

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN FINAL

COOLD

Autor/es:

Azzad Rocio - LU: 1155903

Louzan Del rosso Antia - LU: 1148925

Martinez Valentin - LU: 1148298

Mujica Kevin - LU: 1148233

Carrera:

Licenciatura en Gastronomía

Tutor/es:

Sagala Luciana Andrea y Cejas David Jorge

Año:

2025

GRUPO 01

UADE

Jueves Turno Mañana

TRABAJO INTEGRADOR FINAL

UNIVERSIDAD ARGENTINA DE LA EMPRESA

ALUMNOS

AZZAD ROCÍO 1155903
LOUZAN DEL ROSSO ANTIA 1148925
MARTINEZ VALENTIN 1148298
MUJICA KEVIN 1148233

DOCENTES

CEJAS JORGE DAVID
SAGALA LUCIANA ANDREA

LICENCIATURA EN GASTRONOMÍA - 2025

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1) Resumen ejecutivo.....	2
2) Descripción del Negocio / Concepto y Objetivos SMART.....	6
2.1. Descripción del negocio	6
2.2. Misión, Visión y Valores	7
2.3. Objetivos del negocio SMART	7
2.4. Propuesta de valor única	8
2.5. Tipo de estructura legal.....	8
3) Análisis prefactibilidad del negocio.....	9
3.1. Marco legal y habilitaciones	9
3.2. Análisis de la competitividad del sector	9
3.3. Análisis PESTEL	13
3.4. Análisis FODA	14
4) Plan de Marketing	15
4.1. Investigación de mercado	15
Segmentos del mercado	16
Público Objetivo.....	17
Análisis de la competencia.....	17
4.2. Ventajas competitivas y diferenciación:.....	18
4.3. Posicionamiento	19
4.4 Estrategias y políticas de marketing	20
Producto/ Servicio	20
Imagen corporativa y branding.....	23
Políticas de precio	23
Políticas de distribución.....	24
Políticas de Promoción, Comunicación y Lanzamiento	24
5) Plan de operaciones	25
5.1. Estandarización y determinación de la oferta.....	25
5.2. Análisis de carga de trabajo y capacidad productiva	26
5.3. Dotación de empleados	26
5.4. Políticas de inducción y reclutamiento.....	27
5.5. Determinación y Cuantificación de Equipamiento, Paramentos e Instalaciones.....	27
5.6. Sistemas de gestión operativa e inocuidad	28
5.7. Determinación de proveedores esenciales.....	28
Selección de proveedores.....	28
6) Plan de Implementación y Cronograma	29

6.1 Resumen Explicativo de Tiempos	29
6.2 Grafico de Gantt	31
7) Plan Económico Financiero	31
7.1 Inversión inicial	31
7.2 Proyección de ventas	31
7.3 Análisis de Costos operativos	31
7.4 Determinación del Punto de equilibrio	32
7.5 Flujo de fondos proyectado	32
7.6 Análisis del Retorno de la inversión	32
8) Conclusiones y recomendaciones	32
Anexos	33

1) Resumen ejecutivo

- Necesidad detectada.

En Argentina, el mercado gastronómico está acostumbrado a consumir helado artesanal buscando opciones naturales y rápidas. COOLD® nace de una necesidad que hemos detectado, opciones que combinen calidad, sabor y una experiencia moderna.

- En que consiste el proyecto.

COOLD® es una heladería innovadora especializada en helado soft artesanal, elaborada con materias primas naturales y formulaciones propias. Propone una experiencia sensorial completa que combina sabor, estética y diseño en un ambiente moderno y elegante. Su objetivo es posicionarse como la primera heladería de helado soft artesanal en Buenos Aires, redefiniendo la forma de consumir helado a través de un concepto premium, exclusivo y visualmente atractivo.

- Como obtendremos el dinero.

El local se ubicará en Palermo Hollywood, uno de los polos gastronómicos más reconocidos de la Ciudad de Buenos Aires. COOLD® generará ingresos mediante la venta directa de helados soft servidos en vasos individuales (take away), con la posibilidad de personalización a través de salsas y toppings. El modelo de negocio cuenta con un alto margen de rentabilidad por porción vendida, una estructura de costos controlada y una experiencia de consumo que incentiva la recompra y la fidelización.

- Dinero necesitado.

La inversión inicial es de 111.307,11. Destinada principalmente al acondicionamiento del local, adquisición de maquinaria especializada, diseño de marca, estrategia de comunicación, habilitaciones y capital de trabajo para los primeros meses de operación.

- Punto de equilibrio y resultados económicos.

En el año 1 tendremos que generar ingresos por un valor de US\$185956.89 para estar en equilibrio. En Agosto de este año estaremos en equilibrio. Un total de 39267 helados. El resultado neto de este año será de US\$34344.92. En el año 2 tendremos que generar ingresos por un valor de US\$177247.80 para estar en equilibrio. En el mes de Julio de este año estaremos en equilibrio. Un total de 37428 helados. El resultado neto de este año será de US\$45930.88. En el año 3 tendremos que generar ingresos por un valor de US\$166640.25 para estar en equilibrio. En el mes de Junio de este año estaremos en equilibrio. Un total de

35188. El resultado neto de este año será de US\$62636.21. El valor del helado es de US\$ 4.74

- Equipo de trabajo

Para este proyecto se necesita un equipo pequeño formado por un CEO el cual es la cabeza del negocio encargado de la dirección estratégica, análisis de mercado y toma de decisiones. Luego contara con una parte operativa formada por el encargado de producción, responsable de la elaboración de los helados, control de stock y calidad, y Heladeros y cajeros a cargo de la atención al cliente, servicio y limpieza. Y, por último, como auxiliar cuenta con un contador externo dedicado a el control financiero, costos e inversiones. Todo el personal es capacitado bajo estándares de excelencia en servicio y manipulación de alimentos, garantizando calidad, eficiencia y una experiencia coherente con la imagen de marca.

- Éxito del proyecto

COOLD® tiene un modelo innovador, diferenciado y con alto potencial de expansión. Combina una propuesta estética y gastronómica alineada con las tendencias actuales del consumidor: productos naturales, experiencias personalizadas y espacios visualmente atractivos. La ubicación estratégica en Palermo, el fuerte enfoque en redes sociales, la calidad del producto y la capacidad de generar comunidad alrededor de la marca aseguran una alta aceptación y fidelización del público objetivo.

El proyecto se sustenta en un estudio de mercado sólido, una estrategia de marketing efectiva y una operación eficiente, lo que garantiza su viabilidad y proyección a largo plazo

Presupuestos integrales:

PRESUPUESTO ECONÓMICO (Estado de Resultados)

PRESUPUESTO ECONÓMICO (Estado de Resultados)				
AÑOS	1	2	3	Total Horizonte
Ventas	USD 295.468,03	USD 315.762,11	USD 343.967,44	USD 955.197,57
- Costo de Ventas	USD 61.672,90	USD 65.908,87	USD 70.216,64	USD 197.798,42
- COSTO de RRHH	USD 110.245,70	USD 110.245,70	USD 110.245,70	USD 330.737,09
Resultado Bruto	USD 123.549,43	USD 139.607,54	USD 163.505,10	
- GASTOS FIJOS				
GASTOS FIJOS	USD 59.125,02	USD 59.125,02	USD 59.125,02	USD 206.030,99
IIBB	USD 8.864,04	USD 9.472,86	USD 10.319,02	
TOTAL GASTOS EROGABLES	USD 67.989,06	USD 68.597,89	USD 69.444,05	
AMORTIZACIONES	USD 9.768,48	USD 9.768,48	USD 9.768,48	
Total GASTOS	USD 77.757,55	USD 78.366,37	USD 79.212,53	USD 235.336,44
Resultado antes de impuesto a las ganancias	USD 45.791,89	USD 61.241,17	USD 84.292,57	USD 191.325,63
- Impuesto a la ganancia	25% AÑO 1 Y 2 30% AÑO 3 25%	USD 11.447,97	USD 15.310,29	USD 21.656,36
Resultado neto	USD 34.343,92	USD 45.930,88	USD 62.636,21	USD 142.911

Presupuesto Financiero - (Cash Flow)

Presupuesto Financiero - (Cash Flow)				
AÑOS	1	2	3	TOTAL
Ingresos:				
Saldo Inicial Caja	USD 5.000,00	USD 70.875,59	USD 130.489,23	
Totales de Cobranzas	USD 295.468,03	USD 315.762,11	USD 343.967,44	USD 955.197,57
Total Ingresos	USD 300.468,03	USD 386.637,70	USD 474.456,67	USD 1.161.562,40
Egresos:				
Tot. Pago a Proveedores	USD 61.672,90	USD 65.908,87	USD 70.216,64	USD 197.798,42
Tot. Pagos de Gastos + iibb	USD 65.804,05	USD 68.545,93	USD 69.371,84	USD 203.721,82
Tot. Pago sueldos + C. sociales	USD 102.115,48	USD 110.245,70	USD 110.245,70	USD 322.606,87
Tot. Imp. pagos - IIGG		USD 11.447,97	USD 15.310,29	USD 15.310,29
Total Egresos:	USD 229.592,43	USD 256.148,47	USD 265.144,47	USD 750.885,37
Saldo de Caja:	USD 70.875,59	USD 130.489,23	USD 209.312,20	

FREE CASH FLOW				
ii		1	2	3
DEL PRESUP. ECONOMICO E ii ----->	-\$111.307,11	USD 45.791,89	USD 61.241,17	USD 84.292,57
IIGG		-USD 11.447,97	-USD 15.310,29	-USD 21.656,36
AMORTIZACIONES		USD 9.768,48	USD 9.768,48	USD 9.768,48
CAPEX		-USD 11.331,51	-USD 11.432,98	-USD 11.574,01
FCF	-\$111.307,11	USD 32.780,89	USD 44.266,38	USD 60.830,69

Payback	-\$111.307,11	-\$78.526,23	-\$34.259,84	\$26.570,84
----------------	----------------------	---------------------	---------------------	--------------------

Tasa de exigibilidad	5,00%
VAN	\$12.611,53
TIR	10,36%
PAYBACK	MES 6 año 3

Luego de realizar el free cash-flow donde exponemos el importe pagado al ARCA en concepto de impuesto a la ganancia, sumadas las amortizaciones que no representan un desembolso de dinero y restado el dinero de CAPEX utilizado para el mantenimiento de nuestros activos y un sano capital de trabajo, calculamos 3 ratios financieros: VAN, TIR y playback. El VAN calcula el valor actual que tiene nuestra empresa, descontando la inversión inicial y la una tasa de exigibilidad, en este caso utilizamos una tasa calculada con el modelo CAPM DEL 5,00%. Nos dio como resultado que el emprendimiento recupera la inversión inicial, la tasa exigida y genera una plusvalía, es decir un aumento del capital de U\$D 12.611,53. La TIR nos muestra la máxima tasa de exigibilidad a nuestro emprendimiento, es posible exigirle hasta un 10,36%, con esta tasa no generaríamos una plusvalía. El playback es el periodo de recuperación de la inversión inicial, en este caso, ocurre en el sexto mes del año 3.

