiante</b>
	<b>Cantidad Requerida:</b> 10
	<b>Descripción:</b> Biblioratos
	<b>Precio Unitario:</b> \$ 44
	<b>Proveedor:</b> Librería El Estudiante Dirección: Av. Gral. José de San Martín 2899, B1887ACI Gran Buenos Aires, Buenos Aires Teléfono: 011 4237-8092

CAJONERA ARCHIVADORA	
	<b>Dogil Muebles</b>
	<b>Cantidad Requerida:</b> 1
	<b>Descripción:</b> Cajonera Archivadora 3 cajones
	<b>Precio Unitario:</b> \$ 1.999
	<b>Proveedor:</b> Dogil Muebles Dirección: Bernardo de Monteagudo 3185, B1888ENU Gran Buenos Aires, Buenos Aires Teléfono: 011 4255-1320

TACHO DE BASURA	
	<b>SERBAZARES</b>
	<b>Cantidad Requerida:</b> 2
	<b>Descripción:</b> Tacho de basura
	<b>Precio Unitario:</b> \$ 250
	<b>Proveedor:</b> Serbazares Dirección: Bernardo de Monteagudo 3249, B1888ENW Florencio Varela, Buenos Aires

FUENTE DE ELABORACION PROPIA

## 5 Análisis del proceso productivo

### 5.1. Diseño del producto y servicio

La creación de un autoservicio se realizará con la finalidad de brindar a los habitantes de la zona un lugar atractivo y exclusivo, dotado de amplia gama de productos de primera calidad. Además de contar con una ubicación cómoda, de fácil acceso y ofreciendo una buena atención.

Los artículos que se comercializarán serán: enlatados, productos congelados, artículos de Limpieza, Golosinas, Gaseosas, Bebidas Alcohólicas, Frutas, verduras, carnes, embutidos, panes y productos de tipo Gourmet.

Existirá una gran variedad de productos dentro de cada sección.

Como objetivo al corto plazo, se planea ofrecer un servicio de entrega de pedidos puerta a puerta. Donde los clientes podrán optar por realizar sus pedidos de manera telefónicamente, y con la posibilidad de solicitar que se les envíe sus compras hasta su domicilio. Este servicio será gratuito, lo que ayudará a mantener un alto índice de fidelidad por parte de los compradores y motivará a los que no lo son, a que empiecen a serlo.

Lo fundamental para nuestro establecimiento, es contar con una gran cantidad de clientes satisfechos con el servicio recibido; meta que se logrará alcanzar con el sostenimiento de variedad de los productos que se comercializan, calidad de los mismos. Y gracias al buen trato por parte del personal.

Los horarios de atención del Autoservicio "El Encanto" en un principio serán los siguientes:

IMAGEN 35: CARTEL HORARIOS DE ATENCION

<b>HORARIO</b>				
<b>LUNES</b>		<b>a</b>	<b>VIERNES</b>	
<b>9:30</b>	<b>a</b>	<b>14:00</b>	<b>16:30</b>	<b>a 21:30</b>
<b>SABADOS</b>		<b>9:00</b>	<b>a</b>	<b>22:00</b>
<b>DOMINGOS</b>		<b>9:00</b>	<b>a</b>	<b>14:00</b>

FUENTE DE ELABORACION PROPIA



## 5.2 Localización del proyecto

### 5.2.1 Macro localización

El Autoservicio "El Encanto" estará localizado en la Provincia de Buenos Aires, dentro del distrito de Florencio Varela.

#### IMAGEN 36: PROVINCIA DE BUENOS AIRES



FUENTE DE ELABORACION PROPIA

**IMAGEN 37: PARTIDO DE FLORENCIO VARELA**



**FUENTE DE ELABORACION PROPIA**

Florencio Varela es un partido de la Provincia de Buenos Aires, Argentina. Esta provincia se encuentra dividida en un total de 135 partidos y Florencio Varela es uno de ellos. Esta zona tiene una extensión total de aproximadamente 189 km<sup>2</sup>. Lo que lo posiciona como uno de los partidos más extensos de la provincia y una de las áreas más importantes de la zona metropolitana de Buenos Aires.

