

# TRABAJO DE INVESTIGACIÓN FINAL

## LAZZARO FELICE

### **Autor/es:**

Barda, Adolfinia - LU: 1163683

Kirkby, Timoteo - LU: 1153206

Chebli, Kadir - LU: 1162859

Llorens, Santiago - LU: 1150045

### **Carrera:**

Licenciatura en Gastronomía

### **Tutor/es:**

Sagala, Luciana Andrea y Cejas, Jorge David

### **Año:**

2025

**TRABAJO INTEGRADOR FINAL**

# **UADE**

---

**Facultad de Comunicación**

**Trabajo Integrador Final**

**Licenciatura en Gastronomía**

**Profesora: Sagala, Luciana Andrea**

**Profesor: Cejas, Jorge David**

**Jueves- 7.45 a 11.45hs**

**Segundo cuatrimestre - Año 2025**

**Grupo 17**

**Barda, Adolfinia - LU 1163683**

**Chebli, Kadir - LU 1153206**

**Kirkby, Timoteo - LU 1162859**

**Llorens, Santiago - LU 1150045**

**PIZZERIA - FOCACCERIA CITY BELL.**

## ÍNDICE

<b>1. Resumen ejecutivo.....</b>	<b>2</b>
<b>2. Descripción del negocio / Concepto y Objetivos SMART.....</b>	<b>3</b>
2.1 Concepto del negocio.....	3
2.2 Misión, Visión y Valores.....	4
2.3 Objetivos del negocio SMART.....	5
2.4 Propuesta de valor.....	6
2.5 Tipo de estructura legal.....	6
<b>3. Análisis de Pre-Factibilidad del Negocio.....</b>	<b>7</b>
3.1 Marco Legal y Habilitaciones.....	7
3.2 Análisis de la Competitividad del Sector.....	8
3.4 Análisis FODA.....	11
<b>4. Plan de marketing.....</b>	<b>15</b>
4.1 Investigación de mercado.....	15
4.2 Ventajas competitivas y diferenciación.....	17
4.3 Posicionamiento.....	18
4.4 Estrategias y políticas de Marketing.....	21
<b>5. Plan de operaciones.....</b>	<b>25</b>
5.1 Estandarización y Determinación de la Oferta. *Documento excel con desarrollo de la consigna adjuntado aparte.....	26
5.2 Análisis de carga de trabajo y capacidad productiva.....	26
5.3 Dotación de Empleados.....	26
5.4 Políticas de Capacitación y Reclutamiento.....	28
5.5 Determinación y Cuantificación de Equipamiento, Paramentos e Instalaciones... 29	
5.6 Sistemas de Gestión Operativa e Inocuidad.....	34
5.7 Determinación de Proveedores Esenciales.....	49
<b>6. Plan de implementación y cronograma.....</b>	<b>50</b>
6.1 Resumen explicativo de tiempos del plan de implementación y cronograma.....	50
6.2 Diagrama de GANTT.....	52
<b>7. Plan Económico Financiero.....</b>	<b>52</b>
<b>8. Conclusiones y recomendaciones.....</b>	<b>53</b>

## 1. Resumen ejecutivo.

Lazzaro Felice es un proyecto gastronómico que propone la apertura de una pizzería y focaccería en City Bell, partido de La Plata. La propuesta se basa en la elaboración de pizza romana y focaccia de fermentación prolongada, utilizando técnicas artesanales e ingredientes frescos, con el objetivo de ofrecer una alternativa diferenciada dentro del mercado local. El concepto combina una novedosa propuesta gastronómica, rapidez operativa y una experiencia moderna de consumo, orientada a un público joven y adulto joven que busca propuestas auténticas, estéticas y alineadas con tendencias contemporáneas.

El valor diferencial del proyecto radica en combinar un producto artesanal superior con un servicio ágil, entorno atractivo y comunicación de marca coherente. La fermentación prolongada permite obtener una masa liviana, crocante y de fácil digestión, lo que suma atributos saludables y actualizados con las tendencias gastronómicas contemporáneas. A su vez, la ambientación del local se piensa con una estética urbana y moderna, orientada a un público joven y adulto joven que busca no solo comer, sino también disfrutar de un espacio para socializar. Como marca, Lazzaro Felice aspira a convertirse en un punto de referencia en City Bell, posicionándose así como un lugar de encuentro y de consumo cotidiano.

El análisis del mercado local permitió identificar una oportunidad concreta, en City Bell existe una amplia oferta gastronómica, pero con predominio de propuestas tradicionales, lo que deja un espacio disponible para proyectos innovadores. Lazzaro Felice se plantea ocupar ese espacio, diferenciándose no sólo por su producto, sino también por su modelo operativo y comunicacional.

El desarrollo del proyecto contempla una planificación detallada. Primero se realizan las adecuaciones del espacio físico y la instalación de equipamiento. Luego se avanza con las habilitaciones municipales, bromatológicas y con los permisos necesarios para operar. Se prevé la selección y capacitación del personal, con foco en estandarización de procesos para garantizar uniformidad y consistencia del producto. Antes de la apertura al público, se llevará a cabo un soft opening para probar la operación en un entorno real, detectar ajustes y asegurar que el servicio, la organización interna y la experiencia del cliente funcionen correctamente. Posteriormente se realizará la apertura oficial acompañada por acciones de comunicación y activación de marca orientadas a generar visibilidad y atraer clientes.

El proyecto estima un período de nueve semanas entre el inicio de la adecuación del local y la apertura. Una vez en funcionamiento, los primeros tres meses se destinarán a monitorear el desempeño, ajustar costos y optimizar tanto el menú como los procedimientos internos. A partir del cuarto mes, el objetivo es consolidar la operación, fortalecer la fidelización de los clientes recurrentes y evaluar la incorporación de servicios complementarios como delivery propio o eventos especiales.

Desde el punto de vista económico-financiero, el plan incluye estimaciones de inversión inicial, costos operativos, estructura de precios y proyección de ingresos. La inversión inicial del proyecto se estimó en 40.000 dólares, un número bajo teniendo en cuenta el costo de inversión habitual de proyectos de este estilo. Uno de los marcadores

que indican que el negocio no solo se sostiene sino que, tiene una gran mejora con los años es el margen neto, que nos muestra la ganancia total después de cubrir el total de los gastos. En el año 1 el mismo es de 1,69% lo cual si bien es bajo, es parte de una curva de mejora ya que, en el año dos este dato sube a un 4,38% y llega en el año 3 a un 10,85% lo cual es una gran señal.

Otro de los marcadores útiles para analizar el proyecto es el punto de equilibrio, lo que se traduce a lo que hay que vender para llegar a un punto en el que no haya pérdida ni ganancia. En el primer año de operaciones este número es de USD 201.244,75, pero año a año este número disminuye hasta llegar a los USD 123.925,38 lo que demuestra una mejor capacidad del negocio para obtener resultados positivos.

En cuanto a marcadores financieros, obtenemos buenos resultados en VAN y TIR (valor actual neto y tasa interna de retorno). Por un lado, el valor actual neto es de \$6.564,61, es decir, mayor a cero. Esto significa que no solo se recupera la inversión inicial y se cumple con la tasa de exigibilidad del 5%, sino que se genera plusvalía. En consecuencia, el negocio vale más como activo porque se genera un valor adicional. Por otro lado, dado que la TIR es de 11,56% y la tasa de exigibilidad es de 5%, podemos concluir que la inversión es rentable y conveniente. El rendimiento supera claramente lo exigido, esto significa que no solo recupero mi inversión, sino que también obtengo un valor adicional.

Además, el periodo de recuperación de la inversión inicial es de 2,63 años, es decir, levemente superior a dos años y medio, un valor considerado favorable para un emprendimiento gastronómico de este tipo.

La estrategia está orientada a lograr una operación rentable desde el corto plazo, aprovechando la alta rotación que permite el formato de pizza romana y la combinación de consumo en salón con take-away y delivery.

En conclusión, Lazzaro Felice representa una propuesta gastronómica innovadora para la zona de City Bell. Su enfoque en producto artesanal de fermentación prolongada, sumado a una estética contemporánea y a una operación eficiente, ofrece una experiencia integral capaz de atraer y fidelizar a un público cada vez más exigente. El proyecto posee bases sólidas en términos conceptuales, operativos y económicos, y se presenta como una oportunidad concreta de desarrollo con perspectivas de crecimiento y sostenibilidad en el tiempo.

## **2. Descripción del negocio / Concepto y Objetivos SMART.**

### **2.1 Concepto del negocio.**

Lazzaro Felice es una pizzería romana y focaccería ubicada en la localidad de City Bell, La Plata. El establecimiento cuenta con un local abierto al público, con cocina a la vista y una ambientación que combina el estilo urbano moderno con el estilo industrial. Dispone de un espacio interior con mesas y barras, así como de un espacio exterior que incluye sectores cubiertos y semicubiertos.

El servicio es semiasistido, los clientes realizan su pedido en caja y reciben la comida en la mesa o barra. Buscamos que los tiempos de espera sean breves, por eso trabajamos en pos de un despacho eficiente, para un mayor flujo de clientes.

Además del consumo en salón, se ofrece la modalidad de take away, con la posibilidad de realizar pedidos por WhatsApp, vía telefónica o de manera presencial en el local. También se brinda servicio de delivery a través de aplicaciones como Rappi y PedidosYa.

En Lazzaro Felice buscamos generar un espacio en el que el comensal sea parte de una experiencia cálida y descontracturada, ideal tanto para compartir con amigos como para disfrutar en pareja. La cocina a la vista invita a participar del proceso gastronómico, mientras que el servicio ágil y cercano asegura comodidad sin perder la calidez que caracteriza a la propuesta.

## **2.2 Misión, Visión y Valores.**

**Misión:** “Brindar a nuestros clientes una experiencia auténtica de pizza romana y focaccia artesanal, fusionando la innovación y frescura de los toppings con las técnicas tradicionales italianas.”

**Visión:** “Consolidarnos como la pizzería y focaccería de referencia en provincia de Buenos Aires”.

### **Valores:**

- **Autenticidad:** Honramos la tradición de la pizza romana y la focaccia artesanal, preservando su esencia mientras la enriquecemos con nuestra identidad local. Cada preparación refleja respeto por las raíces italianas y sus ingredientes, fusionándose con nuestro estilo y creatividad.
- **Calidad:** Seleccionamos ingredientes frescos y de excelencia, cuidando cada etapa del proceso para garantizar un producto final que supere expectativas y se convierta en un sello de confianza para nuestro público objetivo. Con la propuesta ‘especial del mes’, buscamos sumar a la carta un producto nuevo elaborado con ingredientes de estación, aprovechando su punto óptimo de consumo para resaltar sabores, frescura y valor nutricional.
- **Innovación:** Sorprendemos con combinaciones creativas de toppings y propuestas únicas en la zona, transformando lo clásico en algo inesperado sin perder autenticidad. La innovación es nuestro motor para mantenernos diferentes y relevantes en el mercado. También, buscamos no caer en una carta rígida y montaña, a través de la propuesta especial del mes, creando un producto nuevo para introducir en la oferta y así lograr que esta sea dinámica.
- **Cercanía:** Creamos un ambiente cálido y humano donde cada cliente se sienta valorado. Nos esforzamos por brindar un servicio atento, accesible y capaz de generar vínculos genuinos. Buscamos que nuestros clientes se sientan en un

espacio de confianza a través del buen trato humano de nuestro personal.

- **Pasión:** Nuestra cocina nace del amor por la gastronomía. Ponemos dedicación y entrega en cada pizza y focaccia, transmitiendo energía y entusiasmo que se sienten en cada bocado. Buscamos que los clientes sientan la dedicación y entrega que ponemos día a día en nuestros productos.
- **Sustentabilidad:** Nos comprometemos con un futuro responsable, implementando prácticas conscientes en el uso de insumos, la reducción de desperdicios y la gestión eficiente de los recursos. Entendemos que el cuidado del medio ambiente es esencial para proteger a las generaciones futuras. En consecuencia, promovemos la separación de residuos y el reciclaje, concientizando tanto a nuestro staff como a nuestros clientes.
- **Trabajo en equipo:** Buscamos formar un equipo de trabajo con sentido de pertenencia, fomentando la colaboración y el respeto entre los integrantes de nuestro staff. Entendemos que un negocio se lleva adelante en equipo, es por eso que, a través de la capacitación constante, la comunicación abierta y el reconocimiento del esfuerzo individual y colectivo, promovemos un ambiente laboral positivo que impulsa el crecimiento personal y profesional de todos.

### 2.3 Objetivos del negocio SMART.

→ **Incrementar ventas** - financiero a mediano plazo.

*Objetivo:* Incrementar en un 25% las ventas mensuales promedio en los próximos 8 a 12 meses, potenciando la venta de pizzas y focaccias artesanales y productos de la propuesta innovadora (“especial del mes”), reforzando la identidad única del negocio.

→ **Fidelización de clientes** - estratégico a mediano plazo.

*Objetivo:* Lograr que al menos el 40% de los clientes regresen para una segunda compra dentro del mes, entre los 6 a 12 meses desde la apertura, mediante estrategias de vinculación como programas de fidelidad, promociones personalizadas y experiencias gastronómicas memorables.

→ **Innovación en la propuesta gastronómica** - estratégico a largo plazo.

*Objetivo:* Incorporar mensualmente al menú una pizza y un sándwich de focaccia especiales durante los primeros dos años, garantizando que al menos el 15% de las ventas provengan de estas novedades, destacando la creatividad y el uso de ingredientes de temporada.

→ **Eficiencia operativa y experiencia del cliente** - operativo a corto plazo.

*Objetivo:* Reducir los tiempos de espera en salón y take away a un máximo de 10 minutos por pedido, logrando un promedio de 5 minutos dentro de los primeros 6 meses, asegurando un servicio ágil sin comprometer la calidad artesanal de cada preparación.

## **2.4 Propuesta de valor.**

Nuestra propuesta de valor se centra en brindar una experiencia gastronómica auténtica y diferenciada, basada en pizza romana y focaccia de fermentación prolongada con toppings innovadores y frescos. La fermentación prolongada de la masa aporta ligereza, mejor digestibilidad y un sabor profundo, mientras que la cocción a altas temperaturas garantiza una textura crocante por fuera y suave por dentro. Cada preparación combina tradición e innovación, incorporando productos de temporada, combinaciones de sabores originales y sándwiches de focaccia únicos en la zona, generando una oferta que no se encuentra en la competencia local.

El servicio está diseñado para ser rápido y flexible, a través de un modelo semiasistido que equilibra la eficiencia con la atención personalizada, reduciendo tiempos de espera sin perder calidez. Además, contamos con múltiples canales de consumo, incluyendo salón, take away y delivery, adaptándonos a las necesidades y preferencias de cada cliente.

El espacio físico complementa la propuesta gastronómica: un salón moderno, cálido y versátil, pensado tanto para encuentros grupales como para citas íntimas. El mobiliario variado permite disfrutar de la experiencia con calma o de manera rápida “al paso”, generando un ambiente atractivo donde la tradición y la innovación se encuentran.

En conjunto, esta propuesta de valor combina producto diferenciado, innovación, eficiencia en el servicio y experiencia del espacio, ofreciendo al cliente una experiencia única que va más allá de la simple comida, consolidando nuestra marca como referente de calidad y creatividad en la zona.

## **2.5 Tipo de estructura legal.**

La estructura legal elegida para Lazzaro Felice es la de Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL). Debido a la esperable proyección de crecimiento del emprendimiento, consideramos necesario optar por una figura societaria de este tipo.

La SRL brinda una serie de ventajas fundamentales para un negocio gastronómico en expansión. En primer lugar, otorga responsabilidad limitada a los socios, lo que significa que su patrimonio personal queda protegido frente a las deudas de la empresa. Además, ofrece un marco más sólido para la contratación de personal, el acceso a financiamiento y la incorporación de eventuales inversores, otorgando mayor formalidad y seguridad jurídica.

La decisión de adoptar la forma de SRL responde a una estrategia de escalabilidad: comenzar con una estructura simple y flexible en los inicios, pero migrar hacia un régimen societario que acompañe las necesidades de expansión, consolidación y profesionalización

del emprendimiento. De este modo, Lazzaro Felice se posiciona como una empresa con bases sólidas para crecer y perdurar en el tiempo.

### **3. Análisis de Pre-Factibilidad del Negocio.**

#### **3.1 Marco Legal y Habilitaciones.**

La habilitación del local gastronómico requiere de una gran cantidad de habilitaciones, las mismas pueden ser de nivel municipal, provincial y nacional y responden a distintas entidades. A continuación detallamos las habilitaciones que debe tener un local divididas en 5 grupos principales:

##### **1. Documentación del local:**

- Habilitación municipal solicitada ante la Municipalidad de La Plata. (Municipal)
- Título de propiedad o contrato de alquiler. (Municipal)
- Plano del local con distribución de espacios. (Municipal)

##### **2. Seguridad e infraestructura:**

- Plano aprobado por Bomberos (Ingeniero en Seguridad e Higiene). (Municipal).
- Certificado de instalación eléctrica firmado por matriculado. (Provincial)
- Servicios de emergencias médicas contratados (convenio). (Municipal)
- Matafuegos habilitados y con carga al día. (Municipal)

##### **3. Higiene y salubridad:**

- Certificado de desinfección del local. (Municipal)
- Certificado de limpieza del tanque de agua. (Municipal)
- Estudio de potabilidad del agua. (Provincial)
- Certificado de fumigación (control de plagas). (Municipal)
- Habilitación sanitaria provincial (Ministerio de Salud PBA / Bromatología). (Provincial)

##### **4. Aspectos impositivos y legales:**

- Constancia de CUIT. (Nacional)
- Inscripción en Ingresos Brutos. (Provincial)
- Contrato social (en caso de sociedad, rubricado por escribano). (Nacional)
- Rubro declarado en AFIP (Monotributo o Responsable Inscripto). (Nacional)
- Libre deuda de tasas municipales. (Municipal)

##### **5. Otros certificados específicos:**

- Certificado REBA (si se venden bebidas alcohólicas). (Provincial)

### → Estimación global.

- Tiempo total de habilitación: entre 3 y 6 meses (si se hace todo en paralelo y no hay observaciones). Puede extenderse a 8–9 meses si hay demoras en planos o bromatología.
- Costo total inicial de trámites y gestiones: entre \$1.0 M y \$2.0 M pesos (2025), sin contar reformas edilicias ni equipamiento.
- Costos anuales recurrentes: seguros, fumigación, ART, residuos, tasas municipales: entre \$800.000 – \$1.2 M ARS anuales.

### 3.2 Análisis de la Competitividad del Sector.

**1. Rivalidad entre competidores existentes – MEDIA-ALTA:** la competencia en la zona es intensa, con una amplia oferta gastronómica que incluye pizzerías tradicionales, bares y restaurantes modernos. La pizza, siendo un alimento de alta penetración cultural en Argentina, representa un producto muy demandado, pero también altamente competitivo. Para diferenciarse, es fundamental ofrecer productos de alta calidad, como pizza romana y focaccia de fermentación prolongada, toppings innovadores y frescos, junto con una experiencia de salón moderna y atractiva. Esta rivalidad obliga a invertir en marketing, branding y fidelización, puesto que competir solo por precio no garantiza sostenibilidad. La innovación constante y la creación de experiencias memorables son claves para mantener ventajas competitivas.

**2. Amenaza de nuevos entrantes – MEDIA-ALTA:** aunque existen barreras de entrada moderadas, como la inversión inicial, los trámites municipales y las habilitaciones bromatológicas, abrir un nuevo restaurante no es extremadamente difícil para quienes cuentan con capital. La construcción de marca local y la fidelización de clientes constituyen las barreras más efectivas contra nuevos competidores. Además, la innovación constante en el menú y la experiencia de consumo, junto con relaciones sólidas con proveedores y optimización de procesos internos, ayudan a consolidar la posición del negocio y dificultan que nuevos entrantes repliquen rápidamente la propuesta de valor.

**3. Poder de negociación de los proveedores – MEDIO:** si bien existen muchos proveedores de insumos básicos, algunos productos clave como queso mozzarella de calidad o aceite de oliva premium tienen baja disponibilidad y precios volátiles, especialmente cuando dependen de importaciones. Esto genera un riesgo operativo que puede afectar la continuidad de la producción y los costos. Para mitigar esta fuerza, el negocio debe implementar decisiones operativas concretas, tales como: diversificar proveedores, gestionar inventarios estratégicamente, negociar precios a mediano plazo y establecer controles de calidad internos. Estas acciones permiten asegurar la consistencia del producto, reducir interrupciones en la producción y optimizar costos, garantizando que cada pizza y focaccia mantenga los estándares de calidad que diferencian la marca.

**4. Poder de negociación de los clientes – MEDIA-ALTA:** los clientes disponen de numerosas alternativas gastronómicas y comparando precio, calidad y experiencia. Plataformas de delivery como Pedidos Ya y Rappi facilitan el cambio rápido de proveedor, aumentando su poder de negociación. Para contrarrestar esto, se deben tomar decisiones operativas orientadas al cliente, como estandarizar los procesos de preparación, optimizar

los tiempos de servicio en salón, take away y delivery, capacitar al personal en atención y comunicación, y monitorear la satisfacción del cliente. Estas medidas permiten mantener la lealtad, ofrecer una experiencia consistente y diferenciada, y reducir la probabilidad de que los clientes opten por la competencia o productos sustitutos.

**5. Amenaza de productos sustitutos – MEDIA-ALTA:** existen múltiples sustitutos directos e indirectos, como empanadas, hamburguesas, sushi, tapeo en cervecerías, comida rápida o cocinar en casa. La amplia variedad gastronómica de la zona genera presión sobre la elección del consumidor. Para minimizar esta amenaza, la estrategia se centra en ofrecer productos únicos, como la masa de fermentación prolongada, toppings innovadores y productos de temporada, combinados con una experiencia integral en un espacio moderno y acogedor. Esto refuerza la percepción de que la propuesta no es fácilmente sustituible, consolidando la preferencia del cliente y diferenciando al negocio de la competencia.

En conclusión, el análisis de las cinco fuerzas muestra que el negocio opera en un mercado competitivo y dinámico, con clientes exigentes, sustitutos abundantes y nuevos entrantes potenciales. Sin embargo, existen claras oportunidades de diferenciación: un producto artesanal y de alta calidad, innovación constante, eficiencia operativa y una experiencia de cliente diferenciada. La integración de decisiones operativas estratégicas frente a las fuerzas de proveedores y clientes permite garantizar consistencia, reducir riesgos y optimizar la relación costo-calidad, fortaleciendo la posición competitiva del negocio y creando ventajas sostenibles en City Bell y alrededores.

### 3.3 Análisis PESTEL.

#### → Político:

- *Regulación local y municipal:* el establecimiento opera en City Bell, La Plata, y está sujeto a normativas municipales relacionadas con la habilitación de comercios gastronómicos, control sanitario y seguridad en locales de atención al público. Esto incluye permisos de apertura, inspecciones de higiene y seguridad, y cumplimiento de ordenanzas de ruido y ocupación del espacio público.
- *Políticas alimentarias y de seguridad:* el sector gastronómico en Argentina está regulado por la Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (ANMAT) y la autoridad sanitaria local, que establecen normas sobre manipulación de alimentos, etiquetado de productos y control de calidad.
- *Incentivos y cargas fiscales:* Lazzaro Felice se encuentra sujeto a impuestos municipales, provinciales y nacionales, incluyendo IVA, Ganancias e Ingresos Brutos. Cambios en la política fiscal pueden afectar la rentabilidad y los costos operativos.

#### → Económico:

- *Situación macroeconómica:* la inflación elevada y la volatilidad del tipo de cambio en Argentina pueden impactar tanto los costos de insumos importados (quesos, harinas, maquinaria) como el poder adquisitivo de los clientes.

- *Costo de insumos y proveedores:* la operación depende de materias primas frescas y de calidad; por lo tanto, las variaciones en los precios de harina, queso, aceite y vegetales afectan directamente la rentabilidad.
- *Poder adquisitivo del público objetivo:* la zona concentra un público de clase media y media-alta, dispuesto a pagar un valor agregado por la calidad y la experiencia gastronómica, aunque sensible a promociones y descuentos.
- *Canales de venta alternativos:* la integración de take away y delivery mediante plataformas como Rappi y PedidosYa diversifica los ingresos, aunque las comisiones de estas plataformas afectan los márgenes de ganancia.

→ **Social:**

- *Preferencias de consumo:* existe una tendencia hacia experiencias gastronómicas personalizadas, cocina a la vista y ambientes modernos y cálidos, que coincide con la propuesta del establecimiento.
- *Hábitos de consumo:* aumenta la demanda de conveniencia mediante take away y delivery, así como la preferencia por espacios que permitan socializar con amigos o en pareja.
- *Cultura y gastronomía:* la valorización de la cocina italiana y romana tradicional atrae a consumidores interesados en autenticidad y calidad en la preparación de alimentos.

→ **Tecnológico:**

- *Digitalización de pedidos y marketing:* la presencia en plataformas de delivery y la posibilidad de pedidos vía WhatsApp o teléfono requiere inversión en sistemas de gestión de pedidos y comunicación eficiente.
- *Innovación en cocina:* la adopción de hornos de alta eficiencia, gestión de inventarios y software gastronómico permite optimizar tiempos de espera y mejorar la eficiencia operativa.
- *Redes sociales y marketing digital:* la promoción de la experiencia “cocina a la vista” y del ambiente moderno se potencia mediante estrategias digitales en Instagram, Google Maps y otras plataformas, fundamentales para atraer al público joven.

→ **Ecológico:**

- *Gestión de residuos:* la actividad genera residuos orgánicos y envases desechables; la implementación de políticas de reciclaje y reducción de plásticos permite cumplir normativas locales y mejorar la imagen de sostenibilidad.
- *Consumo energético:* hornos, iluminación y climatización generan un impacto significativo en el consumo energético. La eficiencia energética contribuye tanto a la reducción de costos como a la responsabilidad ambiental del negocio.

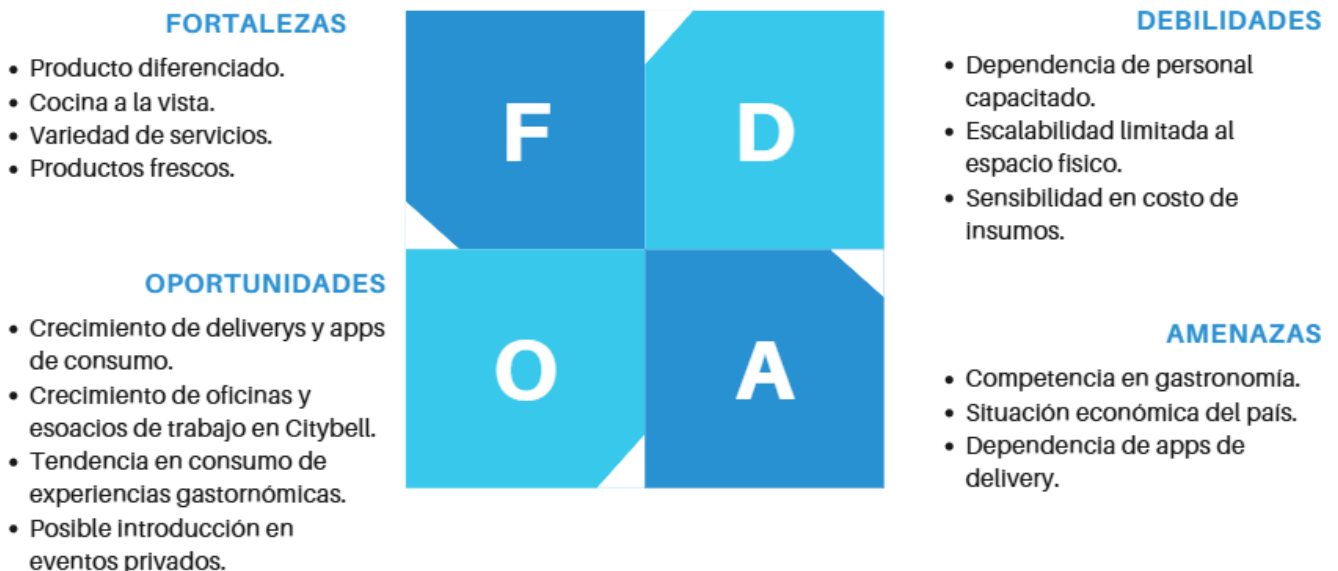
→ **Legal:**

- *Normas de higiene y seguridad alimentaria:* es obligatorio cumplir con códigos de seguridad alimentaria de ANMAT y del municipio, incluyendo manipulación de alimentos, certificaciones de salubridad y control de caducidades.

- *Derecho laboral*: la contratación de personal debe cumplir con convenios colectivos, pago de cargas sociales y normas de seguridad laboral.
- *Protección del consumidor*: la Ley de Defensa del Consumidor exige información clara sobre precios, ingredientes, alérgenos y publicidad veraz, aplicable tanto a locales gastronómicos como a servicios de delivery.

En conclusión, el proyecto Lazzaro Felice se desarrolla en un contexto favorable en términos sociales y culturales, con una propuesta gastronómica alineada a tendencias de experiencia y calidad. Sin embargo, enfrenta desafíos económicos y regulatorios propios de Argentina, incluyendo inflación, costos de insumos y cumplimiento de normativas. La adopción de tecnologías para pedidos, gestión de cocina y marketing digital, junto con prácticas sostenibles y un enfoque en eficiencia operativa, puede consolidar su competitividad y posicionamiento en el mercado local.