2) Descripción del Negocio / Concepto y Objetivos SMART

2.1. Descripción del negocio

“En COOLD® redefinimos lo que significa comer helado. Somos la primera heladería en Buenos Aires especializada en helado soft artesanal, donde cada sabor es creado desde cero con materias primas naturales y un proceso completamente artesanal”.

La idea central del negocio consiste en la elaboración y comercialización de helados soft artesanales con ingredientes naturales seleccionados. El local sería una reversión moderna, minimalista y elegante de un local típico italiano. Queremos generar un ambiente delicado y elegante, que destaque por su estética. Lograr que ingresar al local y consumir sea una experiencia completa, perfectamente diseñada desde la arquitectura, la decoración, el packaging, la iluminación y el ambiente (música, olores, temperatura). Queremos que el cliente sienta un status por visitar nuestro local.

El servicio consta de una carta de 8 sabores de helado Soft Serve, 4 salsas y 4 toppings. Se comercializará en vasos de 8oz. Se podrá elegir entre las 4 opciones seleccionadas por nosotros,

que parten de un helado combinado, un topping y una salsa o armarlo a gusto con 2 sabores por vaso, un topping y una salsa. Sería un servicio rápido, debido a la practicidad del método soft.

COOLD® es más que una heladería: es un nuevo lenguaje del helado en la ciudad, donde la simpleza, estética y exclusividad se encuentran en cada sabor.

2.2. Misión, Visión y Valores

- **Misión:** Transformar el helado soft en una experiencia sensorial donde el sabor artesanal y el diseño se encuentran.
- **Visión:** Ser la marca referente de helado soft auténtico en el país.
- **Valores:**
 - Compromiso con la materia prima
 - Excelencia
 - Innovación y Vanguardia
 - Autenticidad
 - Pasión

2.3. Objetivos del negocio SMART

- Alcanzar un puntaje promedio de 4,5 estrellas en Google Maps y TripAdvisor en los próximos 6 meses.
- Posicionar a la heladería como “la primera opción en helados soft artesanales de la zona” en 1 año.
- Aumentar en un 30% la interacción en Instagram (likes, comentarios y compartidos) en los próximos 3 meses.
- Reducir en un 50% la merma de helado por caducidad en 6 meses.
- Incorporar una máquina y dos sabores en 1 año.
- Implementar un programa de fidelización para clientes frecuentes (apps o tarjeta física) en 6 meses.
- Lograr una rentabilidad neta sostenida del 20-30% sobre las ventas en 2-3 años.
- Alcanzar una eficiencia operativa que permita aumentar el volumen de ventas sin un incremento proporcional de gastos fijos en 2 años.
- Desarrollar líneas de productos envasados que generen ingresos pasivos y mejoren la rentabilidad de la empresa en 3 años.

- Recuperar la inversión inicial hecha antes de la apertura del negocio en un periodo de 2 años.
- Alcanzar el punto de equilibrio en ventas mensuales dentro de los primeros 12 meses.

2.4. Propuesta de valor única

En COOLD® creamos una experiencia única para quienes buscan algo más que un helado: un símbolo de sofisticación y distinción. Ofrecemos soft premium con sabores auténticos y exclusivos en un espacio elegante y moderno, en pleno Palermo Hollywood. Abrimos de 11:00 a 00:30 de domingo a jueves, y de 11:00 a 01:30 los viernes y sábados.

2.5. Tipo de estructura legal

SRL: Elegimos el modelo societario de responsabilidad limitada debido a sus características y cómo se amoldan a nuestras necesidades.

La sociedad les otorga protección patrimonial a los socios, solo responden hasta el capital aportado, sin arriesgar sus bienes personales. Posee una estructura ágil en donde la administración está a cargo de gerentes, lo que facilita la toma de decisiones sin la burocracia de una SA. Significa costos razonables ya que no exige un capital mínimo legal elevado, ni los gastos de funcionamiento de una sociedad anónima, tiene la escala ideal, entre 2 y 50 socios, perfecta para un proyecto en crecimiento como el nuestro y nos da una imagen formal posicionándonos de manera seria frente a clientes, bancos y proveedores, transmitiendo confianza.

3) Análisis prefactibilidad del negocio

3.1. Marco legal y habilitaciones

- Creación del estatuto en escribanía
- Solicitud de publicación de edictos particulares en el boletín oficial de la CABA
- Inscripción de personas jurídicas/Obtención de CUIT/Alta de impuestos en ARCA
- Inscripción a ingresos brutos en AGIP.

Habilitaciones:

- Habilitación de local comercial
- Habilitación de actividad económica expres

- RNE Y RNPA
- Inscripción de registro a empleadores
- Alta de rúbrica digital en el registro de documentación laboral

Normas:

- Cartelería obligatoria
- Exhibición y publicidad de precios
- Ley de Autoprotección

Certificados:

- Certificado de aptitud ambiental (CAA)

Inscripciones:

- Registro como empleador en UTHGRA
- Inscripción en ART
- Registro de marca (INPI)

3.2. Análisis de la competitividad del sector

Poder de negociación del precio con proveedores.

La ubicación dentro de Palermo Hollywood genera una resistencia baja a la negociación con los proveedores. Existe una gran concentración de proveedores con accesibilidad y posibilidad de abastecer los insumos básicos necesarios para la producción. Pero también existen insumos específicos para la formulación de helados que cuentan con una cantidad más reducida de proveedores. Los insumos básicos como lácteos y azúcares tienen un costo de cambio menor que los insumos específicos, con un costo de cambio más elevado.

Al ser Palermo una zona de alta demanda, con público local y turista, genera que los proveedores quieran formar parte de este mercado, aumentando el poder de negociación.

La posibilidad de acceder a proveedores alternativos existe gracias a la ubicación, pero está limitada por la formulación específica de recetas, adaptada a cada materia prima. Cambiar de proveedor podría alterar las recetas formuladas particularmente.

Tenemos una proyección de alto volumen de ventas, lo que nos convierte en un cliente atractivo y con buena posición para negociar descuentos o mejores condiciones frente a los

proveedores. Sumado a que la concentración de locales gastronómicos en Palermo genera competencia entre los proveedores, provocando que otorguen beneficios a sus clientes. La amenaza de integración de proveedores dentro del mercado de las heladerías ejerce una fuerza baja, ya que hay poca probabilidad de que los proveedores se introduzcan en el mercado, principalmente por la alta inversión que implican las maquinarias. Concluyendo, el poder de negociación del precio con los proveedores, ejerce una fuerza **media/alta** en el negocio. Generan resistencias principalmente los insumos especializados necesarios para la producción. Reducen la resistencia, la abundancia de proveedores de insumos básicos y la posibilidad de sustitución.

Poder de negociación del precio con compradores.

El barrio de Palermo Hollywood presenta gran circulación de posibles clientes, tanto residentes como turistas, dando alta densidad y volumen de compradores. Esta concentración de clientes se basa en consumidores individuales, aspecto a tener en cuenta ya que hay pocos clientes que realizan compras grandes.

El público de esta zona está dispuesto a pagar precios más elevados por ubicación, calidad y experiencia. El público objetivo tiene un poder adquisitivo que le permite acceder a los productos, y prioriza vivir experiencias gastronómicas frecuentemente. A pesar de esto, en Palermo hay abundantes ofertas gastronómicas que compiten en precios, generando resistencias sobre los clientes por la sensibilidad al precio.

El costo de cambio para los clientes es muy bajo, les es accesible elegir otro establecimiento de nuestra competencia. Al no fidelizar con una sola marca el cliente tiene mayor libertad para cambiar de ofertas. Generando una fuerte resistencia sobre el negocio.

El consumo no involucra únicamente el producto, sino que los comensales priorizan también las experiencias, acompañados por la estética, tendencias e innovaciones. Generar una experiencia innovadora y diferencial puede fidelizar clientes y disminuir la sensibilidad al precio, reduciendo la fuerza de resistencia que estos factores generan.

Las reseñas y opiniones a través de redes sociales o Google maps ejercen un gran peso sobre otros potenciales consumidores, generando fuertes resistencias.

En consecuencia, el poder de negociación del precio con los compradores es **medio**.

La gran oferta de sustitutos que pueden elegir los clientes, con un costo de cambio bajo e influenciado por otras reseñas generan fuertes resistencias sobre el negocio. Estas fuerzas se ven reducidas por el volumen y la densidad de clientes, sumado a la flexibilidad que se tiene sobre el precio.

Grado de rivalidad entre competidores existentes

Al no existir otras heladerías de helados soft artesanales no tenemos competidores estrictamente directos que ofrezcan el mismo producto. Por lo que tomamos como competidores directos heladerías tradicionales y restaurantes de cadena que cuentan con helados soft, aunque no sean artesanales.

El grado de rivalidad entre competidores existentes ejerce una resistencia muy alta. Existen múltiples competidores que cubren la misma necesidad, apuntando al mismo público objetivo y dentro del mismo espacio físico. Tanto heladerías tradicionales, artesanales y premium, como restaurantes que ofrecen helados soft, compiten directamente por nuestros potenciales clientes, buscando destacar del resto.

El grado de equilibrio entre los competidores es marcado. Entre la gran cantidad de propuestas existentes hay ciertos competidores con fuerte posicionamiento de marca, como Rapanui, Lucciano's y Obrador Florida. Ejerciendo más presión sobre los demás competidores.

Las heladerías en Argentina pertenecen a un mercado actual existente, altamente competitivo. A pesar de esto, el helado soft se presenta como una novedad, dando un grado de diferenciación necesario para reducir la rivalidad.