IMAGEN 38: PARTIDO DE FLORENCIO VARELA

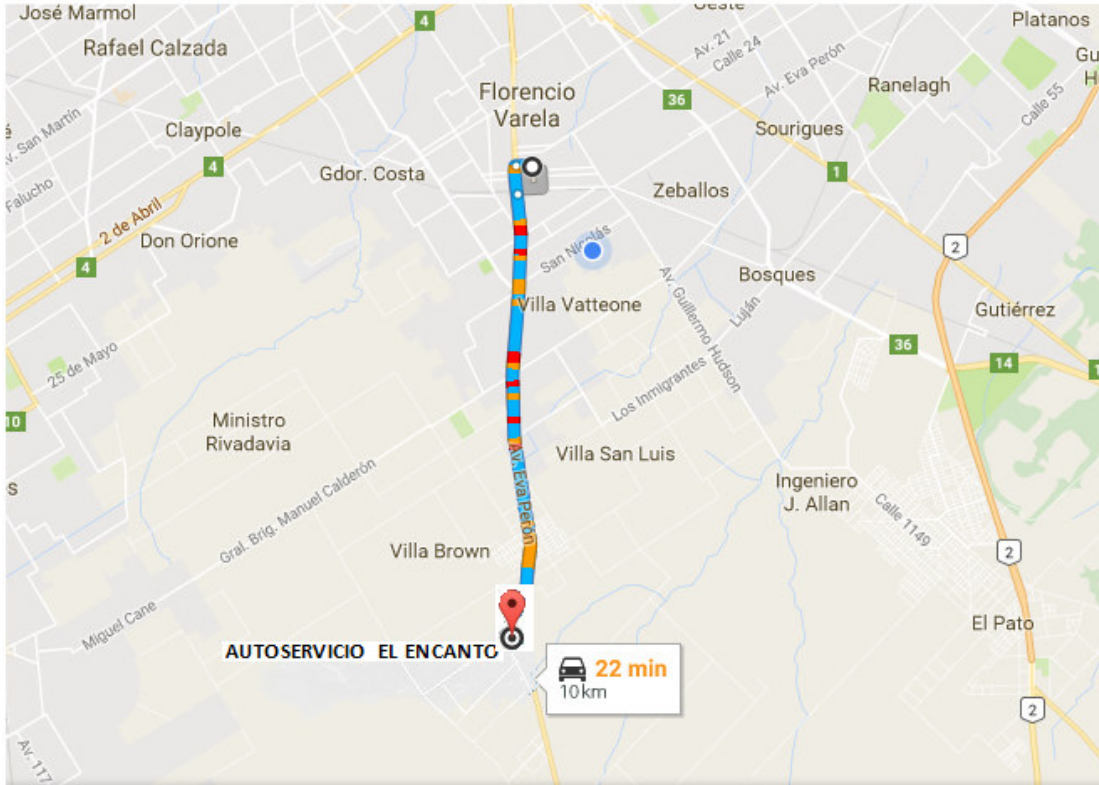


FUENTE DE ELABORACION PROPIA

### 5.2.2 Micro localización

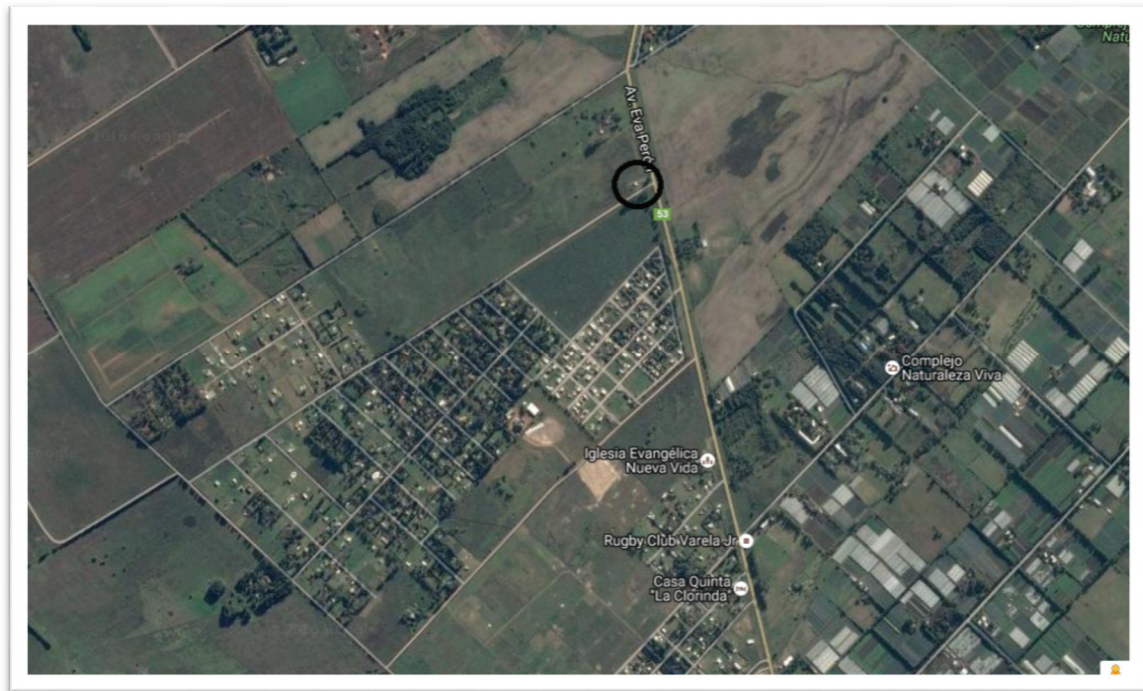
El Autoservicio “El Encanto” estará establecido en una zona estratégica para llegar a los consumidores, ya que se ubicará próximo a los barrios privados “Los Ombúes” y los “Nuevos Ombúes” costeano la ruta 53, km 9 y a una distancia de 10 km del centro de la ciudad, en el partido de Florencio Varela.

**IMAGEN 39: DISTANCIA ENTRE EL AUTOSERVICIO “EL ENCANTO” Y EL CENTRO DE FLORENCIO VARELA**



**FUENTE DE ELABORACION PROPIA**

IMAGEN 40: FOTO SATELITAL



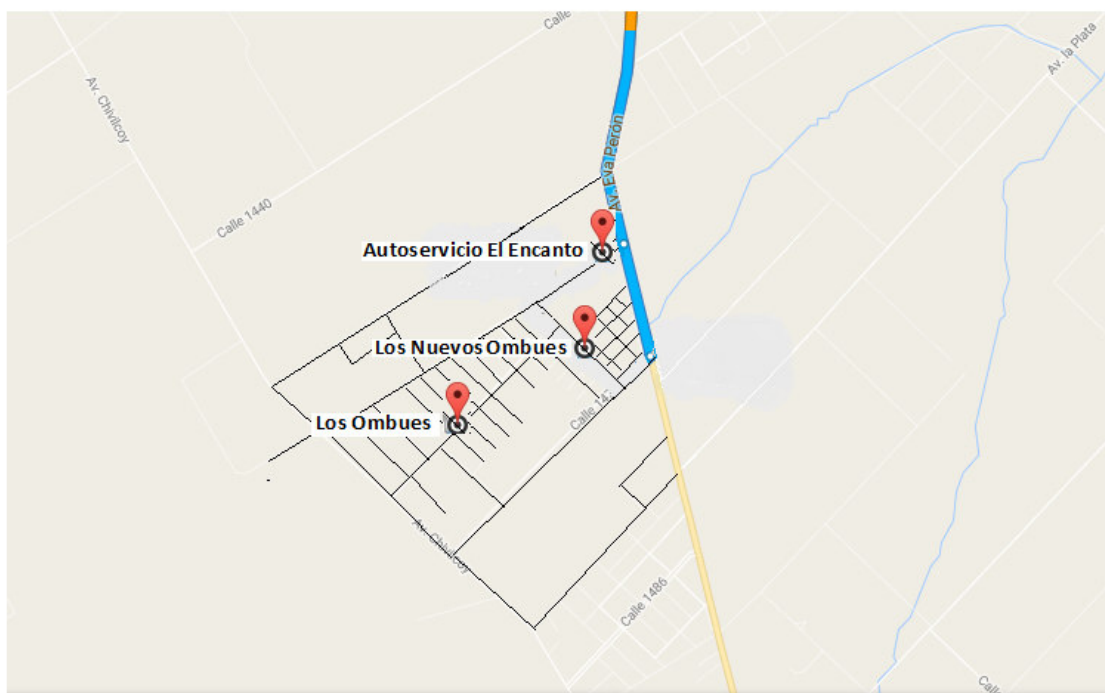
FUENTE DE ELABORACION PROPIA

IMAGEN 41: FOTO SATELITAL



FUENTE DE ELABORACION PROPIA

IMAGEN 42: UBICACIÓN DE LOS BARRIOS PRIVADOS Y DEL AUTOSERVICIO "EL ENCANTO"



FUENTE DE ELABORACION PROPIA

Los criterios que se han seleccionado para elegir esta ubicación son:

- MERCADO:

Existe una demanda insatisfecha sobre este tipo de producto y servicio.

- PROVEEDORES:

Existen vías de acceso para que los proveedores puedan ingresar.

- ESPACIO FISICO:

Existe un lugar físico, en el cual se pueda proceder a instalar el Autoservicio, debido a que cuenta con las medidas apropiadas.

- COMPETENCIA:

Haciendo referencia a que no existan competidores que estén dentro del sector.

- CONCURRENCIA:

Concurrencia de la población por estar cerca del establecimiento.

### 5.2.2.1 Infraestructura del Establecimiento

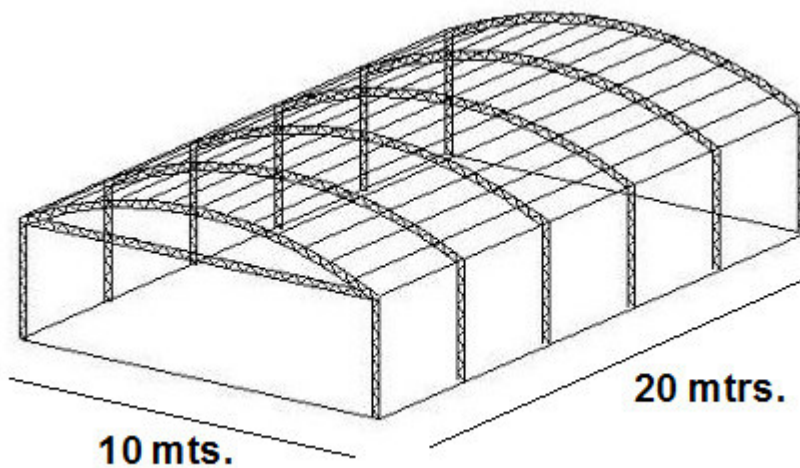
#### INFRAESTRUCTURA:

Se optará por el alquiler de un galpón de 200 m<sup>2</sup> que se encuentra ubicado en el lugar previsto para el emplazamiento del Autoservicio "El Encanto", y que es apto para el propósito. Además, se cuenta con posibilidad de realizarle reformas de ser necesario.