### 3.4 Análisis FODA.



### ¿Cómo le haremos frente a las debilidades y amenazas?

#### Debilidades:

- *Dependencia de personal capacitado*: uno de los objetivos de Lazzaro Felice es lograr eficiencia operativa en el servicio, asegurando que la preparación de pizzas y focaccias, así como la atención al cliente, se realicen de manera ágil y consistente. Para ello, se implementarán capacitaciones periódicas y obligatorias para todo el personal, orientadas a desarrollar habilidades técnicas, optimizar tiempos de producción y entrega y cumplir con normas de higiene y seguridad. Estas acciones permiten que el equipo de trabajo esté completamente preparado, asegurando consistencia en la experiencia del cliente, reducción de errores operativos y optimización de recursos, fortaleciendo la competitividad y reputación del negocio.

- *Escalabilidad limitada al espacio físico:* buscamos enfrentar esta debilidad mediante la implementación de distintos tipos de servicio, como delivery a través de aplicaciones y take-away. De esta manera, nuestros clientes podrán disfrutar de nuestros productos no solo en el local, sino también desde sus casas, en parques, plazas o cualquier otro espacio. Asimismo, aunque el interior del local cuenta con espacio limitado para mesas, se dispone de un área exterior que puede aprovecharse en días soleados, permitiendo disfrutar de una pizza o un sándwich de focaccia al aire libre.
- *Sensibilidad en costo de insumos:* entendemos que, al querer garantizar la frescura de la materia prima e innovación en los toppings, debemos enfrentar los costos de los insumos que complementan nuestro producto. Sin embargo, a través de la correcta elección de proveedores, la negociación de precios, la planificación de compras a mediano plazo y la búsqueda de alternativas locales de calidad, podemos controlar los costos sin comprometer la calidad ni la propuesta diferencial del negocio.

#### **Amenazas:**

- *Competencia en gastronomía:* para enfrentar esta amenaza, el negocio se centra en la diferenciación de producto, ofreciendo pizza romana y focaccia artesanal de fermentación prolongada, con toppings innovadores y productos de temporada exclusivos. Además, se busca potenciar la experiencia del cliente a través de un ambiente moderno, cálido y versátil, complementado con un servicio semiasistido eficiente. La estrategia se refuerza con marketing digital y branding, incluyendo la promoción de la propuesta única, programas de fidelización y la implementación de novedades periódicas en el menú que sorprenden y generan expectativa en los clientes.
- *Situación económica del país:* queremos implementar una gestión eficiente de costos, negociando con proveedores, planificando inventarios y minimizando desperdicios. Asimismo, se realizan ajustes de precios estratégicos que reflejan el valor agregado del producto sin perder competitividad, y se diversifican los canales de ingresos mediante take-away, delivery y catering eventual. Finalmente, se implementan promociones segmentadas, adaptadas a distintos niveles de gasto, para mantener el volumen de ventas sin comprometer la percepción de calidad.
- *Dependencia de apps de delivery:* para hacer frente a esta amenaza, buscaremos fidelizar a los clientes de manera directa, incentivando pedidos por WhatsApp o retiro por local con beneficios exclusivos. Se optimiza el servicio interno de take-away, reduciendo tiempos y costos logísticos, y se promueve la diversificación de canales, equilibrando la presencia en plataformas externas con ventas directas. La comunicación constante con los clientes refuerza el vínculo y destaca los beneficios de la experiencia del local y de los pedidos directos.

## Fortalezas:

- *Producto diferenciado*: la propuesta gastronómica se caracteriza por ofrecer un producto diferenciado, lo cual constituye una ventaja competitiva frente a la competencia. La diferenciación puede estar en la originalidad de los platos, en la forma de servicio o en la experiencia completa que se brinda al cliente. Este valor agregado permite captar la atención de un público que busca opciones innovadoras y de calidad, difícilmente reemplazables por otras ofertas del mercado.
- *Cocina a la vista*: la implementación de una cocina a la vista no solo aporta transparencia, sino que también transmite confianza al consumidor, al permitirle observar de manera directa los procesos de elaboración. Esto genera un efecto positivo en la percepción de higiene, calidad y frescura, además de convertirse en un atractivo adicional, ya que el acto de cocinar se transforma en parte de la experiencia gastronómica que disfruta el cliente.
- *Variedad de servicios*: contar con una amplia variedad de servicios, como atención en salón, opciones de take away, delivery y catering, permite adaptarse a diferentes necesidades y situaciones de consumo. Esto aumenta la fidelización de los clientes, que encuentran en el negocio múltiples soluciones en un mismo lugar. A su vez, esta diversificación contribuye a reducir riesgos económicos, ya que no se depende exclusivamente de un único canal de ingresos.
- *Productos frescos*: el uso de productos frescos es una fortaleza fundamental, ya que impacta directamente en la calidad, el sabor y la aceptación de la propuesta. Los consumidores asocian lo fresco con salud, autenticidad y confianza, atributos muy valorados en la actualidad. Además, este aspecto contribuye a posicionar al negocio dentro de un segmento que privilegia la excelencia en la materia prima y el cuidado en la elaboración de cada plato.
- *Rapidez del despacho*: La implementación de un sistema de producción anticipada, con masas que fermentan en frío durante 24 horas y bases de pizza pre-horneadas, permite acortar significativamente los tiempos de espera del cliente. Este modelo garantiza que, al momento del pedido, solo sea necesario finalizar la cocción o realizar el armado con los toppings y rellenos seleccionados. De esta manera, el despacho de pizzas y focaccias se realiza en un tiempo promedio de 10 a 15 minutos, ofreciendo un servicio ágil y eficiente. Esta rapidez no solo mejora la experiencia del cliente —que valora recibir un producto fresco sin largas demoras—, sino que también incrementa la rotación de mesas y la capacidad de atención en horarios pico, generando mayor facturación.

- *Calidad-precio competitivo*: La propuesta gastronómica de Lazzaro Felice combina ingredientes frescos y de alta calidad, técnicas tradicionales italianas y un cuidado en la elaboración artesanal, lo que posiciona al producto en un nivel gourmet. Sin embargo, el modelo de negocio está diseñado para mantener precios accesibles y competitivos dentro del mercado local. Este equilibrio entre calidad y precio constituye una fortaleza clave, ya que atrae a un público amplio: desde clientes que buscan una experiencia diferenciada y auténtica, hasta aquellos que priorizan la relación costo-beneficio. Así, se logra fidelizar al consumidor y ampliar la base de clientes recurrentes, asegurando sostenibilidad económica en el tiempo.

### **Oportunidades:**

- *Crecimiento de deliverys y apps de consumo*: el auge de los servicios de delivery y de las aplicaciones de consumo representa una oportunidad estratégica para ampliar el alcance del negocio. Estas plataformas permiten llegar a un público más amplio, incluso a clientes que no asisten físicamente al local, y facilitan la visibilidad de la marca en entornos digitales. Asimismo, responden a la demanda actual de comodidad, rapidez y consumo inmediato, lo cual potencia las ventas y la presencia en el mercado.
- *Crecimiento de oficinas y espacios de trabajo en City Bell*: la expansión de oficinas y espacios de trabajo en la zona genera un nicho de mercado en constante crecimiento. Este público suele demandar opciones gastronómicas rápidas, saludables y de calidad para el horario laboral, así como servicios de catering corporativo para reuniones y eventos empresariales. Aprovechar esta tendencia permitiría al negocio establecer convenios estratégicos y captar un segmento de clientes recurrentes.
- *Tendencia en consumo de experiencias gastronómicas*: los consumidores actuales ya no buscan solamente alimentarse, sino vivir experiencias que combinan la gastronomía con el entretenimiento y la interacción. Talleres, degustaciones, maridajes y propuestas innovadoras constituyen un atractivo diferencial. Esta tendencia favorece a los negocios que ofrecen un producto innovador, ya que logran conectarse emocionalmente con los clientes y generar un valor agregado difícil de sustituir.
- *Posible introducción en eventos privados*: el mercado de eventos privados, como cumpleaños, casamientos y reuniones sociales, abre la posibilidad de diversificar los

ingresos más allá del servicio cotidiano en el local. La participación en este tipo de eventos fortalece la visibilidad del negocio dentro de la comunidad, posicionando la marca en distintos ámbitos y permitiendo trasladar sus fortalezas a diferentes contextos.

- *Turismo gastronómico en la región:* constituye una oportunidad significativa para el desarrollo del negocio. En los últimos años, la zona de La Plata y, particularmente, City Bell, ha experimentado un crecimiento en su oferta cultural, recreativa y gastronómica. Esto ha impulsado la llegada de visitantes provenientes de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, el Gran Buenos Aires y distintas localidades del interior de la provincia, que buscan experiencias originales y diferenciadas en escapadas de fin de semana. En este contexto, Lazzaro Felice tiene la posibilidad de posicionarse como una parada gastronómica de referencia, atrayendo a un público dispuesto a pagar por propuestas innovadoras y auténticas. A su vez, se abre la posibilidad de establecer alianzas con circuitos turísticos y culturales, como festivales, visitas guiadas o actividades comunitarias, que integren la pizza romana y la focaccia dentro de la identidad local. El turismo gastronómico no solo amplía la base de clientes, sino que también fortalece la visibilidad y el prestigio de la marca, al insertarse en un mercado que prioriza experiencias únicas y compartibles en redes sociales.

#### **4. Plan de marketing.**

##### **4.1 Investigación de mercado.**

A través de la creación y difusión de una encuesta sobre Lazzaro Felice, pudimos identificar las necesidades del segmento al que apuntamos y realizar un análisis de la oferta y demanda actual del segmento gastronómico. A su vez, con esta investigación de mercado buscamos desarrollar estrategias para conocer al cliente, posicionar al negocio, diferenciarlo de la competencia y comunicar nuestra propuesta de valor.

La encuesta realizada permitió identificar con claridad el perfil del público objetivo de Lazzaro Felice y sus hábitos de consumo, aportando información clave para la toma de decisiones estratégicas. Este público objetivo se caracteriza por ser personas de alrededor de 25 años que vivan o trabajen en City Bell y quieran una propuesta de almuerzo innovadora o que busquen una experiencia distinta a las que se ofrecen actualmente en la zona. A su vez, el público objetivo son aquellas personas que se interesan en consumir productos frescos, con materia prima de excelencia y en un ambiente informal, flexible pero a la vez acogedor y que invita a grupos, parejas y amigos a vivir la propuesta de Lazzaro Felice. También, entendemos que nuestro producto tiene una alta demanda en un público que busca consumirlo desde sus casas o para take-away, por eso sabemos que esta vía de venta es esencial para nuestro negocio.

Los resultados muestran que el negocio se encuentra en una zona con movimiento constante de potenciales clientes, que el consumo de pizza y focaccia es frecuente y que existe un alto nivel de interés en los productos ofrecidos. Asimismo, se evidenció una preferencia marcada por el consumo en salón, aunque con un peso relevante de opciones como take-away y delivery, lo que orienta a la necesidad de diversificar los canales de venta.

En cuanto a la disposición a pagar, el rango de \$10.000 a \$15.000 resulta adecuado para el segmento encuestado, lo que permite establecer una política de precios competitiva y alineada al mercado. Los atributos más valorados por los consumidores (calidad de la masa, innovación y toppings) refuerzan la importancia de diferenciarse a través de la excelencia en la materia prima y en la propuesta gastronómica. Finalmente, el análisis del contexto de consumo indica que el negocio debe priorizar un espacio cálido y funcional para grupos de amigos, sin dejar de atender a parejas y clientes que opten por el consumo fuera del local.

En síntesis, la investigación confirma que existe una demanda sólida y un público predispuesto a consumir la propuesta de *Lazzaro Felice*. Sobre esta base, debemos llevar a cabo estrategias que nos permitan asegurar una experiencia gastronómica que se destaque frente a la competencia.

#### **Análisis de competencia:**

<b>Nombre.</b>	<b>Tipo de competencia.</b>	<b>Producto.</b>	<b>Ocasión de consumo.</b>	<b>Experiencia.</b>
<b>Pasillo.</b>	Directa	Pizzería de estilo tradicional especializada en pizza a la piedra y empanadas.	Cena informal familiar o con amigos.	Cocina abierta. Ambiente más bien tradicional, diferente de la impronta más moderna de Lazzaro Felice.
<b>Cuccinoto</b>	Directa	Pizzería de estilo italiano que complementa su propuesta con empanadas.	Perfil familiar y clásico.	Familias y parejas que buscan una experiencia tradicional con un ambiente rústico.
<b>Cosa Di Giovanni.</b>	Directa	Pizzeria a la piedra y variedad de sándwiches tradicionales.	Opciones rápidas y otras más completas como los sándwiches.	Grupos de amigos y público familiar. Cenas sociales.
<b>Rosaura.</b>	indirecta.	Restaurante con opciones variadas para todos los gustos. Platos	Experiencia más tranquila, elegante y de mayor permanencia en el	Servicio cercano, cordial, para generar confianza y fidelidad. Atención cuidada. Clientes valoran

		elaborados y pastas.	local, sentarse a comer sin apuro.	el plato. Relajado, cálido y acogedor, ideal para compartir en pareja o familia.
<b>Petrona Pastas.</b>	indirecta.	Pastas frescas y caseras de la tradición italiana.	Comida casera y abundante.	Servicio cercano y cordial, transmite confianza y familiaridad. Familias o parejas (30 años).
<b>Paesano.</b>	indirecta.	Pizza al estilo tradicional napolitano. Focaccias y pastas.	Respeto por la receta italiana auténtica.	Ambiente cuidado y moderno.

#### 4.2 Ventajas competitivas y diferenciación.

→ **Alta calidad de materia prima:** trabaja con productos frescos y de estación, seleccionados cuidadosamente para garantizar sabor en cada preparación. La carta se adapta al calendario estacional, lo que asegura no solo frescura, sino también variedad y un contacto directo con el ciclo natural de los ingredientes. Las harinas utilizadas son de alto contenido proteico, ideales para lograr una masa más elástica, aireada y resistente, propia del estilo romano y de la focaccia de alta fermentación.

→ **Proceso de elaboración con alta fermentación:** la masa se elabora de manera artesanal a partir de bollos preparados diariamente, con un nivel de hidratación elevado y un proceso de fermentación lenta de 48 horas. Esta técnica permite obtener una base ligera, alveolada y de fácil digestión, muy distinta a la pizza tradicional. Además, al producirse diariamente, se asegura que los productos estén siempre frescos y en constante rotación, manteniendo un estándar de calidad alto y consistente.

→ **Variación en innovación de los productos:** la propuesta gastronómica de Lázaro Felice apuesta a la innovación a través de una amplia variedad de toppings y combinaciones que cambian según la temporada. Esto permite ofrecer sabores únicos, jugar con contrastes de texturas e incorporar ingredientes poco habituales en la pizza tradicional. A la par, la focaccia de alta fermentación se convierte en la base de sándwiches creativos y distintos a la oferta clásica de la zona, marcando un diferencial claro frente a la competencia.

→ **Beneficios para el cliente:** el cliente de Lázaro Felice encuentra una propuesta que combina calidad, modernidad e innovación en un mismo espacio. La fermentación prolongada y el uso de harinas especiales ofrecen productos más livianos y digeribles, sin resignar sabor. La rotación de ingredientes asegura novedad constante y la posibilidad de descubrir combinaciones únicas en cada visita. Todo esto se enmarca en un concepto

moderno y urbano, pensado para grupos de amigos, jóvenes adultos y familias que buscan una experiencia gastronómica distinta, versátil y con identidad propia.

→ **Sabor único por la fermentación y la cocción en horno de piedra:** la fermentación prolongada y la cocción en horno de piedra permiten lograr una pizza con características organolépticas superiores, como la masa ligera, crocante por fuera y suave por dentro, con un sabor profundo y distintivo. Este proceso artesanal no es común en la mayoría de las pizzerías tradicionales, lo que otorga a Lazzaro Felice un producto diferenciado que difícilmente pueda ser replicado por la competencia. Esta singularidad se convierte en un valor agregado que justifica el precio y genera fidelidad en los clientes.

→ **Más saludable y digestible que las pizzas tradicionales:** el proceso de fermentación lenta favorece la degradación del gluten y almidones, lo que hace a la pizza más ligera y fácil de digerir. Esto la posiciona no solo como una opción sabrosa, sino también como una alternativa más saludable dentro del mercado. En un contexto donde los consumidores valoran cada vez más lo saludable y lo natural, Lazzaro Felice logra diferenciarse al unir placer gastronómico con bienestar físico.

→ **Experiencia moderna y estética que conecta con el estilo de vida actual:** la propuesta no se limita a la comida, sino que busca brindar una experiencia integral en un espacio moderno, estético y alineado con las tendencias de consumo actuales. La ambientación urbana-industrial, el diseño cuidado de los platos y la comunicación de marca generan un entorno aspiracional que conecta especialmente con un público joven y adulto contemporáneo. Esta combinación convierte a Lazzaro Felice en un lugar de encuentro, no solo en una opción gastronómica.

→ **Rapidez y comodidad:** el modelo de atención, junto con procesos de cocina estandarizados y eficientes, garantiza tiempos de espera reducidos. Esto responde directamente a una de las principales demandas de los consumidores actuales, poder disfrutar de un producto de calidad sin resignar comodidad ni tiempo. Además, la posibilidad de elegir entre consumo en salón, take-away o delivery refuerza la versatilidad del servicio y amplía el alcance del negocio.

#### **4.3 Posicionamiento.**

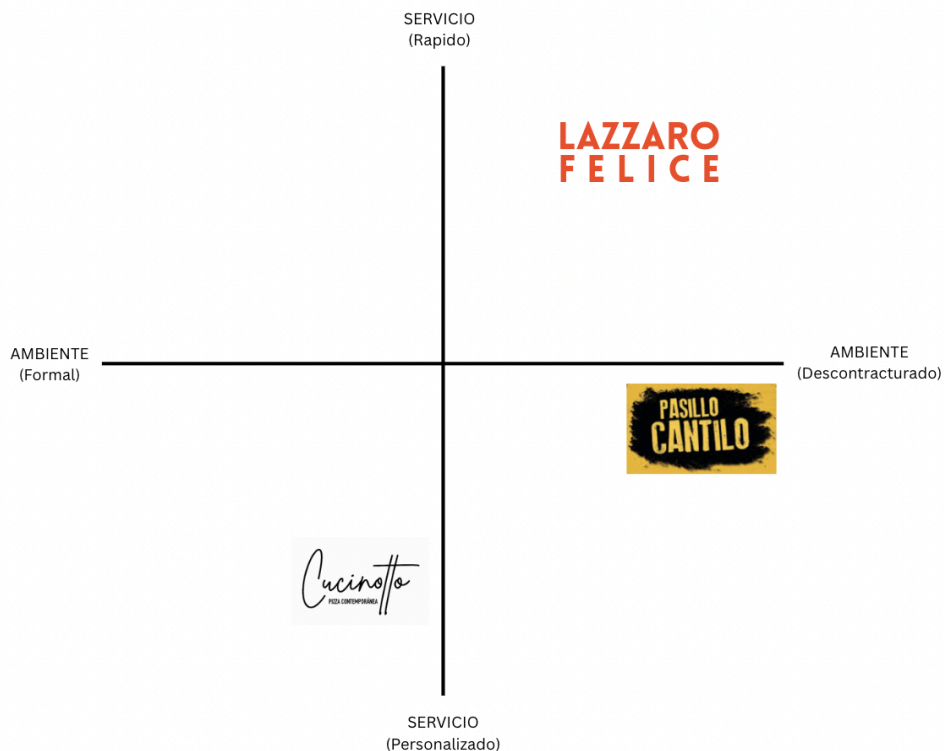
Lazzaro Felice busca posicionarse como la pizzería y focaccería de referencia en City Bell por ofrecer pizza romana y focaccia con fermentación prolongada, combinando calidad artesanal, innovación en sabores y un ambiente moderno y cálido, con un servicio ágil y cercano. Además, busca destacar por la utilización de ingredientes frescos, elaborados por cocineros especializados, y con la última tecnología. Estos factores tienen impacto directo en el producto y, por lo tanto, en la percepción del consumidor.

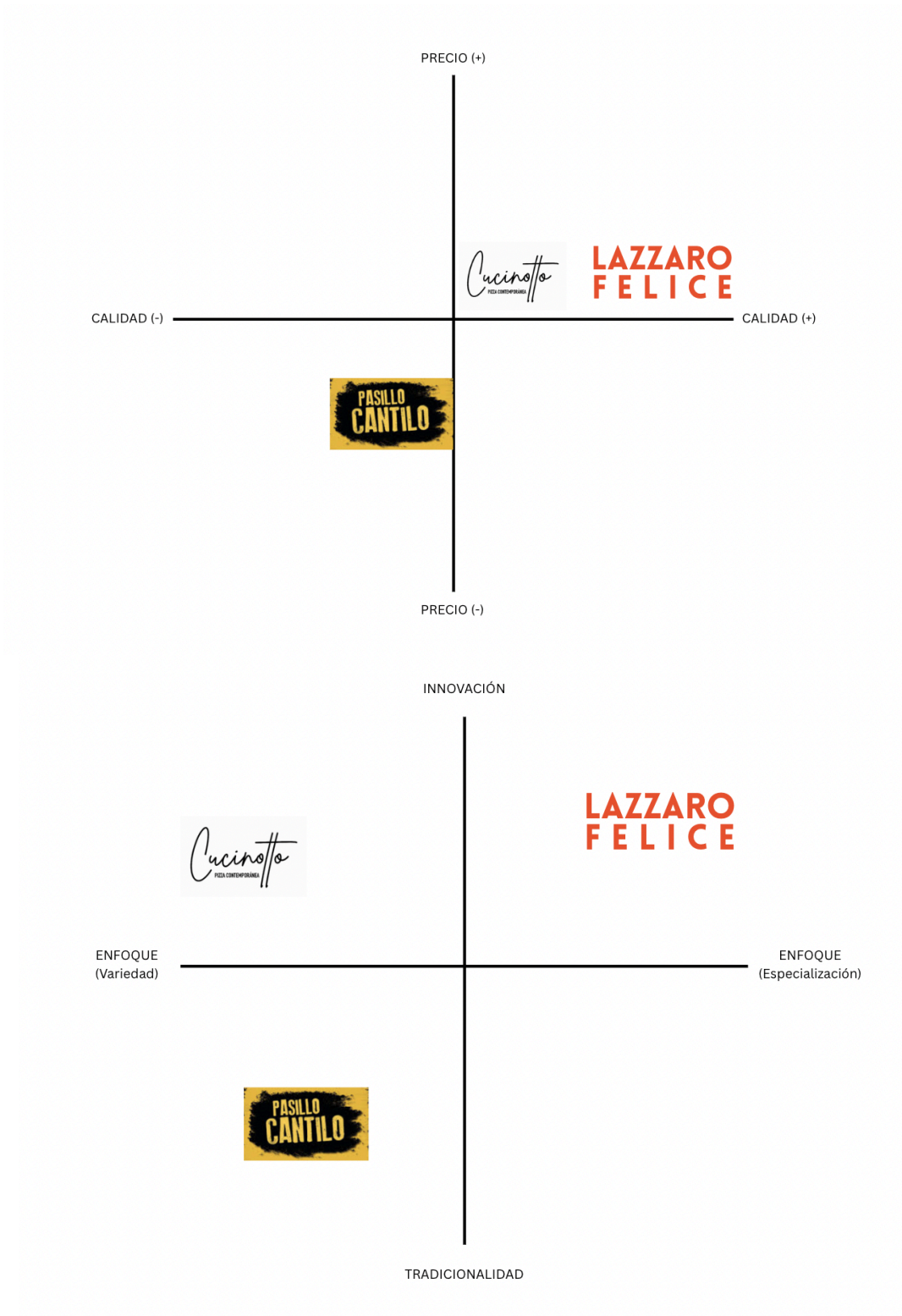
Otro objetivo de posicionamiento es ser percibidos como una marca innovadora y auténtica, siendo pioneros en el rubro, y combinando un sabor artesanal, con

combinaciones modernas y arriesgadas, marcando una impronta propia dentro de la gastronomía.

Por último, la marca apunta a consolidarse como un espacio cercano, cálido y humano, que fomente la creación de vínculos y se convierta en un punto de encuentro para jóvenes y adultos jóvenes de la zona. Este segmento, poco explotado por nuestra competencia, que suele orientarse a propuestas de corte más familiar, encuentra en Lazzaro Felice una propuesta que le habla directamente a través de la ambientación del salón, la estrategia de precios y el diseño de la experiencia en general. De esta manera, se busca no solo ofrecer un producto gastronómico de primera calidad, sino también generar un espacio de disfrute, capaz de posicionar a la marca como espacio cultural y social en City Bell.

### Mapas de posicionamiento:





#### **4.4 Estrategias y políticas de Marketing.**

##### **Producto/servicio:**

La experiencia que ofrece nuestra propuesta de pizzas romanas y sándwiches de focaccia va mucho más allá del simple acto de comer: es un encuentro entre la tradición italiana y la innovación contemporánea, donde cada detalle está pensado para generar placer, bienestar y conexión. Desde el primer contacto, el cliente percibe un ambiente cálido y descontracturado, con una cocina a la vista que transmite transparencia, confianza e invita a interactuar con el proceso culinario.

Las pizzas romanas se elaboran con una masa de fermentación prolongada de al menos 24 horas, logrando una textura fina y crocante por fuera, pero ligera y aireada por dentro. Esta característica las hace más digestibles que las pizzas tradicionales y aporta una sensación de liviandad al paladar. Cada pizza, de formato individual, se entrega cortada en cuatro porciones, pensada para disfrutar de forma cómoda y personalizada. El cliente puede elegir un único gusto o combinar dos mitades, explorando nuevas combinaciones y sabores. Los toppings son siempre frescos, de estación y cuidadosamente seleccionados para que la materia prima se destaque en cada bocado. Así, cada ingrediente, desde los tomates cherry y las hierbas frescas hasta los quesos artesanales, contribuye a una experiencia sensorial equilibrada, auténtica y memorable. Por su parte, los sándwiches de focaccia representan otra expresión del mismo espíritu artesanal. La focaccia, elaborada con una masa de alta hidratación y aceite de oliva extra virgen, presenta una miga esponjosa, húmeda y alveolada, con los característicos hoyuelos llenos de aceite y sal marina que aportan aroma y sabor. Servida como sándwich, se transforma en una propuesta gourmet que combina ingredientes frescos, rellenos innovadores y aderezos propios elaborados en casa, ofreciendo una experiencia de textura y sabor única. En ambos productos se percibe un equilibrio entre lo clásico y lo innovador: recetas fieles a la tradición italiana, reinterpretadas con un toque moderno y adaptadas al paladar local. El resultado es un producto artesanal de calidad superior, elaborado con insumos seleccionados y con una clara orientación hacia la autenticidad y la excelencia.

La experiencia se completa con un servicio ágil pero cercano, donde la eficiencia convive con el trato humano. Ya sea en el salón, para llevar o a través del delivery, el cliente disfruta siempre del mismo nivel de calidad y cuidado. En todos los formatos se respeta la imagen y la esencia de la marca, buscando que el cliente viva la misma experiencia gastronómica sin importar el canal que elija. En el salón, el pedido se realiza en caja con un servicio semiasistido. La pizza romana se presenta en tablas rectangulares de madera que resaltan su forma y textura crocante, mientras que los sándwiches de focaccia se entregan envueltos en papel manteca con su respectivo branding, cortados a la mitad y dispuestos en platos de metal con el centro hacia arriba, invitando a disfrutar su frescura y presentación artesanal. En el formato take away, el cliente retira su pedido en mostrador, presentado en empaques especialmente diseñados para mantener la calidad y temperatura de los productos. Cada uno se entrega dentro de cajas del local y con su packaging característico, reforzando la identidad visual de Lazzaro Felice. En el delivery externo, a través de Rappi y PedidosYa, se utilizan empaques resistentes y seguros de cada aplicación. Dentro de ellos, el producto conserva el packaging propio de la marca: las pizzas se disponen sobre papel

manteca dentro de la caja, y los sándwiches de focaccia se entregan envueltos en el mismo papel con el sello distintivo de Lazzaro Felice. Los productos se entregan al repartidor en el packaging del local, con cada preparación envuelta en papel manteca con el branding de la marca y dispuesta dentro de una caja que sigue la estética visual característica.

De esta forma, cada modalidad de entrega, ya sea en salón, take away o delivery, garantiza una experiencia coherente, cuidada y auténtica, donde el cliente percibe el compromiso de la marca con la calidad, la estética y la satisfacción total. En definitiva, nuestras pizzas romanas y sándwiches de focaccia no son solo alimentos, sino una invitación a disfrutar del sabor, la frescura y la calidad en un entorno que combina lo artesanal con lo contemporáneo, ofreciendo una experiencia genuina, deliciosa y memorable que refleja en cada detalle la esencia de Lazzaro Felice.

### **Imagen de marca:**

El nombre 'Lazzaro Felice' está inspirado en una película italiana del mismo nombre. Esta elección transmite cercanía con las raíces culturales italianas y a su vez proyecta una idea de disfrute y felicidad (con la palabra 'felice', que significa feliz), en sintonía con la experiencia que se desea ofrecer.

La paleta de colores consiste en 3 colores principales:

- Naranja rojizo: evoca la calidez del horno y la energía vibrante de la experiencia gastronómica. Además, transmite vitalidad e innovación, rasgos diferenciales de la propuesta.
- Color crema: Aporta equilibrio, neutralidad y una sensación de cercanía. También aporta claridad, facilitando la lectura en piezas gráficas.
- Marrón: Remite a lo artesanal, a la tierra y a lo rústico. Refuerza la autenticidad conexión con los ingredientes naturales.