Hay una gran cantidad de clientes que se pueden alcanzar en Palermo, siendo consumidores interesados en probar propuestas novedosas y nuevas tendencias. Aspecto positivo al atraer nuevos consumidores, pero implica un desafío para lograr fidelizar a los mismos. Aumentando la rivalidad para mantener clientes a lo largo del tiempo.

En conclusión, el grado de rivalidad entre competidores existentes ejerce una **alta** resistencia sobre el proyecto, porque si bien tiene un amplio público al que abarcar, la cantidad de opciones a elegir para satisfacer la misma necesidad dan un grado de competitividad muy elevado.

Amenaza de nuevos entrantes

La amenaza de nuevos entrantes en el mercado de las heladerías soft en Palermo Hollywood es media/alta, ya que entrar en el sector tiene barreras de entrada relativamente bajas.

La inversión inicial para un local en Palermo Hollywood es alta. Costo de alquiler, refacciones, ambientación y habilitaciones altos. Una heladería tradicional es más accesible que una de helados soft, porque esta cuenta con maquinaria especializada, con la necesidad de un manejo y mantenimiento específico. Los insumos para la elaboración de helado soft son

accesibles dentro de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, lo que no implica una barrera contra la competencia.

Si se logra un adecuado posicionamiento de la marca, y avanza la tendencia de helado soft, provocaría que más competidores quieran entrar en el mercado. Marcas de helados tradicionales ya consolidadas podrían incorporar máquinas de helado soft, aprovechando su infraestructura y posicionamiento, compitiendo directamente.

En conclusión, la amenaza de nuevos entrantes puede considerarse **media/alta**, ya que no implica una barrera muy alta para ingresar al mercado y competir con nuestro producto.

Amenaza de productos o servicios sustitutos

La amenaza de productos o servicios sustitutos para la heladería en Palermo Hollywood es alta, gracias a la gran variedad de alternativas gastronómicas existentes. La necesidad de consumir alimentos dulces puede ser cubierta por múltiples alternativas, siendo estos los productos sustitutos que pueden competir de manera indirecta con nosotros. Heladerías tradicionales, cafeterías, pastelerías, casas de té, yogurt helado, crepes, licuados, entre otros, son los productos sustitutos que satisfacen la misma necesidad del cliente. Con un costo de cambio muy bajo para el cliente, la elección de otra alternativa no implica un esfuerzo, es accesible en tiempo y dinero.

En conclusión, la amenaza de productos y servicios sustitutos es **alta**, y representa uno de los principales desafíos del negocio.

3.3. Análisis PESTEL

Político:

- Incentivo a pymes ¹

¹ Infobae. (2025, febrero 7). *Del ajuste a la inversión: Políticas para reactivar las pymes*. Infobae. <https://www.infobae.com/opinion/2025/02/07/del-ajuste-a-la-inversion-politicas-para-reactivar-las-pymes/>

- La importación de maquinaria específica para helados soft, repuestos y ciertos insumos (bases, toppings, envases, frutos secos) puede verse afectada por restricciones, o impuestos adicionales.²

Económico:

- Crecimiento en el consumo de helados en Argentina³
- Alta demanda en verano⁴

Social:

- Cultura del helado⁵
- Cambios en los hábitos de consumo⁶
- Consumo estacional⁷

² Infobae. (2023, mayo 10). Por las restricciones a la importación hay faltantes de pistacho: una heladería decidió racionar su venta. Infobae. <https://www.infobae.com/economia/2023/05/10/por-las-restricciones-a-la-importacion-hay-faltantes-de-pistacho-una-heladeria-decidio-racionar-su-venta/>

³ Informes de Expertos. (s. f.). Mercado de helados en Argentina. Informes de Expertos. https://www.informesdeexpertos.com/informes/mercado-de-helados-en-argentina?utm_source

⁴ Génesis Luján. (s. f.). PedidosYa a la par... Génesis Luján. <https://genesislujan.com.ar/nota/1503/pedidosya-a-la-par->

⁵ AmigoFoods. (s. f.). What is Argentina Ice Cream and Why Is It So Special? AmigoFoods. Recuperado de <https://blog.amigofoods.com/index.php/argentine-foods/what-is-argentina-ice-cream-and-why-is-it-so-special/>

⁶ Trendsity. (s. f.). Cambian los hábitos en el consumo de helados: la demanda crece mientras la inflación golpea el negocio. Trendsity. <https://www.trendsity.com/cambian-los-habitos-en-el-consumo-de-helados-la-demanda-crece-mientras-la-inflacion-golpea-el-negocio/#:~:text=Sube%20la%20demanda%20de%20helados,helado%20en%20los%20pr%C3%B3ximos%20a%C3%B1os%E2%80%9D>

⁷ Primera Edición. (2023, junio 25). Estudio revela que 9 de cada 10 argentinos comen helado todo el año: cuáles son los sabores más elegidos. Primera Edición. <https://www.primeraedicion.com.ar/nota/101031022/estudio-revela-que-9-de-cada-10-argentinos-comen-helado-todo-el-ano-cuales-son-los-sabores-mas-elegidos/>

Tecnológico:

- Nuevas propuestas educativas ⁸

Ecológico:

- Uso de ingredientes naturales y orgánicos ⁹

Legal:

- Sostenibilidad ¹⁰

11

3.4. Análisis FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">- Idea innovadora en el territorio argentino- Colaboradores capacitados.- Ubicación estratégica.- Fácil de franquiciar- Recetas formuladas desarrolladas por	<ul style="list-style-type: none">- Nuevos en el mercado- Carta reducida y sabores limitados.- Ausencia de productos libres de gluten- Como el producto es desconocido en Argentina, no conocemos los gustos y

⁸ Innamorato. (s. f.). Maestros heladeros Argentina. Blog Innamorato. <https://blog.innamorato.com.ar/maestros-heladeros-argentina/>

⁹ Frotz Fruits. (2025, enero 15). Tendencias en helados 2025: Naturalidad, salud y creatividad. Frotz Fruits. <https://www.frotzfruits.com/blog/tendencias-en-helados-2025-naturalidad-salud-y-creatividad/>

¹⁰ El Economista. (2025, enero 30). Empresas sostenibles, empresas líderes. El Economista. <https://www.eleconomista.com.mx/el-empresario/empresas-sostenibles-empresas-lideres-20250130-744225.html>

nosotros.	preferencias de los consumidores para este tipo de helado. - Producto no apto para delivery.
Oportunidades <ul style="list-style-type: none"> - No existen heladerías 100% de helados soft de tipo artesanal. - Los helados soft se están integrando en las cartas de muchos restaurantes tendencia en buenos aires. Se vuelven conocidos y se genera la necesidad de heladerías de este tipo. - Posibilidad de desarrollar una línea vegana. - Debido al fácil transporte, se pueden realizar eventos, pop ups, etc. 	Amenazas <ul style="list-style-type: none"> - Facilidad para replicar el modelo de negocios. - Alta competencia de las heladerías tradicionales. - Cultura muy arraigada del helado mantecado tradicional. - Mercado nuevo: dificultad para generar aceptabilidad entre los consumidores. - Alto costo en mantenimiento y reparación de maquinaria.

Para contrastar nuestras debilidades como, por ejemplo, nuestra carta reducida y sabores limitados, uno de nuestros objetivos en el corto-mediano plazo es poder incorporar a nuestra línea de productos más sabores y, asimismo ampliar la variedad de nuestra oferta.

4) Plan de Marketing

4.1. Investigación de mercado

Se llevó a cabo una encuesta de mercado a través de Google Forms con el objetivo de conocer los hábitos de consumo, percepciones y expectativas de los potenciales clientes de la heladería COOLD®. El cuestionario estuvo dirigido a jóvenes de CABA y el Gran Buenos Aires, obteniéndose un conjunto de respuestas que permite analizar de manera representativa el perfil del público al cual se orienta el proyecto.

Segmentos del mercado

En primer lugar, se observó que la mayor parte de los encuestados pertenece al rango etario de 18 a 24 años. Este dato resulta relevante dado que COOLD® se propone captar principalmente a un público joven-adulto, vinculado tanto al mundo universitario como a los primeros años de inserción laboral. En cuanto a la ocupación, predominan los estudiantes, seguidos por trabajadores autónomos y jóvenes profesionales, lo que refuerza la idea de un segmento con alta exposición a tendencias de consumo y predisposición a experimentar nuevas propuestas gastronómicas.

Respecto al lugar de residencia, la mayoría indicó vivir en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, con mención de barrios como Colegiales y Palermo. Asimismo, se registraron respuestas provenientes de la Zona Norte y Zona Sur del conurbano bonaerense. Esta distribución geográfica demuestra que el proyecto podrá contar con un público local consolidado, al mismo tiempo que atraerá clientes de áreas cercanas con fácil acceso a la ciudad.

En relación con los hábitos de consumo, la encuesta reveló que la gran mayoría consume helado de manera habitual y que dicho comportamiento no presenta variaciones significativas según la estación del año. En los períodos de mayor consumo, la frecuencia más mencionada fue de una vez por semana, seguida por una vez cada quince días. Estos resultados confirman la existencia de un mercado sostenido durante todo el año, con patrones de consumo regulares.

Un aspecto clave analizado fue el nivel de conocimiento del helado soft. Los datos muestran que la mayoría de los encuestados ya se encuentra familiarizada con este producto, y en muchos casos lo consume. Al mismo tiempo, prácticamente la totalidad manifestó que asistiría a una heladería que ofrezca helado soft artesanal elaborado con ingredientes naturales, salsas y toppings. Este hallazgo valida la propuesta de valor de COOLD® y señala una oportunidad clara de diferenciación en el mercado.

En cuanto a las preferencias de sabores, se destacan el pistacho y el chocolate amargo como elecciones recurrentes, acompañados por opciones tradicionales como dulce de leche granizado, y otras de perfil más gourmet como sambayón, menta o marroc. Esta diversidad evidencia que el público combina la búsqueda de sabores clásicos con el interés por propuestas innovadoras.

En materia de disposición de gasto, la mayoría de los participantes afirmó estar dispuesta a pagar entre \$2.500 y \$7.500 por un helado de 200cc, teniendo en cuenta la calidad de la materia prima y la elaboración artesanal. Este rango ubica al producto en un segmento de precio medio-alto, coherente con un posicionamiento premium.