#### AMBIENTACIÓN:

Prestaremos mucha atención a los detalles de decoración del Autoservicio como así también, a cuestiones como la relación entre los espacios internos y externos, para que cada espacio, evoque tranquilidad y seguridad.

#### IMAGEN 43: ILUSTRACION DEL GALPON QUE SE VA ALQUILAR



FUENTE DE ELABORACION PROPIA

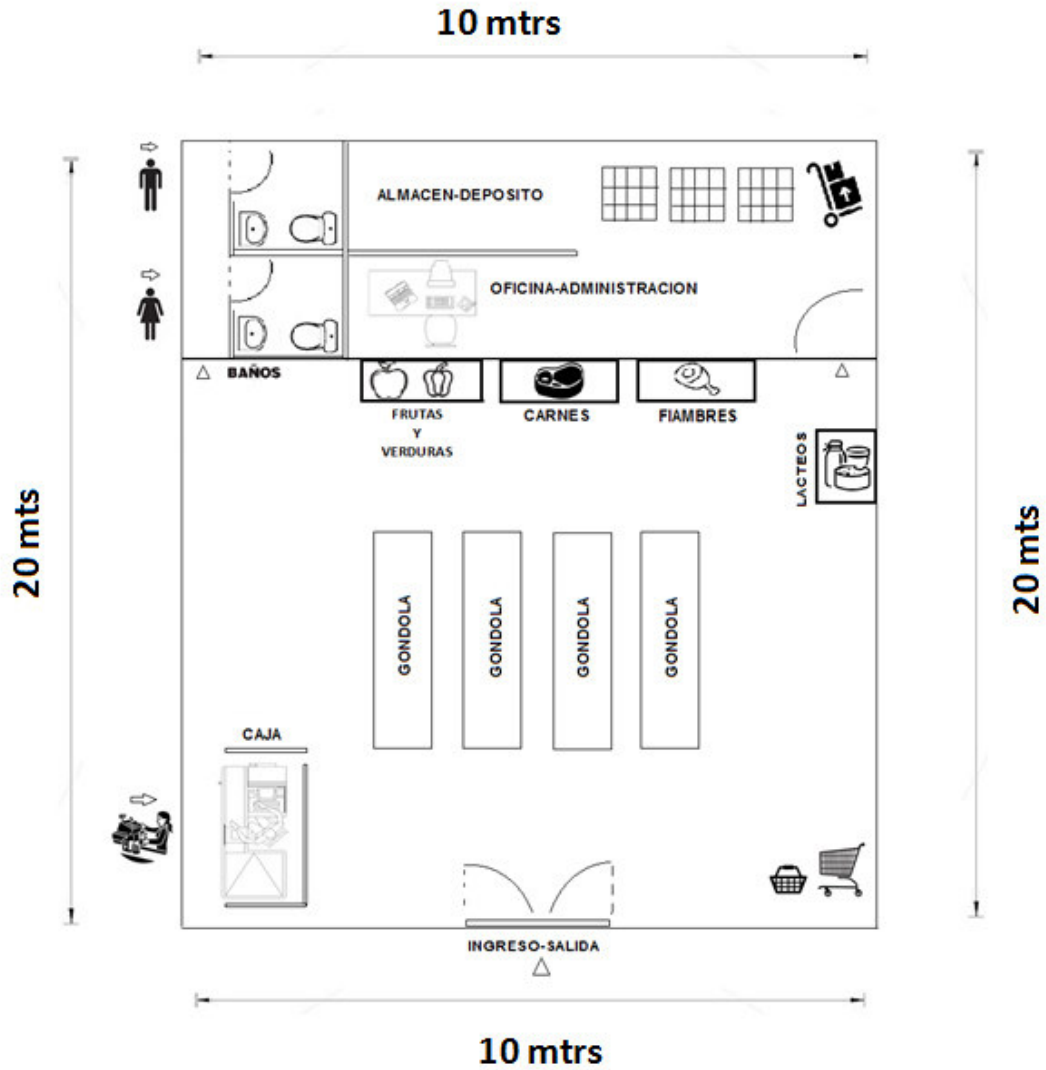
**IMAGEN 44: FOTO DEL GALPON QUE SE VA A ALQUILAR**



**FUENTE DE ELABORACION PROPIA**



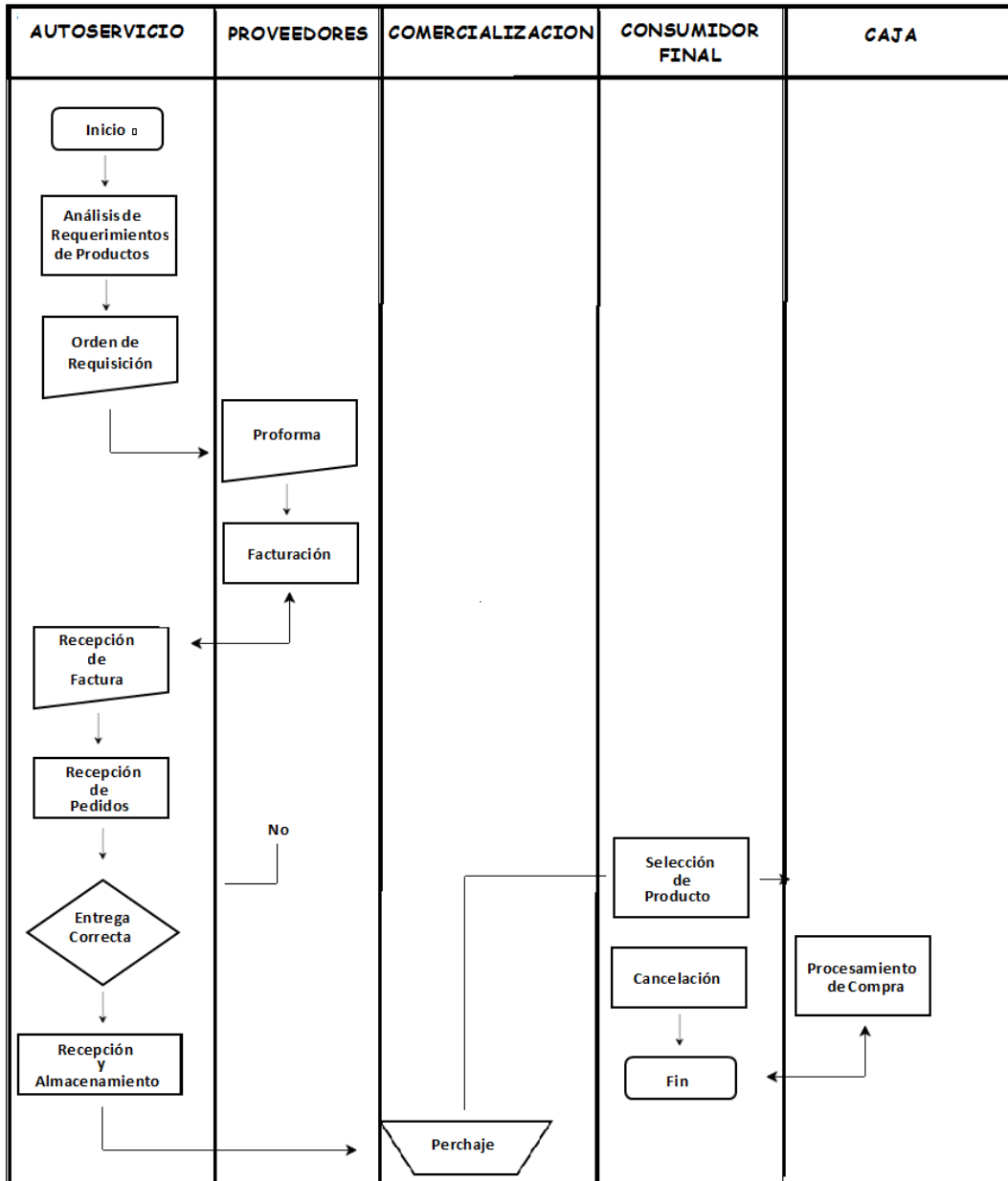
IMAGEN 45: PLANO DE DISTRIBUCION DEL AREA DE TRABAJO



FUENTE DE ELABORACION PROPIA

### 5.3 Proceso Productivo

IMAGEN 46: DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO PRODUCTIVO



FUENTE DE ELABORACION PROPIA

## 6 Análisis económico y financiero

### 6.1. Financiamiento

Una vez que se ha investigado el mercado al que se pretende ingresar, el establecimiento de estrategias, los aspectos legales y la estructura organizacional, se procederá a determinar el monto necesario para la ejecución del proyecto y su financiamiento.

#### 6.1.1 Inversión Total

Para calcular el monto de la inversión total requerida para la implementación del Autoservicio “El Encanto”, es primordial conocer los valores totales de los rubros que esta comprende: los activos fijos, activos variables, y capital de trabajo.

Además, a fin de contrarrestar posibles inconvenientes que pudieran surgir, se tomará un 2% de imprevistos.

**CUADRO N°3: INVERSION TOTAL**

CUADRO DE INVERSION TOTAL	
DESCRIPCION	IMPORTE
Activos Fijos	\$ 195.825,72
Activos Diferidos	\$ 40.879,56
Capital de Trabajo	\$ 530.761,01
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 767.466,29</b>

FUENTE DE ELABORACION PROPIA

### 6.1.1.1 Inversión en Activos Fijos

Los activos fijos constituyen parte del patrimonio de la organización, no pueden convertirse en líquido en el corto plazo y son necesarios para el funcionamiento de normal del proyecto.

**CUADRO N°4: ACTIVOS FIJOS**

CUADRO DE ACTIVOS FIJOS	
CONCEPTO	VALOR
Maquinarias y Equipos	\$ 166.247,00
Equipos de Oficina	\$ 7.675,00
Herramientas	\$ 1.925,00
Muebles y enseres	\$ 16.139,00
Vehiculo (APORTE PROPIO)	\$ 0,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 191.986,00</b>
2% DE IMPREVISTOS	\$ 3.839,72
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 195.825,72</b>

FUENTE DE ELABORACION PROPIA

### 6.1.1.2 Inversión en Activos Diferidos

Los activos diferidos son pagos realizados por adelantado, cualquiera sea su naturaleza, necesarios para poner en marcha el proyecto, entre los cuales podemos anotar por concepto del estudio de factibilidad y los gastos de constitución.

**CUADRO N°5 ACTIVOS DIFERIDOS**

CUADRO DE ACTIVOS DIFERIDOS	
CONCEPTO	VALOR
Gastos de constitución (licencias)	\$ 875,00
Propaganda y/o publicidad	\$ 6.894,00
Papelería y Utiles (talonarios)	\$ 380,00
Ambientación	\$ 30.000,00
Software Gestión Stock	\$ 949,00
Patente del vehiculo	\$ 980,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 40.078,00</b>
2% DE IMPREVISTOS	\$ 801,56
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 40.879,56</b>

FUENTE DE ELABORACION PROPIA