El logo se plantea como una síntesis visual de la marca, con la legibilidad como prioridad, además de ser adaptable y transmitir la modernidad con raíces italianas. Se utiliza el color naranja ya mencionado y una tipografía sans serif geométrica, limpia y moderna. La carta se diseña con la misma paleta de colores y un formato breve y claro que resalta los productos principales (pizza romana y focaccia).

El packaging está compuesto por papel manteca, blanco con muchos logos de Lazzaro Felice, para envolver los sandwich de focaccia y para hacer de base en las cajas de envíos de pizza. A su vez, estas cajas seran rectangulares de color blanco con el logo de Lazzaro Felice en el naranja característico. También contaremos con bolsas para envíos o take-away.

El personal vestirá delantal y gorra naranjas con el logo de Lazzaro Felice en blanco y remeras blancas para seguir con la paleta de colores de la marca.

Por último, el diseño interior del local, con su cocina a la vista y elementos urbano-industriales, se integra a la identidad de la marca, reforzando la experiencia que busca transmitir: un espacio moderno, cálido y auténtico donde tradición e innovación conviven.

## **Políticas de precios:**

La estrategia de precios que implementaremos para el lanzamiento será la de fijación de precios de penetración en el mercado, fijando un valor bajo en el mercado. En consecuencia, buscamos atraer una gran cantidad de compradores rápidamente para poder generar un mayor alcance de participación de mercado.

A partir de la encuesta realizada, observamos que la mayoría de los consumidores está dispuesta a pagar entre \$10.000 y \$15.000 por persona para salir a comer una pizza, seguido por un grupo menor que está dispuesto a pagar más de \$15.000.

Con base en este análisis y en la comparación con la competencia, definimos un precio inicial máximo de \$15.000 por persona, lo que asegura estar dentro del rango esperado por el público. La diferenciación frente a otros locales radica en la calidad de los ingredientes, la frescura de los bollos de elaboración diaria, la selección de vegetales para los toppings y una propuesta de valor que combina producto y experiencia.

En una primera etapa, el precio será relativamente bajo en comparación con el mercado. A mediano plazo (3 años), se contempla la posibilidad de ajustar los precios progresivamente, acompañando el crecimiento de la marca y el aumento de clientes dispuestos a pagar más tras haber experimentado el servicio. Asimismo, será necesario realizar un seguimiento constante de la inflación, ya que este factor puede impactar directamente en los costos de producción y en el poder adquisitivo de los consumidores, lo que obligará a actualizar los precios de forma periódica para sostener la rentabilidad sin perder competitividad.

## **Políticas de distribución:**

El local Lazzaro Felice estará ubicado en City Bell, La Plata, una zona residencial con un centro gastronómico en crecimiento que ha impulsado el desarrollo del barrio. Este entorno resulta atractivo para los comensales, ya que combina calidad de vida, propuestas innovadoras y una tendencia creciente a recorrer y disfrutar de nuevas experiencias gastronómicas. La elección de esta ubicación se justifica por el potencial de crecimiento de la zona, el flujo de clientes residentes y la atracción de visitantes que buscan propuestas diferentes.

Dentro de los canales de venta, contaremos con:

- Venta en salón: será la actividad principal del negocio. El cliente realizará su pedido en caja, abonará y recibirá un tótem con número identificador. Luego podrá ubicarse en una mesa o en la barra, según disponibilidad, dejando el número de pedido visible. La comanda será enviada a cocina y, una vez listo el pedido, personal de salón lo llevará a la mesa. Finalizada la experiencia, el runner retirará el servicio. El objetivo es ofrecer un sistema ágil, con rotación de cubiertos, pero sin perder la calidez ni la posibilidad de disfrutar el espacio con comodidad.
- Take away: pensado para quienes prefieren consumir en otro lugar, los clientes podrán encargarse su pedido por WhatsApp para retirarlo en el horario

pactado, o bien hacerlo directamente en el mostrador. Los productos se entregarán en un packaging adecuado, asegurando su calidad y presentación.

- Delivery externo: mediante plataformas de envío ya instaladas en el mercado. En este caso, se controlará que el repartidor asignado sea el correcto y que la salida del pedido quede debidamente registrada, garantizando seguridad y eficiencia en la entrega.

## **Políticas de promoción, comunicación y lanzamiento:**

### **→ Estrategias de Publicidad.**

La comunicación de Lazzaro Felice se centrará en la construcción de una identidad moderna, cercana y coherente con su propuesta artesanal. La estrategia combinará acciones offline y online, priorizando la presencia digital como principal canal de conexión con el público de City Bell y alrededores. En redes sociales, como Instagram y TikTok, se trabajará con una estética alineada a la marca (paleta naranja-rojizo, crema y marrón), mostrando el proceso artesanal, la calidad de los ingredientes y la experiencia en el local.

Se desarrollarán campañas de marketing de contenidos con foco en storytelling: publicaciones, reels y videos cortos que muestran la elaboración de la masa, la fermentación prolongada, la textura de la focaccia y las reacciones reales de los clientes. En paralelo, se gestionan relaciones públicas con medios gastronómicos y locales y se realizan acciones con influencers gastronómicos de la zona, invitándolos a degustaciones y eventos especiales. En consecuencia, buscamos que sus seguidores conozcan nuestra marca y así ampliar el rango de llegada a consumidores.

A su vez, queremos crear un perfil en Google Maps que nos permita no solo dar a conocer de forma sencilla nuestra información esencial como horarios de atención y ubicación, sino también recibir reseñas de clientes que nos ayuden a mejorar la experiencia que ofrecemos en el local.

A nivel offline, buscamos que el boca en boca sea una herramienta clave para comunicar los valores y la esencia de nuestra marca. Al estar ubicados en un barrio, entendemos que este tipo de recomendación personal es una de las formas más efectivas para darnos a conocer. Por eso, creemos que ofrecer un trato cordial, cumplir con las expectativas y garantizar una experiencia positiva permitirá generar comentarios favorables hacia Lazzaro Felice. Esta forma de publicidad offline, basada en el boca en boca positivo e impulsada por la calidad del servicio, la atención personalizada y la satisfacción del cliente, tiene como objetivo construir una red de recomendaciones dentro de la comunidad local, fortaleciendo así la presencia y reputación de la marca.

### **→ Estrategias de lanzamiento.**

El plan de comunicación se estructura en tres etapas: pre-lanzamiento, lanzamiento y seguimiento post-lanzamiento.

Durante el pre-lanzamiento (1 a 2 meses antes de la apertura), el objetivo será generar expectativa y dar a conocer la propuesta diferenciadora. Se lanzarán perfiles en Instagram, TikTok y Google Maps con contenido teaser que muestra el armado del local, la

masa en fermentación y el horno en acción bajo la consigna “Muy pronto”. Se iniciará una campaña de cuenta regresiva en redes con mensajes como “Falta poco para probar la auténtica pizza romana en City Bell”. Paralelamente, se realizarán contactos con influencers gastronómicos para invitarlos a una degustación privada y se coordinará la difusión en medios locales.

En la etapa de lanzamiento (semana de apertura y primer mes), se llevará a cabo un evento de inauguración dividido en dos fases: un *soft opening* para familiares, amigos, prensa e influencers, y una apertura oficial con música en vivo, degustaciones y promociones especiales. En simultáneo, se ejecutará una campaña digital intensiva con publicaciones diarias, reels de la cocina a la vista, reacciones de los primeros clientes y presentación de los productos estrella. Se activará publicidad paga en Instagram para aumentar el alcance.

El servicio de delivery y take away se lanzará en paralelo a través de Rappi y PedidosYa, ofreciendo una promoción exclusiva de “primer pedido con envío bonificado”. Además, cada empaque incluirá un código QR que redirige a las redes sociales y al programa de fidelización digital.

Finalmente, en el post-lanzamiento (primeros 2-3 meses), se trabajará en la fidelización y consolidación de la marca. Se presentará una campaña mensual de productos especiales rotativos —una pizza y un sándwich de focaccia diferentes cada mes— bajo el concepto “El sabor sorpresa del mes”. También se implementará un programa de fidelización digital con descuentos progresivos o tarjetas de puntos, y se incentivará a los clientes a dejar reseñas en Google Maps y redes sociales mediante un cupón de descuento para su próxima visita.

En síntesis, el plan busca acompañar cada etapa del negocio: expectativa y visibilidad digital antes de la apertura, impacto y atracción de público durante el lanzamiento, y construcción de comunidad y reputación en los meses posteriores.

#### → **Presupuesto de Inversión Comercial.**

Se proyecta a tres años y contempla las siguientes partidas principales:

- Publicidad digital (Instagram y TikTok): inversión mensual para promoción de publicaciones y campañas segmentadas.
- Producción audiovisual: creación de contenido fotográfico y videográfico profesional para redes.
- Eventos y relaciones públicas: organización del evento de inauguración, degustaciones privadas y acciones con influencers.
- Material gráfico y branding: diseño de packaging, uniformes, cartelería, señalética y elementos visuales del local.
- Programa de fidelización y mantenimiento digital: desarrollo y gestión continua del sistema de puntos, descuentos y CRM de clientes.

## **5. Plan de operaciones.**

### 5.1 Estandarización y Determinación de la Oferta. *\*Documento excel con desarrollo de la consigna adjuntado aparte.*

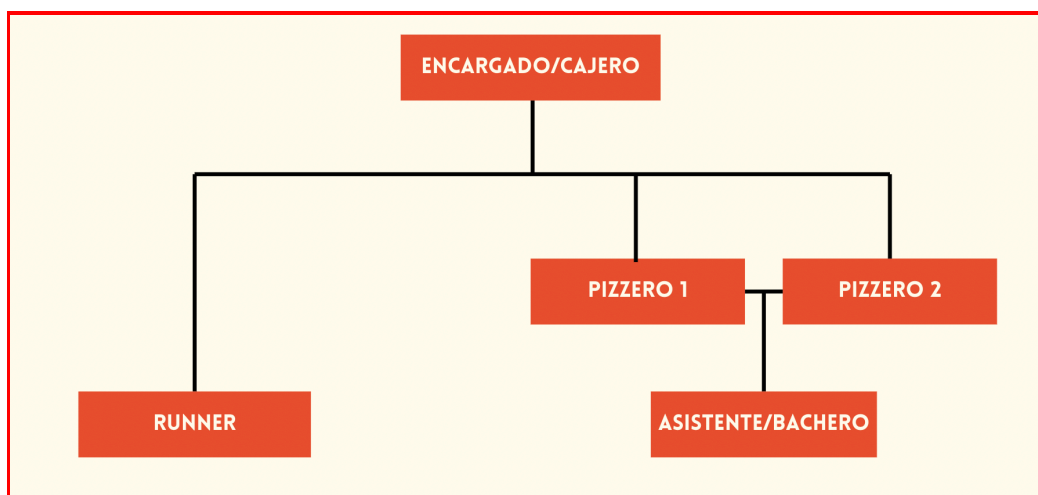
### 5.2 Análisis de carga de trabajo y capacidad productiva.

La organización del tiempo de producción se divide en dos grandes etapas: elaboración previa y preparación/entrega final al cliente.

1. Elaboración de la masa (producción previa):
  - La producción diaria contempla aproximadamente 72 bollos de pizza y 16 bollos de focaccia (2 recetas).
  - El amasado, formado y guardado de la masa en heladera para su fermentación dura unos 33 minutos.
  - La fermentación se realiza en frío durante 24 horas.
  - Al día siguiente, se hornean las focaccias, proceso que demanda alrededor de 45 minutos en horno previamente precalentado.
2. Preparación y entrega del producto final:
  - Pizzas: una vez recibido el pedido, se estira el bollo con harina, se agregan los ingredientes elegidos y se hornea durante unos 3 minutos. Terminación de la pizza y entrega.
  - Focaccias: el pan ya está horneado y listo para su utilización. Solo se requiere rellenar con los ingredientes correspondientes, lo cual permite un despacho en pocos minutos.
  - El tiempo estimado de espera para el cliente, desde el pedido hasta la entrega, es de 10 a 15 minutos en promedio.
3. Estimación de ventas: se prevé la venta total de la producción diaria, considerando la demanda proyectada y la planificación del stock.

### 5.3 Dotación de Empleados.

→ Organigrama:



→ **Descripción de puestos:**

- *Encargado/Cajero*: responsable de la operación de salón, caja, coordinación con delivery y apps. Supervisa runner y apoya en la comunicación con cocina.
- *Runner/Atención*: traslada pedidos a mesas, retira vajilla, repone insumos y asiste al encargado en momentos de alta demanda. Encargado de la limpieza del salón durante y después del servicio.
- *Pizzeros*: responsables de la cocción y despacho de pizzas y focaccias durante el servicio. Responsables de la producción, tanto de pizzas y focaccias, como de toppings y postres. encargados de la limpieza de la cocina.
- *Bachero/Asistente*: Encargado de limpieza de vajilla y apoyo en mise en place, asiste al pizzero durante el servicio y en la limpieza posterior.

→ **Horario semanal:**

Día/turno	Producción (7:30-11:30)	Almuerzo (11:30-15:30)	Cena (19:00-00:00)
Martes	Pizzero 1 - Pizzero 2 -	Encargado - Pizzero 1 - Asistente - Runner	Encargado - Pizzero 2 - Asistente - Runner
Miércoles	Pizzero 1 - Pizzero 2 -	Encargado - Pizzero 1 - Asistente - Runner	Encargado - Pizzero 2 - Asistente - Runner
Jueves	Pizzero 1 - Pizzero 2 -	Encargado - Pizzero 1 - Asistente - Runner	Encargado - Pizzero 2 - Asistente - Runner
Viernes	Pizzero 1 - Pizzero 2 -	Encargado - Pizzero 1 - Asistente - Runner	Encargado - Pizzero 2 - Asistente - Runner
Sábado	Pizzero 1 - Pizzero 2 -	Encargado - Pizzero 1 - Asistente - Runner	Encargado - Pizzero 2 - Asistente - Runner
Domingo		Encargado - Pizzero 1 - Asistente - Runner	Encargado - Pizzero 2 - Asistente - Runner
Lunes (cerrado)	Pizzero 1 - Pizzero 2	-	-

## 5.4 Políticas de Capacitación y Reclutamiento.

→ **POE del proceso de reclutamiento y selección.**

Proceso de contratación												
Procedimiento												
<b>Procedimientos Previos</b>												
Detección de necesidad de personal												
Diseño de descripción de puesto												
<b>Reclutamiento</b>												
Publicación de la vacante con descripción de puesto en bolsas de trabajo de institutos gastronómicos y redes sociales laborales												
Recepción de postulaciones												
Registro de candidatos en base de datos												
<b>Selección</b>												
Preselección de CVs asegurándose que cumplan los requisitos excluyentes.												
Primer entrevista												
Segunda selección de candidatos												
Segunda entrevista												
Contactar a todos los candidatos para informarles si han quedado o no en el puesto a cubrir												
<b>Procedimientos posteriores</b>												
Contratación												
Plan de inducción												
Seguimiento del periodo de prueba												
Capacitación continua												

→ **Plan de inducción.**

El nuevo personal pasará por un proceso de inducción de una semana. En el caso del personal de cocina, se hará foco en la capacitación práctica en las técnicas utilizadas en el trabajo con masas, comenzando con el formado y bollado, el control de los procesos de fermentación y el estirado. También se brindará una demostración del uso del horno, la manipulación de las palas para trabajar las pizzas y el procedimiento de producción de cada uno de los productos de la tienda. A fin de garantizar el aprendizaje del ingresante, contará con un POE detallado de cada proceso como material de referencia.

En el caso del personal de salón, la inducción estará orientada a la atención al cliente y al correcto servicio en mesa. Se capacitará al nuevo integrante en el conocimiento del menú, recomendaciones gastronómicas, protocolos de servicio, manejo de bandejas y comandas, y técnicas de venta sugeridas. Además, se hará hincapié en las normas de higiene y presentación personal, la comunicación efectiva con el equipo de cocina y la gestión de situaciones problemáticas con clientes.

→ **Programa de Entrenamiento Periódico.**

Además de la instancia inicial de inducción, el restaurante implementará un programa de entrenamiento periódico orientado a mantener y mejorar las competencias del personal, a fin de asegurar y mantener la alta calidad de producto y servicios con los que trabajamos.

En el área de cocina, las capacitaciones estarán centradas en la actualización de técnicas de trabajo con masas, perfeccionamiento del formado, bollado, fermentación y estirado, así como en la correcta manipulación del horno y las palas. También se trabajará en la incorporación de las novedosas recetas mensuales, garantizando que el equipo conozca y logre cada preparación con precisión. Se reforzarán permanentemente las normas de higiene y seguridad alimentaria, esenciales para el correcto desarrollo de la operación gastronómica.

En el área de salón, los entrenamientos estarán dirigidos a mejorar la calidad de la atención al cliente, optimizar el uso de herramientas de servicio (bandejas, comandas digitales, etc.), afianzar las técnicas de venta sugeridas y reforzar la comunicación con el sector de cocina.

Estos entrenamientos periódicos se realizarán de manera programada, con frecuencia semestral, y estarán a cargo del encargado, quien evaluará el desempeño del personal e identificará oportunidades de mejora. De esta manera, se garantiza un proceso de aprendizaje continuo que favorece tanto la formación profesional de los empleados como la calidad de nuestra propuesta gastronómica y servicio.

## **5.5 Determinación y Cuantificación de Equipamiento, Paramentos e Instalaciones.**

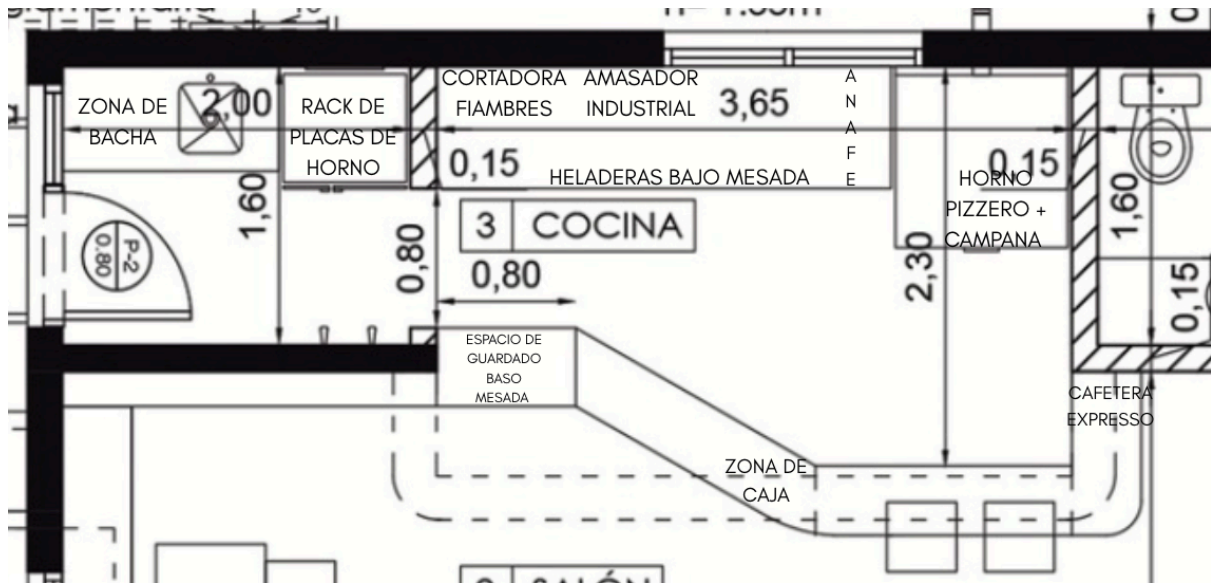
Consigna adjuntada en excel correspondiente.

## Layout y flujo. Aplicación en plano.

→ Layout.



→ **Layout cocina con maquinarias.**

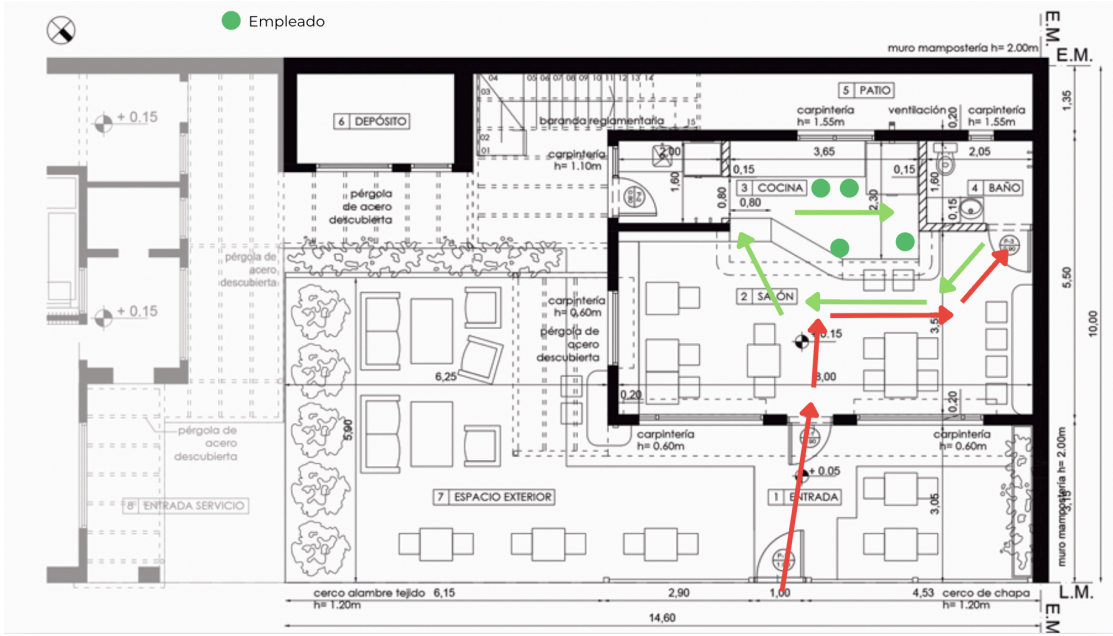


→ **Layout depósito y zona de contenedores.**

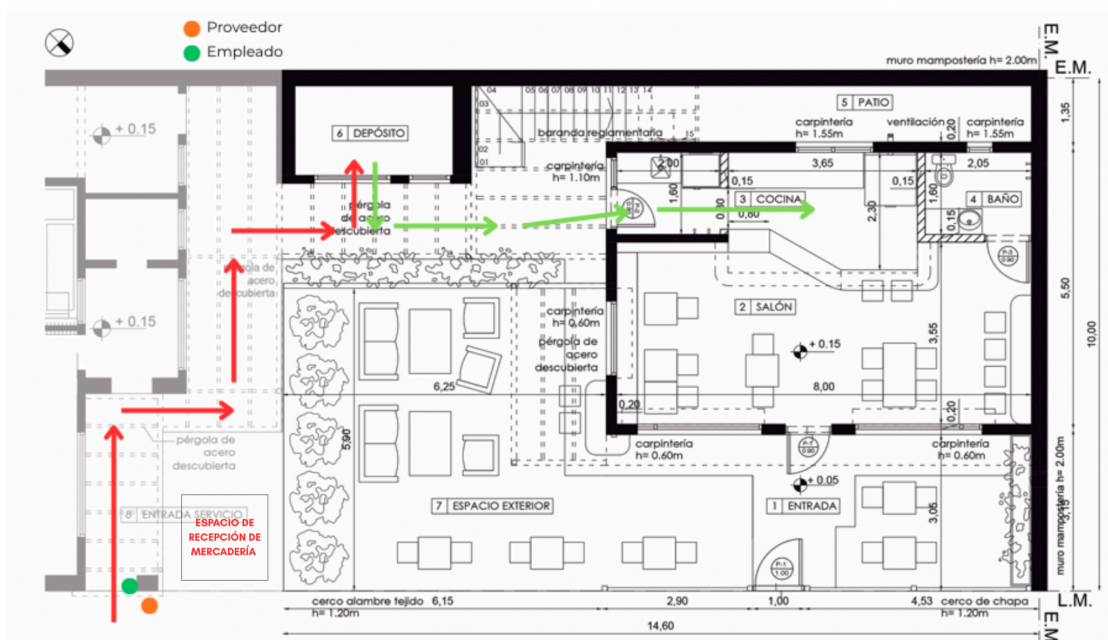


→ Flujo.

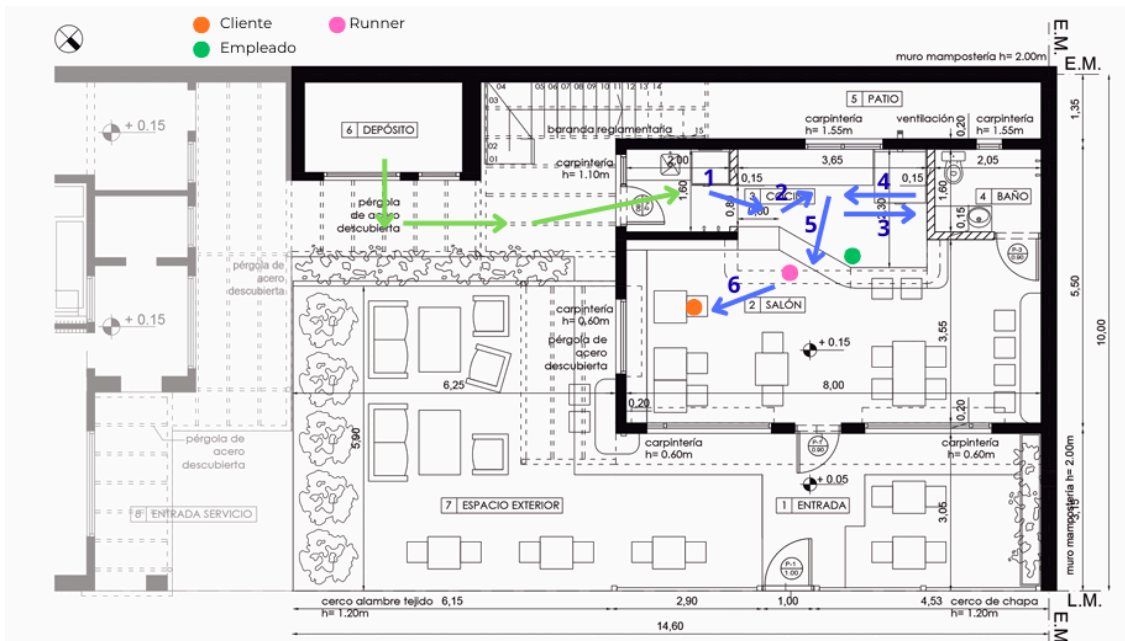
*Flujo de personal:* en el siguiente plano podemos ver como los empleados entran por la puerta principal del negocio, recorrido de la flecha roja, y se dirigen hacia el baño del salón. Allí es donde se cambian, higienizan y preparan de forma adecuada para comenzar la producción y posteriormente el servicio. Luego, continúan la flecha verde e ingresan a zona limpia y de trabajo.



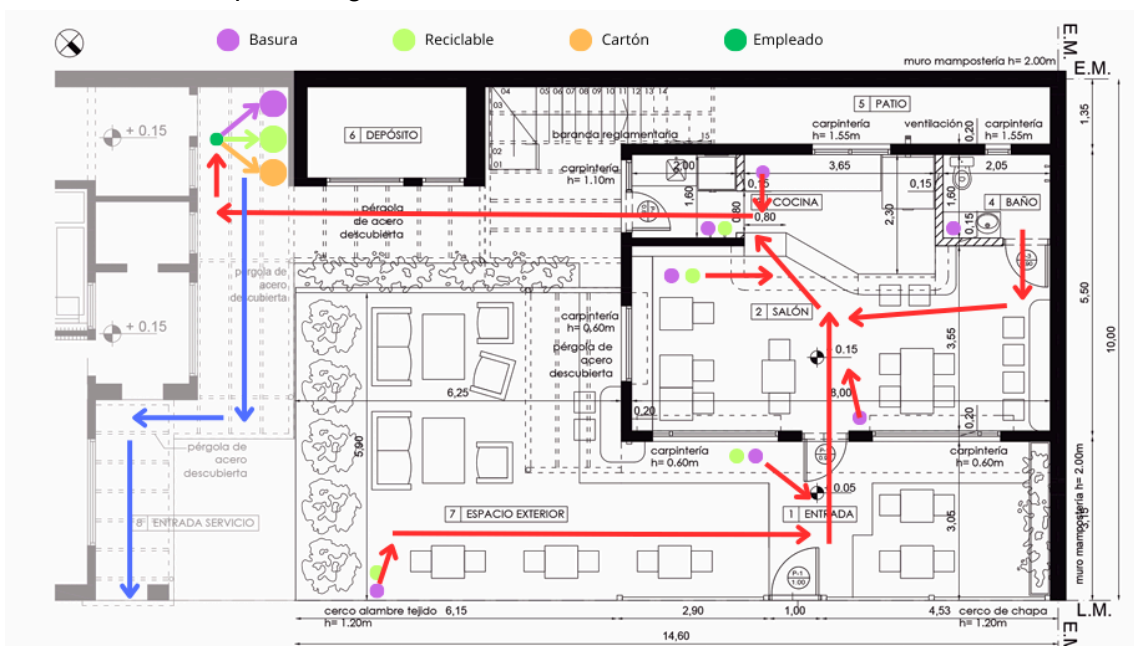
*Flujo de insumos:* en el siguiente plano podemos visualizar cómo la mercadería entra por la segunda entrada del negocio, se realiza el POE de recepción de mercadería en el espacio de recepción designado y, en caso de que se encuentre todo en condiciones, continúa el recorrido de la flecha roja hasta el depósito. La flecha verde, hace referencia al momento en el que los insumos son necesitados y hacen el recorrido de depósito hacia cocina.