Al analizar los factores de decisión, los encuestados priorizaron el sabor como atributo más importante, seguido por la cremosidad y la estética visual del producto. El precio, si bien considerado, ocupa el último lugar en orden de relevancia. Esto demuestra que el público valora principalmente la experiencia sensorial y estética, y que el costo no constituye un obstáculo decisivo siempre que la calidad esté garantizada.

Por último, los resultados sobre fuentes de información gastronómica muestran que TikTok e Instagram son las principales plataformas utilizadas para descubrir nuevas propuestas, seguidas por las recomendaciones de amigos y familiares. Este dato resalta la necesidad de una estrategia de comunicación digital sólida, centrada en contenido atractivo y viralizable en redes sociales, capaz de generar interés y fomentar la visita al local.

Público Objetivo

El público objetivo de COOLD® serían jóvenes de entre 18 y 24 años, residentes principalmente en CABA y zonas cercanas, con un nivel socioeconómico de C2, estudiantes o jóvenes profesionales con hábitos de consumo de helado estables a lo largo del año, alta familiaridad con el helado soft y una disposición a pagar un precio medio-alto por un producto artesanal de calidad. El segmento al que apuntamos es a aquellas personas que desean, además de consumir helado, vivir una experiencia sensorial que genere un sentido de pertenencia y status. Se informa principalmente a través de TikTok e Instagram.

Análisis de la competencia

Competidor	Precio x ¼ kg	Ubicación	Canales de comunicación	Fortalezas	Debilidades
Alchemy	\$15.000	Humboldt 1923 (70 metros de COOLD)	Redes sociales Delivery TripAdvisor	Identidad de marca Alta diferenciación Variedad de propuestas Flexibilidad de horarios y segmentos Presencia en redes Opciones inclusivas	Precios elevados Complejidad operativa Sabores complejos

Obrador Florida	10.500 - \$15.500	Soler 5063 (700 metros de COOLD)	Redes sociales WhatsApp Sitio web	Temporalidad y sustentabilidad Alta diferenciación Fuerte identidad de marca Transparencia Colaboradores	Oferta reducida y cambiante Precios elevados Capacidad limitada Alta exigencia operativa
Daniel Helados	\$6.400	Costa Rica 5610 (100 metros de COOLD)	Redes sociales WhatsApp Sitio web App propia	Precios bajos Reconocimiento de marca Múltiples sucursales Amplitud de oferta Programa de lealtad	Baja percepción de calidad Variedad de precio por zona Dificultad de diferenciación artesanal Falta de estandarización
Perlato	\$4.600	José Cabrera 5507 (500 metros de COOLD)	Redes sociales WhatsApp Sitio web Apps de pedido	Precios bajos Comunicación simple Foco en el volumen Rapidez de pedido y despacho	Escasez de innovación Branding limitado Poca personalización Menor prestigio

4.2. Ventajas competitivas y diferenciación:

Nuestra principal ventaja competitiva radica en la propuesta innovadora que dio origen al proyecto: ser la primera heladería en la Ciudad de Buenos Aires en ofrecer helados soft artesanales, un concepto único en la zona que nos permite diferenciarnos claramente de la competencia.

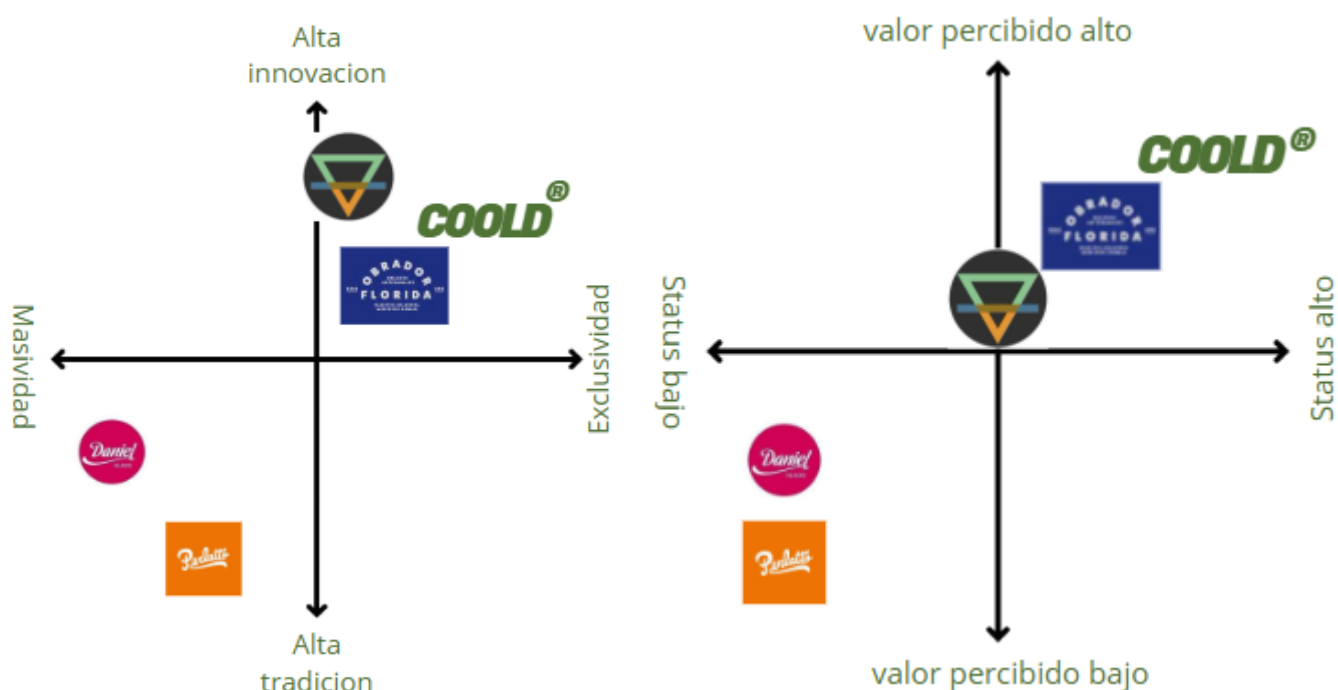
Además, nuestra diferenciación no solo radica en el producto en sí, sino también en la experiencia que ofrecemos. El servicio estará orientado a ser atractivo, innovador y cuidadosamente diseñado para destacar en cada detalle, así como también se capacitarán a los empleados, para estandarizar una forma de servir original y agradable, que transmita excelencia y perfección en el servicio del producto. Con respecto a nuestro producto, ofrecemos helados elaborados con insumos seleccionados, que garantizan frescura, sabor y cremosidad. La propuesta se completa con la

posibilidad que tiene el consumidor de personalizar su helado si así lo desea, mediante la combinación de toppings y salsas diseñadas que potencian la experiencia gastronómica y hacen parte al consumidor del servicio.

Prestamos especial atención a la presentación del helado, entendida no sólo como un valor estético, sino también como un recurso estratégico; lograr que el producto sea visualmente impactante, transmita estatus y genere un momento memorable para quien lo disfrute. Apostamos a que nuestros helados sean “instagrameables”, es decir, que inviten al consumidor a compartir la experiencia en redes sociales, potenciando así la difusión orgánica de la marca.

4.3. Posicionamiento

“Queremos ser percibidos como la marca de helados soft más vanguardista y sofisticada, donde cada sabor auténtico refleja estatus, buen gusto y momentos únicos para quienes buscan algo diferente.”





4.4 Estrategias y políticas de marketing

Producto/ Servicio

El producto ofrecido consiste en un helado soft artesanal de 150gr, acompañado de una salsa y un topping. Está diseñado no solo como un alimento sino como una experiencia integral que involucra el disfrute sensorial, la personalización y el sentido de estatus asociado al consumo de un producto premium. Mediante una elaboración artesanal, con ingredientes seleccionados y fórmulas estudiadas, se obtienen helados de textura ligera y cremosa, conservando la intensidad y características de cada sabor.

La propuesta de sabores está especializada en ocho variedades: chocolate, vainilla, dulce de leche, sambayón, pistacho, frambuesa, mango-maracuyá y coco. Estos pueden consumirse de manera individual o combinados, según la preferencia del cliente. En el centro y por encima a modo de espiral se agrega una salsa, cuyas opciones disponibles son toffee, salsa de dulce de leche, salsa de frambuesa y salsa de maracuyá. Como último paso se encuentran las opciones de toppings, agregadas por encima para complementar los sabores. Las variedades de toppings ofrecidas son cuadrados de brownie, maní caramelizado, crumble de chocolate blanco y garrapiñada de coco.

La selección de sabores permite usar las combinaciones deseadas por los consumidores, pudiendo optar por el helado combinado o por sabores individuales, eligiendo uno o dos por envase. El helado combinado depende de la disposición de la máquina, por lo que la mezcla de sabores está limitada a 4 opciones: chocolate-vainilla, dulce de leche-sambayón, pistacho-frambuesa y mango maracuyá-coco. En el caso de optar por el sabor individual, puede usarse todo el mismo sabor por envase, o combinar dos alternativos en la base y en la parte de arriba. La elección de la salsa y el topping es personal de cada cliente, pudiendo seleccionar una opción por cada uno.

Se proponen cuatro combinaciones prearmadas que funcionan como recomendación ideal para generar armonías equilibradas entre base, salsa y topping, estas son:

- Helado combinado de chocolate y vainilla con salsa toffee y toppings de brownie.
- Helado combinado de dulce de leche y sambayón con salsa de dulce de leche y toppings de maní caramelizado.
- Helado combinado de pistacho y frambuesa con salsa de frambuesa y toppings de crumble de chocolate blanco.
- Helado combinado de mango-maracuyá y coco con salsa de maracuyá y toppings de garrapiñada de coco.

La manera en la que se sirve y presenta producto es parte esencial de la experiencia. El helado es presentado en un envase diseñado en un material resistente y de calidad, un vaso de polipapel de 150cc. Cuenta con un exclusivo diseño estético, estampado con el logo de COOLD® siguiendo la paleta de colores en tonos verdes, en múltiples diseños. Este envase nos asegura una mayor visibilidad y difusión de la marca tanto al publicarlo en redes sociales como al estar presente en las calles. Las cucharas entregadas serán de madera biodegradable, aportando textura y calidez, reforzando la imagen artesanal y natural de los productos.