### 6.1.1.3 Inversión en Capital de Trabajo

El capital de trabajo corresponde a la cantidad de dinero requerida para que la organización pueda funcionar normalmente durante un cierto periodo de tiempo, antes de generar ingresos por la prestación de servicios.

Por ser una empresa que se va a iniciar, no existen inventarios, ni cuentas por cobrar, ni cuentas por pagar. Solo el efectivo necesario para el inicio del plan y la operación de este.

Para efectos del proyecto, se considerará necesario contar con capital de trabajo para un mes de actividad. Dinero que será destinado a la compra de mercadería, insumos e implementos de trabajo, mantenimiento y reparaciones, seguros y gastos administrativos, como así también los sueldos al personal, cargas sociales e impuestos.

**CUADRO N°6 CAPITAL DE TRABAJO**

<b>CUADRO DE CAPITAL DE TRABAJO</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>
Mercaderias	\$ 360.000,00
Insumos y Elementos de Trabajo	\$ 6.505,56
Mantenimiento y Reparacion	\$ 553,31
Seguros	\$ 1.997,09
Gastos Administrativos	\$ 12.831,60
Sueldos del personal	\$ 34.761,00
Cargas sociales	\$ 8.287,53
Impuestos	\$ 105.824,92
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 530.761,01</b>

**FUENTE DE ELABORACION PROPIA**

### 6.1.2 Fuentes de Financiamiento

Una vez que se determinó el monto total necesario para llevar adelante el proyecto, se establece de qué manera va a ser financiado.

Este proyecto será realizado el 100% con el aporte directo por parte del titular, quien aportará sus recursos propios para realizar el del autoservicio.

Dicho capital proveniente de la venta de un terreno heredado.

#### CUADRO N°7 FINANCIAMIENTO DE LA INVERSION

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSION		
FINANCIAMIENTO	VALOR	PORCENTAJE
Aporte Propio	\$ 767.466,29	100%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 767.466,29</b>	<b>100%</b>

FUENTE DE ELABORACION PROPIA

### 6.2 Costos e Ingresos del Proyecto

Una vez definido donde, cómo y con qué medios se llevarán adelante el proyecto de inversión, resulta necesario conocer el costo de comercialización y los ingresos que se obtendrán por brindar un servicio.

#### 6.2.1 Costos

Se define al costo como la suma de inversiones que la empresa realiza para prestar el servicio deseado, valor recuperable y del cual se obtiene una rentabilidad que permite incrementar el capital operativo y continuar con el desarrollo empresarial.

En el proyecto se puede observar dos clases de costos:

Costos Fijos: Son aquellos que no se ven afectados por variaciones en el volumen de ventas y permanecen fijos durante un período. Tales como:

- Insumos e Implementos de Trabajo
- Mantenimiento y reparaciones
- Seguros
- Depreciaciones
- Amortización
- Gastos Administrativos
- Sueldos del Personal

- Cargas Sociales
- Impuestos

**Costos Variables:** Son aquellos que varían en proporción directa al volumen de ventas.

Como es el caso de las mercaderías.

### 6.2.2 Costos de Operación

El costo de Operación se compone de los valores desembolsados para posibilitar el proceso de venta de bienes a los clientes.