**Flujo de platos y servicio:** en este caso, podemos visualizar un recorrido de flechas verdes, que hace referencia al recorrido de los insumos desde depósito hacia cocina. Luego, podemos ver el recorrido de la flecha azul, que hace referencia a 6 acciones correspondientes al flujo de platos y servicio. Estas acciones son la entrada del insumo a cocina (1), acondicionamiento de insumo en mesada (2), entra a cocción el producto (3), sale del horno (4), se terminan de poner toppings y detalles para dejar en zona de despacho (5) y por último, el runner lleva el pedido a la mesa adecuada (6).



**Flujo de residuos:** en este plano podemos ver el recorrido de la flecha roja que hace referencia al recorrido “sucio” que harían los residuos desde los tachos hacia la zona de contenedores que se encuentra atrás del depósito. En el caso de la flecha azul, hace referencia al recorrido de los contenedores completos y listos para que se los lleven para reciclar o desechar, por la segunda salida del local.



## 5.6 Sistemas de Gestión Operativa e Inocuidad.

→ Protocolo de higiene y manipulación de alimentos.

<b>Proceso Operativo Estandarizado</b>	<b>Higiene y manipulación de alimentos</b>
<b>FRECUENCIA</b>	A diario.
<b>ELABORADOR</b>	Staff completo.
<b>ÁREA</b>	-
<b>MATERIALES</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Guantes de trabajo y cofias.</li><li>- Alcohol al 70% o desinfectante aprobado.</li><li>- Jabón antibacterial.</li><li>- Paños limpios o descartables.</li><li>- Contenedores herméticos y rotulados.</li><li>- Delantal limpio y ropa exclusiva de trabajo.</li><li>- Planilla de control de higiene.</li></ul>
<b>OBJETIVO DEL PROCEDIMIENTO</b>	Garantizar la inocuidad y calidad de los alimentos elaborados y servidos en el local gastronómico, mediante la aplicación de prácticas adecuadas de higiene personal, limpieza de áreas, manipulación segura y prevención de contaminación cruzada.
<b>PROCEDIMIENTO</b>	Higiene personal: <ol style="list-style-type: none"><li>1. Lavarse las manos con agua y jabón antibacterial antes de iniciar el trabajo, después de ir al baño, estornudar, toser o tocar residuos y antes de manipular alimentos cocidos o listos para servir.</li><li>2. Mantener las uñas cortas, sin esmalte ni accesorios.</li><li>3. Usar ropa y calzado de trabajo limpios, cofia o gorro, y delantal.</li><li>4. NO comer, fumar o manipular teléfonos en las áreas de trabajo.</li></ol>

5. Cubrir heridas o cortes con apósitos impermeables y guantes.

Higiene de áreas y utensilios:

1. Limpiar y desinfectar las superficies antes, durante y después del servicio.
2. Utilizar agua y detergente para remover restos visibles, luego desinfectar con alcohol al 70% o lavandina diluida (1 parte cada 9 de agua).
3. Cambiar los paños de limpieza frecuentemente y mantenerlos en solución desinfectante.
4. Mantener los utensilios secos, limpios y guardados en lugares protegidos.
5. Evitar acumulación de residuos o agua en el área de trabajo.

Higiene en manipulación de alimentos:

1. Mantener una estricta separación entre alimentos crudos y cocidos.
2. Usar utensilios diferentes (o desinfectados) para cada tipo de alimento.
3. Lavar frutas y verduras con agua potable y sanitizante.
4. Cocinar los alimentos a la temperatura adecuada.
5. Mantener los alimentos cocidos calientes por encima de 65°C hasta el servicio.
6. Conservar los alimentos fríos entre 0°C y 5°C.
7. No dejar alimentos a temperatura ambiente más de 2 horas.

→ **POE Recepción de mercadería:** es uno general para todos los grupos de materias primas que son utilizados en la producción. A continuación, se encuentra el modelo aplicado al grupo de frutas y verduras.

(V012) (FRUTAS/VERDURAS)

<b>LOGOTIPO DE LA EMPRESA</b>	<b>PROCEDIMIENTO OPERATIVO ESTANDARIZADO (POE)</b>	<b>PROGRAMA DE FRUTAS/VERDURAS</b>
<b>FECHA DE ELABORACIÓN:</b>	<b>FECHA DE REVISIÓN:</b>	<b>CÓDIGO: V012</b>
10/10/2025	10/10/2025	<b>VERSIÓN:01</b>
<b>LISTA DE DISTRIBUCIÓN:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Almacenamiento.</li> <li>- Compras.</li> <li>- RRHH.</li> <li>- Cocina.</li> <li>- Control de calidad.</li> <li>- Operación.</li> <li>- Recepción.</li> </ul>		

<b>POE RECEPCIÓN FRUTAS/VERDURAS- V012</b>		
<b>RESPONSABLE:</b>	<b>ELABORADOR:</b>	<b>PRODUCCIÓN:</b>
<b>Jefe de cocina</b>	<b>Ayudante de cocina</b>	Ayudante de cocina.
<b>FRECUENCIA:</b>	La mañana de los martes y los jueves.	
<b>OBJETIVO DEL PROCEDIMIENTO:</b>	Establecer un procedimiento estandarizado para la recepción de frutas y verduras que asegure el cumplimiento de las normativas sanitarias y de higiene, verifique las condiciones adecuadas de transporte y garantice la calidad e inocuidad del producto.	
<b>ALCANCE DEL PROCEDIMIENTO</b>	Este procedimiento aplica a todo el personal encargado de la recepción de materias primas.	

<b>DEFINICIONES:</b>	Óptimas condiciones: garantizar que el producto llegue a la temperatura adecuada, con buen aspecto higiénico-sanitario y
----------------------	--

	<p>sin signos de contaminación. Esto garantiza su inocuidad, fresca y aptitud para el consumo.</p> <p>Buen aspecto higiénico-sanitario: estado visible de limpieza, fresca e integridad, sin signos de deterioro, contaminación o suciedad</p>
<b>ANEXOS:</b>	Manual de balanza. Manual BPM. Po e lavado de manos.
<b>FORMULARIOS / REFERENCIAS:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO.</li> <li>- CERTIFICADO DE HABILITACIÓN SANITARIA.</li> <li>- ORDEN DE COMPRA.</li> <li>- REMITO.</li> <li>- FACTURA.</li> <li>- PLANILLA DE REGISTRO DE PESO DE RECEPCIÓN.</li> <li>- REGISTRO DEL TRANSPORTE (SENASA, HABILITACIÓN).</li> </ul>

<b>ACCIONES PRELIMINARES:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Verificación de correcta limpieza y espacio del área de recepción de la mercadería.</li> <li>- Disponer del espacio de paso suficiente para que circulen los proveedores.</li> <li>- Uniforme completo e higiene tanto del personal del establecimiento como de los proveedores que circulen por el mismo.</li> <li>- Disponibilidad de materiales y equipos necesarios para controlar la calidad del producto.</li> <li>- Acondicionar espacio de almacenamiento para la llegada de materia prima.</li> <li>- Asegurarse de que la balanza está calibrada correctamente.</li> </ul>
<b>EQUIPO / MATERIAL UTILIZADO:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Balanza correctamente calibrada.</li> <li>- Guantes descartables.</li> <li>- Planilla de recepción.</li> <li>- Lapicera.</li> <li>- Cinta para identificación de lotes.</li> <li>- Orden de compra.</li> </ul>

<p><b>DESARROLLO DEL PROCEDIMIENTO:</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Informar al ayudante de cocina capacitado sobre el horario de llegada de mercadería.</li> <li>2. Constatar el horario de entrega del proveedor según lo acordado.</li> <li>3. Esperar al proveedor en la entrada del establecimiento para corroborar que el transporte cumpla con los protocolos de higiene establecidos y cuente con los permisos solicitados.</li> <li>4. Confirmar que el conductor cuente con la documentación obligatoria.</li> <li>5. Disponer de cajones de plásticos para trasladar la materia prima hasta el espacio destinado a recepción de mercadería, sin que caiga ningún líquido que pueda contaminar el espacio.</li> <li>6. Depositar los productos en el espacio destinado a recepción.</li> <li>7. Realizar una inspección visual del empaque del producto, debe estar limpio, cerrado y sin mal olor.</li> <li>8. Disponer de la balanza correctamente calibrada y tarar el peso del cajón de plástico para iniciar el 0 (cero).</li> <li>9. Pesar el producto en la balanza y verificar que el peso coincida con el indicado en la orden de compra, remito y factura.</li> <li>10. Verificar que la materia prima del interior del empaque se encuentre en óptimas condiciones.</li> <li>11. Verificar que el monto total de la factura corresponda a los productos efectivamente entregados.</li> <li>12. Registrar lote, fecha de recepción y proveedor.</li> <li>13. Realizar pago de mercadería recibida.</li> <li>14. Firmar remito de recepción de correcta mercadería.</li> <li>15. Completar y firmar formulario de recepción</li> <li>16. Almacenar producto según POE de almacenamiento.</li> </ol>
---	--

<b>PROCESO DE CONTROL:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Auditoría mensual interna sobre cumplimiento del procedimiento operativo estandarizado.</li> <li>- Reporte inmediato de desvíos o inconformidades.</li> <li>- Registro en la planilla técnica de recepción.</li> </ul>
<b>ACLARACIÓN</b>	<p>En el caso de aquellos productos que se encuentren refrigerados, se debe tomar temperatura de recepción.</p> <p>Temperaturas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Refrigerados: entre 0 a 5 grados.</li> <li>- Congelados: -18 grados aproximadamente.</li> </ul>

→ POE servicio al cliente.

<b>Proceso Operativo Estandarizado</b>	<b>Servicio al cliente</b>
<b>FRECUENCIA</b>	Cada vez que se requiera.
<b>ELABORADOR</b>	Cajero/runner.
<b>OBJETIVO DEL PROCEDIMIENTO</b>	Lograr que el cliente obtenga un servicio eficiente y que cumpla con sus expectativas. Garantizar uniformidad y consistencia del servicio.
<b>PROCEDIMIENTO</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El cliente ingresa al local.</li> <li>2. Se dirige hacia la caja.</li> <li>3. Realiza su pedido.</li> <li>4. El personal toma la orden.</li> <li>5. Se efectúa la facturación correspondiente.</li> <li>6. Se le entrega al cliente un cartel con el número de pedido, que coloca sobre su mesa.</li> <li>7. El runner retira el pedido de la barra y lo lleva al cliente.</li> <li>8. El cliente disfruta de su pedido.</li> </ol>

→ POE limpieza local.

Proceso Operativo Estandarizado	Limpieza de local
<b>FRECUENCIA</b>	2 veces por día.
<b>ELABORADOR</b>	Staff de cocina.
<b>ÁREA</b>	Cocina.
<b>MATERIALES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Guantes de limpieza.</li> <li>- Esponja o cepillo.</li> <li>- Detergente o limpiador multiuso.</li> <li>- Desinfectante o lavandina.</li> <li>- Alcohol al 70%.</li> <li>- Mopa y balde con agua.</li> <li>- Trapo seco.</li> <li>- Papel absorbente.</li> <li>- Bolsa de residuos.</li> </ul>
<b>OBJETIVO DEL PROCEDIMIENTO</b>	Garantizar la higiene y seguridad, asegurar que todos los espacios cumplan con los estándares de limpieza necesarios para prevenir riesgos sanitarios y ofrecer un ambiente saludable.
<b>PROCEDIMIENTO</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Guardar en la heladera, dentro de envases herméticos y correctamente rotulados, los toppings o excedentes de producción no utilizados durante el turno.</li> <li>2. Limpiar las mesadas con esponja, agua y detergente.</li> <li>3. Pasar un trapo húmedo para retirar los excedentes de detergente.</li> <li>4. Rociar las superficies con alcohol al 70% y secar con papel absorbente.</li> <li>5. Lavar, secar y guardar todos los utensilios que hayan pasado por la bacha.</li> <li>6. Dejar los trapos de rejilla en remojo con agua y lavandina.</li> <li>7. Barrer el piso con escoba.</li> <li>8. Limpiar el piso con mopa húmeda utilizando agua y limpiador de pisos.</li> <li>9. Pasar un trapo seco por las zonas donde se utilizó la mopa.</li> </ol>

<b>ACLARACIÓN</b>	<p>Una vez por semana se realiza la limpieza total del horno y hornallas.</p> <p>Cada quince días se realiza una limpieza profunda de la campana de extracción.</p>
-------------------	---

<b>Proceso Operativo Estandarizado</b>	<b>Limpieza de local</b>
<b>FRECUENCIA</b>	2 veces por día.
<b>ELABORADOR</b>	Staff de salón/cocina.
<b>ÁREA</b>	Salón.
<b>MATERIALES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Guantes de limpieza.</li> <li>- Esponja o cepillo.</li> <li>- Detergente o limpiador multiuso.</li> <li>- Desinfectante o lavandina.</li> <li>- Alcohol al 70%.</li> <li>- Mopa y balde con agua.</li> <li>- Trapo seco.</li> <li>- Papel absorbente.</li> <li>- Bolsa de residuos.</li> </ul>
<b>OBJETIVO DEL PROCEDIMIENTO</b>	Garantizar la higiene y seguridad, asegurar que todos los espacios cumplan con los estándares de limpieza necesarios para prevenir riesgos sanitarios y ofrecer un ambiente saludable.
<b>PROCEDIMIENTO</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Retirar los residuos y excedentes de comida que hayan dejado los clientes.</li> <li>2. Limpiar las mesas con esponja, agua y detergente.</li> <li>3. Pasar un trapo húmedo para eliminar los restos de detergente.</li> <li>4. Rociar las superficies con alcohol al 70% y secar con papel absorbente.</li> <li>5. Barrer el piso con escoba.</li> <li>6. Limpiar el piso con mopa húmeda utilizando agua y limpiador de pisos.</li> <li>7. Pasar un trapo seco por las zonas donde se utilizó la mopa.</li> </ol>
<b>ACLARACIÓN</b>	-

<b>Proceso Operativo Estandarizado</b>	<b>Limpieza de local</b>
<b>FRECUENCIA</b>	2 veces por día.
<b>ELABORADOR</b>	Staff de salón.
<b>ÁREA</b>	Baño.
<b>MATERIALES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Guantes de limpieza.</li> <li>- Esponja o cepillo.</li> <li>- Detergente o limpiador multiuso.</li> <li>- Desinfectante o lavandina.</li> <li>- Alcohol al 70%.</li> <li>- Mopa y balde con agua.</li> <li>- Trapo seco.</li> <li>- Papel absorbente.</li> <li>- Papel higiénico y jabón líquido.</li> </ul>
<b>OBJETIVO DEL PROCEDIMIENTO</b>	Mantener la higiene y el buen estado del baño para garantizar un ambiente limpio, seguro y agradable para los clientes y el personal.
<b>PROCEDIMIENTO</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Colocarse los guantes de limpieza.</li> <li>2. Limpiar la bachea con esponja, detergente y agua. Enjuagar y secar con papel absorbente.</li> <li>3. Limpiar el inodoro con cepillo, detergente y desinfectante. Asegurarse de desinfectar tanto la tapa como el asiento.</li> <li>4. Rociar las superficies (bachea, grifería, manijas) con alcohol al 70% y secar con papel absorbente.</li> <li>5. Barrer el piso con escoba para retirar residuos o polvo.</li> <li>6. Limpiar el piso con mopa húmeda utilizando agua y limpiador de pisos o desinfectante.</li> <li>7. Pasar un trapo seco para eliminar el exceso de humedad.</li> <li>8. Reponer papel higiénico, jabón y toallas de papel si fuera necesario.</li> <li>9. Verificar que el baño quede ventilado y en condiciones óptimas.</li> </ol>
<b>ACLARACIÓN</b>	-

<b>Proceso Operativo Estandarizado</b>	<b>Limpieza de local</b>
<b>FRECUENCIA</b>	2 veces por día.
<b>ELABORADOR</b>	Staff de salón.
<b>ÁREA</b>	Exterior.
<b>MATERIALES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Guantes de limpieza.</li> <li>- Esponja.</li> <li>- Trapo de limpieza.</li> <li>- Detergente.</li> <li>- Alcohol al 70%.</li> <li>- Papel absorbente.</li> <li>- Escoba y recogedor.</li> <li>- Mopa, balde y limpiador de pisos (o hidrolavadora si aplica).</li> <li>Paño seco.</li> <li>- Bolsas de residuos.</li> </ul>
<b>OBJETIVO DEL PROCEDIMIENTO</b>	Mantener la limpieza, el orden y las condiciones de higiene del salón exterior para garantizar un espacio confortable, seguro y presentable para los clientes.
<b>PROCEDIMIENTO</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Colocarse los guantes de limpieza.</li> <li>2. Retirar los residuos y excedentes de comida que hayan dejado los clientes, depositándolos en las bolsas de basura correspondientes.</li> <li>3. Limpiar las mesas y sillas con esponja, agua y detergente para eliminar restos de polvo, comida o bebidas.</li> <li>4. Pasar un trapo húmedo para retirar los excedentes de detergente. Rociar las superficies con alcohol al 70% y secar con papel absorbente.</li> <li>5. Barrer el piso con escoba, prestando atención a hojas, tierra o residuos arrastrados por el viento.</li> <li>6. Lavar o trapear el piso con mopa húmeda, agua y limpiador de pisos; en caso de superficies porosas, se puede utilizar hidrolavadora.</li> <li>7. Pasar un trapo seco o escurridor para eliminar el exceso de agua.</li> </ol>

	<p>8. Verificar que las mesas, sillas y el piso queden limpios, secos y correctamente ubicados.</p> <p>9. Asegurarse de que los residuos estén correctamente embolsados y los cestos limpios y con nuevas bolsas.</p>
<b>ACLARACIÓN</b>	La frecuencia varía según el uso del espacio.

→ POE gestión de residuos.

<b>Proceso Operativo Estandarizado</b>	<b>Gestión de residuos</b>
<b>FRECUENCIA</b>	2 veces por día.
<b>ELABORADOR</b>	Staff de salón.
<b>ÁREA</b>	Depósito de residuos.
<b>MATERIALES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Guantes de limpieza.</li> <li>- Bolsas plásticas resistentes.</li> <li>- Contenedores con tapa y rotulados por tipo de residuo.</li> <li>- Carro o recipiente para transporte interno.</li> <li>- Alcohol o desinfectante para limpieza posterior.</li> </ul>
<b>OBJETIVO DEL PROCEDIMIENTO</b>	Garantizar una correcta recolección, separación y disposición de los residuos generados en el local gastronómico, promoviendo la higiene, el orden y el cuidado del medio ambiente.
<b>PROCEDIMIENTO</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Colocarse los guantes de limpieza antes de manipular los residuos.</li> <li>2. Cerrar correctamente las bolsas de basura de cada cesto del local, evitando derrames o fugas.</li> <li>3. Reemplazar las bolsas retiradas por nuevas, asegurándose de que queden bien sujetas al borde del cesto.</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Transportar todas las bolsas y cartones generados durante el servicio hacia el depósito de residuos destinado para tal fin.</li> <li>5. Separar los residuos según su tipo, utilizando los contenedores específicos.</li> <li>6. Asegurarse de que las bolsas no queden acumuladas en el salón o cocina.</li> <li>7. Limpiar y desinfectar los cestos antes de colocar nuevas bolsas.</li> <li>8. Lavar y desinfectar las manos luego de finalizar la tarea.</li> </ol>
<b>ACLARACIÓN</b>	Verificar que el área de depósito de residuos se mantenga limpia, ventilada y libre de olores.

→ Procedimiento de control de calidad.

<b>Proceso Operativo Estandarizado</b>	<b>Control calidad materia prima</b>
<b>FRECUENCIA</b>	Cada vez que se recibe materia prima.
<b>ELABORADOR</b>	Ayudante de cocina.
<b>ÁREA</b>	Depósito de almacenamiento/cocina.
<b>MATERIALES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Termómetro (para control de temperatura).</li> <li>- Balanza correctamente calibrada.</li> <li>- Planilla de control de recepción.</li> <li>- Guantes de manipulación.</li> <li>- Marcadores y etiquetas.</li> <li>- Alcohol o sanitizante.</li> </ul>
<b>OBJETIVO DEL PROCEDIMIENTO</b>	Garantizar que todas las materias primas y productos recibidos de los proveedores cumplan con los estándares de calidad, inocuidad y especificaciones establecidas

	por el local gastronómico.
<b>PROCEDIMIENTO</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Verificar envases y embalajes: deben estar íntegros, sin roturas, fugas ni signos de contaminación.</li> <li>2. Controlar la temperatura: refrigerados (entre 0°C - 5°C) y congelados (-18°C).</li> <li>3. Evaluar el aspecto, color, olor y textura de los productos perecederos.</li> <li>4. Revisar fechas de elaboración y vencimiento.</li> <li>5. En caso de estar correctas las condiciones, se continúa el proceso. De lo contrario, se devuelve la mercadería y se notifica la devolución.</li> <li>6. Registrar lote, fecha de recepción y proveedor.</li> <li>7. Realizar pago de mercadería recibida.</li> <li>8. Firmar remito de recepción de correcta mercadería.</li> </ol>

<b>Proceso Operativo Estandarizado</b>	<b>Control calidad producto</b>
<b>FRECUENCIA</b>	En cada lote de producción, durante el servicio, y de manera diaria para los productos listos para la venta.
<b>ELABORADOR</b>	Jefe de cocina.
<b>ÁREA</b>	Cocina/salón.
<b>MATERIALES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Planilla de control de calidad.</li> <li>- Lapicera.</li> <li>- Cuchillo.</li> <li>- Tenedor.</li> <li>- Plato.</li> </ul>

<p><b>OBJETIVO DEL PROCEDIMIENTO</b></p>	<p>Asegurar que todos los productos y servicios ofrecidos por el local cumplan con los estándares establecidos de higiene, sabor, presentación y seguridad alimentaria, manteniendo la satisfacción del cliente y la reputación del negocio.</p>
<p><b>PROCEDIMIENTO</b></p>	<p><b>Durante la preparación:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Verificar que las materias primas cumplan con las especificaciones de calidad y temperatura requeridas.</li> <li>2. Asegurar que los utensilios y superficies estén limpios y desinfectados antes de comenzar.</li> <li>3. Controlar los tiempos y temperaturas de cocción: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Carnes: temperatura interna mínima de 70°C.</li> <li>- Salsas o preparaciones calientes: mantener a más de 65°C hasta el servicio.</li> <li>- Productos fríos o postres: mantener entre 0°C y 5°C.</li> </ul> </li> </ol> <p><b>En el producto final:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Evaluar la presentación y porcionado, asegurando uniformidad según los estándares del local.</li> <li>2. Verificar color, textura, aroma y sabor del producto.</li> <li>3. Controlar la temperatura al momento del despacho.</li> <li>4. Confirmar que no haya cuerpos extraños, contaminación cruzada ni manipulación inadecuada.</li> </ol> <p><b>En el servicio:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mantener los productos calientes en las temperaturas adecuadas.</li> <li>2. Mantener los productos fríos refrigerados (0°C–5°C).</li> </ol>

	3. Retirar de la venta o servicio cualquier producto fuera de los parámetros establecidos o con signos de deterioro.
--	--

→ Procedimiento gestión de inventarios.

Proceso Operativo Estandarizado	Gestión de inventarios
<b>FRECUENCIA</b>	<p><b>Control diario:</b> revisión rápida de productos de alta rotación (verduras, panificados, lácteos, bebidas).</p> <p><b>Control semanal:</b> inventario completo de materias primas y productos no perecederos.</p> <p><b>Control mensual:</b> cierre general y conciliación con registros contables o de compras.</p>
<b>ELABORADOR</b>	Ayudante de cocina.
<b>ÁREA</b>	Depósito de almacenamiento/cocina.
<b>MATERIALES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Planilla de inventario.</li> <li>- Lapicera o dispositivo de registro.</li> <li>- Etiquetas y marcadores para rotular.</li> <li>- Guantes de manipulación.</li> <li>- Balanzas o instrumentos de medición.</li> <li>- Alcohol o sanitizante.</li> </ul>
<b>OBJETIVO DEL PROCEDIMIENTO</b>	Establecer un procedimiento ordenado y eficiente para el control, registro y reposición de insumos y productos del local gastronómico, asegurando la disponibilidad de materias primas en condiciones óptimas, evitando pérdidas, vencimientos y faltantes.

<p><b>PROCEDIMIENTO</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Registrar todas las entradas y salidas de productos en la planilla de inventario.</li> <li>2. Verificar las cantidades físicas con las registradas en el sistema o planilla.</li> <li>3. Identificar productos próximos a vencer y priorizar su uso.</li> <li>4. Registrar pérdidas, mermas o productos descartados por vencimiento o mal estado.</li> <li>5. Realizar conteos periódicos con supervisión del encargado o gerente.</li> <li>6. Revisar condiciones del depósito (orden, limpieza, ventilación, temperatura).</li> <li>7. Actualizar las planillas y archivar los registros físicos.</li> </ol>
-----------------------------	--

### **5.7 Determinación de Proveedores Esenciales.**

*Documentos excel, con detalle de materia prima por proveedor, adjuntado aparte.*

Lazzaro Felice cuenta con una red de proveedores locales y regionales que garantizan el abastecimiento constante de materias primas de calidad, priorizando la cercanía y la trazabilidad del producto. Los principales proveedores son: Almacén del Molino (Molinos Campodónico), encargado del suministro de productos de almacén y materias primas secas; La Primavera, que provee quesos y fiambres; Lo de Fran, dedicado al abastecimiento de frutas y verduras frescas; Alimentaria La Plata S.R.L. (Ilolay), que provee lácteos; y Cusumano Distribuidora Gastronómica, especializada en quesos italianos y productos de importación exclusivos, esenciales para mantener la autenticidad y calidad distintiva de la propuesta gastronómica.

Los pedidos se realizan según la demanda y rotación de productos, ajustándose a las necesidades de producción semanales. El criterio de selección de proveedores se basa en cuatro ejes principales: accesibilidad logística, calidad de producto, precio competitivo y flexibilidad operativa. Estos factores permiten mantener la frescura de las materias primas, reducir los costos de transporte y asegurar una rápida respuesta ante variaciones de stock.

En caso de faltantes o incumplimientos, se recurre a proveedores alternativos como supermercados mayoristas o minoristas de la zona (por ejemplo, Coto), lo que permite garantizar la continuidad del servicio sin afectar la calidad del producto final.

La gestión de las relaciones con los proveedores se apoya en una comunicación directa y frecuente, fomentando un vínculo de confianza mutua y colaboración sostenida en el tiempo, sin dejar de aplicar criterios de evaluación continua sobre cumplimiento, puntualidad y consistencia del producto.

## **6. Plan de implementación y cronograma.**

### **6.1 Resumen explicativo de tiempos del plan de implementación y cronograma.**

1. Fase de Pre-apertura (duración estimada: 6 a 8 semanas): adecuar el local a las condiciones óptimas de funcionamiento, completar la habilitación y dejar todo listo para la apertura.

#### Situación inicial:

La infraestructura estructural está completa (paredes, servicios, instalaciones eléctricas y de gas), pero se requiere una puesta a punto general con trabajos de obra menor y estética, que incluyen:

- Cambio de pisos.
- Pintura integral de todo el local, incluyendo salón, cocina, depósito y sanitarios.
- Pequeñas remodelaciones en baño, barra y sistema de extracción.

#### Tareas principales:

→ Obras menores y mantenimiento (4 semanas):

- Colocación de nuevo piso.
- Pintura general del local (paredes, techo, cocina y zonas de trabajo).
- Reparación y modernización del baño.
- Ajustes en la barra y en el sistema de extracción.
- Revisión de plomería, electricidad e iluminación.

→ Habilitaciones y documentación (3 semanas):

- Trámite de Habilitación Municipal y Bromatología La Plata.
- Registro o actualización del RNE (si corresponde).
- Inscripciones impositivas (AFIP, ARBA) y seguros.
- Verificación de Seguridad e Higiene.

→ Equipamiento y pruebas técnicas (1 semana):

- Revisión y prueba de hornos, amasadora, cámaras de frío, heladeras, etc.
- Testeo del sistema de ventilación y extracción.

→ Limpieza, orden y ambientación (3 a 5 días):

- Limpieza profunda tras obra y armado del salón.
- Colocación de mobiliario, decoración y señalética.

→ Selección y capacitación del personal (1 a 2 semanas):

- Incorporación de equipo de cocina, salón y caja.
- Capacitación en procedimientos operativos y manipulación segura de alimentos.

2. Fase de Lanzamiento (duración: 1 semana): iniciar las operaciones con un control gradual del servicio y posicionar la marca localmente.

Acciones:

- Soft opening (2 a 3 días): apertura parcial para prueba de flujo operativo, tiempos de cocción y atención al cliente.

Apertura oficial:

- Evento de inauguración con degustaciones.
- Activación de redes sociales, reseñas en Google Maps y prensa gastronómica local.

3. Primeros meses de operación (3 meses iniciales): ajustar la producción y la organización operativa según la respuesta del público.

Acciones clave:

- Seguimiento de ventas, costos y rentabilidad.
- Evaluación de proveedores y flujos de stock.
- Ajuste de carta y procesos productivos.

Acciones promocionales y estrategias de fidelización.