La porción de helado se sirve en capas cuidadosamente diseñadas. Primero se colocan dos vueltas de helado, siendo de un sabor individual o combinado. A continuación, se agrega un centro de la salsa elegida y posteriormente se añaden tres vueltas más de helado para completar el vaso, de manera ascendente, formando un pico. Para finalizar se corona con más salsa en forma de espiral y los toppings seleccionados por el cliente con una dosificación controlada, entre 10 y 15 gramos por unidad. Logrando así obtener un resultado estético y distintivo, estandarizando las proporciones de cada parte para complementar bien el helado sin opacarlo. Manteniendo así la uniformidad del servicio y garantizando una experiencia homogénea en todas las visitas al local.

La ambientación del local juega un papel importante en la construcción de la imagen de marca. Transmite modernidad, delicadeza, y distinción a través de una paleta de colores que acompaña al packaging y colores de la marca. El espacio organizado de manera minimalista, sumado a la iluminación que resalta el ambiente y los productos, están estratégicamente pensados para compartir en redes sociales. Acompaña una música ambiental para complementar la experiencia. Todos estos elementos refuerzan la percepción de que el consumo de nuestro producto no se limita a lo gastronómico, sino que constituye un acto social y cultural, vinculado con la autorrealización y distinción.

El local y la experiencia de COOLD funcionan como una extensión del producto, ampliando la experiencia del cliente. El espacio está proporcionado como un escenario atractivo visualmente: moderno, luminoso y diseñado cuidadosamente para destacar la estética del helado y facilitar la atención al cliente. La zona de despacho y pedido del salón se compone de un mostrador en forma de L con apariencia exterior de metal corrugado verde. Por el lado izquierdo de esta se realiza el pedido en la caja y se abona, para posteriormente dirigirse hacia el lado derecho donde se sirve y despacha el helado. Detrás del lado derecho del mostrador se encuentran las cuatro máquinas soft, donde el personal encargado del servicio prepara el helado y lo entrega al cliente. Los comensales se retiran por la puerta de entrada generando un flujo de circulación dentro del local que evita cruces entre la caja y el despacho, siguiendo una secuencia ordenada.

La ambientación forma parte de una identidad visual que va de la mano con el packaging y la imagen de marca. Destacan las variedades de tonos verdes, acompañado de superficies blancas lisas y con detalles en materiales más llamativos como es el caso de la barra mostrador, de metal corrugado en color verde oscuro. Este equilibrio transmite frescura, naturalidad y modernidad. La zona de servicio cuenta con iluminación direccionada cálida, generando un ambiente confortable, ideal para fotografiar y publicar en redes sociales.

Como elemento mobiliario se encuentra un banco de metal color verde en la vereda, junto a la puerta de entrada. Este da un pequeño espacio para poder compartir un helado, siguiendo con la estética del interior. Este componente, acompañado por piezas decorativas en el interior del local, fomentan el consumo relajado y centrado en el disfrute de la experiencia, pero sin dejar de lado el consumo rápido y al paso, al que se busca priorizar. La música ambiente acompaña la experiencia en el negocio, con una selección moderna y tranquila que refuerza la comodidad de la experiencia.

En conjunto, la experiencia del cliente en COOLD combina los sentidos mediante el sabor, las texturas, la estética visual y el sonido. Construyendo un momento agradable y recordable. El local no

solo funciona como punto de venta de los productos, sino que es el lugar de encuentro donde la marca se hace presente: un entorno pensado para la conexión, identificación y reconocimiento, trascendiendo la idea de simplemente el consumo.

En conclusión, el producto articula sabor, estética y experiencia en un mismo servicio. Desde la elección de sabores hasta la disposición final del helado en su envase, cada paso está pensado para generar un impacto en el cliente: un helado que no solo se disfruta en el paladar, sino que se comparte en imágenes, se recuerda por su diseño y se valora por la sensación de exclusividad y cuidado en los detalles.

Imagen corporativa y branding

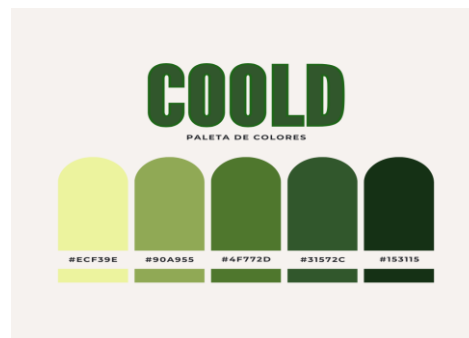
El nombre elegido para el establecimiento es COOLD. Surge de la combinación de dos palabras en inglés, “cool” y “cold”. Estas transmiten parte de lo que representa la marca, siendo “cool” algo moderno, innovador y creativo, y “cold” representando el frío del helado. De este modo, la combinación de palabras sugiere una idea de frescura, originalidad y creatividad.

El nombre es corto y fácil de recordar, permaneciendo fácilmente en la mente del consumidor. Conecta con un público joven, urbano y con un estilo de vida moderno. La palabra COOLD es corta, visualmente equilibrada y simétrica, facilitando su uso para elementos del diseño. Además, abre la posibilidad de usarse para frases o claims aplicables en estrategias de marketing.

El logo acompaña el nombre elegido, siendo moderno y sencillo. Usa la palabra COOLD en una tipografía League Gothic, en color verde (#1e6618). El resto de la paleta de colores se forma de una variedad de tonos verdes, permitiendo contrastar estos.

Da la idea de un helado fresco y liviano, alejándose de la imagen pesada o saturada de colores. Transmite innovación y un aire moderno.

El diseño es flexible para aplicarse en diferentes escalas y materiales: vasos, servilletas, packaging y redes sociales.



Políticas de precio

La estrategia de fijación de precio al iniciar el proyecto será bajo un esquema de *precios descrome*, es decir, más altos que la media del mercado, que permitan destacar frente a la competencia directa y al mismo tiempo refuercen el concepto de exclusividad.

Durante los primeros dos a tres años de operación, la marca adoptará una *estrategia de precios segmentada*, sin realizar descuentos significativos ni promociones masivas, apostando a un segmento en particular, que valore la propuesta de diseño, experiencia y producto artesanal. La política de precios comunicará coherentemente el posicionamiento de marca aspiracional, más asociado al estilo de vida y la experiencia que a la cantidad.

Políticas de distribución

COOLD estará ubicado en Palermo Hollywood, un polo gastronómico en Buenos Aires con fuerte presencia de bares, cafés de especialidad y restaurantes. La cultura foodie de la zona atrae un público dispuesto a probar propuestas innovadoras como nuestro helado soft. Al ubicarnos en una “zona heladera” donde se concentran marcas reconocidas, nos permite competir y aprovechar el flujo de clientes. Nuestra heladería se encuentra ubicada en Costa Rica 5530 y pensamos en un mix de canales de venta que potencie la experiencia presencial, en el local sería exclusivo take away. Nuestra distribución será directa y presencial bajo modalidad take away, reforzando el carácter visual del producto y la experiencia en el punto de venta. Se prioriza el consumo inmediato en la cercanía del local y la difusión espontánea a través de fotografías compartidas en redes sociales.

Políticas de Promoción, Comunicación y Lanzamiento

La **estrategia de publicidad y comunicación** de COOLD combina acciones online y offline, con una fuerte presencia de una identidad visual y experiencia de marca memorable.

La estrategia *online* parte de la presencia en redes sociales, con Instagram y TikTok como principales canales. Se aplicará una estrategia de marketing de contenidos con publicaciones periódicas mostrando procesos de elaboración artesanal, combinaciones de sabores y toppings, estética del local y experiencia sensorial. Además, se incentivará el contenido generado por los propios consumidores, utilizado para aumentar la visibilidad y la presencia en redes.

La empresa LaCreme será responsable de la dirección del contenido audiovisual, garantizando coherencia con la identidad gráfica y el tono de la marca. Se publicarán videos cortos, reels, historias y colaboraciones con influencers, generando presencia y viralización.

La estrategia *offline*, fuera de nuestras redes sociales, se basa en la planificación de acciones de relaciones públicas y presencia en medios, con notas y participaciones en revistas digitales y canales de streaming. Además, contemplamos la colocación de cartelera y señalización urbana en puntos estratégicos cercanos. Respetando la estética de la marca para ser reconocidos en zonas aledañas, dirigiendo el público de otras áreas a consumir helado. Carteles y banners con frases e imágenes serán ubicados en Plaza Serrano, Plaza Mafalda, Av. Niceto Vega, y calles que rodean el local, fortaleciendo la identidad visual en el entorno.

La **estrategia de lanzamiento** se dividirá en tres etapas: prelanzamiento, lanzamiento oficial y post lanzamiento.

El prelanzamiento consiste en crear y activar las redes sociales, publicando adelantos visuales del local y los productos. Publicaciones del detrás de la obra, el diseño y decoración, armado del espacio. Cartelería anunciando que algo está llegando, generando expectativa en los clientes y dando a conocer la marca antes de su lanzamiento.

El lanzamiento oficial contará con un evento de apertura con una ambientación especial, reflejando el universo de la marca. Se realizarán actividades, sorteos y colaboraciones, generando sinergia y visibilidad en la zona. Se potenciará una campaña de comunicación digital, compartiendo contenido audiovisual mostrando la experiencia completa en el día de apertura.

La continuidad del contenido publicado post lanzamiento buscará mantener la atención y el interés de los clientes a largo plazo. Mediante publicación de contenidos interactivos con el público, de manera dinámica y novedosa.

En conjunto, estas estrategias buscan posicionar a COOLD como una marca contemporánea, estética y atractiva, que combina un producto premium, entorno aspiracional y una narrativa visual coherente. Todas las acciones, tanto digitales como presenciales, se orientan a reforzar la experiencia como principal valor diferencial, construyendo una comunidad alrededor de la marca. Proyectamos invertir en estas acciones un total de aproximadamente USD 80.000 a un horizonte de 3 años, decreciendo la misma por año, es decir, el mayor desembolso de dinero de esta inversión será el primer año con el objetivo de darle una mayor expansión y visualización de la marca. Este presupuesto incluye desarrollo de redes sociales, plan integral del diseño de la marca y contempla la inflación estimada anual.

5) Plan de operaciones

5.1. Estandarización y determinación de la oferta

Se realizó la estandarización en el archivo Excel.