A continuación, en el siguiente cuadro se muestra el resumen de dichos valores:

#### CUADRO N°8: COSTOS DE OPERACIÓN

**CUADRO COSTOS DE OPERACIÓN**

RUBRO	COSTO MENSUAL
Mercaderías	\$ 360.000,00
Insumos y Elementos de trabajo	\$ 6.505,56
Mantenimiento y Reparaciones	\$ 553,31
Seguros	\$ 1.997,09
Depreciaciones	\$ 2.017,37
Amortizaciones Activo Diferido	\$ 8.175,91
Gastos Administrativos	\$ 12.831,60
Sueldos del personal	\$ 34.761,00
Cargas Sociales	\$ 8.287,53
Impuestos	\$ 105.824,92
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 540.954,29</b>

FUENTE DE ELABORACION PROPIA

### 6.2.2.1 Costos de Mercadería Vendida

CUADRO N°9: COSTOS DE MERCADERIA VENDIDA

Costo de Mercadería Vendida		360.000,00	destinado mensualmente en mercadería
SECCION	%	MENSUAL	ANUAL
Enlatados	25%	\$ 90.000,00	\$ 1.080.000,00
Productos de Limpieza	19%	\$ 68.400,00	\$ 820.800,00
Golosinas	5%	\$ 18.000,00	\$ 216.000,00
Gaseosas	16%	\$ 57.600,00	\$ 691.200,00
Bebidas Alcoholicas	6%	\$ 21.600,00	\$ 259.200,00
Frutas	3%	\$ 10.800,00	\$ 129.600,00
Verduras	4%	\$ 14.400,00	\$ 172.800,00
Carnes	3%	\$ 10.800,00	\$ 129.600,00
Congelados	3%	\$ 10.800,00	\$ 129.600,00
Embutidos	8%	\$ 28.800,00	\$ 345.600,00
Productos Gourmet	5%	\$ 18.000,00	\$ 216.000,00
Panificados	3%	\$ 10.800,00	\$ 129.600,00
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 360.000,00</b>	<b>\$ 4.320.000,00</b>

FUENTE DE ELABORACION PROPIA

### 6.2.2.2 Insumos e Implementos de Trabajo

Está conformado por los diferentes elementos que se utilizan en la organización.

CUADRO N°10: INSUMOS E IMPLEMENTOS DE TRABAJO

INSUMOS Y ELEMENTOS DE TRABAJO			
INSUMOS E IMPLEMENTOS DE TRABAJO			
RUBRO	CANTIDAD	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Energía Eléctrica		\$ 4.000,00	\$ 48.000,00
Agua Potable		\$ 660,00	\$ 7.920,00
Uniformes	4	\$ 1.048,00	\$ 1.048,00
Útiles de Aseo y Limpieza		\$ 670,00	\$ 8.040,00
<b>SUBTOTAL</b>		<b>\$ 6.378,00</b>	<b>\$ 65.008,00</b>
2% DE IMPREVISTOS		\$ 127,56	\$ 1.300,16
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 6.505,56</b>	<b>\$ 66.308,16</b>

FUENTE DE ELABORACION PROPIA



### 6.2.2.3 Mantenimiento y Reparaciones

Constituyen provisiones futuras por conceptos de mantenimiento a los activos fijos. Para calcular este costo se ha tomado el 2% anual del valor total de la adquisición.

**CUADRO N°11: MANTENIMIENTO Y REPARACION**

Mantenimiento y Reparacion				
MANTENIMIENTO Y REPARACION				
RUBRO	INVERSION	%	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Maquinarias y Equipos	\$ 166.247,00	2%	\$ 277,08	\$ 3.324,94
Equipos de Oficina	\$ 7.675,00	2%	\$ 12,79	\$ 153,50
Herramientas	\$ 1.925,00	2%	\$ 3,21	\$ 38,50
Muebles y enseres	\$ 16.139,00	2%	\$ 26,90	\$ 322,78
Vehículo	\$ 140.000,00	2%	\$ 233,33	\$ 2.800,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 331.986,00</b>		<b>\$ 553,31</b>	<b>\$ 6.639,72</b>

FUENTE DE ELABORACION PROPIA

### 6.2.2.4 Seguros

Comprende el pago de pólizas para proteger las instalaciones, equipos y demás activos en caso de hurto o incendio. Para efectos del estudio, se ha tomado como referencia el porcentaje con el que la aseguradora trabajo para cubrir dichos siniestros.

**CUADRO N°12: SEGUROS**

seguros					
seguros					
RUBRO	COBERTURA	INVERSION	%	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Maquinarias y Equipos	Hurto/Incendio	\$ 166.247,00	0,50%	\$ 831,24	\$ 9.974,82
Equipos de Oficina	Hurto/Incendio	\$ 7.675,00	0,50%	\$ 38,38	\$ 460,50
Herramientas	Hurto/Incendio	\$ 1.925,00	0,50%	\$ 9,63	\$ 115,50
Muebles y enseres	Hurto/Incendio	\$ 16.139,00	0,50%	\$ 80,70	\$ 968,34
Seguro del Vehículo	Hurto/Incendio	\$ 140.000,00		\$ 998,00	\$ 11.976,00
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$ 1.957,93</b>	<b>\$ 23.495,16</b>
2% de Imprevistos				\$ 39,16	\$ 469,90
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 331.986,00</b>		<b>\$ 1.997,09</b>	<b>\$ 23.965,06</b>

FUENTE DE ELABORACION PROPIA

### 6.2.2.5 Depreciación

Es la pérdida de valor de los activos fijos tangibles, considerando su vida útil y porcentaje de depreciación anual.

**CUADRO N°13: DEPRECIACION**

DEPRECIACION					
RUBRO	IMPORTE	VIDA UTIL	%	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Maquinarias y Equipos	\$ 166.247,00	10 AÑOS	10%	\$ 1.576,96	\$ 16.624,70
Equipos de Oficina	\$ 7.675,00	10 AÑOS	10%	\$ 63,96	\$ 767,50
Herramientas	\$ 1.925,00	3 AÑOS	33,33%	\$ 62,91	\$ 641,60
Muebles y enseres	\$ 16.139,00	5 AÑOS	20%	\$ 273,98	\$ 3.227,80
Vehículo 2009 (ESTA AMORTIZADA)	\$ 140.000,00	5 AÑOS	20%	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$ 1.977,81</b>	<b>\$ 21.261,60</b>
2 % IMPREVISTOS				39,56	425,23
<b>TOTAL</b>				<b>2.017,37</b>	<b>21.686,83</b>

**FUENTE DE ELABORACION PROPIA**

### 6.2.2.6 Amortización

Corresponde al cargo que se aplica para recuperar el costo de los activos diferidos. Para el cálculo se ha considerado el 20% anual.

**CUADRO N°14: AMORTIZACION DE ACTIVOS DIFERIDOS**

AMORTIZACION					
RUBRO	INVERSION	VIDA UTIL	%	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Activos Diferidos	\$ 20.479,56	5 años	20%	\$ 341,33	\$ 4.095,91
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 341,33</b>	<b>\$ 4.095,91</b>

**FUENTE DE ELABORACION PROPIA**

### 6.2.2.7 Gastos Administrativos

Son los gastos que incurren en la empresa para el funcionamiento administrativo organizacional. Son aquellos que tienen que ver directamente con la administración general del negocio y no con sus actividades operativas.

**CUADRO N°15: GASTOS ADMINISTRATIVOS**

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
CARGO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Alquiler del Galpón	\$ 12.000,00	\$ 144.000,00
Línea Telefónica	\$ 280,00	\$ 3.360,00
Material de Oficina	\$ 300,00	\$ 3.600,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 12.580,00</b>	<b>\$ 150.960,00</b>
2 % de Imprevistos	\$ 251,60	\$ 3.019,20
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 12.831,60</b>	<b>\$ 153.979,20</b>

FUENTE DE ELABORACION PROPIA

### 6.2.2.8 Impuestos

**CUADRO N°16: IMPUESTOS**

IMPUESTOS	MENSUAL	ANUAL
Administrador-Autónomos	\$ 912,92	\$ 10.955,04
IIBB 3% S/VTAS	\$ 18.000,00	\$ 216.000,00
IVA MENSUAL (ESTIMATIVO) IDF-ICF-RET IVA	\$ 2.500,00	\$ 30.000,00
IMPUESTO A LAS GANANCIAS 35 %	\$ 84.000,00	\$ 1.008.000,00
IMPUESTOS A LOS BIENES 0,5%	*	*
SEGURIDAD E HIGIENE	\$ 326,00	\$ 3.912,00
MOTORES	\$ 86,00	\$ 1.032,00
<b>TOTALES</b>	<b>\$ 105.824,92</b>	<b>\$ 1.269.899,04</b>

FUENTE DE ELABORACION PROPIA

### 6.2.3 Presupuesto de Costos

A continuación se muestran un resumen de todos los costos que intervienen en la ejecución del Autoservicio “El Encanto”, la demanda que se ha establecido está programada para 10 años.