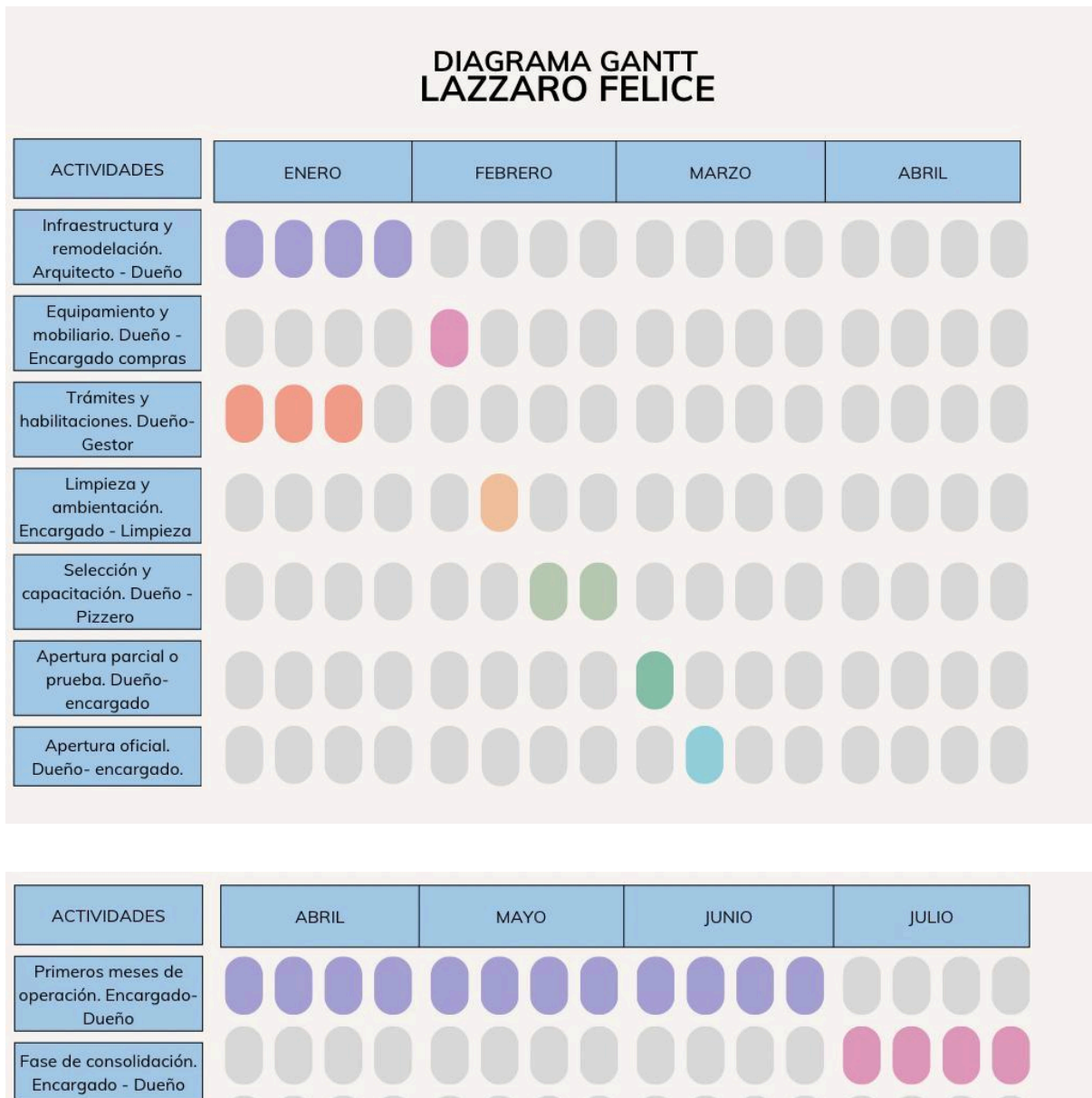
- Mantenimiento preventivo y controles bromatológicos.

4. Fase de consolidación (a partir del 4° mes): estabilizar el negocio, fortalecer la identidad y planificar el crecimiento.

Acciones:

- Revisión integral de resultados económicos.
- Optimización de procesos de producción y servicio.
- Creación de comunidad y fidelización de clientes.
- Posible ampliación de oferta (delivery, eventos, menús especiales).

## 6.2 Diagrama de GANTT.



En base al cronograma general del proyecto, se estima que el local Lázzaro Felice requerirá un período aproximado de nueve semanas desde el inicio de las tareas hasta el comienzo efectivo de sus actividades.

Este plazo contempla las etapas de remodelación y adecuación del espacio, instalación del equipamiento, gestión de habilitaciones, capacitación del personal y pruebas operativas previas a la apertura, desarrolladas de manera parcialmente simultánea para optimizar los tiempos de ejecución.

## 7. Plan Económico Financiero.

\*Consigna adjunta en excel correspondiente.

## 8. Conclusiones y recomendaciones.

A partir del análisis integral realizado, reafirmamos la viabilidad del proyecto Lazzaro Felice como un emprendimiento gastronómico orientado a la elaboración de pizza romana y focaccia de fermentación prolongada en la localidad de City Bell. La investigación de mercado permitió identificar una tendencia creciente hacia productos artesanales, livianos y de alta calidad, lo cual respalda la propuesta de valor del negocio y demuestra que el segmento local aún se encuentra en desarrollo, con un margen significativo para ser aprovechado debido a la escasa presencia de ofertas gastronómicas con características similares. Este escenario evidencia una oportunidad concreta para posicionarse como referente dentro de una categoría que combina producto auténtico, procesos cuidados y diferenciación sensorial.

El estudio económico-financiero confirmó que el modelo es sustentable y capaz de generar rentabilidad creciente en el tiempo. Uno de los aspectos más auspiciosos del proyecto es que la inversión inicial estimada, USD 40.000, puede considerarse relativamente baja para el sector. Esto se debe principalmente a que el local ya cuenta con una infraestructura resuelta en gran medida, requiriendo únicamente ajustes menores y la incorporación de equipamiento específico para la producción. Este contexto reduce barreras de entrada y permite destinar recursos a áreas estratégicas como marketing, ambientación y acondicionamiento operativo.

Desde la perspectiva estrictamente financiera, los resultados obtenidos muestran un desempeño robusto. El proyecto presenta un margen neto del 1,69% en el primer año, el cual asciende a 4,38% en el segundo y alcanza 10,85% en el tercero. Esta evolución progresiva es coherente con la dinámica típica de los emprendimientos gastronómicos, que requieren una etapa inicial de estabilización antes de alcanzar niveles óptimos de eficiencia y consolidación comercial. Asimismo, el período de recuperación de la inversión proyectado se estima en 2,63 años, ubicándose dentro de parámetros razonables para el sector y garantizando la factibilidad financiera del proyecto en el mediano plazo. Este crecimiento sostenido se apoya en una estructura de costos controlada, en una propuesta culinaria diferenciada y en una estrategia orientada a generar experiencias de consumo memorables, atributos que favorecen la fidelización del cliente y fortalecen la competitividad.

Los indicadores financieros obtenidos respaldan de manera contundente la viabilidad del emprendimiento. El Valor Actual Neto (VAN), que alcanza \$6.564,61, evidencia que el negocio no solo recupera la inversión inicial, sino que genera valor aun bajo una tasa de exigibilidad del 5%. A su vez, la Tasa Interna de Retorno (TIR) del 11,56% se ubica por encima del rendimiento mínimo esperado, lo cual confirma que la rentabilidad proyectada supera alternativas de inversión comparables. En conjunto, estos resultados consolidan la factibilidad del modelo, su potencial de crecimiento sostenido y su capacidad de ofrecer retornos atractivos en un contexto económico desafiante.

No obstante, el proyecto presenta desafíos relevantes vinculados principalmente a la gestión eficiente del capital de trabajo, la dependencia de proveedores para materias primas específicas y la volatilidad de costos propia del mercado gastronómico argentino. También representa un riesgo crítico la incorporación, capacitación y retención del personal, ya que el concepto del negocio exige estandarización operativa, consistencia técnica y dominio del

proceso de fermentación prolongada para asegurar la calidad del producto final. Para mitigar estos riesgos, se recomienda establecer acuerdos de abastecimiento con proveedores estratégicos, definir procedimientos operativos claros y desarrollar un programa permanente de capacitación orientado al manejo de masas, servicio al cliente y optimización de la operación diaria. Asimismo, será fundamental implementar un sistema riguroso de control de costos e indicadores claves de desempeño que facilite la toma de decisiones en tiempo real respecto de precios, rendimiento de producción y performance del equipo.

En cuanto a la financiación de este proyecto, consideramos lo más viable, adoptar un modelo de financiamiento mixto, que combine capital propio, inversión privada, herramientas públicas y financiamiento de equipamiento. Esto permite reducir riesgos, asegurar liquidez y garantizar que Lazzaro Felice inicie sus operaciones con una estructura financiera sólida y sostenible.

La opción más frecuente es iniciar con aporte propio, que no solo reduce la necesidad de endeudamiento sino que demuestra compromiso y solidez frente a terceros. Complementariamente, la ciudad cuenta con un ecosistema activo de inversores privados, interesados en participar en proyectos gastronómicos diferenciados, lo que representa una alternativa viable para obtener fondos sin asumir altos costos financieros. A nivel institucional, actualmente se encuentran vigentes líneas de crédito para pymes otorgadas por el Banco Provincia, el Banco Nación y programas del Ministerio de Producción, que ofrecen tasas bonificadas y financiamiento para equipamiento y capital de trabajo. Estas herramientas pueden combinarse con leasing gastronómico, ideal para adquirir hornos, cámaras de frío y maquinaria especializada sin realizar un desembolso inicial elevado. Asimismo, La Plata continúa implementando programas de apoyo al comercio local, incluyendo aportes no reembolsables (ANR), capacitaciones y beneficios fiscales para nuevos emprendimientos, que pueden reducir considerablemente la inversión inicial. Finalmente, alternativas como el crowdfunding permiten involucrar a la comunidad y obtener fondos a cambio de recompensas o experiencias.

En conclusión, Lazzaro Felice demuestra ser un proyecto gastronómico viable y con un alto potencial de crecimiento en City Bell. El análisis de mercado confirma una demanda creciente por productos artesanales y de calidad, lo que respalda la propuesta diferenciada del negocio. A su vez, las proyecciones económico-financieras muestran un modelo rentable, con recuperación de la inversión en plazos razonables y con indicadores sólidos como un VAN positivo y una TIR superior a la tasa mínima requerida.

Si bien existen desafíos vinculados al control de costos, la capacitación del personal y la gestión del capital de trabajo, estos pueden ser mitigados mediante una planificación operativa adecuada y acuerdos estratégicos con proveedores. Por otro lado, la adopción de un esquema de financiamiento mixto brinda una base estable para iniciar las operaciones de manera sostenible.

En conjunto, todas estas variables consolidan a Lazzaro Felice como un emprendimiento factible, competitivo y preparado para posicionarse dentro del mercado local con una propuesta auténtica y de valor.



## Detalle de Inversiones

### Instalaciones y Bienes de Uso

#### Inversión en Obra /Remodelación

				21%
Proveedor	Descripción Detallada	Cantidad	Importe Neto Unitario (sin IVA)	IVA
Estudio MIArquitectura	Inodoro	1	\$148.760,33	21%
Easy	Termotanque	1	\$302.066,12	21%
Easy	Tanque de agua	1	\$141.239,67	21%
Arte metálico	Bacha	1	\$371.900,83	21%
Roca	Bacha de baño	1	\$92.561,98	21%
Tebelec	Pack faroles exterior	1	\$160.826,45	21%
Geneve	Cartel salida	1	\$17.107,44	21%

#### Equipamiento de Cocina

				21%

Proveedor	Descripción Detallada	Cantidad	Importe Neto Unitario (sin IVA)	IVA
Carpidue	Horno pizzero doble (eléctrico)	1	\$13.339.090,91	21%
Difatec	Heladera bajo mesada	1	\$3.867.768,60	21%
Silcook	Amasadora mecánica industrial	1	\$2.231.404,96	21%
Systel	Balanza digital	2	\$272.727,27	21%
Master supply	Cortadora de fiambres	1	\$661.157,02	21%
Colucci	Heladera almacenadora	1	\$2.231.404,96	21%
RW	Pala de pizza acero inoxidable	1	\$2.231.404,96	21%
Lozafer	Moldes rectangulares	8	\$66.115,70	21%
Batista	Carro	1	\$165.289,26	21%
Batista	Bandejas	15	\$12.396,69	21%
Turbo Blender	Estantería TB-Rack	1	\$140.495,87	21%
Gadnic	Anafe vitrocerámico	1	\$99.173,55	21%
Adrogué Ventilación	Campana extractor industrial	1	\$330.578,51	21%
GN	Recipientes toppings	10	\$19.211,57	21%
Hudson	Cuchillos chef	3	\$14.876,03	21%
Elegante	Rollo bobina de papel 400mts pack x2	1	\$38.015,70	21%
Pipractic	Tablas de corte	4	\$11.157,02	21%
ML	Escoba y pala	1	\$5.785,12	21%
Combo	Secador de piso	2	\$8.264,46	21%
Turbo Blender	Cafetera espresso	1	\$413.223,14	21%
D+M bazar	Escurreidor de cubiertos	1	\$5.454,55	21%
Fametarg	Estante escurridor	1	\$140.909,09	21%
El nuevo emporio	Cornet	4	\$2.111,57	21%
Seguridad blanco villa crespo	Matafuegos	1	\$64.958,68	21%
Aromes	Dispensador de jabón	2	\$26.446,28	21%
Artillería gastronómica	Cuchillo serrucho	2	\$18.192,56	21%
Bazar galo	Pinzas para toppings	1	\$18.460,33	21%
Liberty	Trapos valerina pack	1	\$5.138,02	21%
Vasitex	Trapos de piso pack	2	\$3.801,65	21%

Mortimer	Esponjas	6	\$1.115,70	21%
LyA soluciones	Porta rollo	1	\$45.041,32	21%
Levys Bazar	Bowls aceros	2	\$18.181,82	21%
Pulkro limpieza	Contenedores basura	2	\$19.008,26	21%
ByEG	Batea bollos	10	\$3.636,36	21%
Decucci Home	Repasadores pack	1	\$18.181,82	21%
Beikos	Rallador manual queso	2	\$2.148,76	21%
Desesplast	Mamadera aderezo	3	\$3.305,79	21%
Briket	Heladera exhibidora vertical	2	\$636.363,64	21%
Matezz HYO	Papel film	3	\$4.818,18	21%

**Equipamiento de salón**

				21%
<b>Proveedor</b>	<b>Descripción Detallada</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Importe Neto Unitario (sin IVA)</b>	<b>IVA</b>
Chamba	Tablas de pizza individual x12	3	\$29.152,07	21%
Ju-lu	Platos acero inoxidable packs x6	9	\$17.917,36	21%
Master supply	Set cuchillo y tenedor acero inox.	50	\$107.438,02	21%
Logimatica	Servilleteros pack x10	2	\$14.793,39	21%
ML	Escoba y pala	1	\$5.785,12	21%
Cajas rufy	Caja registradora	1	\$85.123,97	21%
Zetek	Impresora fiscal	1	\$592.115,70	21%
Mercado pago	Posnet	1	\$37.190,08	21%
Nueva Haedo	Servilletas x2000	1	\$14.049,59	21%
	Cajas de pizza	200	1	21%
				0

**Mobiliario y Decoración**

<b>Mobiliario y Decoración</b>				
				21%
				10,50%
<b>Proveedor</b>	<b>Descripción Detallada</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Importe Neto Unitario (sin IVA)</b>	<b>IVA</b>
Tromen	Mesas	11	148760,3306	21%
Just home	Sillas	20	49586,77686	21%
Altorancho	Banquetas	6	123966,9421	21%

**Equipos de Oficina/TI**

<b>Equipos de Oficina/TI</b>				
				21%
<b>Proveedor</b>	<b>Descripción Detallada</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Importe Neto Unitario (sin IVA)</b>	<b>IVA</b>
PC center computers	Notebook Asus Vivobook16	1	793379,34	21%



	<b>Total sin IVA:</b>	\$38.534.622,31
	<b>Total con IVA:</b>	\$46.626.893,00

<b>Total con IVA:</b>	<b>Total sin IVA:</b>		<b>Total sin IVA:</b>
\$1.493.700,00	\$1.234.462,81		\$59.206,61
<b>Importe Total (con IVA)</b>	<b>Importe Total (sin IVA)</b>	<b>Observaciones</b>	<b>Amortizacion</b>
\$180.000,00	\$148.760,33		\$14.876,03
\$365.500,00	\$302.066,12		\$30.206,61
\$170.900,00	\$141.239,67		\$14.123,97
\$450.000,00	\$371.900,83		
\$112.000,00	\$92.561,98		
\$194.600,00	\$160.826,45		
\$20.700,00	\$17.107,44		

<b>Total con IVA:</b>	<b>Total sin IVA:</b>		<b>Total sin IVA:</b>
\$32.367.760,00	\$26.750.214,88		\$1.943.826,45

Importe Total (con IVA)	Importe Total (Sin IVA)	Observaciones	Amortizacion
\$16.140.300,00	\$13.339.090,91		\$1.333.909,09
\$4.680.000,00	\$3.867.768,60		\$386.776,86
\$2.700.000,00	\$2.231.404,96		\$223.140,50
\$660.000,00	\$545.454,55		
\$800.000,00	\$661.157,02		
\$2.700.000,00	\$2.231.404,96		
\$2.700.000,00	\$2.231.404,96		
\$640.000,00	\$528.925,62		
\$200.000,00	\$165.289,26		
\$225.000,00	\$185.950,41		
\$170.000,00	\$140.495,87		
\$120.000,00	\$99.173,55		
\$400.000,00	\$330.578,51		
\$232.460,00	\$192.115,70		
\$54.000,00	\$44.628,10		
\$45.999,00	\$38.015,70		
\$54.000,00	\$44.628,10		
\$7.000,00	\$5.785,12		
\$20.000,00	\$16.528,93		
\$500.000,00	\$413.223,14		
\$6.600,00	\$5.454,55		
\$170.500,00	\$140.909,09		
\$10.220,00	\$8.446,28		
\$78.600,00	\$64.958,68		
\$64.000,00	\$52.892,56		
\$44.026,00	\$36.385,12		
\$22.337,00	\$18.460,33		
\$6.217,00	\$5.138,02		
\$9.200,00	\$7.603,31		

\$8.100,00	\$6.694,21		
\$54.500,00	\$45.041,32		
\$44.000,00	\$36.363,64		
\$46.000,00	\$38.016,53		
\$44.000,00	\$36.363,64		
\$22.000,00	\$18.181,82		
\$5.200,00	\$4.297,52		
\$12.000,00	\$9.917,36		
\$1.540.000,00	\$1.272.727,27		
\$17.490,00	\$14.454,55		

--	--	--	--

<b>Total con IVA:</b>	<b>Total sin IVA:</b>		<b>Total sin IVA:</b>
\$7.725.444,00	\$6.384.664,46		\$15.450,74

<b>Importe Total (con IVA)</b>	<b>Importe Total (con IVA)</b>	<b>Observaciones</b>	<b>Amortizacion</b>
\$105.822,00	\$87.456,20		\$2.915,21
\$195.120,00	\$161.256,20		\$1.791,74
\$6.500.000,00	\$5.371.900,83		\$10.743,80
\$35.800,00	\$29.586,78		
\$7.000,00	\$5.785,12		
\$103.000,00	\$85.123,97		
\$716.460,00	\$592.115,70		
\$45.000,00	\$37.190,08		
\$17.000,00	\$14.049,59		
242	200		
0	0		

Total con IVA:	Total sin IVA:		Total sin IVA:
4080000	3371900,826		32231,40496
Importe Total (con IVA)	Importe Total (con IVA)	Observaciones	Amortizacion
1980000	1636363,636		14876,03306
1200000	991735,5372		4958,677686
900000	743801,6529		12396,69421

Total con IVA:	Total sin IVA:		Total sin IVA:
959989,0014	793379,34		264459,78
Importe Total (con IVA)	Importe Total (con IVA)	Observaciones	Amortizacion
959989,0014	793379,34		264459,78



## Detalle de Inversiones

**\*\*Activos Intangibles\*\* / Capital de Trabajo Inicial / Otros Gastos Pre-Operativos**

### Licencias y Permisos

				21%
Proveedor	Descripción Detallada	Cantidad	Importe Neto Unitario (sin IVA)	IVA
Municipalidad de La Plata	Habilitación municipal	1		
Municipalidad de La Plata	Certificado de Habilitación Sanitaria	1	40000	8400
Certificación de Manipulación de Alimentos	Licencia de Manipulación de Alimentos	5		
Permiso de venta de bebidas alcoholicas	Permiso ventas de bebidas alcoholicas	1	12000	2520
SADAIC	Licencia de uso de música ambiental.	1		

### Gastos de Constitución de la Sociedad

				21%
Proveedor	Descripción Detallada	Cantidad	Importe Neto Unitario (sin IVA)	IVA
Segundo Barda	Honorarios Abogado (Constitución Sociedad)	1	550000	115500
Segundo Barda	Tasas de Registro (IGJ/DPPJ)	1	35000	7350

Segundo Borda	Publicación en Boletín Oficial	1	30000	6300

Desarrollo de Marca				
				21%
Proveedor	Descripción Detallada	Cantidad	Importe Neto Unitario (sin IVA)	IVA
Doble.ene	Creación de Logo	1	100000	21000
Doble.ene	Manual de Marca	1	250000	52500
Doble.ene	Diseño Gráfico de la Carta/Menú	1	80000	16800
Doble.ene	Diseño de Cartelería Exterior e Interior	1	80.000	16800
Doble.ene	Creación de Página Web Básica	1	250000	52500
Doble.ene	Fotografía Profesional (inicial)	1	150000	31500
Doble.ene	Comunicación y Relaciones Públicas (Inicial)	1	180000	37800

Inventario Inicial				
				21%
				10,50%
Proveedor	Descripción Detallada	Cantidad	Importe Neto Unitario (sin IVA)	IVA
Almacen del molino	Almacen	1	512695,18	21%
Lo de Fran	Verduleria	1	82328,45	10,5%



Capacitación de Personal				
				21%
Proveedor	Descripción Detallada	Cantidad	Importe Neto Unitario (sin IVA)	IVA
Mook's RRHH	Talleres de servicio y atención al cliente	5	90000	18900
Lazzaro Felice	Capacitación del uso de equipos	5	110000	23100
AEHG	Inducción de marca y menú	5	80.000	16800
AEHG	Simulacros de servicio	5	100000	21000
Lazzaro Felice	Materiales de capacitación	5	40000	8400

Comunicación - Publicidad Pre-Apertura				
				21%
Proveedor	Descripción Detallada	Cantidad	Importe Neto Unitario (sin IVA)	IVA
Doble.ene	Campaña de lanzamiento en redes	1	150000	21%
Doble.ene	Diseño e impresión de flyers/folletos/invitaciones	1	150000	21%

Ines Grondona Eventos	Softopening (evento de prueba)	1	1500000	21%
Ines Grondona Eventos	Apertura oficial (evento comercial)	1	2500000	21%
Doble.ene	Material grafico de exterior	1	80000	21%
Doble.ene	Contratación de relaciones públicas	1	250000	21%

	<b>Total sin IVA:</b>	17506631,91
	<b>Total con IVA:</b>	21174380,12

<b>Total con IVA:</b>	<b>Total sin IVA:</b>	
62920	52000	
<b>Importe Total (con IVA)</b>	<b>Importe Total (con IVA)</b>	<b>Observaciones</b>
48400	40000	
14520	12000	

<b>Total con IVA:</b>	<b>Total sin IVA:</b>	
744150	615000	
<b>Importe Total (con IVA)</b>	<b>Importe Total (con IVA)</b>	<b>Observaciones</b>
665500	550000	
42350	35000	

36300	30000	

Total con IVA:	Total sin IVA:	
1318900	1090000	
Importe Total (con IVA)	Importe Total (con IVA)	Observaciones
121000	100000	
302500	250000	
96800	80000	
96800	80000	
302500	250000	
181500	150000	
217800	180000	

Total con IVA:	Total sin IVA:	
2435110,124	2019631,91	
Importe Total (con IVA)	Importe Total (sin IVA)	Observaciones
620361,1678	512695,18	
90972,93725	82328,45	



Total con IVA:	Total sin IVA:	
2541000	2100000	
Importe Total (con IVA)	Importe Total (con IVA)	Observaciones
544500	450000	
665500	550000	
484000	400000	
605000	500000	
242000	200000	

Total con IVA:	Total sin IVA:	
5602300	4630000	
Importe Total (con IVA)	Importe Total (sin IVA)	Observaciones
181500	150000	
181500	150000	

1815000	1500000	
3025000	2500000	
96800	80000	
302500	250000	

Licencias y Permisos son las autorizaciones y habilitaciones específicas que necesita el local y la operación del negocio gastronómico para funcionar legalmente ante diversas autoridades. Lo otorgan los distintos niveles de gobierno (municipal, provincial, nacional) y organismos de control.

Costos asociados con la creación legal y formal de la empresa o sociedad que operará el negocio gastronómico. Son gastos necesarios para que la entidad jurídica exista y pueda funcionar legalmente

Incluye el diseño de elementos visuales (logo, paleta de colores, tipografía), la creación de la presencia digital inicial (web básica, perfiles en redes sociales) y la producción de materiales gráficos y fotográficos profesionales.

Se refiere al stock inicial de todos los insumos necesarios para empezar a producir y vender desde el primer día. Es lo que necesitas comprar antes de abrir para tener tus platos y bebidas listos. Se suele calcular para cubrir un período determinado (ej. 1 mes de operación) antes de que las ventas comiencen a generar flujo de caja.

Es el monto de dinero en efectivo (o disponible en cuenta bancaria) que el negocio necesita tener al momento de la apertura para afrontar gastos operativos menores, imprevistos o pagos que no pueden esperar a la entrada de dinero por ventas. Es el "fondo de maniobra" para el día a día. Este monto no es para grandes inversiones, sino para asegurar la liquidez inmediata y la capacidad de reacción ante situaciones cotidianas

costos asociados a la formación y entrenamiento del equipo de trabajo antes de la apertura oficial. Es fundamental para asegurar que el personal esté preparado para ofrecer el servicio y manejar la operación desde el primer día.

Son todos los gastos de marketing y comunicación que se realizan antes de que el negocio abra sus puertas al público para generar expectativa, dar a conocer la marca y atraer a los primeros clientes.



Certificado de Aptitud Ambiental: Evalúa el impacto ambiental de la actividad.

Certificado de Bomberos / Seguridad contra Incendios: Aprobación de las instalaciones y medidas de seguridad contra incendios (matafuegos, luces de emergencia, señalización de salidas, etc.).

Informe de Verificación de Instalación Eléctrica: Certificado de que la instalación eléctrica cumple con las normativas vigentes y es segura.

Constancia de Funcionamiento Adecuado de Instalación de Gas:

Informe que verifica la correcta y segura instalación de gas.

Carnet de Manipulador de Alimentos: Obligatorio para todo el personal que manipule alimentos. Se obtiene a través de cursos y exámenes avalados por la AGC o entidades reconocidas.

en el local, uniformes, menú, web, etc.

**Tipografía:** Elección de las fuentes de letra que se utilizarán para la comunicación de la marca.

**Manual de Marca (Brand Guidelines):** Un documento que establece cómo se debe usar el logo, los colores, las tipografías y otros elementos visuales para asegurar coherencia en todas las comunicaciones.

**Diseño de Menú y Cartelería:**

**Diseño Gráfico de la Carta/Menú:** Cómo se ve y se presenta tu oferta gastronómica. Esto incluye la diagramación, las fotos (si las hay), los materiales.

**Diseño de Cartelería Exterior e Interior:** Letreros, pizarras, señalética dentro del local.

**Presencia Digital Inicial:**

**Creación de Página Web Básica:** Un sitio web informativo inicial con menú, horarios, ubicación, contacto y quizás un sistema de reservas simple.

**Configuración de Perfiles en Redes Sociales:** Establecer la presencia inicial en plataformas como Instagram, Facebook, Google My Business, con diseño de perfil y primeras publicaciones.

**Fotografía Profesional (Inicial):**

Sesiones de fotos de los platos, el local, el ambiente, el equipo. Estas imágenes son vitales para la web, redes sociales y material publicitario.

**Comunicación y Relaciones Públicas (Inicial):**

**Ejemplos:**

**Materia Prima:** Alimentos perecederos (frutas, verduras, carnes, lácteos), no perecederos (harinas, aceites, especias), productos de panadería y pastelería.

**Bebidas:** Gaseosas, jugos, aguas, cervezas, vinos, licores (el stock inicial para la barra y el salón).

**Insumos de Limpieza y Desinfección:** Productos para la higiene del local, cocina, baños, vajilla.

**Insumos de Empaque/Packaging:** Si hay servicio de delivery o take

Insumos de Empaque/Packaging: Si hay servicio de delivery o take-away (envases, bolsas, servilletas de papel, etc.).

Utensilios Menores: Pequeños elementos de cocina que se gastan o reponen con frecuencia (ej., esponjas, trapos, papel film, etc.).

Ejemplos:

Fondo de caja chica: Para vueltos, propinas, pequeños gastos diarios.

Pagos de servicios básicos iniciales: Aunque los servicios se paguen mensualmente, puede haber un período de gracia o necesidad de adelantos.

Pequeñas compras de último momento: Insumos que se olvidaron o se necesitan con urgencia.

Gastos de transporte o logística menores.

Pequeños imprevistos operativos.

Ejemplos:

Cursos obligatorios: Como el carnet de manipulador de alimentos (si no se incluye en "Licencias y Permisos" y se paga por persona).

Talleres de servicio al cliente: Para el personal de salón y barra.