5.2. Análisis de carga de trabajo y capacidad productiva

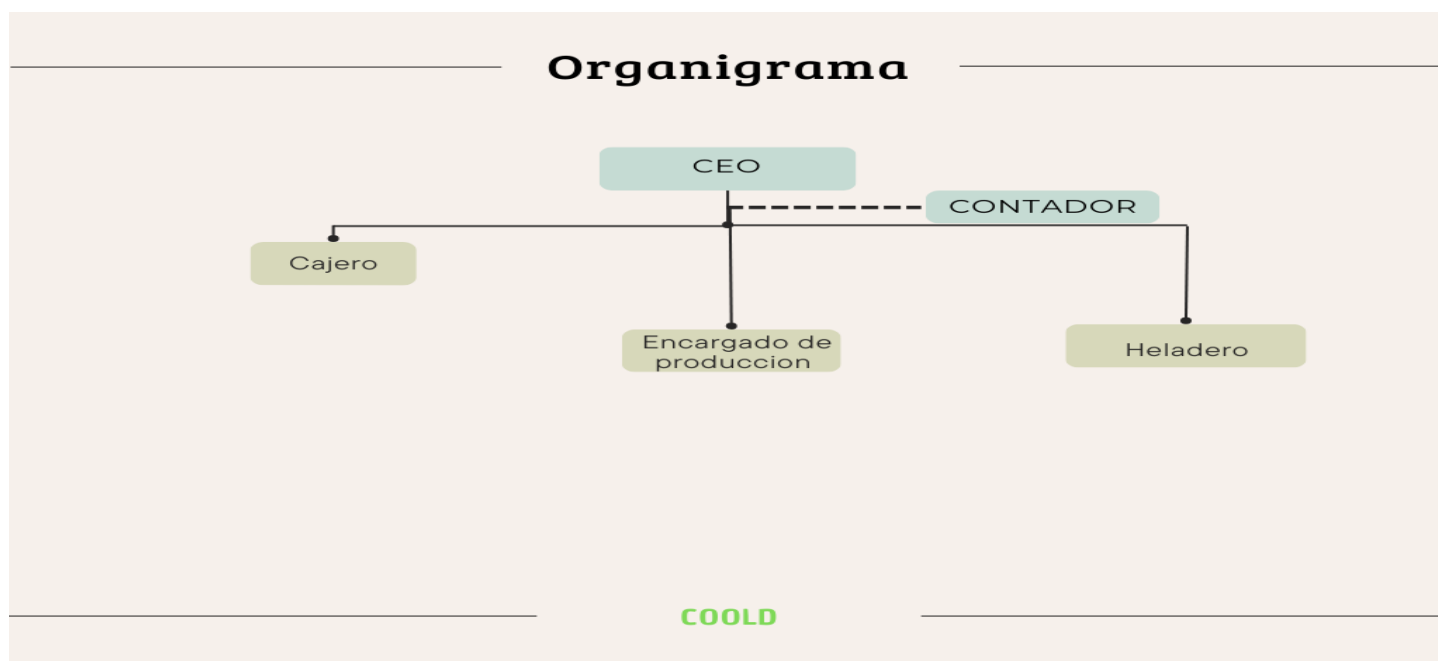
En el área de servicio: Según el estudio de tiempos realizado en diferentes locales de helados soft, se determinó que el tiempo de servicio de un helado con salsa y topping es de 30". Considerando que la carga horaria del empleado en servicio contempla desde la apertura del local hasta el fin de su turno, se calculan 7hs.

7 horas, multiplicadas por 60' y multiplicados por 60", nos da como resultado 25200". Teniendo en cuenta los tiempos y movimientos de los empleados, al baño y al área de producción a buscar reposición, estimamos tiempos ociosos del 10%, es decir 22680". Y descontando las mermas de helado por limpieza de máquinas y helados mal servidos del 10% obtenemos una capacidad real de 20412" o 680 helados.

En el área de producción: El encargado de producción posee 8hs en su jornada o 480'. Descontando el 10% de tiempos ociosos y el 10% de merma obtenemos una capacidad productiva de 388,8'. Sin superponer tareas, se considera que producir un helado con salsa y topping lleva 1,19'. En la jornada laboral, el encargado podría elaborar 326 porciones.

5.3. Dotación de empleados

Organigrama:



- **Ceo:** Encargado del análisis de la competencia, análisis de mercado, selección de personal y la dirección estratégica del negocio.
- **Encargado de producción:** Sus tareas comprenden realizar la producción del helado de todos los sabores desde 0 para todo un día y demás tareas, es decir, mise in place, realizar la

apertura del local, preparación de las mezclas, cargar las mezclas en las distintas máquinas, recepción de materia prima, control de stock de los insumos.

- **Trabajador:** Sus responsabilidades son; la atención al cliente, el servicio al cliente, limpieza continua (mesadas, maquina).
- **Cajero:** Encargado de la caja registradora (flujo de caja), realización de pedido de materia prima, toma de pedidos al cliente, responsable del cierre del local.
- Contaremos con un **contador**, responsable de llevar registros de la contabilidad de la empresa, control de costos, inversiones en maquinaria y tecnología y cuestiones financieras varias. Es un servicio externo a la empresa, no es parte de la estructura de la empresa.

Para la estimación de la cantidad de personal por área y por turno, primero es necesario contextualizar como se van a dividir los turnos, días abiertos del local y horas de trabajo.

El local abrirá los días de martes a domingo, pero los viernes y sábados el local se extenderá 1 hora más de servicio a la noche.

- Primer turno: Se divide en dos partes, de 7 am a 3 pm el encargado de producción y de 10 am a 6 pm. un heladero y un cajero.
- Segundo turno: 5 pm a 1 am. Los viernes y sábados; de 6 pm a 2 am. En el cual estarán un heladero y un cajero.

Esquema de horario quincenal: ANEXO 5.3

5.4. Políticas de inducción y reclutamiento

Se realizo un POE de reclutamiento e inducción en el archivo Excel

5.5. Determinación y Cuantificación de Equipamiento, Paramentos e Instalaciones

Se realizo la determinación en el archivo Excel

Layout. Anexo 5.5

Esta es la etapa decisiva donde la teoría se encuentra con la práctica. Pedimos muestras de los ingredientes más importantes para nuestro helado. En lugar de confiar solo en los documentos, realizamos pruebas internas de producción a pequeña escala. En estas pruebas, evaluamos el rendimiento del insumo y verificamos que el producto final alcance la calidad que nuestros clientes esperan en sabor, textura y cremosidad. Adicionalmente, examinamos cuidadosamente el embalaje y las condiciones de transporte para asegurar que la cadena de frío se mantiene intacta hasta la llegada a nuestra heladería.

2. Utilizamos la Matriz de Puntuación para Decidir

Para garantizar una decisión objetiva y bien fundamentada, utilizamos un sistema de puntuación. Creamos una matriz en nuestra hoja de cálculo que incluye todos los criterios definidos previamente (Calidad, Puntualidad, Precio, etc.) y sus respectivas ponderaciones. A cada proveedor, le asignamos una puntuación del 1 al 10 por cada criterio, basándonos en los resultados de las pruebas y la documentación. Multiplicamos esa puntuación por el peso porcentual del criterio para obtener un puntaje ponderado total. Finalmente, elegimos al proveedor con el puntaje más alto, ya que es el que mejor equilibrio nos ofrece entre calidad, servicio y costo, lo cual nos permite establecer una relación comercial exitosa.

Tabla anexada en archivo Excel

6) Plan de Implementación y Cronograma

6.1 Resumen Explicativo de Tiempos

Preapertura

La etapa de preapertura constituye el período de planificación, organización legal y preparación operativa del emprendimiento. Comienza con la reunión inicial entre los socios, donde se definen los objetivos, la estructura societaria y el plan de acción. Antes de continuar con el proyecto, se registra la marca en el INPI. Luego, se avanza en la contratación del abogado y del contador, quienes se encargan de la confección del estatuto social y la gestión de los trámites administrativos y legales.

Durante este período se realizan las gestiones necesarias para la constitución formal de la sociedad, incluyendo el pago de la tasa de constitución ante la IGJ, la publicación de edictos en el Boletín Oficial, la homologación de la sociedad y la inscripción como S.R.L. En paralelo, se tramitan las

inscripciones ante los organismos fiscales (AGIP, ARCA) y el registro de empleadores, junto con la rúbrica de los libros contables y societarios.

Se empieza la búsqueda de un local comercial adecuado para el desarrollo de la actividad. Una vez seleccionado, comenzamos con los trámites de habilitación comercial, que incluyen la presentación de planos de ventilación mecánica y de prevención contra incendios, el certificado de aptitud ambiental y las habilitaciones correspondientes ante los organismos competentes (Edenor, Aysa, Bomberos, entre otros).

Durante esta misma fase se tramita la inscripción en el RNE, y la contratación del seguro contra incendios, garantizando la seguridad y legalidad del futuro espacio de trabajo. Con la charla inicial con el estudio de arquitectos se da inicio al diseño del layout del local y al acondicionamiento del espacio físico, paso fundamental para la posterior instalación de maquinarias y mobiliario.

En esta etapa se consolida la preparación operativa y se sientan las bases para el inicio de actividades. Se desarrolla la búsqueda y contratación de personal, junto con la inscripción en la ART y el registro como empleador en el sindicato de pasteleros. El equipo seleccionado recibe las capacitaciones iniciales y deberán contar con el certificado de manipulación de alimentos, asegurando el cumplimiento de las normativas bromatológicas y de seguridad alimentaria.

De manera paralela, se avanza con la búsqueda de proveedores de materia prima y packaging, la compra de equipos, mobiliario y decoración, y la instalación de maquinaria. En este momento se empiezan a hacer pruebas de formulación de helado donde se evalúa sabor, textura y calidad.

Se ejecutan las estrategias de branding e identidad visual, junto con la planificación publicitaria y el lanzamiento de las redes sociales, generando expectativa previa a la apertura. La contratación de la compañía Le Creme refuerza el posicionamiento del producto y la calidad del servicio. Por último, se lleva a cabo la reunión preapertura, la recepción del primer lote de materia prima y las pruebas de producción inicial, que permiten verificar el correcto funcionamiento de los procesos antes de abrir al público.

Apertura

La fase de lanzamiento marca el inicio formal de la actividad comercial. Comienza con la producción inicial, la producción de material fotográfico para redes sociales y la presentación oficial del producto. Realizamos el evento de apertura del local, que funciona como instancia de promoción y captación de los primeros clientes.