**CUADRO N°17: PRESUPUESTO DE COSTOS**

PRESUPUESTO DE COSTOS										
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>COSTOS VARIABLES</b>										
Mercadería	4.320.000,00	4.536.000,00	4.762.800,00	5.000.940,00	5.250.987,00	5.513.536,35	5.789.213,17	6.078.673,83	6.382.607,52	6.701.737,89
<b>TOTAL DE COSTOS VARIABLES</b>	<b>4.320.000,00</b>	<b>4.536.000,00</b>	<b>4.762.800,00</b>	<b>5.000.940,00</b>	<b>5.250.987,00</b>	<b>5.513.536,35</b>	<b>5.789.213,17</b>	<b>6.078.673,83</b>	<b>6.382.607,52</b>	<b>6.701.737,89</b>
<b>COSTOS FIJOS</b>										
Insumos e Implementos de Trabajo	66.308,16	66.308,16	66.308,16	66.308,16	66.308,16	66.308,16	66.308,16	66.308,16	66.308,16	66.308,16
Mantenimiento y Reparaciones	6.639,72	7.312,28	7.312,28	7.312,28	7.312,28	7.312,28	7.312,28	7.312,28	7.312,28	7.312,28
Seguros	23.965,06	25.411,10	25.411,10	25.411,10	25.411,10	25.411,10	25.411,10	25.411,10	25.411,10	25.411,10
Depreciaciones	21.261,60	21.261,60	21.261,60	20.620,00	20.620,00	17.392,20	17.392,20	17.392,20	17.392,20	17.392,20
Amortizaciones	8.175,91	4.095,91	4.095,91	4.095,91	4.095,91	0	0	0	0	0
Gastos Administrativos	153.979,20	123.379,20	123.379,20	123.379,20	123.379,20	123.379,20	123.379,20	123.379,20	123.379,20	123.379,20
Sueldos del Personal	451.893,00	542.271,60	650.725,92	780.871,10	937.045,32	1.124.454,39	1.349.345,27	1.619.214,32	1.943.057,19	2.331.668,62
Cargas Sociales	99.450,39	119.340,47	143.208,56	171.850,27	206.220,33	247.464,39	296.957,27	356.348,73	427.618,47	513.142,17
Impuestos	1.269.899,04	1.392.299,04	1.526.939,04	1.675.043,04	1.837.957,44	2.017.163,28	2.214.289,70	2.431.128,77	2.669.651,74	2.669.651,74
<b>TOTAL DE COSTOS FIJOS</b>	<b>2.101.572,09</b>	<b>2.301.679,36</b>	<b>2.568.641,77</b>	<b>2.874.891,06</b>	<b>3.228.349,74</b>	<b>3.628.885,00</b>	<b>4.100.395,18</b>	<b>4.646.494,76</b>	<b>5.280.130,34</b>	<b>5.754.265,47</b>
<b>COSTOS TOTALES</b>										
<b>TOTAL DE COSTOS TOTALES</b>	<b>6.421.572,09</b>	<b>6.837.679,36</b>	<b>7.331.441,77</b>	<b>7.875.831,06</b>	<b>8.479.336,74</b>	<b>9.142.421,35</b>	<b>9.889.608,35</b>	<b>10.725.168,58</b>	<b>11.662.737,86</b>	<b>12.456.003,36</b>

**FUENTE DE ELABORACION PROPIA**

## 6.2.4 Presupuesto de Ingresos

Para la elaboración del presupuesto de Ingresos, se utilizaron los datos de las encuestas realizadas a las familias que habitan actualmente en los barrios privados.

Tomando una muestra representativa de la población, compuesta por 75 familias. (Que representaría el 20% de la población total), se obtiene como dato relevante que dichas familias poseen un gasto mensual promedio de \$ 8.000 pesos mensuales en concepto de mercadería, que sería lo mínimo que creemos que gastarían en el Autoservicio.

A continuación se muestran un resumen de todos los ingresos que se esperan obtener en los Sigüientes 10 años con un incremento esperado año a año de un 10% con el funcionamiento del Autoservicio “El Encanto”:

**CUADRO N°18: PRESUPUESTO DE INGRESOS**

PRESUPUESTOS DE INGRESOS										
SECCION	AÑO 1	10% AÑO 2	10% AÑO 3	10% AÑO 4	10% AÑO 5	10% AÑO 6	10% AÑO 7	10% AÑO 8	10% AÑO 9	10% AÑO 10
Enlatados	\$ 1.800.000,00	\$ 1.980.000,00	\$ 2.178.000,00	\$ 2.395.800,00	\$ 2.635.380,00	\$ 2.898.918,00	\$ 3.188.809,80	\$ 3.507.690,78	\$ 3.858.459,86	\$ 4.244.305,84
Productos de Limpieza	\$ 1.368.000,00	\$ 1.504.800,00	\$ 1.655.280,00	\$ 1.820.808,00	\$ 2.002.888,80	\$ 2.203.177,68	\$ 2.423.495,45	\$ 2.665.844,99	\$ 2.932.429,49	\$ 3.225.672,44
Golosinas	\$ 360.000,00	\$ 396.000,00	\$ 435.600,00	\$ 479.160,00	\$ 527.076,00	\$ 579.783,60	\$ 637.761,96	\$ 701.538,16	\$ 771.691,97	\$ 848.861,17
Gaseosas	\$ 1.152.000,00	\$ 1.267.200,00	\$ 1.393.920,00	\$ 1.533.312,00	\$ 1.686.643,20	\$ 1.855.307,52	\$ 2.040.838,27	\$ 2.244.922,10	\$ 2.469.414,31	\$ 2.716.355,74
Bebidas Alcoholicas	\$ 432.000,00	\$ 475.200,00	\$ 522.720,00	\$ 574.992,00	\$ 632.491,20	\$ 695.740,32	\$ 765.314,35	\$ 841.845,79	\$ 926.030,37	\$ 1.018.633,40
Frutas	\$ 216.000,00	\$ 237.600,00	\$ 261.360,00	\$ 287.496,00	\$ 316.245,60	\$ 347.870,16	\$ 382.657,18	\$ 420.922,89	\$ 463.015,18	\$ 509.316,70
Verduras	\$ 288.000,00	\$ 316.800,00	\$ 348.480,00	\$ 383.328,00	\$ 421.660,80	\$ 463.826,88	\$ 510.209,57	\$ 561.230,52	\$ 617.353,58	\$ 679.088,94
Carnes	\$ 216.000,00	\$ 237.600,00	\$ 261.360,00	\$ 287.496,00	\$ 316.245,60	\$ 347.870,16	\$ 382.657,18	\$ 420.922,89	\$ 463.015,18	\$ 509.316,70
Congelados	\$ 216.000,00	\$ 237.600,00	\$ 261.360,00	\$ 287.496,00	\$ 316.245,60	\$ 347.870,16	\$ 382.657,18	\$ 420.922,89	\$ 463.015,18	\$ 509.316,70
Embutidos	\$ 576.000,00	\$ 633.600,00	\$ 696.960,00	\$ 766.656,00	\$ 843.321,60	\$ 927.653,76	\$ 1.020.419,14	\$ 1.122.461,05	\$ 1.234.707,15	\$ 1.358.177,87
Productos Gourmet	\$ 360.000,00	\$ 396.000,00	\$ 435.600,00	\$ 479.160,00	\$ 527.076,00	\$ 579.783,60	\$ 637.761,96	\$ 701.538,16	\$ 771.691,97	\$ 848.861,17
Panificados	\$ 216.000,00	\$ 237.600,00	\$ 261.360,00	\$ 287.496,00	\$ 316.245,60	\$ 347.870,16	\$ 382.657,18	\$ 420.922,89	\$ 463.015,18	\$ 509.316,70
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 7.200.000,00</b>	<b>\$ 7.920.000,00</b>	<b>\$ 8.712.000,00</b>	<b>\$ 9.583.200,00</b>	<b>\$ 10.541.520,00</b>	<b>\$ 11.595.672,00</b>	<b>\$ 12.755.239,20</b>	<b>\$ 14.030.763,12</b>	<b>\$ 15.433.839,43</b>	<b>\$ 16.977.223,38</b>