Capacitación en el uso de equipos: Entrenamiento específico para el personal de cocina en el manejo de hornos, freidoras, etc.

Inducción a la marca y menú: Sesiones para que todo el equipo conozca la filosofía del negocio, los platos, ingredientes, alérgenos, etc.

Simulacros de servicio: Pruebas de operación con personal completo antes de la apertura.

Materiales de capacitación: Manuales, guías, etc.

Ejemplos:

Campaña de lanzamiento en redes sociales: Publicidad pagada en Instagram, Facebook, Google Ads para anunciar la próxima apertura.

Diseño e impresión de flyers, folletos o invitaciones: Para distribuir en la zona o en eventos.

Eventos de pre-lanzamiento o degustaciones privadas: Costos asociados a eventos para prensa, influencers o clientes VIP antes de la apertura oficial.

Material gráfico de señalización exterior temporal: Carteles de "Próxima Apertura", "En Construcción" con la marca.  
Contratación de agencia de prensa o relaciones públicas: Para gestionar la comunicación del lanzamiento.

**Inversión Inicial****Total inversión Inicial****Amortizaciones****Bienes de uso**

<b>Concepto de Inversión</b>	<b>Importe Total (sin IVA)</b>	<b>Importe Total (con IVA)</b>
<b>Instalaciones y Bienes de Uso</b>		
Obra /Remodelación	\$1.234.462,81	\$1.493.700,00
Equipamiento de Cocina	\$26.750.214,88	\$32.367.760,00
Equipamiento de Salón	\$6.384.664,46	\$7.725.444,00
Mobiliario y Decoración	3371900,826	4080000
Equipos de Oficina/TI	793379,34	959989,0014
Otros (si aplica)		
<b>**Activos Intangibles**</b>		
Licencias y Permisos	52000	62920
Gastos de Constitución	615000	744150
Desarrollo de Marca	1090000	1318900
<b>Capital de Trabajo Inicial</b>		

Inventario Inicial	2019631,91	2435110,124
Caja Inicial	7000000	8470000
<b>Otros Gastos Pre-Operativos</b>		
Capacitación de Personal	2100000	2541000
Publicidad Pre-Apertura	4630000	5602300

**Observaciones / Proveedor**

**Total sin IVA:** \$56.041.254,22

**Total con IVA:** \$67.801.273,12

**Total sin IVA:** \$2.255.968,38

**Total sin IVA:** \$37.300.159,50

IVA II  
\$40.029,47  
\$48.429,48

**Dólar** **1400**

\$8.400,01 neto iva

Estimación para X días/semanas	

Categoría	Nombre del Plato/Producto	Receta para		Peso Neto Porción:		
Pizza/Focaccia Produccion	Masa	68	Porciones	0,268		
Masa	<b>Ingredientes</b>	<b>Peso Neto</b>	<b>Un.de Medida</b>	<b>% Desperdicio</b>	<b>% Merma</b>	<b>% Incremento por cocción</b>
	Harina 00	10,000	Kg	0%	0%	0%
	Levadura seca	0,030	Kg	0%	0%	0%
	Sal	0,200	Kg	0%	0%	0%
	Agua	8,000	L	0%	0%	0%
		18,230				

Categoría	Nombre del Plato/Producto	Receta para		Peso Neto Porción:			
Pizza Producción	Salsa de tomate	62	Porciones	0,100			
Salsa de tomate	<b>Ingredientes</b>	<b>Peso Neto</b>	<b>Un.de Medida</b>	<b>% Desperdicio</b>	<b>% Merma</b>	<b>% Incremento por cocción</b>	
	Lata de tomate	6,000	Kg	0%	0%	0%	
	Aceite de oliva	0,150	L	0%	0%	0%	
	Sal	0,065	Kg	0%	0%	0%	
		6,215					

Categoría	Nombre del Plato/Producto	Receta para		Peso Neto Porción:		
-----------	---------------------------	-------------	--	--------------------	--	--

Categoría	Nombre del Plato/Producto	Receta para		Peso Neto Porción:		
Focaccia Producción	Coccion Focaccia	4	Porciones	0,234		
<b>Coccion focaccia</b>	<b>Ingredientes</b>	<b>Peso Neto</b>	<b>Un.de Medida</b>	<b>% Desperdicio</b>	<b>% Merma</b>	<b>% Incremento por cocción</b>
	Masa	0,85	Kg	0%	15%	0%
	Aceite de oliva	0,08	L	0%	0%	0%
	0	0,005	Kg	0%	0%	0%
		0,935				

Categoría	Nombre del Plato/Producto	Receta para		Peso Neto Porción:		
Pizza Producción	Coccion Pizza roja	1	Porciones	0,347		
<b>Coccion Pizza roja</b>	<b>Ingredientes</b>	<b>Peso Neto</b>	<b>Un.de Medida</b>	<b>% Desperdicio</b>	<b>% Merma</b>	<b>% Incremento por cocción</b>
	Masa	0,255	Kg	0%	5%	0%
	Salsa de tomat	0,092	Kg	0%	8%	0%
			0,347			

Categoría	Nombre del Plato/Producto	Receta para		Peso Neto Porción:		
Pizza Producción	Coccion pizza blanca	1	Porciones	0,270		
<b>Coccion Pizza blanca</b>	<b>Ingredientes</b>	<b>Peso Neto</b>	<b>Un.de Medida</b>	<b>% Desperdicio</b>	<b>% Merma</b>	<b>% Incremento por cocción</b>
	Masa	0,255	Kg	0%	5%	0%
	Aceite de oliva	0,015	L	0%	0%	0%

<b>Coccion pizza blanca</b>						
		0,27				

<b>Categoría</b>	<b>Nombre del Plato/Producto</b>		<b>Receta para</b>		<b>Peso Neto Porción:</b>	
Pizza	Nicola		1	Porciones	0,518	
Nicola	<b>Ingredientes</b>	<b>Peso Neto</b>	<b>Un.de Medida</b>	<b>% Desperdicio</b>	<b>% Merma</b>	<b>% Incremento por cocción</b>
	Pizza roja	0,347	Kg	0%	0%	0%
	Salsa de tomate	0,046	L	0%	8%	0%
	Mozzarella	0,12	Kg	0%	20%	0%
	Albahaca	0,005	Kg	10%	0%	0%
		0,518				

<b>Categoría</b>	<b>Nombre del Plato/Producto</b>		<b>Receta para</b>		<b>Peso Neto Porción:</b>	
Pizza	Giuseppe		1	Porciones	0,580	
Giuseppe	<b>Ingredientes</b>	<b>Peso Neto</b>	<b>Un.de Medida</b>	<b>% Desperdicio</b>	<b>% Merma</b>	<b>% Incremento por cocción</b>
	Pizza blanca	0,305	Kg	0%	0%	0%
	Cebolla blanca	0,075	Kg	15%	10%	0%
	Cebolla morada	0,056	Kg	15%	10%	0%
	Mozzarella	0,12	Kg	0%	20%	0%
	Aceite de oliva	0,02	L	0%	0%	0%
	Sal	0,002	Kg	0%	0%	0%
	Oregano	0,002	Kg	0%	0%	0%
		0,58				

<b>Categoría</b>	<b>Nombre del Plato/Producto</b>		<b>Receta para</b>		<b>Peso Neto Porción:</b>	
Pizza / focaccia Producción	Pesto de rucula		3	Porciones	0,077	
	<b>Ingredientes</b>	<b>Peso Neto</b>	<b>Un.de Medida</b>	<b>% Desperdicio</b>	<b>% Merma</b>	<b>% Incremento por cocción</b>
	Rucula	0,096	Kg	20%	0%	0%
	Aceite de oliva	0,06	L	0%	0%	0%
	Queso reggiani	0,04	Kg	0%	0%	0%

<b>Pesto de rucula</b>	Nuez	0,025	Kg	0%	0%	0%
	Ajo	0,005	Kg	15%	0%	0%
	Sal	0,004	Kg	0%	0%	0%
	Pimienta	0,002	Kg	0%	0%	0%
		0,232				

Categoría	Nombre del Plato/Producto	Receta para		Peso Neto Porción:		
Pizza Producción	Puré de limón	4	Porciones	0,023		
<b>Puré de limón</b>	<b>Ingredientes</b>	<b>Peso Neto</b>	<b>Un.de Medida</b>	<b>% Desperdicio</b>	<b>% Merma</b>	<b>% Incremento por cocción</b>
	Limón	0,08	Kg	70%	10%	0%
	Manteca	0,01	Kg	0%	0%	0%
	Sal	0,001	Kg	0%	0%	0%
	Azucar	0,001	Kg	0%	0%	0%
	Pimienta	0,001	Kg	0%	0%	0%
		0,093				

Categoría	Nombre del Plato/Producto	Receta para		Peso Neto Porción:		
Pizza	Carletto	1	Porciones	0,613		
<b>Carletto</b>	<b>Ingredientes</b>	<b>Peso Neto</b>	<b>Un.de Medida</b>	<b>% Desperdicio</b>	<b>% Merma</b>	<b>% Incremento por cocción</b>
	Pizza roja	0,347	Kg	0%	0%	0%
	Salsa de tomate	0,046	L	0%	8%	0%
	Mozzarella	0,12	Kg	0%	20%	0%
	Pesto de rucula	0,077	Kg	0%	0%	0%
	Pure de limon	0,023	Kg	0%	0%	0%
		0,613				

Categoría	Nombre del Plato/Producto	Receta para		Peso Neto Porción:		
Pizza Producción	Pure de calabaza	1	Porciones	0,101		
	<b>Ingredientes</b>	<b>Peso Neto</b>	<b>Un.de Medida</b>	<b>% Desperdicio</b>	<b>% Merma</b>	<b>% Incremento por cocción</b>

<b>Pure de calabaza</b>	Zapallo anco	0,1	kg	25%	15%	0%
	Sal	0,001	kg	0%	0%	0%
		0,101				

<b>Categoría</b>	<b>Nombre del Plato/Producto</b>		<b>Receta para</b>		<b>Peso Neto Porción:</b>	
Pizza	Pippo		1	Porciones	0,633	
<b>Pippo</b>	<b>Ingredientes</b>	<b>Peso Neto</b>	<b>Un.de Medida</b>	<b>% Desperdicio</b>	<b>% Merma</b>	<b>% Incremento por cocción</b>
	Pizza blanca	0,347	kg	0%	0%	0%
	Pure de calabaza	0,046	L	0%	8%	0%
	Mozzarella	0,12	Kg	0%	20%	0%
	Queso azul	0,045	Kg	0%	10%	0%
	Chorizo	0,07	Kg	10%	20%	0%
	Albahaca	0,005	Kg	10%	0%	0%
		0,633				

<b>Categoría</b>	<b>Nombre del Plato/Producto</b>		<b>Receta para</b>		<b>Peso Neto Porción:</b>	
Pizza Producción	Cebollas encurtidas		12	Porciones	0,160	
<b>Cebollas Encurtidas</b>	<b>Ingredientes</b>	<b>Peso Neto</b>	<b>Un.de Medida</b>	<b>% Desperdicio</b>	<b>% Merma</b>	<b>% Incremento por cocción</b>
	Cebolla morada	1	Kg	15%	0%	0%
	Vinagre	0,2	L	0%	0%	0%
	Limon	0,7	L	60%	0%	0%
	Sal	0,01	Kg	0%	0%	0%
	Pimienta	0,004	Kg	0%	0%	0%
	Azucar	0,01	Kg	0%	0%	0%
		1,924				

Categoría	Nombre del Plato/Producto	Receta para		Peso Neto Porción:		
Pizza	Don Severino	1	Porciones	0,525		
Don Severino	<b>Ingredientes</b>	<b>Peso Neto</b>	<b>Un.de Medida</b>	<b>% Desperdicio</b>	<b>% Merma</b>	<b>% Incremento por cocción</b>
	Pizza roja	0,347	Kg	0%	0%	0%
	Salsa de tomate	0,046	L	0%	8%	0%
	Ajo	0,002	Kg	15%	0%	0%
	Aceite de oliva	0,015	L	0%	0%	0%
	Cebollas encurtidas	0,1	Kg	40%	0%	0%
	Aceto balsámico	0,015	L	0%	0%	0%
		0,525				

Categoría	Nombre del Plato/Producto	Receta para		Peso Neto Porción:		
Focaccia	Assuntina	1	Porciones	0,594		
Assuntina	<b>Ingredientes</b>	<b>Peso Neto</b>	<b>Un.de Medida</b>	<b>% Desperdicio</b>	<b>% Merma</b>	<b>% Incremento por cocción</b>
	Focaccia	0,234	Kg	0%	0%	0%
	Rucula	0,096	Kg	20%	0%	0%
	Jamon crudo	0,114	Kg	5%	0%	0%
	Straciatela	0,15	Kg	0%	0%	0%
		0,594				

Categoría	Nombre del Plato/Producto	Receta para		Peso Neto Porción:		
Focaccia	Natalina	1	Porciones	0,564		
	<b>Ingredientes</b>	<b>Peso Neto</b>	<b>Un.de Medida</b>	<b>% Desperdicio</b>	<b>% Merma</b>	<b>% Incremento por cocción</b>
	Focaccia	0,234	Kg	0%	0%	0%
	Mozzarella	0,15	Kg	0%	0%	0%
	Mortadela	0,15	Kg	0%	0%	0%
	Pasta de pistacho	0,03	Kg	0%	0%	0%

<b>Natalina</b>						
		0,564				

<b>Categoría</b>	<b>Nombre del Plato/Producto</b>		<b>Receta para</b>		<b>Peso Neto Porción:</b>	
Focaccia	Mariagrazia		1	Porciones	0,584	
<b>Mariagrazia</b>	<b>Ingredientes</b>	<b>Peso Neto</b>	<b>Un.de Medida</b>	<b>% Desperdicio</b>	<b>% Merma</b>	<b>% Incremento por cocción</b>
	Focaccia	0,234	Kg	0%	0%	0%
	Queso ahumad	0,15	Kg	0%	0%	0%
	Kimchi	0,1	Kg	5%	0%	0%
	Radicheta	0,1	Kg	25%	0%	0%
		0,584				

<b>Categoría</b>	<b>Nombre del Plato/Producto</b>		<b>Receta para</b>		<b>Peso Neto Porción:</b>	
Focaccia produccin	Cherrys confitados		15	Porciones	0,095	
<b>Cherrys confitados</b>	<b>Ingredientes</b>	<b>Peso Neto</b>	<b>Un.de Medida</b>	<b>% Desperdicio</b>	<b>% Merma</b>	<b>% Incremento por cocción</b>
	Tomates cherry	1	Kg	0%	25%	0%
	Ajo	0,015	Kg	15%	0%	0%
	Aceite de oliva	0,4	L	0%	2%	0%
	Sal	0,01	Kg	0%	0%	0%
		1,425				

<b>Categoría</b>	<b>Nombre del Plato/Producto</b>		<b>Receta para</b>		<b>Peso Neto Porción:</b>	
Focaccia	Nonna Agostina		1	Porciones	0,455	
<b>Nonna Agostina</b>	<b>Ingredientes</b>	<b>Peso Neto</b>	<b>Un.de Medida</b>	<b>% Desperdicio</b>	<b>% Merma</b>	<b>% Incremento por cocción</b>
	Cherrys confita	0,066	Kg	30%	0%	0%
	Pesto	0,03	Kg	0%	0%	0%
	Burrata	0,125	Kg	0%	0%	0%

<b>Nonna Agostina</b>	Focaccia	0,234	Kg	0%	0%	0%
		0,455				

<b>Categoría</b>	<b>Nombre del Plato/Producto</b>		<b>Receta para</b>		<b>Peso Neto Porción:</b>	
Focaccia	Alfonsina		1	Porciones	0,534	
<b>Alfonsina</b>	<b>Ingredientes</b>	<b>Peso Neto</b>	<b>Un.de Medida</b>	<b>% Desperdicio</b>	<b>% Merma</b>	<b>% Incremento por cocción</b>
	Focaccia	0,234	Kg	0%	0%	0%
	Queso provolor	0,12	Kg	0%	0%	0%
	salame milan	0,12	Kg	0%	0%	0%
	Manteca de hie	0,06	Kg	0%	0%	0%
		0,534				

<b>Categoría</b>	<b>Nombre del Plato/Producto</b>		<b>Receta para</b>		<b>Peso Neto Porción:</b>	
Focaccia producción	Manteca de hierbas		18	Porciones	0,061	
<b>Manteca de hierbas</b>	<b>Ingredientes</b>	<b>Peso Neto</b>	<b>Un.de Medida</b>	<b>% Desperdicio</b>	<b>% Merma</b>	<b>% Incremento por cocción</b>
	Manteca	1	Kg	0%	0%	0%
	Tomillo	0,02	Kg	0%	8%	0%
	Romero	0,01	Kg	0%	20%	0%
	Ajo	0,02	Kg	15%	0%	0%
	Perejil	0,03	Kg	0%	0%	0%
	Sal	0,01	Kg	0%	0%	0%
		1,09				

<b>Categoría</b>	<b>Nombre del Plato/Producto</b>		<b>Receta para</b>		<b>Peso Neto Porción:</b>	
Postres producción	Panna cotta		5	Porciones	0,137	
	<b>Ingredientes</b>	<b>Peso Neto</b>	<b>Un.de Medida</b>	<b>% Desperdicio</b>	<b>% Merma</b>	<b>% Incremento por cocción</b>

<b>Panna Cotta</b>	Crema de leche	0,5	L	0%	5%	0%
	Azucar	0,1	Kg	0%	0%	0%
	Gelatina sin sal	0,005	Kg	0%	20%	0%
	Esencia de vainilla	0,005	L	0%	0%	0%
	Agua	0,015	L	0%	0%	0%
	Compota de frutas	0,06	Kg	0%	0%	0%
		0,685				

<b>Categoría</b>	<b>Nombre del Plato/Producto</b>		<b>Receta para</b>		<b>Peso Neto Porción:</b>	
Postres producción	Tiramisú		10	Porciones	0,128	
<b>Tiramisú</b>	<b>Ingredientes</b>	<b>Peso Neto</b>	<b>Un.de Medida</b>	<b>% Desperdicio</b>	<b>% Merma</b>	<b>% Incremento por cocción</b>
	Huevos	0,11	Kg	0%	0%	0%
	Azucar	0,1	Kg	0%	0%	0%
	Queso mascarpone	0,5	Kg	0%	0%	0%
	Vainillas	0,25	Kg	0%	0%	0%
	Café	0,3	Kg	0%	0%	100%
	Cacao amargo	0,02	Kg	0%	0%	0%
		1,28				

<b>Categoría</b>	<b>Nombre del Plato/Producto</b>		<b>Receta para</b>		<b>Peso Neto Porción:</b>		
Postres producción	Affogato		1	Porciones	0,120		
<b>Affogato</b>	<b>Ingredientes</b>	<b>Peso Neto</b>	<b>Un.de Medida</b>	<b>% Desperdicio</b>	<b>% Merma</b>	<b>% Incremento por cocción</b>	
	Helado de vainilla	0,1	L	0%	0%	0%	
	Café	0,02	Kg	0%	0%	100%	
		0,12					

<b>Categoría</b>	<b>Nombre del Plato/Producto</b>		<b>Receta para</b>		<b>Peso Neto Porción:</b>	
Postres producción	Helado de crema		1	Porciones	0,130	
Helado de crema	<b>Ingredientes</b>	<b>Peso Neto</b>	<b>Un.de Medida</b>	<b>% Desperdicio</b>	<b>% Merma</b>	<b>% Incremento por cocción</b>
	Helado de crem	0,12	L	0%	0%	0%
	Aceite de oliva	0,007	L	0%	0%	0%
	Sal marina	0,003	Kg	0%	0%	0%
		0,13				

## Estandarización de Recetas y Costos de Producción

<b>Categoría</b>			
Pizza	<b>Precio Promedio Unitario (sin IVA)</b>		<b>\$2.960,82</b>
<b>Categoría</b>			
Focaccia	<b>Precio Promedio Unitario (sin IVA)</b>		<b>\$5.261,63</b>
<b>Categoría</b>			
Postres	<b>Precio Promedio Unitario (sin IVA)</b>		<b>\$7.042,20</b>

	Costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)
Kg	\$138,22	-	-
<b>Rendimiento Total</b>	<b>Peso Bruto</b>	<b>Costo por kg MP (sin IVA)</b>	<b>Costo unitario</b>
100%	10,000	\$889,13	\$8.891,30
100%	0,030	\$12.900,00	\$387,00
100%	0,200	\$604,64	\$120,93
100%	8,000	\$0,00	\$0,00
			\$0,00
			\$0,00
		<b>costo por lote</b>	<b>\$9.399,23</b>

	costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)
Kg	\$188,28	-	-
<b>Rendimiento Total</b>	<b>Peso Bruto</b>	<b>Costo por kg MP (sin IVA)</b>	<b>Costo unitario</b>
100%	6,000	\$1.516,53	\$9.099,18
100%	0,150	\$16.900,00	\$2.535,00
100%	0,065	\$604,64	\$39,30
			\$0,00
			\$0,00
			\$0,00
			\$0,00
		<b>COSTO TOTAL MATERIA PRIMA</b>	<b>\$11.673,48</b>

	costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)
--	-------------------	-----------	---------------------------

Kg	\$467,60	-	-
Rendimiento Total	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario
85%	1,000	\$515,75	\$515,75
100%	0,080	\$16.900,00	\$1.352,00
100%	0,005	\$526,40	\$2,63
			\$0,00
			\$0,00
			\$0,00
			\$0,00
			\$0,00
		<b>COSTO TOTAL MATERIA PRIMA</b>	\$1.870,38

	costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)
Kg	\$326,72	-	-
Rendimiento Total	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario
95%	0,268	\$515,75	\$138,44
92%	0,100	\$1.882,80	\$188,28
			\$0,00
			\$0,00
			\$0,00
			\$0,00
			\$0,00
		<b>COSTO TOTAL MATERIA PRIMA</b>	\$326,72

	costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)
Kg	\$391,94	-	-
Rendimiento Total	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario
95%	0,268	\$515,75	\$138,44
100%	0,015	\$16.900,00	\$253,50
			\$0,00
			\$0,00
			\$0,00
			\$0,00

			\$0,00
		<b>COSTO TOTAL MATERIA PRIMA</b>	\$391,94

	costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)
Kg	\$2.865,44	22%	\$13.024,71
Rendimiento Total	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario
100%	0,347	\$1.516,53	\$526,24
92%	0,050	\$1.882,00	\$94,10
80%	0,150	\$14.565,12	\$2.184,77
90%	0,006	\$10.860,00	\$60,33
			\$0,00
			\$0,00
			\$0,00
		<b>COSTO TOTAL MATERIA PRIMA</b>	\$2.865,44

	costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)
Kg	\$3.088,96	23%	\$13.430,27
Rendimiento Total	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario
100%	0,305	\$1.451,63	\$442,75
75%	0,100	\$485,23	\$48,52
75%	0,075	\$784,00	\$58,54
80%	0,150	\$14.565,12	\$2.184,77
100%	0,020	\$16.900,00	\$338,00
100%	0,002	\$605,00	\$1,21
100%	0,002	\$7.587,60	\$15,18
		<b>COSTO TOTAL MATERIA PRIMA</b>	\$3.088,96

	costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)
Kg	\$712,24	-	-
Rendimiento Total	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario
80%	0,120	\$2.036,00	\$244,32
100%	0,060	\$16.900,00	\$1.014,00
100%	0,040	\$11.053,00	\$442,12

100%	0,025	\$13.464,00	\$336,60
85%	0,006	\$11.122,20	\$65,42
100%	0,004	\$604,64	\$2,42
100%	0,002	\$15.925,60	\$31,85
		<b>COSTO TOTAL MATERIA PRIMA</b>	\$2.136,73

	costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)
Kg	\$122,42	-	-
<b>Rendimiento Total</b>	<b>Peso Bruto</b>	<b>Costo por kg MP (sin IVA)</b>	<b>Costo unitario</b>
20%	0,400	\$905,00	\$362,00
100%	0,010	\$11.040,00	\$110,40
100%	0,001	\$604,64	\$0,60
100%	0,001	\$740,00	\$0,74
100%	0,001	\$15.925,60	\$15,93
			\$0,00
			\$0,00
		<b>COSTO TOTAL MATERIA PRIMA</b>	\$489,67

	costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)
Kg	\$3.521,85	27%	\$13.043,87
<b>Rendimiento Total</b>	<b>Peso Bruto</b>	<b>Costo por kg MP (sin IVA)</b>	<b>Costo unitario</b>
100%	0,347	\$1.516,53	\$526,24
92%	0,050	\$1.882,80	\$94,14
80%	0,150	\$14.565,12	\$2.184,77
100%	0,077	\$7.304,00	\$562,41
100%	0,023	\$6.708,40	\$154,29
			\$0,00
			\$0,00
		<b>COSTO TOTAL MATERIA PRIMA</b>	\$3.521,85

	costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)
Kg	\$192,85	-	-
<b>Rendimiento Total</b>	<b>Peso Bruto</b>	<b>Costo por kg MP (sin IVA)</b>	<b>Costo unitario</b>

40%	0,250	\$769,00	\$192,25
100%	0,001	\$604,64	\$0,60
			\$0,00
			\$0,00
			\$0,00
			\$0,00
			\$0,00
		<b>COSTO TOTAL MATERIA PRIMA</b>	\$192,85

	costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)
Kg	\$4.022,96	30%	<b>\$13.409,87</b>
Rendimiento Total	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario
100%	0,347	\$1.451,63	\$503,72
92%	0,050	\$192,00	\$9,60
80%	0,150	\$14.565,12	\$2.184,77
90%	0,050	\$13.557,00	\$677,85
70%	0,100	\$5.866,94	\$586,69
90%	0,006	\$10.860,00	\$60,33
			\$0,00
		<b>COSTO TOTAL MATERIA PRIMA</b>	\$4.022,96

	costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)
Kg	\$234,69	-	-
Rendimiento Total	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario
75%	1,333	\$784,00	\$1.045,33
100%	0,200	\$550,00	\$110,00
40%	1,750	\$905,00	\$1.583,75
100%	0,010	\$604,64	\$6,05
100%	0,004	\$15.925,60	\$63,70
100%	0,010	\$740,00	\$7,40
			\$0,00
		<b>COSTO TOTAL MATERIA PRIMA</b>	\$2.816,23

	costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)
Kg	\$1.304,88	10%	<b>\$13.048,84</b>
Rendimiento Total	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario
100%	0,347	\$1.516,53	\$526,24
92%	0,050	\$1.882,80	\$94,14
85%	0,002	\$11.122,20	\$26,17
100%	0,015	\$16.900,00	\$253,50
60%	0,167	\$1.478,63	\$246,44
100%	0,015	\$10.560,00	\$158,40
			\$0,00
		<b>COSTO TOTAL MATERIA PRIMA</b>	\$1.304,88

	costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)
Kg	\$6.644,37	43%	<b>\$15.633,81</b>
Rendimiento Total	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario
100%	0,234	\$1.998,29	\$467,60
80%	0,120	\$2.036,00	\$244,32
95%	0,120	\$26.356,19	\$3.162,74
100%	0,150	\$18.464,71	\$2.769,71
			\$0,00
			\$0,00
		<b>COSTO TOTAL MATERIA PRIMA</b>	\$6.644,37

	costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)
Kg	\$4.733,89	31%	<b>\$15.270,61</b>
Rendimiento Total	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario
100%	0,234	\$1.998,29	\$467,60
100%	0,150	\$14.565,12	\$2.184,77
100%	0,150	\$5.612,39	\$841,86
100%	0,030	\$41.322,10	\$1.239,66
			\$0,00
			\$0,00

			\$0,00
		<b>COSTO TOTAL MATERIA PRIMA</b>	\$4.733,89

	costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)
Kg	\$6.923,77	42%	<b>\$16.485,17</b>
Rendimiento Total	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario
100%	0,234	\$1.998,29	\$467,60
100%	0,150	\$24.418,73	\$3.662,81
95%	0,105	\$18.949,61	\$1.994,70
75%	0,133	\$5.990,00	\$798,67
			\$0,00
			\$0,00
			\$0,00
		<b>COSTO TOTAL MATERIA PRIMA</b>	\$6.923,77

	costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)
Kg	\$795,13	-	-
Rendimiento Total	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario
75%	1,333	\$3.620,00	\$4.826,67
85%	0,018	\$11.122,20	\$196,27
98%	0,408	\$16.900,00	\$6.897,96
100%	0,010	\$604,00	\$6,04
			\$0,00
			\$0,00
			\$0,00
		<b>COSTO TOTAL MATERIA PRIMA</b>	\$11.926,94

	costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)
Kg	\$3.726,24	25%	<b>\$14.904,94</b>
Rendimiento Total	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario
70%	0,094	\$1.516,53	\$142,99
100%	0,030	\$7.304,00	\$219,12
100%	0,125	\$23.172,23	\$2.896,53