Durante esta etapa se activan las redes sociales, enfocada en la difusión de la marca y la generación de comunidad digital. El servicio al cliente comienza a operar bajo los estándares de calidad definidos, recibiendo las primeras impresiones del público. Este período es clave para la obtención de feedback de clientes y la evaluación inmediata de los procesos pactados.

Primeros meses de operación

Una vez en funcionamiento, el proyecto entra en una etapa de consolidación y análisis de resultados. Se realiza un seguimiento constante del control de stock, la evaluación del personal y la evaluación del producto, a fin de garantizar la consistencia en la calidad y eficiencia del servicio.

Paralelamente, se lleva a cabo un análisis de satisfacción del cliente, permitiendo identificar mejoras mediante encuestas post compra. En esta etapa también, le pedimos al contador una evaluación económica y financiera, con el objetivo de medir la rentabilidad, el punto de equilibrio y la sustentabilidad del negocio.

Finalmente, se promueve la expansión de la marca en redes sociales, reforzando la presencia digital y posicionando la empresa en el mercado local como una opción innovadora en el rubro heladero.

6.2 Grafico de Gantt

Se encuentra elaborado y detallado en la planilla de Excel.

7) Plan Económico Financiero

7.1 Inversión inicial

La inversión inicial será de USD 111.307,11.

7.2 Proyección de ventas

Teniendo en cuenta nuestra capacidad de producción, la estacionalidad de marca y la de industria, estimamos ventas anuales de:

Año 1	Año 2	Año 3
USD 295.468,03	USD 315.762,11	USD 343.967,44

7.3 Análisis de Costos operativos

Los costos fijos, que comprenden sueldos, alquiler, servicios, mantenimiento, seguros y gastos administrativos y son un estimado de USD 4928 al mes.

Los costos variables en el año 1, 2 y 3 seran los siguientes, compuestos por la materia prima.

Año 1	Año 2	Año 3
USD 61.672,90	USD 65.908,87	USD 70.216,64

Cada producto vendido aportara los siguientes % en el año 1, 2 y 3.

	Año 1	Año 2	Año 3
Mg. Bruto	41,81%	44,21%	47,54%
Cada producto aporta	\$2772	\$2931	\$3152

7.4 Determinación del Punto de equilibrio

Nuestro punto de equilibrio será alcanzado en el mes 8 el año 1, en el mes 7 el año 2 y en el mes 6 el año 3. Para alcanzarlo deberemos vender las siguientes unidades y/o alcanzar las siguientes facturaciones:

Ventas Equilibrio	USD 185.956,89	USD 177.247,80	USD 166.640,25
Unidades de Eq	39.266,92	37.427,89	35.187,99

7.5 Flujo de fondos proyectado

El flujo de fondos resumido del negocio es el siguiente:

Total Ingresos	USD 300.468,03	USD 386.637,70	USD 474.456,67
Total Egresos:	USD 229.592,43	USD 256.148,47	USD 265.144,47
Saldo de Caja:	USD 70.875,59	USD 130.489,23	USD 209.312,20

7.6 Análisis del Retorno de la inversión

TIR: La tasa interna de retorno, es decir la máxima rentabilidad exigible a este proyecto será del 10,36%, es decir que será una gran oportunidad de inversión para aquellos que tengan un costo de oportunidad menor a esta tasa.

VAN: El valor actual neto de este proyecto, con una tasa del 5%, es de \$12.611,53. Es decir que quien invierta hoy \$111.307,11, recuperaría esa inversión, obtendría la rentabilidad exigida del 5% y generaría una plusvalía de \$12.611,53.

8) Conclusiones y recomendaciones

El proyecto COOLD® demuestra una alta viabilidad técnica, económica y comercial, sustentada en un concepto innovador que introduce al mercado porteño la primera heladería de helado soft artesanal, combinando elaboración propia, estética cuidada y una experiencia diferencial. Los análisis realizados demuestran una demanda sostenida y un público objetivo claramente identificado,

con predisposición a pagar un precio medio – alto por productos de calidad, innovadores y con una estética destacada.

Entre los principales desafíos se destaca la necesidad de generar fidelización frente a un mercado competitivo, mantener la consistencia del producto ante posibles variaciones de proveedores esenciales y enfrentar la alta rivalidad del sector con propuestas de comunicación y publicidad efectivas que refuercen e impulsen la identidad de la marca. La estrategia basada en el diseño del local, la atención personalizada y el impacto visual del producto se posicionan como los ejes clave para mitigar estos riesgos.

En el corto plazo, se recomienda consolidar la operación inicial para hacer frente a la demanda, reforzando la capacitación del personal, el control de costos y la evaluación de desempeño en los primeros meses de funcionamiento. En el mediano plazo, avanzar con un programa de fidelización de clientes y posibilidad de ampliación de la carta de sabores, incorporando opciones veganas o sin gluten que amplíen el público. A largo plazo, se sugiere evaluar la creación de un centro de producción, evaluar la franquibilidad del modelo y el desarrollo de una línea de productos envasados, orientado a aumentar la rentabilidad y la presencia de la marca.

Anexos

4.1. Análisis de la competencia - Investigación de competidores

Alchemy- Humboldt 1923

Competidor directo - ubicado a 70 metros de Coold.

Alchemy es una heladería destacada por su propuesta de sabores innovadores y exóticos. Cuenta con un ambiente inspirado en un laboratorio, con una estética pensada para representar elementos científicos. Además, cuenta con una oferta extensa de productos además de sus helados, incluyendo pastelería, café de especialidad, coctelería y comidas saladas. Su propuesta se basa en brindar una experiencia sensorial y visual destacada, con fuerte presencia en redes sociales y aplicaciones de delivery.

Tienen una gran amplitud de horarios de atención, todos los días desde 9/11 am según el día, a 1 am. Adaptando su perfil según el horario, con café de especialidad durante el día y bar after-office con música y tragos por la noche.

Precios aproximados de helados en aplicaciones de delivery:

¼ kg: entre \$14.000 y \$15.000

½-1 kg: ~\$31.800 a \$35.300

1 kg + tortas combo: ~\$36.600 a \$40.500

En TripAdvisor, algunos comentarios sugieren que el precio es elevado para la zona, pero son justificados por su percepción de calidad y originalidad.

Canales de comunicación

Redes sociales: Activos en Instagram con publicaciones frecuentes.

Delivery: Presentes en Rappi, PedidosYa y Mercado Pago, con distintas promociones.

Sitios de reseñas y guías: Presencia en TripAdvisor, PocoClick, La Cafetegüía, entre otros.

Fortalezas

- Identidad de marca: Local temático de laboratorio y sabores de helado exóticos.
- Alta diferenciación: Difícil de replicar su oferta que combina ambiente y sabores.
- Variedad de propuestas: Además de helados originales, ofrecen café de especialidad, pastelería, cocktails y comidas saladas.
- Flexibilidad de horarios y segmentos: Atrae diferentes clientes en los distintos momentos del día.
- Presencia en redes: Instagram activo con 59.000 seguidores. Buena valoración en aplicaciones de delivery y reseñas.
- Opciones inclusivas: Elaboran sabores sin gluten y aptos veganos, dando alcance a más consumidores.

Debilidades

- Precios elevados: Algunas personas lo perciben como caro.
- Complejidad operativa: Extensa carta de productos y amplitud horaria dificultan la logística.
- Sabores complejos: La originalidad de sabores no es agradable para algunos paladares tradicionales.

Obrador Florida - Soler 5063

Obrador Florida es una heladería artesanal moderna, inaugurada en Palermo en 2022 que cuenta con un gran reconocimiento. Su oferta se basa en 12 sabores de helado, con una rotación dada por la estacionalidad de sus ingredientes naturales, locales y agroecológicos. Elaboran producciones pequeñas por día, teniendo un stock limitado. Utilizan frutas, hojas, flores, raíces, tallos y semillas para destacar su materia prima.

Cuentan con elaboración artesanal, donde cuidan cada receta con procesos que respetan el ciclo natural de los ingredientes. La producción se realiza con la cocina a la vista, generando confianza y transparencia a los clientes.

Precios

Los helados se ofrecen en dos presentaciones: 250 cc y 500 cc, con precios entre \$10.500 y \$15.500 ARS, dependiendo del sabor seleccionado.

Además de los helados, ofrecen productos como Sándwich Helado, alfajores helados y barras heladas.

Canales de comunicación

Presencia activa en diversos canales de comunicación. Cuentan con Instagram con 54.000 seguidores, whatsapp para pedidos y atención personalizada, sitio web para pedidos en línea y correo electrónico para propuestas formales o colaboraciones.

Fortalezas

- Temporalidad y sustentabilidad: Menú estacional con ingredientes locales y agroecológicos.
- Alta diferenciación: Sabores botánicos poco convencionales.
- Fuerte identidad de marca: No es una heladería tradicional. Combina arte, diseño y gastronomía.
- Transparencia: Cocina a la vista, atención personalizada, generación de experiencia.
- Colaboraciones: Eventos con chefs y pasteleros de prestigio, ampliando el posicionamiento gastronómico.

Debilidades

- Oferta reducida y cambiante: Solo 12 gustos rotativos.
- Precios elevados: Según reseñas, tiene precios por encima de otras heladerías.
- Capacidad limitada: Espacio chico en el local, pocas mesas en la vereda. Filas de espera y poca comodidad.
- Alta exigencia operativa: La elaboración artesanal específica para la materia prima exige logística cuidada, costos elevados en insumos y mano de obra especializada.

Helados Daniel- Costa rica 5610

Es un competidor directo, al cumplir la misma necesidad que nosotros y estar a menos de 100 metros de nuestro local. Esta proximidad geográfica es una gran amenaza por el hecho de poder captar al mismo público objetivo.

Es una heladería tradicional de Buenos Aires, nació en 1978 y hoy en día cuenta con 88 sucursales en todo el país, con casi la mitad del total de las sucursales ubicadas en el Gran Buenos Aires. La heladería combina la tradición, volumen y precio accesible que la posiciona como una de las heladerías más demandadas de la ciudad. Tienen un sello propio en dulce de leche (creadores del

super dulce de leche) y una gama muy surtida de productos, como paletas, líneas sin gluten, diet, etc. Asimismo, cuentan con un programa de fidelización del cliente vía app con descuentos y combos.