**FUENTE DE ELABORACION PROPIA**

**6.3. Evaluación Financiera del Proyecto**

A continuación, se procederá a la realización del análisis financiero del proyecto, que tiene por finalidad conocer la rentabilidad del proyecto a partir de las inversiones y de los costos e ingresos que se han producido en la ejecución del mismo.

Para ello, se emplearán y analizarán distintos instrumentos financieros, tales como: Estado de Situación Inicial, Estado de Resultados, Flujo de Caja, Valor actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Periodo de Recuperación del inversionista.

“La evaluación de un proyecto de inversión tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, de tal manera que se asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable; asignar escasos recursos a la mejor alternativa” (Baca, 2001).

“La evaluación de proyectos, consiste entonces en la técnica que busca recopilar, crear y analizar en forma sistemática un conjunto de antecedentes económicos para juzgar cualitativa y cuantitativamente las ventajas y desventajas de dicha asignación de recursos” (Sapag y Sapag, 1999).

### 6.3.1 Estado de Situación Inicial

#### CUADRO N°19: ESTADO DE SITUACION INICIAL

##### ESTADO DE SITUACION INICIAL

ACTIVO		PASIVO	
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>PASIVO CORRIENTE</b>	
Caja y Bancos	530.761,01	Deudas Sociales	0,00
Cuentas por Cobrar (corto plazo)	0,00	Deudas Comerciales	0,00
Bienes de Cambio	0,00	Deudas Bancarias	0,00
		Deudas Fiscales	0,00
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>530.761,01</b>	Otras Deudas	0,00
		<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>0,00</b>
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>		<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	
Cuentas por Cobrar (largo plazo)		Obligaciones Financieras (largo plazo)	0,00
Activos Fijos Tangibles	195.825,72	Diferidos	0,00
Activos Diferidos Intangibles	40.879,56	Otras Cuentas por pagar	0,00
<b>Total Activo No Corriente</b>	<b>236.705,28</b>	<b>Total Pasivo No Corriente</b>	<b>0,00</b>
		<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>0,00</b>
		<b>PATRIMONIO NETO</b>	
		Capital Propio	767.466,29
		<b>Total Patrimonio Neto</b>	<b>767.466,29</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b><u>767.466,29</u></b>	<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO NETO</b>	<b><u>767.466,29</u></b>

**FUENTE DE ELABORACION PROPIA**

### 6.3.2. Flujo de Caja

El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa. El flujo de caja se analiza a través del Estado de Flujo de Caja.

El objetivo de este estado es proveer información relevante sobre los ingresos y egresos de efectivo de una empresa durante un período de tiempo. Es un estado financiero dinámico y acumulativo.

“La proyección del flujo de caja es uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto; ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que en ella se determina”. (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, p.291).

A continuación se expone el flujo de caja del proyecto de negocio:

#### CUADRO N°20: FLUJO DE CAJA

FLUJO DE CAJA											
			INVERSION		767.466,29						
Tasa de Ganancia Requerida	40%										
Flujo del Proyecto	AÑO BASE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ingresos por Ventas		7.200.000	7.920.000	8.712.000	9.583.200	10.541.520	11.595.672	12.755.239	14.030.763	15.433.839	16.977.223
Egresos Operativos		6.421.572	6.837.679	7.331.442	7.875.831	8.479.337	9.142.421	9.889.608	10.725.169	11.662.738	12.456.003
		778.428	1.082.321	1.380.558	1.707.369	2.062.183	2.453.251	2.865.631	3.305.595	3.771.102	4.521.220
Inversión	-767.466										Valor Residual
Flujo del Proyecto	-767.466	778.428	1.082.321	1.380.558	1.707.369	2.062.183	2.453.251	2.865.631	3.305.595	3.771.102	4.521.220
											11.303.050
Tasa Interna de Retorno	132,1%										
Valor Actual Neto	\$ 3.111.348										

**FUENTE DE ELABORACION PROPIA**

### 6.3.3 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio hace referencia al nivel de ventas donde los costos fijos y variables se encuentran cubiertos. Esto supone que la empresa en su punto de equilibrio, tiene un beneficio que es igual a cero (no gana dinero, pero tampoco pierde).

El punto de equilibrio es una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual la ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, porcentajes y unidades, este muestra la magnitud de las utilidades o perdidas de la empresa cuando las ventas aumentan o disminuyen por debajo de ese punto, de tal forma que viene a ser un punto de referencia que permite observar como un incremento en los volúmenes de venta genera utilidades y un decremento ocasiona pérdidas.

El Autoservicio “El Encanto” por ser una empresa comercializadora de productos, cuenta con una gran cantidad de artículos, razón por la cual el punto de equilibrio se lo calculará con la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CFT}{\left(1 - \frac{CVT}{IT}\right)}$$

**PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1**

Costos Fijos Totales: \$2.101.572,09

Costos Variables Totales: \$4.320.000

Volumen de total de Ventas: \$7.200.000

$$PE = \frac{\$2.101.572,09}{\left(1 - \frac{\$4.320.000}{\$7.200.000}\right)}$$

$$PE = \$5.253.930,22$$

El punto de equilibrio se alcanzará cuando la empresa llegue a un volumen de ventas igual a \$5.253.930,22 .A partir de este punto se empezará a generar utilidad para el inversionista.

Para conocer el porcentaje de ventas en el que se alcanza el equilibrio, se aplica la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{PE}{V}$$

$$PE = \frac{\$5.253.930,22}{\$7.200.000}$$

$$PE = 72\%$$

El equilibrio se alcanza cuando el porcentaje de ventas es de 72% para el primer año.



#### 6.3.4. Valor Actual Neto (VAN)

“Se define como valor actual neto a la diferencia entre el valor presente de los ingresos y valor presente de los egresos”. (Miranda, 2012).

Este indicador de rentabilidad, determina el crecimiento o decrecimiento real de la inversión tomando como base el flujo de efectivo, el criterio de decisión en que si el VAN es mayor o igual a cero, el proyecto se acepta, si es menor que cero se rechaza.