100%	0,234	\$1.998,29	\$467,60
			\$0,00
			\$0,00
			\$0,00
		<b>COSTO TOTAL MATERIA PRIMA</b>	\$3.726,24

	costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)
Kg	\$4.279,90	30%	<b>\$14.266,35</b>
<b>Rendimiento Total</b>	<b>Peso Bruto</b>	<b>Costo por kg MP (sin IVA)</b>	<b>Costo unitario</b>
100%	0,234	\$1.998,29	\$467,60
100%	0,120	\$18.922,00	\$2.270,64
100%	0,120	\$8.233,00	\$987,96
100%	0,060	\$9.228,40	\$553,70
		<b>COSTO TOTAL MATERIA PRIMA</b>	\$4.279,90

	costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)
Kg	\$665,31	-	-
<b>Rendimiento Total</b>	<b>Peso Bruto</b>	<b>Costo por kg MP (sin IVA)</b>	<b>Costo unitario</b>
100%	1,000	\$11.040,00	\$11.040,00
92%	0,022	\$8.412,00	\$182,87
80%	0,013	\$10.278,30	\$128,48
85%	0,024	\$11.122,20	\$261,70
100%	0,030	\$9.648,80	\$289,46
100%	0,010	\$7.304,00	\$73,04
		<b>COSTO TOTAL MATERIA PRIMA</b>	\$11.975,55

	costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)
Kg	\$988,81	14%	<b>\$7.062,96</b>
<b>Rendimiento Total</b>	<b>Peso Bruto</b>	<b>Costo por kg MP (sin IVA)</b>	<b>Costo unitario</b>

95%	0,526	\$7.400,00	\$3.894,74
100%	0,100	\$740,00	\$74,00
100%	0,005	\$17.354,40	\$86,77
100%	0,005	\$2.912,00	\$14,56
100%	0,015	\$0,00	\$0,00
100%	0,060	\$14.566,70	\$874,00
			\$0,00
		<b>COSTO TOTAL MATERIA PRIMA</b>	\$4.944,07

	costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)
Kg	\$1.261,06	18%	<b>\$7.005,87</b>
<b>Rendimiento Total</b>	<b>Peso Bruto</b>	<b>Costo por kg MP (sin IVA)</b>	<b>Costo unitario</b>
100%	0,110	\$2.677,68	\$294,54
100%	0,100	\$740,00	\$74,00
100%	0,500	\$9.475,38	\$4.737,69
100%	0,250	\$8.283,07	\$2.070,77
200%	0,150	\$35.084,29	\$5.262,64
100%	0,020	\$8.545,60	\$170,91
			\$0,00
		<b>COSTO TOTAL MATERIA PRIMA</b>	\$12.610,56

	costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)
Kg	\$670,54	10%	<b>\$7.058,35</b>
<b>Rendimiento Total</b>	<b>Peso Bruto</b>	<b>Costo por kg MP (sin IVA)</b>	<b>Costo unitario</b>
100%	0,100	\$3.197,00	\$319,70
200%	0,010	\$35.084,29	\$350,84
			\$0,00
			\$0,00
			\$0,00
			\$0,00
			\$0,00
		<b>COSTO TOTAL MATERIA PRIMA</b>	\$670,54

	<b>costo por porción</b>	<b>Food Cost</b>	<b>Precio de Venta (sin IVA)</b>
<b>Kg</b>	\$514,04	7%	<b>\$7.041,63</b>
<b>Rendimiento Total</b>	<b>Peso Bruto</b>	<b>Costo por kg MP (sin IVA)</b>	<b>Costo unitario</b>
100%	0,120	\$3.197,00	\$383,64
100%	0,007	\$16.900,00	\$118,30
100%	0,003	\$4.033,05	\$12,10
			\$0,00
			\$0,00
			\$0,00
			\$0,00
		<b>COSTO TOTAL MATERIA PRIMA</b>	\$514,04

<b>Tiempos de Producción por Porción en min. Categoría Pizza</b>	<b>49,00</b>
<b>Tiempos de Producción por Porción en min. Categoría Focaccia</b>	<b>38,00</b>
<b>Tiempos de Producción por Porción en min. Categoría Postre</b>	<b>18,40</b>

<b>Ttipo</b>	<b>Tiempo total por Lote</b>	<b>Tiempo por porción</b>
	46	0,68
<b>Descripción y evaluación de tiempos</b>	<b>Tiempo MO en minutos</b>	<b>Tiempo MQ en minutos</b>
Pesar ingredientes	3	0
Colocar en la amasadora	1	0
Amasar 10 minutos	0	10
Dividir 36 bollos de 268 gramos y 8 bollos de 1kg	10	0
Bollar	15	0
Almacenar en las bateas correspondientes y rotular con la fecha y encargado	7	0
	0	0
<b>Tiempo Total</b>	<b>36</b>	<b>10</b>

	<b>Tiempo total por Lote</b>	<b>Tiempo por porción</b>
	7	0,11
<b>Descripción y evaluación de tiempos</b>	<b>Tiempo MO en minutos</b>	<b>Tiempo MQ en minutos</b>
Pesar ingredientes	1	0
Triturar tomate a mano por 3 minutos	3	0
Agregar aceite y sal	1	0
Mezclar	1	0
Almacenar y rotular con fecha y encargado de producción	1	0
	0	0
	0	0
<b>Tiempo Total</b>	<b>7</b>	<b>0</b>

	<b>Tiempo total por Lote</b>	<b>Tiempo por porción</b>
--	------------------------------	---------------------------

Descripción y evaluación de tiempos	95	23,75
	Tiempo MO en minutos	Tiempo MQ en minutos
Pesar ingredientes	2	0
Estirar masas sobre placas aceitadas hasta que llegue a todos los bordes de la	2	0
Dejar leudar	0	40
Precalentar horno a 250 grados por 15 minutos	1	15
Desgasificar, agregar aceite y sal distribuyendolo por la superficie de la focaccia	2	0
Hornear por 25 minutos a 250 grados	1	25
Porcionar y cortando a la mitad en ambos sentidos.	5	0
Almacenar en el rack envuelto en film y rotulado.	2	0
<b>Tiempo Total</b>	15	80

Descripción y evaluación de tiempos	Tiempo total por Lote	Tiempo por porción
	24	24,00
	Tiempo MO en minutos	Tiempo MQ en minutos
Retirar bateas de bollos	1	0
Precalentar el horno por 15 minutos a 350 grados	1	15
Estirar masa en forma semi oval a 30 centímetros	1	0
Distribuir el tomate por encima de la pizza	1	0
Hornear a 350 grados 2 minutos	1	0
Retirar del horno y almacenar en el rack envuelto en film y rotulado	2	2
	0	0
<b>Tiempo Total</b>	7	17

Descripción y evaluación de tiempos	Tiempo total por Lote	Tiempo por porción
	24	24,00
	Tiempo MO en minutos	Tiempo MQ en minutos
Retirar bateas de bollos	1	0
Precalentar el horno por 15 minutos a 350 grados	1	15
Estirar masa en forma semi oval a 30 centímetros	1	0
Distribuir el aceite por encima de la pizza	1	0
Hornear a 350 grados 2 minutos	1	0
Retirar del horno y almacenar en el rack envuelto en film y rotulado	2	2

	0	0
<b>Tiempo Total</b>	7	17

	<b>Tiempo total por Lote</b>	<b>Tiempo por porción</b>
	8	8,00
<b>Descripción y evaluación de tiempos</b>	<b>Tiempo MO en minutos</b>	<b>Tiempo MQ en minutos</b>
Tomar pizza roja precocida	1	0
Colocar por encima el tomate y la muzzarella distribuidas por encima	1	0
Llevar a horno a 350 grados por 2 minutos	1	2
Retirar y terminar con 3/4 hojas de albahaca distribuidas por encima	1	0
Cortar en 4 porciones y servir en tabla o en caja segun tipo de pedido	1	0
	1	0
	0	0
<b>Tiempo Total</b>	6	2

	<b>Tiempo total por Lote</b>	<b>Tiempo por porción</b>
	12	12,00
<b>Descripción y evaluación de tiempos</b>	<b>Tiempo MO en minutos</b>	<b>Tiempo MQ en minutos</b>
Cortar cebollas, colocarles sal y reservar	5	0
Despues de 10 minutos escurrir el liquido de las cebollas	1	0
Tomar pizza blanca precocida	1	0
Colocarle la muzzarella, las cebollas y el aceite de oliva por encima	1	0
Llevar a horno a 350 grados por 2 minutos	1	2
Cortar en 4 porciones y servir en tabla o en caja segun tipo de pedido	1	0
	0	0
<b>Tiempo Total</b>	10	2

	<b>Tiempo total por Lote</b>	<b>Tiempo por porción</b>
	9	3,00
<b>Descripción y evaluación de tiempos</b>	<b>Tiempo MO en minutos</b>	<b>Tiempo MQ en minutos</b>
Alistar ingredientes y utensilios	2	0
Pesar ingredientes	2	0
Colocar todos los ingredientes en la procesadora	1	0

Procesar por un minuto	0	1
Pasar a una botella con pico	1	0
Cerrar y rotular	1	0
Reservar en heladera.	1	0
<b>Tiempo Total</b>	<b>8</b>	<b>1</b>

	<b>Tiempo total por Lote</b>	<b>Tiempo por porción</b>
	14	3,50
<b>Descripción y evaluación de tiempos</b>	<b>Tiempo MO en minutos</b>	<b>Tiempo MQ en minutos</b>
Alistar ingredientes y utensilios	2	0
Pesar ingredientes	1	0
Blanquear las cascara de limon 3 veces	7	0
Agregar manteca, sal, azucar y pimienta	1	0
Colocar todos los ingredientes en la procesadora	1	0
Procesar por 1 minuto	0	1
Pasar a un bowl rotulado y reservar en heladera	1	0
<b>Tiempo Total</b>	<b>13</b>	<b>1</b>

	<b>Tiempo total por Lote</b>	<b>Tiempo por porción</b>
	12	12,00
<b>Descripción y evaluación de tiempos</b>	<b>Tiempo MO en minutos</b>	<b>Tiempo MQ en minutos</b>
Tomar pizza roja precocida	4	0
Colocar por encima el tomate y la muzzarella distribuidas por encima	1	0
Llevar a horno a 350 grados por 2 minutos	1	0
Retirar	1	2
Colocar el pesto por encima de la superficie en forma de lineas diagonales	1	0
Colocar 4 cucharadas de pure de limon, una en cada porcion	1	0
Cortar en 4 porciones y servir en tabla o en caja segun tipo de pedido	1	0
<b>Tiempo Total</b>	<b>10</b>	<b>2</b>

	<b>Tiempo total por Lote</b>	<b>Tiempo por porción</b>
	19	19,00
<b>Descripción y evaluación de tiempos</b>	<b>Tiempo MO en minutos</b>	<b>Tiempo MQ en minutos</b>

Alistar ingredientes y utensilios	4	0
Pesar ingredientes	1	0
Hervir zapallo	9	0
Colar y agregar sal	2	0
Colocar en la procesadora	1	0
Procesar por 1 minuto	0	1
Pasar a un bowl rotulado y reservar en heladera	1	0
<b>Tiempo Total</b>	18	1

	<b>Tiempo total por Lote</b>	<b>Tiempo por porción</b>
	8	8,00
<b>Descripción y evaluación de tiempos</b>	<b>Tiempo MO en minutos</b>	<b>Tiempo MQ en minutos</b>
	0	0
Tomar una pizza blanca pre cocida	1	0
Esparcir pure de calabaza por la superficie	1	0
Agregar mozzarella, queso azul y chorizo disperso por la pizza	1	0
Llevar a horno a 350 grados por 2 minutos	1	2
Retirar y terminar con albahaca	1	0
Cortar en 4 porciones y servir en tabla o en caja segun tipo de pedido	1	0
<b>Tiempo Total</b>	6	2

	<b>Tiempo total por Lote</b>	<b>Tiempo por porción</b>
	11	0,92
<b>Descripción y evaluación de tiempos</b>	<b>Tiempo MO en minutos</b>	<b>Tiempo MQ en minutos</b>
Alistar ingredientes y utensilios	2	0
Pesar ingredientes	2	0
Cortar cebollas en pluma	4	0
Mezclar todo en un recipiente rotulado	1	0
Reservar en heladera	1	0
	1	0
	0	0
<b>Tiempo Total</b>	11	0

	Tiempo total por Lote	Tiempo por porción
	9	9,00
Descripción y evaluación de tiempos	Tiempo MO en minutos	Tiempo MQ en minutos
Alistar ingredientes y utensilios	2	0
Tomar una pizza roja pre cocida	1	0
Colocar el tomate y el ajo esparcidos por la superficie	1	0
Llevar al horno a 380 grados	1	2
Retirar y terminar con el aceite, aceto y cebollas esparcidos por la superficie	1	0
Cortar en 4 porciones y servir en tabla o en caja segun tipo de pedido	1	0
	0	0
<b>Tiempo Total</b>	7	2

	Tiempo total por Lote	Tiempo por porción
	6	6,00
Descripción y evaluación de tiempos	Tiempo MO en minutos	Tiempo MQ en minutos
Alistar ingredientes y utensilios	2	0
Abrir una focaccia	1	0
Colocar rucula, jamon crudo y stracciatela	1	0
Cerrar, envolver en papel manteca	1	0
Cortar al medio en sentido diagonal y servir	1	0
	0	0
	0	0
<b>Tiempo Total</b>	6	0

	Tiempo total por Lote	Tiempo por porción
	6	6,00
Descripción y evaluación de tiempos	Tiempo MO en minutos	Tiempo MQ en minutos
Alistar ingredientes y utensilios	2	0
Abrir una focaccia	1	0
untar ambas mitades del pan con la pasta de pistacho	1	0
Colocar mozzarella y mortadela	1	0
Cerrar, envolver en papel manteca	1	0
Cortar al medio en sentido diagonal y servir	0	0

	0	0
<b>Tiempo Total</b>	6	0

	<b>Tiempo total por Lote</b>	<b>Tiempo por porción</b>
	8	8,00
<b>Descripción y evaluación de tiempos</b>	<b>Tiempo MO en minutos</b>	<b>Tiempo MQ en minutos</b>
Alistar ingredientes y utensilios	3	0
Abrir una focaccia	1	0
Colocar queso, radicheta y kimchi (en ese orde de abajo hacia arriba)	2	0
Cerrar, envolver en papel manteca	1	0
Cortar al medio y servir	1	0
	0	0
	0	0
<b>Tiempo Total</b>	8	0

	<b>Tiempo total por Lote</b>	<b>Tiempo por porción</b>
	67	4,47
<b>Descripción y evaluación de tiempos</b>	<b>Tiempo MO en minutos</b>	<b>Tiempo MQ en minutos</b>
Alistar ingredientes y utensilios	2	0
Colocar los tomates y los dientes de ajo en una fuente de horno	1	0
Cubrir en aceite de oliva	1	0
Llevar al horno a 130 grados por 1 hora	1	60
Agregar la sal	1	0
Reservar en recipientes cerrados y rotulados	1	0
	0	0
<b>Tiempo Total</b>	7	60

	<b>Tiempo total por Lote</b>	<b>Tiempo por porción</b>
	9	9,00
<b>Descripción y evaluación de tiempos</b>	<b>Tiempo MO en minutos</b>	<b>Tiempo MQ en minutos</b>
Alistar ingredientes y utensilios	2	0
Abrir una focaccia	1	0
Untar ambas mitades con pesto	1	0

Colocar cherrys y burrata	1	2
Cerrar, envolver en papel manteca	1	0
Cortar al medio y servir	1	0
	0	0
<b>Tiempo Total</b>	7	2

	Tiempo total por Lote	Tiempo por porción
	9	9,00
<b>Descripción y evaluación de tiempos</b>	<b>Tiempo MO en minutos</b>	<b>Tiempo MQ en minutos</b>
Alistar ingredientes y utensilios	2	0
Abrir una focaccia	1	0
Untar manteca en ambas mitades	1	0
Colocar manteca, salame y queso	1	2
Cerrar, envolver en papel manteca	1	0
Cortar al medio y servir	1	0
	0	0
<b>Tiempo Total</b>	7	2

	Tiempo total por Lote	Tiempo por porción
	8	0,44
<b>Descripción y evaluación de tiempos</b>	<b>Tiempo MO en minutos</b>	<b>Tiempo MQ en minutos</b>
Alistar ingredientes y utensilios	2	0
Pesar ingredientes	1	0
Mezclar energicamente todos los ingredientes	3	0
Guardar en los tuppens correspondientes	2	0
	0	0
	0	0
	0	0
<b>Tiempo Total</b>	8	0

	Tiempo total por Lote	Tiempo por porción
	20	4,00
<b>Descripción y evaluación de tiempos</b>	<b>Tiempo MO en minutos</b>	<b>Tiempo MQ en minutos</b>

Alistar ingredientes y utensilios	4	0
Llevar la crema con el azucar a fuego medio y revolver	5	5
Una vez que este caliente pero sin hervir, retirar del fuego	1	0
Disolver la gelatina en el agua y agregar a la mezcla de la crema	1	0
Agregar la escencia de vainilla	1	0
Llevar a moldes individuales y enfriar	2	0
Agregar la compota de frutos rojos y servir	1	0
<b>Tiempo Total</b>	15	5

	<b>Tiempo total por Lote</b>	<b>Tiempo por porción</b>
	24	2,40
<b>Descripción y evaluación de tiempos</b>	<b>Tiempo MO en minutos</b>	<b>Tiempo MQ en minutos</b>
Alistar ingredientes y utensilios	2	0
batir las yemas con azucar hasta blanquear	5	0
Incorporar mascarpone	3	0
Batir claras a nieve y mezclar con la crema	3	3
Preparar café espresso	1	1
Humedecer vainillas y armar tiramisú	5	0
Espolvorear cacao, tapar y refrigerar	1	0
<b>Tiempo Total</b>	20	4

	<b>Tiempo total por Lote</b>	<b>Tiempo por porción</b>
	7	7,00
<b>Descripción y evaluación de tiempos</b>	<b>Tiempo MO en minutos</b>	<b>Tiempo MQ en minutos</b>
Alistar ingredientes y utensilios	2	0
Servir bocha de helado	1	0
Preparar café espresso	2	1
Verter el café sobre el helado y presentar	1	0
	0	0
	0	0
	0	0
<b>Tiempo Total</b>	6	1

	<b>Tiempo total por Lote</b>	<b>Tiempo por porción</b>
	5	5,00
<b>Descripción y evaluación de tiempos</b>	<b>Tiempo MO en minutos</b>	<b>Tiempo MQ en minutos</b>
Alistar ingredientes y utensilios	2	0
Servir quenelle de helado	1	0
Agregar aceite y sal marina	1	0
Servir	1	0
	0	0
	0	0
	0	0
<b>Tiempo Total</b>	5	0

r Porción) y e

o (Servido por Porción) y el % Rendimiento Total (que ya incluye el desperdicio, la merma y el incremento).

Vertical line segment 1

Vertical line segment 2

Vertical line segment 3

|

|

|

|

1

2

3

4

1

2

3

4

Vertical line segment 1

Vertical line segment 2

Vertical line segment 3

|

|

|

|

|

|

|

|

1

2

3

4

1

## Proyección Gastos Fijos

Proyección Gastos Fijos				
Concepto de Costo Fijo	Monto Mensual Estimado (sin IVA)	Observaciones / Supuestos	Mismo mes	Mes siguiente
Alquiler del Local 146m2	\$ 600.000,00		\$ 600.000,00	
Servicios (Luz, Agua, Gas)	\$ 220.000,00	Con iluminacion en el patio		\$ 220.000,00
Sueldos y Cargas Sociales	\$ 650.000,00	Personal administrativo: contador, abogado y cm.		\$ 650.000,00
Seguros	\$ 50.000,00	Seguro de incendio, responsabilidad civil, cristales rotos y robo	\$ 50.000,00	
Mantenimiento y Reparaciones	---	Mantenimiento preventivo, pequeñas reparaciones	---	
Impuestos y Tasas Fijas	\$ 80.000,00	ARBA, ABL, habilitacion comercial.		\$ 80.000,00
Gastos de Administración	\$ 40.000,00	Material de oficina, contaduría, legales	\$ 40.000,00	
Amortizaciones	\$ 200.000,00	Depreciación de activos fijos (calcular anualmente y dividir por 12)	\$ 200.000,00	
Otros Costos Fijos	\$ 30.000,00	Software de gestion, marketing digital.	\$ 30.000,00	
<b>**TOTAL COSTOS FIJOS MENSUALES**</b>	<b>\$ 1.870.000,00</b>			
\$	\$ 1.870.000,00		\$ 920.000,00	\$ 950.000,00
USD	<b>U\$D1.335,71</b>		<b>U\$D657,14</b>	<b>U\$D678,57</b>

**Dólar**

**1400**

**Dólar****1400****CCT -**

<b>Operativo - Administrativo</b>	<b>Puesto laboral</b>	<b>Puesto CCT</b>	<b>S.B. 48HS</b>	<b>Cant. Hs</b>	<b>Proporcional</b>
O	Encargado	Encargado	\$1.719.270,00	48,00	\$1.719.270,00
O	Pizzero	Maestro pizzero	\$1.719.270,00	48,00	\$1.719.270,00
O	Runner	Camarero	\$1.347.947,00	48,00	\$1.347.947,00
O	Pizzero	Maestro pizzero	\$1.719.270,00	48,00	\$1.719.270,00
O	Asistente	Ayudante de pizzero	\$1.166.130,00	48,00	\$1.166.130,00
<b>TOTALES</b>			<b>\$7.671.887,00</b>		<b>\$ 7.671.887,00</b>

<b>AÑO 1</b>	<b>COSTO LABORAL A PAGAR</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>COSTO LABORAL A PAGAR</b>
<b>ENERO</b>		<b>ENERO</b>	\$14.435.422,58
<b>FEBRERO</b>	\$14.435.422,58	<b>FEBRERO</b>	\$14.435.422,58
<b>MARZO</b>	\$14.435.422,58	<b>MARZO</b>	\$14.435.422,58
<b>ABRIL</b>	\$14.435.422,58	<b>ABRIL</b>	\$14.435.422,58
<b>MAYO</b>	\$14.435.422,58	<b>MAYO</b>	\$14.435.422,58
<b>JUNIO</b>	\$21.653.133,87	<b>JUNIO</b>	\$21.653.133,87
<b>JULIO</b>	\$14.435.422,58	<b>JULIO</b>	\$14.435.422,58
<b>AGOSTO</b>	\$14.435.422,58	<b>AGOSTO</b>	\$14.435.422,58
<b>SEPTIEMBRE</b>	\$14.435.422,58	<b>SEPTIEMBRE</b>	\$14.435.422,58
<b>OCTUBRE</b>	\$14.435.422,58	<b>OCTUBRE</b>	\$14.435.422,58
<b>NOVIEMBRE</b>	\$14.435.422,58	<b>NOVIEMBRE</b>	\$14.435.422,58

<b>DICIEMBRE</b>	\$29.736.970,51	<b>DICIEMBRE</b>	\$29.736.970,51
<b>TOTAL PAGOS AÑO 1</b>	\$ 181.308.907,59	<b>TOTAL PAGOS AÑO 2</b>	\$ 195.744.330,17
<b>TOTAL PAGOS U\$D AÑO 1</b>	USD 129.506,36	<b>TOTAL PAGOS U\$D AÑO 2</b>	USD 139.817,38

<b>AD. 47% (CABA - ZN)</b>	<b>S. Bruto</b>	<b>Cont. (28%)</b>	<b>Costo total mensual</b>	<b>Vac. Bruto</b>	<b>SAC. Bruto</b>
\$808.056,90	\$2.527.326,90	\$707.651,53	\$3.234.978,43	\$1.415.303,06	\$2.527.326,90
\$808.056,90	\$2.527.326,90	\$707.651,53	\$3.234.978,43	\$1.415.303,06	\$2.527.326,90
\$633.535,09	\$1.981.482,09	\$554.814,99	\$2.536.297,08	\$1.109.629,97	\$1.981.482,09
\$808.056,90	\$2.527.326,90	\$707.651,53	\$3.234.978,43	\$1.415.303,06	\$2.527.326,90
\$548.081,10	\$1.714.211,10	\$479.979,11	\$2.194.190,21	\$959.958,22	\$1.714.211,10
\$3.605.786,89	\$ 11.277.673,89	\$3.157.748,69	\$14.435.422,58	\$ 6.315.497,38	\$ 11.277.673,89

**TOTAL**

<b>AÑO 3</b>	<b>COSTO LABORAL A PAGAR</b>	<b>AÑO 4*</b> *Fuera del horizonte temporal.
<b>ENERO</b>	\$14.435.422,58	<b>ENERO año 4</b>
<b>FEBRERO</b>	\$14.435.422,58	<b>TOTAL PAGOS U\$D AÑO 4</b>
<b>MARZO</b>	\$14.435.422,58	
<b>ABRIL</b>	\$14.435.422,58	
<b>MAYO</b>	\$14.435.422,58	
<b>JUNIO</b>	\$21.653.133,87	
<b>JULIO</b>	\$14.435.422,58	
<b>AGOSTO</b>	\$14.435.422,58	
<b>SEPTIEMBRE</b>	\$14.435.422,58	
<b>OCTUBRE</b>	\$14.435.422,58	
<b>NOVIEMBRE</b>	\$14.435.422,58	

<b>DICIEMBRE</b>	\$29.736.970,51	
<b>TOTAL PAGOS AÑO 3</b>	\$ 195.744.330,17	
<b>TOTAL PAGOS U\$D AÑO 3</b>	USD 139.817,38	

<b>Cont. Vac. (28%)</b>	<b>Cont. SAC (28%)</b>	<b>Costo laboral anual total</b>
\$396.284,86	\$707.651,53	\$43.866.307,54
\$396.284,86	\$707.651,53	\$43.866.307,54
\$310.696,39	\$554.814,99	\$34.392.188,34
\$396.284,86	\$707.651,53	\$43.866.307,54
\$268.788,30	\$479.979,11	\$29.753.219,22
\$1.768.339,27	\$ 3.157.748,69	\$195.744.330,17

\$ 195.744.330,17	\$ 139.817,38
-------------------	---------------

<b>SUELDOS A PAGAR</b>
\$ 14.435.422,58
USD 10.311,02



Dólar

1400

## CARTA DE PRODUCTOS - A

Producto/Servicio	Receta / Insumos	Cantidad (Bruto)	U. M	Precio Proveedor (\$)	Costo (\$)	Precio de venta (\$)
Panna Cotta	Crema de leche	0,100	L	\$ 7.400,00	\$ 976	\$ 7.063
	Azúcar	0,020	Kg	\$ 740,00		
	Gelatina sin sabor	0,001	Kg	\$ 17.354,40		
	Esencia de vainilla	0,010	L	\$ 2.912,00		
	Agua	0,003	L	\$ 0,00		
	Compota de frutos rojos	0,012	Kg	\$ 14.566,70		
Tiramisú	Huevos	0,011	Kg	\$ 2.677,68	\$ 1.787	\$ 7.006
	Azúcar	0,010	Kg	\$ 740,00		
	Queso mascarpone	0,050	Kg	\$ 9.475,38		
	Vainillas	0,025	Kg	\$ 8.283,07		
	Café	0,030	Kg	\$ 35.084,29		
	Cacao amargo	0,002	Kg	\$ 8.545,60		
Affogato	Helado de vainilla	0,100	L	\$ 3.197,00	\$ 1.021	\$ 7.058
	Café	0,020	Kg	\$ 35.084,29		
	Helado de crema	0,120	L	\$ 3.197,00		
	Aceite de oliva	0,007	L	\$ 16.900,00		
	Sal marina	0,003	Kg	\$ 4.033,05		

<b>Helado de crema</b>					\$ 514	\$ 7.042
<b>Foccacia Assuntina</b>	Foccacia	0,234	Kg	\$ 1.998,29	\$ 6.644	\$ 15.634
	Rúcula	0,120	Kg	\$ 2.036,00		
	Jamón Crudo	0,120	Kg	\$ 26.356,19		
	Stracciatela	0,150	Kg	\$ 18.464,71		
<b>Foccacia Natalina</b>	Foccacia	0,234	Kg	\$ 1.998,29	\$ 4.734	\$ 15.271
	Mozzarella	0,150	Kg	\$ 14.565,12		
	Mortadela	0,150	Kg	\$ 5.612,39		
	Pasta de pistachos	0,030	Kg	\$ 41.322,10		
<b>Foccacia Mariagrazia</b>	Foccacia	0,234	Kg	\$ 1.998,29	\$ 6.917	\$ 16.485
	Queso humado	0,150	Kg	\$ 24.418,73		
	Kimche	0,105	Kg	\$ 18.949,61		
	Radicheta	0,133	Kg	\$ 5.990,00		
<b>Foccacia Nonna Agostina</b>	Foccacia	0,234	Kg	\$ 1.998,29	\$ 3.726	\$ 14.905
	Cherrys confitados	0,094	Kg	\$ 1.516,53		
	Pesto	0,030	Kg	\$ 7.304,00		
	Burrata	0,125	Kg	\$ 23.172,23		

<b>Foccacia Alfonsina</b>	Foccacia	0,234	Kg	\$ 1.998,29	\$ 4.280	\$ 14.266
	Queso provolone	0,120	Kg	\$ 18.922,00		
	Salame milán	0,120	Kg	\$ 8.233,00		
	Manteca de hierbas	0,060	Kg	\$ 9.228,40		
<b>Pizza Carletto</b>	Pizza roja	0,347	Kg	\$ 1.516,53	\$ 3.522	\$ 13.044
	Salsa de tomate	0,050	L	\$ 1.882,80		
	Mozzarella	0,150	Kg	\$ 14.565,12		
	Pesto de rúcula	0,077	Kg	\$ 7.304,00		
	Puré de limón	0,023	Kg	\$ 6.708,40		
<b>Pizza Pippo</b>	Pizza blanca	0,347	Kg	\$ 1.451,63	\$ 4.028	\$ 13.410
	Puré de calabaza	0,050	L	\$ 192,00		
	Mozzarella	0,150	Kg	\$ 14.565,12		
	Queso azul	0,050	Kg	\$ 13.557,00		
	Chorizo	0,100	Kg	\$ 5.866,94		
	Albahaca	0,006	Kg	\$ 10.860,00		
<b>Pizza Don Severino</b>	Pizza roja	0,347	Kg	\$ 1.516,53	\$ 1.301	\$ 13.049
	Salsa de tomate	0,050	L	\$ 1.882,80		
	Ajo	0,002	Kg	\$ 11.122,20		
	Aceite de oliva	0,015	Kg	\$ 16.900,00		
	Cebollas encurtidas	0,167	Kg	\$ 1.478,63		
	Aceto balsámico	0,015	Kg	\$ 10.560,00		
	Pizza roja	0,347	Kg	\$ 1.516,53		

<b>Pizza Nicola</b>	Salsa de tomate	0,050	L	\$ 1.882,00	\$ 2.870	\$ 13.025
	Mozzarella	0,150	Kg	\$ 14.565,12		
	Albahaca	0,006	Kg	\$ 10.860,00		
<b>Pizza Giuseppe</b>	Pizza blanca	0,305	Kg	\$ 1.451,63	\$ 3.089	\$ 13.430
	Cebolla blanca	0,100	Kg	\$ 485,23		
	Cebolla morada	0,075	Kg	\$ 784,00		
	Mozzarella	0,150	Kg	\$ 14.565,12		
	Aceite de oliva	0,020	L	\$ 16.900,00		
	Sal	0,002	Kg	\$ 605,00		
	Orégano	0,002	Kg	\$ 7.587,60		

**CM prom**

72,86%

9,196345877

**costo promedio ponderado** 2,495508316

## ANALISIS costos variables Materia prima - PROYECCION de VENTAS

CM (contribucion marginal)	Ventas diarias (un)	Ingreso por venta (\$)	Ponderacion	Necesidad diaria MP	U. M	Compra diaria (\$)
86%	6	\$ 42.377,75	5%	0,60	Kg	\$ 4.440,00
				0,12	Kg	\$ 88,80
				0,01	Kg	\$ 104,13
				0,06	Kg	\$ 174,72
				0,02	Kg	\$ 0,00
				0,07	Kg	\$ 1.048,80
74%	6	\$ 42.035,19	5%	0,07	Kg	\$ 176,73
				0,06	Kg	\$ 44,40
				0,30	Kg	\$ 2.842,61
				0,15	Kg	\$ 1.242,46
				0,18	Kg	\$ 6.315,17
				0,01	Kg	\$ 102,55
86%	6	\$ 42.350,08	5%	0,60	Kg	\$ 1.918,20
				0,12	Kg	\$ 4.210,11
				0,72	Kg	\$ 2.301,84
				0,04	Kg	\$ 709,80
				0,02	Kg	\$ 72,59



70%	10	\$ 142.663,46	8%	2,34	Kg	\$ 4.676,00
				1,20	Kg	\$ 22.706,40
				1,20	Kg	\$ 9.879,60
				0,60	Kg	\$ 5.537,04
73%	11	\$ 143.482,58	8%	3,82	Kg	\$ 5.788,60
				0,55	Kg	\$ 1.035,54
				1,65	Kg	\$ 24.032,45
				0,85	Kg	\$ 6.186,49
				0,25	Kg	\$ 1.697,23
70%	11	\$ 147.508,57	8%	3,82	Kg	\$ 5.540,87
				0,55	Kg	\$ 105,60
				1,65	Kg	\$ 24.032,45
				0,55	Kg	\$ 7.456,35
				1,10	Kg	\$ 6.453,63
				0,07	Kg	\$ 716,76
90%	11	\$ 143.537,25	8%	3,82	Kg	\$ 5.788,60
				0,55	Kg	\$ 1.035,54
				0,02	Kg	\$ 244,69
				0,17	Kg	\$ 2.788,50
				1,84	Kg	\$ 2.716,24
				0,17	Kg	\$ 1.742,40
				4,16	Kg	\$ 6.314,83

78%	12	\$ 156.296,58	9%	0,60	Kg	\$ 1.129,20
				1,80	Kg	\$ 26.217,22
				0,07	Kg	\$ 781,92
77%	12	\$ 161.163,24	9%	3,66	Kg	\$ 5.312,97
				1,20	Kg	\$ 582,28
				0,90	Kg	\$ 705,60
				1,80	Kg	\$ 26.217,22
				0,24	Kg	\$ 4.056,00
				0,02	Kg	\$ 14,52
				0,02	Kg	\$ 182,10

**ventas diarias totales**

131

16

Dias Laborales	Venta mensual (\$)	Compra Mensual (\$)
26	\$ 1.101.821,50	\$ 115.440,00
		\$ 2.308,80
		\$ 2.707,29
		\$ 4.542,72
		\$ 0,00
		\$ 27.268,86
26	\$ 1.092.915,01	\$ 4.594,90
		\$ 1.154,40
		\$ 73.907,96
		\$ 32.303,97
		\$ 164.194,48
		\$ 2.666,23
26	\$ 1.101.102,03	\$ 49.873,20
		\$ 109.462,98
		\$ 59.847,84
		\$ 18.454,80
		\$ 1.887,47

26	\$ 1.098.494,62	
26	\$ 4.064.790,54	\$ 121.575,96
		\$ 63.523,20
		\$ 822.313,13
		\$ 720.123,69
26	\$ 3.970.358,82	\$ 121.575,96
		\$ 568.039,68
		\$ 218.883,21
		\$ 322.312,38
26	\$ 4.286.144,46	\$ 121.575,96
		\$ 952.330,47
		\$ 517.324,35
		\$ 207.134,20
26	\$ 3.875.285,15	\$ 121.575,96
		\$ 37.063,99
		\$ 56.971,20
		\$ 753.097,48

26	\$ 3.709.250,01	\$ 121.575,96
		\$ 590.366,40
		\$ 256.869,60
		\$ 143.963,04
26	\$ 3.730.547,04	\$ 150.503,47
		\$ 26.924,04
		\$ 624.843,65
		\$ 160.848,69
		\$ 44.127,86
26	\$ 3.835.222,77	\$ 144.062,66
		\$ 2.745,60
		\$ 624.843,65
		\$ 193.865,10
		\$ 167.794,48
		\$ 18.635,76
26	\$ 3.731.968,60	\$ 150.503,47
		\$ 26.924,04
		\$ 6.361,90
		\$ 72.501,00
		\$ 70.622,33
		\$ 45.302,40
		\$ 164.185,60

26	\$ 4.063.711,00	\$ 29.359,20
		\$ 681.647,62
		\$ 20.329,92
26	\$ 4.190.244,13	\$ 138.137,11
		\$ 15.139,18
		\$ 18.345,60
		\$ 681.647,62
		\$ 105.456,00
		\$ 377,52
		\$ 4.734,66
	\$ 43.851.855,68	\$ 11.899.581,86
	<b>U\$D31.322,75</b>	<b>U\$D8.499,70</b>

\$ 32.888.891,76	\$ 8.924.686,39
<b>U\$D23.492,07</b>	<b>U\$D6.374,78</b>

\$ 30.696.298,98	8.329.707
<b>U\$D21.925,93</b>	<b>U\$D5.949,79</b>

\$ 41.659.262,89	\$ 11.304.602,76
<b>U\$D29.756,62</b>	<b>U\$D8.074,72</b>

--	--

**Mensual**  
**Mesual USD**

**75,00%**

**Estacionalidad de Industria 1**  
**mes - mes** enero -abril

**70,00%**

**Estacionalidad de Industria 2** mayo -agos

**95,00%**

**Estacionalidad de Industria 3**  
**mes - mes** sept - dic

## PRESUPUESTO DE VENTAS (ECONOMICO)

AÑO	E. Ind	E. Marca		
	Al 100%	1	2	3
		80%	85%	100%
ENERO	USD 23.492,07	USD 18.793,65	USD 19.968,26	USD 23.492,07
FEBRERO	USD 23.492,07	USD 18.793,65	USD 19.968,26	USD 23.492,07
MARZO	USD 23.492,07	USD 18.793,65	USD 19.968,26	USD 23.492,07
ABRIL	USD 23.492,07	USD 18.793,65	USD 19.968,26	USD 23.492,07
MAYO	USD 21.925,93	USD 17.540,74	USD 18.637,04	USD 21.925,93
JUNIO	USD 21.925,93	USD 17.540,74	USD 18.637,04	USD 21.925,93
JULIO	USD 21.925,93	USD 17.540,74	USD 18.637,04	USD 21.925,93
AGOSTO	USD 21.925,93	USD 17.540,74	USD 18.637,04	USD 21.925,93
SEPTIEMBRE	USD 29.756,62	USD 23.805,29	USD 25.293,12	USD 29.756,62
OCTUBRE	USD 29.756,62	USD 23.805,29	USD 25.293,12	USD 29.756,62
NOVIEMBRE	USD 29.756,62	USD 23.805,29	USD 25.293,12	USD 29.756,62
DICIEMBRE	USD 29.756,62	USD 23.805,29	USD 25.293,12	USD 29.756,62
<b>TOTAL</b>	<b>USD 300.698,44</b>	<b>USD 240.558,75</b>	<b>USD 255.593,67</b>	<b>USD 300.698,44</b>

CALCULO HBB 5%  
CALCULO IVA VENTAS 21%

USD 12.027,94	USD 12.779,68	USD 15.034,92
USD 50.517,34	USD 53.674,67	USD 63.146,67

## PRESUPUESTO DE COBRANZAS (FINANCIERO)

AÑO	1	2	3
ENERO	USD 18.793,65	USD 19.968,26	USD 23.492,07
FEBRERO	USD 18.793,65	USD 19.968,26	USD 23.492,07
MARZO	USD 18.793,65	USD 19.968,26	USD 23.492,07

<b>ABRIL</b>	<b>USD 18.793,65</b>	<b>USD 19.968,26</b>	<b>USD 23.492,07</b>
<b>MAYO</b>	<b>USD 17.540,74</b>	<b>USD 18.637,04</b>	<b>USD 21.925,93</b>
<b>JUNIO</b>	<b>USD 17.540,74</b>	<b>USD 18.637,04</b>	<b>USD 21.925,93</b>
<b>JULIO</b>	<b>USD 17.540,74</b>	<b>USD 18.637,04</b>	<b>USD 21.925,93</b>
<b>AGOSTO</b>	<b>USD 17.540,74</b>	<b>USD 18.637,04</b>	<b>USD 21.925,93</b>
<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>USD 23.805,29</b>	<b>USD 25.293,12</b>	<b>USD 29.756,62</b>
<b>OCTUBRE</b>	<b>USD 23.805,29</b>	<b>USD 25.293,12</b>	<b>USD 29.756,62</b>
<b>NOVIEMBRE</b>	<b>USD 23.805,29</b>	<b>USD 25.293,12</b>	<b>USD 29.756,62</b>
<b>DICIEMBRE</b>	<b>USD 23.805,29</b>	<b>USD 25.293,12</b>	<b>USD 29.756,62</b>
<b>TOTAL</b>	<b>USD 240.558,75</b>	<b>USD 255.593,67</b>	<b>USD 300.698,44</b>

<b>PROYECCION VENTAS ANUALES</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
<b>POR AÑO</b>	<b>USD 240.558,75</b>	<b>USD 255.593,67</b>	<b>USD 300.698,44</b>
<b>TOTAL VENTAS HORIZONTE TEMP.</b>	<b>USD 796.850,86</b>		

<b>Estacionalidad Marca</b>	
<b>Año 1</b>	<b>80%</b>
<b>Año 2</b>	<b>85%</b>
<b>Año 3</b>	<b>100%</b>



## PRESUPUESTO DE COMPRAS (ECONOMICO)

AÑO	E. Ind	E. Marca		
	Al 100%	1	2	3
		80%	85%	100%
ENERO	USD 6.374,78	USD 5.099,82	USD 5.418,56	USD 6.374,78
FEBRERO	USD 6.374,78	USD 5.099,82	USD 5.418,56	USD 6.374,78
MARZO	USD 6.374,78	USD 5.099,82	USD 5.418,56	USD 6.374,78
ABRIL	USD 6.374,78	USD 5.099,82	USD 5.418,56	USD 6.374,78
MAYO	USD 5.949,79	USD 4.759,83	USD 5.057,32	USD 5.949,79
JUNIO	USD 5.949,79	USD 4.759,83	USD 5.057,32	USD 5.949,79
JULIO	USD 5.949,79	USD 4.759,83	USD 5.057,32	USD 5.949,79
AGOSTO	USD 5.949,79	USD 4.759,83	USD 5.057,32	USD 5.949,79
SEPTIEMBRE	USD 8.074,72	USD 6.459,77	USD 6.863,51	USD 8.074,72
OCTUBRE	USD 8.074,72	USD 6.459,77	USD 6.863,51	USD 8.074,72
NOVIEMBRE	USD 8.074,72	USD 6.459,77	USD 6.863,51	USD 8.074,72
DICIEMBRE	USD 8.074,72	USD 6.459,77	USD 6.863,51	USD 8.074,72
<b>TOTAL</b>	<b>USD 81.597,13</b>	<b>USD 65.277,71</b>	<b>USD 69.357,56</b>	<b>USD 81.597,13</b>

<b>IVA COMPRAS</b>	USD 13.708,32	USD 14.565,09	USD 17.135,40
--------------------	---------------	---------------	---------------

## PRESUPUESTO DE PAGO DE COMPRAS (FINANCIERO)

AÑO	1	2	3
<b>ENERO</b>	USD 5.099,82	USD 5.418,56	USD 6.374,78
<b>FEBRERO</b>	USD 5.099,82	USD 5.418,56	USD 6.374,78
<b>MARZO</b>	USD 5.099,82	USD 5.418,56	USD 6.374,78
<b>ABRIL</b>	USD 5.099,82	USD 5.418,56	USD 6.374,78

<b>MAYO</b>	<b>USD 4.759,83</b>	<b>USD 5.057,32</b>	<b>USD 5.949,79</b>
<b>JUNIO</b>	<b>USD 4.759,83</b>	<b>USD 5.057,32</b>	<b>USD 5.949,79</b>
<b>JULIO</b>	<b>USD 4.759,83</b>	<b>USD 5.057,32</b>	<b>USD 5.949,79</b>
<b>AGOSTO</b>	<b>USD 4.759,83</b>	<b>USD 5.057,32</b>	<b>USD 5.949,79</b>
<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>USD 6.459,77</b>	<b>USD 6.863,51</b>	<b>USD 8.074,72</b>
<b>OCTUBRE</b>	<b>USD 6.459,77</b>	<b>USD 6.863,51</b>	<b>USD 8.074,72</b>
<b>NOVIEMBRE</b>	<b>USD 6.459,77</b>	<b>USD 6.863,51</b>	<b>USD 8.074,72</b>
<b>DICIEMBRE</b>	<b>USD 6.459,77</b>	<b>USD 6.863,51</b>	<b>USD 8.074,72</b>
<b>TOTAL</b>	<b>USD 65.277,71</b>	<b>USD 69.357,56</b>	<b>USD 81.597,13</b>

<b>PROYECCION COMPRAS ANUALES</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
<b>POR AÑO</b>	<b>USD 65.277,71</b>	<b>USD 69.357,56</b>	<b>USD 81.597,13</b>
<b>TOTAL COMPRAS HORIZONTE</b>	<b>USD 216.232,40</b>		

<b>Estacionalidad Marca</b>	
<b>Año 1</b>	<b>80%</b>
<b>Año 2</b>	<b>85%</b>
<b>Año 3</b>	<b>100%</b>



## PRESUPUESTO DE GASTOS (ECONOMICO)

	1	IIBB	2	IIBB	3
ENERO	USD 1.335,71	USD 939,68	USD 1.335,71	USD 998,41	USD 1.335,71
FEBRERO	USD 1.335,71	USD 939,68	USD 1.335,71	USD 998,41	USD 1.335,71
MARZO	USD 1.335,71	USD 939,68	USD 1.335,71	USD 998,41	USD 1.335,71
ABRIL	USD 1.335,71	USD 939,68	USD 1.335,71	USD 998,41	USD 1.335,71
MAYO	USD 1.335,71	USD 877,04	USD 1.335,71	USD 931,85	USD 1.335,71
JUNIO	USD 1.335,71	USD 877,04	USD 1.335,71	USD 931,85	USD 1.335,71
JULIO	USD 1.335,71	USD 877,04	USD 1.335,71	USD 931,85	USD 1.335,71
AGOSTO	USD 1.335,71	USD 877,04	USD 1.335,71	USD 931,85	USD 1.335,71
SEPTIEMBRE	USD 1.335,71	USD 1.190,26	USD 1.335,71	USD 1.264,66	USD 1.335,71
OCTUBRE	USD 1.335,71	USD 1.190,26	USD 1.335,71	USD 1.264,66	USD 1.335,71
NOVIEMBRE	USD 1.335,71	USD 1.190,26	USD 1.335,71	USD 1.264,66	USD 1.335,71
DICIEMBRE	USD 1.335,71	USD 1.190,26	USD 1.335,71	USD 1.264,66	USD 1.335,71
<b>TOTAL</b>	<b>USD 28.056,51</b>		<b>USD 28.808,26</b>		<b>USD 3</b>

## PRESUPUESTO DE PAGO DE GASTOS (FINANCIERO)

¿Qué monto proyecto PAGAR?

AÑO 1	MISMO MES	MES SIGUIENTE	IIBB	iva	TOTAL PAGOS FIJOS MES
ENERO	USD 657,14				USD 657,14
FEBRERO	USD 657,14	USD 678,57	USD 939,68	-USD 5.524,31	USD 2.275,40
MARZO	USD 657,14	USD 678,57	USD 939,68	USD 2.875,70	USD 2.275,40
ABRIL	USD 657,14	USD 678,57	USD 939,68	USD 2.875,70	USD 2.275,40

<b>MAYO</b>	USD 657,14	USD 678,57	USD 939,68	USD 2.875,70	USD 2.275,40
<b>JUNIO</b>	USD 657,14	USD 678,57	USD 877,04	USD 2.683,99	USD 2.212,75
<b>JULIO</b>	USD 657,14	USD 678,57	USD 877,04	USD 2.683,99	USD 2.212,75
<b>AGOSTO</b>	USD 657,14	USD 678,57	USD 877,04	USD 2.683,99	USD 2.212,75
<b>SEPTIEMBRE</b>	USD 657,14	USD 678,57	USD 877,04	USD 2.683,99	USD 2.212,75
<b>OCTUBRE</b>	USD 657,14	USD 678,57	USD 1.190,26	USD 3.642,56	USD 2.525,98
<b>NOVIEMBRE</b>	USD 657,14	USD 678,57	USD 1.190,26	USD 3.642,56	USD 2.525,98
<b>DICIEMBRE</b>	USD 657,14	USD 678,57	USD 1.190,26	USD 3.642,56	USD 2.525,98
<b>TOTAL PAGOS AÑO 1</b>					<b>USD 26.187,67</b>
				<b>IVA ANUAL</b>	<b>USD 24.766,45</b>



IIBB
USD 1.174,60
USD 1.174,60
USD 1.174,60
USD 1.174,60
USD 1.096,30
USD 1.096,30
USD 1.096,30
USD 1.096,30
USD 1.487,83
USD 1.487,83
USD 1.487,83
USD 1.487,83
<b>1.063,49</b>



PROYECCION GASTOS ANUALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
POR AÑO	USD 28.056,51	USD 28.808,26	USD 31.063,49
TOTAL COMPRAS HORIZONTE	USD 87.928,26		

AÑO 2	MISMO MES	MES SIGUIENTE	IIBB	iva	TOTAL PAGOS FIJOS MES
ENERO	USD 657,14	USD 678,57	USD 1.190,26	USD 3.642,56	USD 2.525,98
FEBRERO	USD 657,14	USD 678,57	USD 998,41	USD 3.055,44	USD 2.334,13
MARZO	USD 657,14	USD 678,57	USD 998,41	USD 3.055,44	USD 2.334,13
ABRIL	USD 657,14	USD 678,57	USD 998,41	USD 3.055,44	USD 2.334,13

<b>MAYO</b>	USD 657,14	USD 678,57	USD 998,41	USD 3.055,44	USD 2.334,13
<b>JUNIO</b>	USD 657,14	USD 678,57	USD 931,85	USD 2.851,74	USD 2.267,57
<b>JULIO</b>	USD 657,14	USD 678,57	USD 931,85	USD 2.851,74	USD 2.267,57
<b>AGOSTO</b>	USD 657,14	USD 678,57	USD 931,85	USD 2.851,74	USD 2.267,57
<b>SEPTIEMBRE</b>	USD 657,14	USD 678,57	USD 931,85	USD 2.851,74	USD 2.267,57
<b>OCTUBRE</b>	USD 657,14	USD 678,57	USD 1.264,66	USD 3.870,22	USD 2.600,37
<b>NOVIEMBRE</b>	USD 657,14	USD 678,57	USD 1.264,66	USD 3.870,22	USD 2.600,37
<b>DICIEMBRE</b>	USD 657,14	USD 678,57	USD 1.264,66	USD 3.870,22	USD 2.600,37
<b>TOTAL PAGOS AÑO 2</b>					<b>USD 28.733,86</b>
					<b>USD 38.881,92</b>

AÑO 3	MISMO MES	MES SIGUIENTE	IIBB	iva	TOTAL PAGOS FIJOS MES
<b>ENERO</b>	USD 657,14	USD 678,57	USD 1.264,66	USD 3.870,22	USD 2.600,37
<b>FEBRERO</b>	USD 657,14	USD 678,57	USD 1.174,60	USD 3.594,63	USD 2.510,32
<b>MARZO</b>	USD 657,14	USD 678,57	USD 1.174,60	USD 3.594,63	USD 2.510,32
<b>ABRIL</b>	USD 657,14	USD 678,57	USD 1.174,60	USD 3.594,63	USD 2.510,32

AÑO 4* *Fuera del horizonte
<b>ENERO año</b>

P  
O  
S  
N

<b>MAYO</b>	USD 657,14	USD 678,57	USD 1.174,60	USD 3.594,63	USD 2.510,32
<b>JUNIO</b>	USD 657,14	USD 678,57	USD 1.096,30	USD 3.354,99	USD 2.432,01
<b>JULIO</b>	USD 657,14	USD 678,57	USD 1.096,30	USD 3.354,99	USD 2.432,01
<b>AGOSTO</b>	USD 657,14	USD 678,57	USD 1.096,30	USD 3.354,99	USD 2.432,01
<b>SEPTIEMBRE</b>	USD 657,14	USD 678,57	USD 1.096,30	USD 3.354,99	USD 2.432,01
<b>OCTUBRE</b>	USD 657,14	USD 678,57	USD 1.487,83	USD 4.553,20	USD 2.823,55
<b>NOVIEMBRE</b>	USD 657,14	USD 678,57	USD 1.487,83	USD 4.553,20	USD 2.823,55
<b>DICIEMBRE</b>	USD 657,14	USD 678,57	USD 1.487,83	USD 4.553,20	USD 2.823,55
<b>TOTAL PAGOS AÑO 3</b>					<b>USD 30.840,32</b>
					<b>USD 45.328,29</b>

**U  
A  
T  
A  
D  
O**

te tempral.	MISMO MES (A)	MES SIGUIENTE (B)	IIBB	iva	TOTAL PAGOS FIJOS MES
o 4		USD 678,57	USD 1.487,83	USD 4.553,20	USD 2.166,40



## PRESUPUESTO ECONÓMICO (Estado de Resultados)

AÑOS		1	2	3
EBIT DA	Ventas	USD 240.558,75	USD 255.593,67	USD 300.698,44
	- Costo de Ventas	USD 65.277,71	USD 69.357,56	USD 81.597,13
	- COSTO de RRHH	USD 139.817,38	USD 139.817,38	USD 139.817,38
	Resultado Bruto	<b>USD 35.463,67</b>	<b>USD 46.418,73</b>	<b>USD 79.283,93</b>
	- GASTOS FIJOS			
	GASTOS FIJOS	<b>USD 16.028,57</b>	<b>USD 16.028,57</b>	<b>USD 16.028,57</b>
	IIBB	<b>USD 12.027,94</b>	<b>USD 12.779,68</b>	<b>USD 15.034,92</b>
	TOTAL GASTOS EROGABLES	USD 28.056,51	USD 28.808,26	USD 31.063,49
	AMORTIZACIONES	USD 1.611,41	USD 1.611,41	USD 1.611,41
	Total GASTOS	USD 29.667,91	USD 30.419,66	USD 32.674,90
EBIT	Resultado antes de impuesto a las ganancias	<b>USD 5.795,75</b>	<b>USD 15.999,07</b>	<b>USD 46.609,03</b>
EBT	- Impuesto a la ganancia	30%	USD 1.738,73	USD 4.799,72
	Resultado neto	<b>USD 4.057,03</b>	<b>USD 11.199,35</b>	<b>USD 32.626,32</b>

TOTAL COSTOS (EN %)	85,26%	81,84%	73,63%
Mg. Bruto	14,74%	18,16%	26,37%
Mg. Neto	1,69%	4,38%	10,85%
Ventas Equilibrio	201.244,75	167.498,61	123.925,38
\$ promedio	9,20		
Unidades de Eq	21.883,12		
Por mes	1823,5934		

**Por día**

72,94373601

Total Horizonte
USD 796.850,86
USD 216.232,40
USD 419.452,14
USD 4.834,22
USD 92.762,48
USD 68.403,85
USD 47.882,69

|  
|  
|  
|  
|  
|



### Presupuesto Financiero - (Cash Flow)

AÑOS	1	2	3	TOTAL
<b>Ingresos:</b>				
Saldo Inicial Caja	USD 5.000,00	USD 24.587,01	USD 40.533,15	
Totales de Cobranzas	USD 240.558,75	USD 255.593,67	USD 300.698,44	USD 796.850,86
<b>Total Ingresos</b>	<b>USD 245.558,75</b>	<b>USD 280.180,68</b>	<b>USD 341.231,59</b>	USD 866.971,02
<b>Egresos:</b>				
Tot. Pago a Proveedores	USD 65.277,71	USD 69.357,56	USD 81.597,13	USD 216.232,40
Tot. Pagos de Gastos + iibb	USD 26.187,67	USD 28.733,86	USD 30.840,32	USD 85.761,86
Tot. Pago sueldos + C. sociales	USD 129.506,36	USD 139.817,38	USD 139.817,38	USD 409.141,12
Tot. Imp. 30% pagos - IIGG		USD 1.738,73	USD 4.799,72	USD 4.799,72
<b>Total Egresos:</b>	<b>USD 220.971,74</b>	<b>USD 239.647,53</b>	<b>USD 257.054,55</b>	USD 717.673,82
<b>Saldo de Caja:</b>	<b>USD 24.587,01</b>	<b>USD 40.533,15</b>	<b>USD 84.177,04</b>	



## BALANCE AL INICIO DEL EJERCICIO

### Estado de Situación Patrimonial al 31/10/2025

Activo		Pasivo	
Caja	USD 5.000,00		
Bs. De Uso original	USD 26.642,97		
		<b>Total Pasivo</b>	USD 0,00
		<b>Patrimonio Neto</b>	
		Capital	USD 31.642,97
		Reservas	USD 0,00
		Resultados	USD 0,00
		<b>Total PN</b>	USD 31.642,97
<b>Total Activo</b>	<b>USD 31.642,97</b>	<b>Total Pasivo + PN</b>	<b>USD 31.642,97</b>

USD 0,00

## BALANCE PROYECTADO

### Estado de Situación Patrimonial Proyectado

Activo		Pasivo	
Caja	USD 84.177,04	Proveedores	
Créditos		Gastos a pagar	USD 678,57
Bs. De Uso original	USD 26.642,97	Sueldos a pagar	USD 10.311,02
amort acum	-USD 4.834,22	Ingresos Brutos a pagar	USD 1.487,83
		Imp. Ganancias	USD 13.982,71
		<b>Total Pasivo</b>	<b>USD 26.460,13</b>

		<b>Patrimonio Neto</b>	
		Capital	USD 31.642,97
		Reservas	USD 0,00
		Resultados	USD 47.882,69
		<b>Total Patr.Neto</b>	<b>USD 79.525,67</b>
<b>Total Activo</b>	<b>USD 105.985,79</b>	<b>Total Pasivo+P.Neto</b>	<b>USD 105.985,79</b>

## Posicion frente al IVA

	IVA Ventas	IVA Compras	Saldo a pagar	Saldo a favor
AÑO 1	USD 50.517,34	USD 22.108,33	USD 28.409,01	USD 0,00
AÑO 2	USD 53.674,67	USD 14.565,09	USD 39.109,58	USD 0,00
AÑO 3	USD 63.146,67	USD 17.135,40	USD 46.011,27	USD 0,00

FREE CASH FLOW				
ii		1	2	3
DEL PRESUP. ECONOMICO E ii ----->	- \$40.029,47	USD 5.795,75	USD 15.999,07	USD 46.609,03
IIGG				
AMORTIZACIONES		USD 1.611,41	USD 1.611,41	USD 1.611,41
CAPEX				
<b>FCF</b>	- \$40.029,47	USD 5.668,43	USD 12.810,76	USD 34.237,73

Tasa de exigibilidad		5%	
VAN	II + valor de cada periodo		\$6.564,61
TIR	> tasa de dcto se aprueba		11,56%
PAYBACK	tiempo de recup de ii		2,63

II	- \$40.029,47
1 periodo	\$5.668,43
2 periodo	\$12.810,76
3 periodo	\$34.237,73

<b>Año</b>	<b>Flujo</b>	<b>Acumulado</b>
0	- \$40.029,47	- \$40.029,47
1	\$5.668,43	- \$34.361,04
2	\$12.810,76	- \$21.550,28
3	\$34.237,73	\$12.687,45