- Para el cálculo del VAN se utilizará la siguiente fórmula:

$$VAN = \frac{\sum \text{Flujo Neto}}{(1-k)^n} - \text{Inversión Total}$$

El analizar el VAN a través del tiempo, se tiene como resultado un valor positivo de \$ 3.111.348, es decir, que se recuperará la inversión y se obtendrán beneficios. Por lo que se concluye que el proyecto es aceptable.

#### 6.3.5. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno (TIR) representa el retorno generado por determinada inversión (muy utilizada como uno de los indicadores clave en estudios de análisis de viabilidad), o sea, representa la tasa de interés con la cual el capital invertido generaría exactamente la misma tasa de rentabilidad final. Por otras palabras, representa una tasa que, cuando se le utiliza como tasa de descuento, hace el VAN igual a cero. A partir del momento en que la rentabilidad de los proyectos de inversión sea conocida, el criterio de decisión sobre la inversión consiste, simplemente, en aceptar los que presentan una TIR superior al coste de financiamiento, añadida de determinada tasa de riesgo asociada.

Fórmula de cálculo:

$$TIR=0 = \frac{\sum \text{Flujo Neto}}{(1-k)^n} - \text{Inversión Inicial}$$

Una vez que se ha obtenido la TIR, se puede establecer que la rentabilidad del proyecto es muy atractiva para el inversionista, ya que la tasa de interna de retorno es del 132,1%.

### 6.3.6. Período de Recupero de la inversión

El período de recuperación de la Inversión (PRI) se define como el tiempo necesario para recuperar la inversión original mediante las utilidades obtenidas por el proyecto o flujos netos de efectivo.

Dado los ingresos que se esperan obtener tras la operación del Autoservicio, la inversión de \$767.466,29 será recuperada en el primer año, precisamente en los últimos dos meses del mismo, fecha a partir de la cual se empezará a tener crecimiento en la inversión.

**CUADRO N°21: PERIODO DE RECUPERO DE LA INVERSION**

			767466,29	63955,52417							
PERIODO DE RECUPERO	AÑO 0										
	Año base	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
DESEMBOLSO INICIAL	-767.466,29										
FLUJO GENERADO	-767.466,29	778.427,91	1.082.320,64	1.380.558,23	1.707.368,94	2.062.183,26	2.453.250,65	2.865.630,85	3.305.594,54	3.771.101,58	4.521.220,01
FLUJO ACUMULADO	-767466,29	10.961,62									

**FUENTE DE ELABORACION PROPIA**

## CONCLUSIONES

Las principales conclusiones a las que se llega con el estudio realizado son las siguientes:

- Se determinó la existencia de una oportunidad de negocio en el partido de Florencio Varela, precisamente en el lugar en que se pretende ubicar el Autoservicio en cuestión. Esto es próximo a los barrios privados “Los Ombúes” y los “Nuevos Ombúes”, costeando la ruta 53, km 9 y a una distancia de 10 km del centro de la ciudad.

Dado que en los últimos años la población ha ido creciendo año a año, con la conformación de estos barrios privados, se instalaron muchas familias allí. Surgiendo la necesidad de contar con algún comercio cercano a la hora de realizar las compras cotidianas.

El Autoservicio “El encanto” sería el primer comercio en instalarse en la zona, ofreciendo un lugar atractivo y exclusivo, con una gran variedad de productos de primera calidad, y con la posibilidad de realizar sus pedidos de manera telefónica, accediendo al servicio de entrega puerta a puerta, en forma gratuita.

- Se realizó un estudio de mercado, lo que permitió obtener información relevante acerca de los gustos, preferencias, y hábitos de consumo que tienen las personas al momento de adquirir productos.

Para recolectar la información existente en el mercado, se aplicó la metodología de investigación descriptiva, realizando encuestas a las personas residentes en los barrios privados “Los Ombúes” y “Los Nuevos Ombúes”, ya que serán nuestro mercado meta.

- En el análisis organizacional, se consideró necesario la elaboración de un organigrama que permita reflejar la estructura de las diferentes áreas existentes de la organización. Definiendo las tareas y funciones del puesto que desempeñarán los empleados en cada uno de los cargos asignados dentro del Autoservicio “El Encanto”.

- El Estudio del proceso productivo demostró que la realización del proyecto es posible ya que los requerimientos de mercadería, maquinarias, herramientas y equipos necesarios para la implementación del Autoservicio, se encuentran disponibles en el mercado nacional. Y que actualmente en el mercado laboral, encontramos mano de obra calificada disponible.

- En lo concerniente a la inversión, se determinó el requerimiento total necesario para llevar adelante el proyecto. El mismo será realizado el 100% con aporte de capital propio. Dicho capital proveniente de la venta de un terreno heredado.



- Con respecto a la estructura de la organización es ágil y flexible, lo que permite responder oportunamente a las expectativas del mercado, guiados por una ideología estratégica de desarrollo continuo.
  
- Mediante la realización del estudio financiero, se logró determinar que el proyecto es rentable y viable. Dado que los factores de evaluación son positivos. El Valor Actual Neto (VAN) es igual \$3.111.348, La Tasa Interna de Retorno (TIR) es igual a 132.1% .Y el Período de recuperación de capital está previsto que sea en el primer año de actividad del Autoservicio, en los últimos dos meses del año. Fecha a partir de la cual se empezará a tener crecimiento en la inversión.
  
- Con la viabilidad del estudio técnico y económico, se demostró que la creación de un Autoservicio ubicado en las cercanías de los barrios privados "Los Ombúes" y Los Nuevos Ombúes" logrará captar la atención de las familias residentes de la zona, expresadas en incrementos de ventas y con la generación de rendimientos crecientes a futuro, hacen que el presente proyecto, sea un atractivo negocio a llevarse a cabo.

## BIBLIOGRAFIA

Baca, G. (2001). Evaluación de Proyectos. 4ª ed. México: Mc Graw Hill Interamericana.

<http://www.institutopyme.com.ar>

<http://www.pyme-on-line.com.ar>

<http://www.somos-pymes.com/somospymes/financiamiento.html>

<http://www.jus.gob.ar/igj/tramites/guia-de-tramites/inscripcion-en-el-registro-publico-de-comercio/sociedades-comerciales/reserva-de-denominacion.aspx>

<http://know.net/es/cieeconcom/gestion/tir-tasa-interna-retorno/>

<http://www.google.com.ar/search?q=MUNICIPALIDAD+DE+FLORENCIO+VARELA&oq=MUNICIPALIDAD+DE+FLORENCIO+VARELA&sourceid=chrome&ie=UTF-8>

<http://www.bancomundial.org/es/country/argentina/overview>

<http://www.varela.gov.ar/>

Kotler, P. (2001). Dirección De Mercadotecnia. 8va ed. Lima: Pearson.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos De Marketing*. 6ta ed. México: Prentice Hall México.

Krajewski, L.; Ritzman, L.; Malhotra, M. (2008). Administración de Operaciones. 8va ed. México: Pearson.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2010). *Manual para la elaboración de Planes de Negocio*. Bogotá, Colombia. Punto a parte ediciones.

Miranda, J. J. (2012). Gestión de proyectos: Identificación - Formulación -Evaluación Financiera - Económica - Social - Ambiental. 7ma ed. Colombia: MM Editores.

Porter, M. E. (2009). Estrategia Competitiva, Técnicas para el Análisis de la empresa y sus competidores. México: Pirámide.



Porter, M. E. (1991). Ventaja Competitiva. México: Continental.

Sapag, N., y Sapag, K. (1999). Preparación y Evaluación de Proyectos. 3ª ed. Bogotá: Mc Graw Hill Interamericana.