Por lo tanto su presencia no solo representa la competencia en relación al producto, sino también se debe a su posicionamiento en la mente del consumidor, así como también, la construcción de la marca y su fidelización de clientes.

Precios

Varían según la zona; 1 kilo \$19.800 / ½ kilo \$12.100 / ¼ \$6.400. También cuentan con combos de descuentos por ¼ .

Canales y comunicación

Cuentan con una web con catálogo, sabores del mes y franquicias. Whatsapp destacado para consultas. App propia con puntos/beneficios y redes sociales como Instagram/Facebook los cuales regularmente están activos con promos y eventos.

Fortalezas

- Marca muy conocida en el AMBA
- Alta capilaridad de sucursales
- Amplitud de oferta
- Programa de lealtad + promos/descuentos tácticos
- Creadores del super dulce de leche

Debilidades

- Percepción de calidad variable entre locales
- Dispersión de precios por zona/promos
- Dificultad para diferenciarse por "artesanía pura"
- Estandarización en envíos

Perlatto- José A. Cabrera 5507

Se posiciona como competidor directo en el rubro del helado artesanal, además de que la cercanía de su local con el nuestro representa un desafío, ya que atrae a un segmento de consumidores sensibles al precio, gracias a su política de precios competitivos y comunicación simple y directa.

Su propuesta de valor: Empresa argentina dedicada a la elaboración de helados muy ricos, a partir de ingredientes de primera calidad y frutas frescas. Dicen ser el “mejor helado, al mejor precio”, entregando un discurso de accesibilidad sostenido en promos semanales y foco familiar/barrial.

Precios

Varían según la zona de ubicación de sus sucursales, pero en promedio cuestan: 1 kilo \$17.600 / ½ \$8.800 / ¼ \$4.600. Cuentan con promo de 2 kilos a \$27.800 en algunos de sus locales.

Canales y comunicación: Cuentan con una web con las diferentes sucursales + enlaces a Whatsapp por local para pedir directamente o resolver consultas + apps de pedido + redes sociales como instagram con claims de precio.

Fortaleza

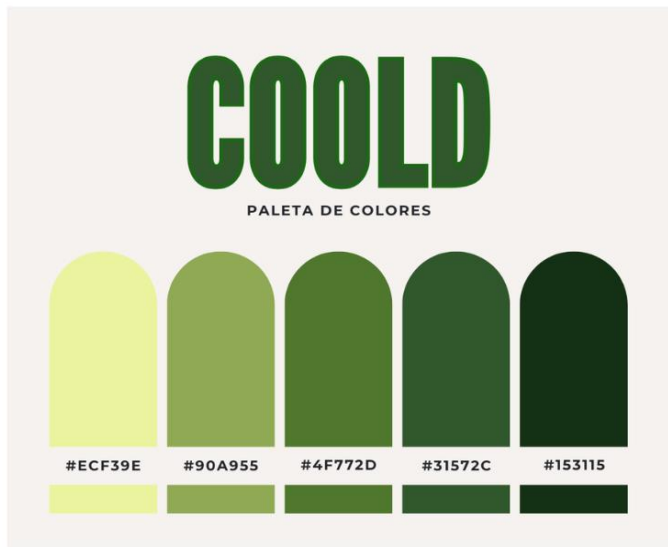
- Consistencia de precios bajos
- Comunicación simple
- Foco a volumen familiar
- Rapidez de pedido

Debilidades

- Escasa innovación
- Branding limitado
- Poca personalización
- Menor prestigio urbano

4.4 Imagen corporativa y branding ANEXO

Presupuesto diseño de marca <https://drive.google.com/file/d/1T8WTSk-poDnM6TBQwavuJLQMmvdQQmpf/view?usp=sharing>









Representación local interior de referencia:



Representación fachada exterior de referencia:



Referencia helado sabor pistacho – frambuesa:



Referencia helado sabor vainilla - chocolate



Referencia helado sabor dulce de leche - sambayón:



Referencia helado sabor mango maracuyá - coco:



5.1

Links de proveedores y listas de precios ANEXOS

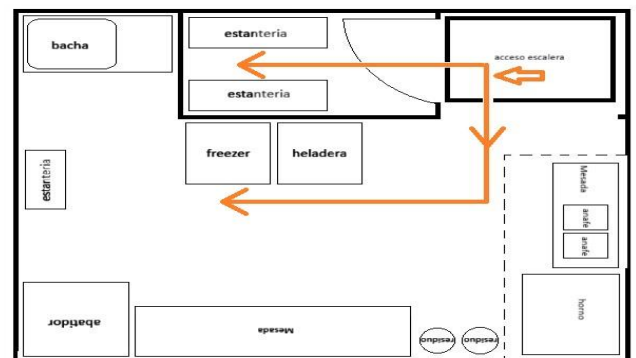
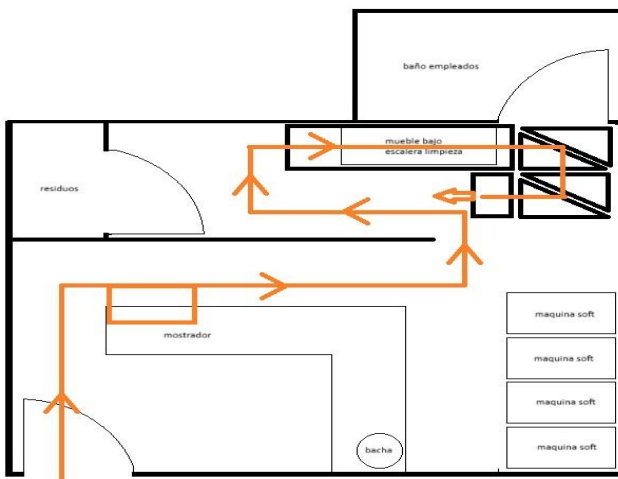
- [El criollo](#)
- [El Heraldo](#)
- [AESA](#)
- [Packagin](#)
- [Cucharas](#)
- [Huevos](#)

5.3 Esquema quincenal

Julio	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
CAJERO AM	OFF	10	10	10	10	10	10	OFF	10	10	10	10	10	10	OFF
CAJERO PM	OFF	17	17	17	17	18	18	OFF	17	17	17	17	18	18	OFF
HELADERO AM	OFF	10	10	10	10	10	10	OFF	10	10	10	10	10	10	OFF
HELADERO PM	OFF	17	17	17	17	18	18	OFF	17	17	17	17	18	18	OFF
ENCARGADO PRODU	OFF	7	7	7	7	7	7	OFF	7	7	7	7	7	7	OFF

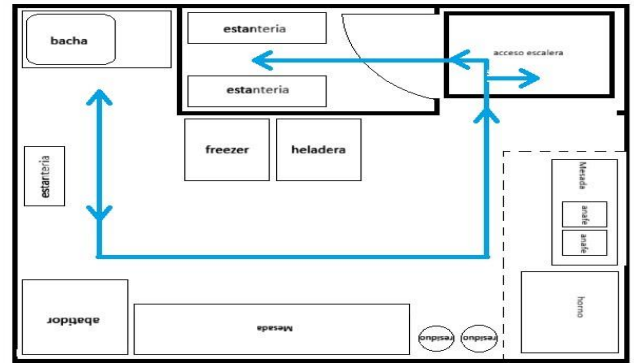
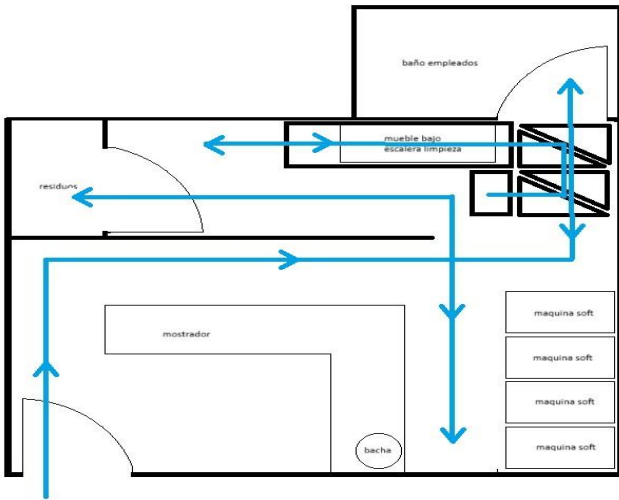
5.5 Layouts y flujos

- Flujo proveedores



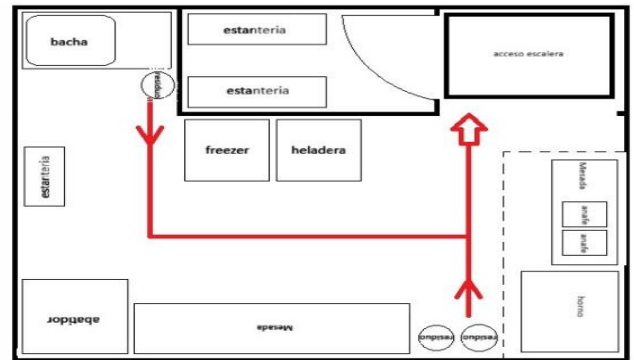
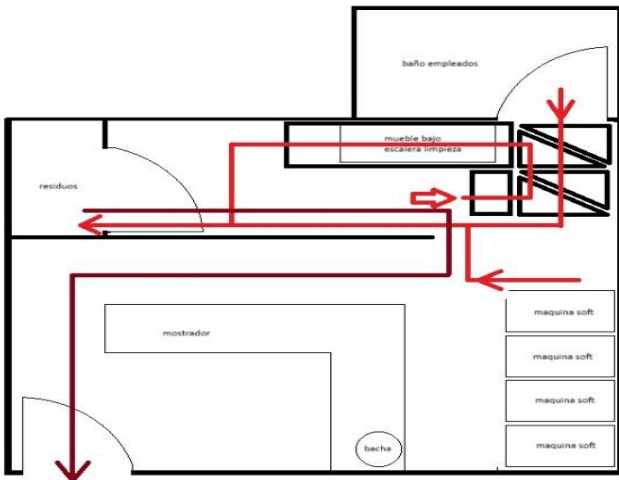
Los proveedores ingresarán por la puerta principal, el control de la mercadería se hará en el sector de caja y luego las mercaderías pasarán por detrás de la barra hacia la escalera, subiendo y almacenándose en el depósito de secos y en las heladeras.

- Flujo del personal



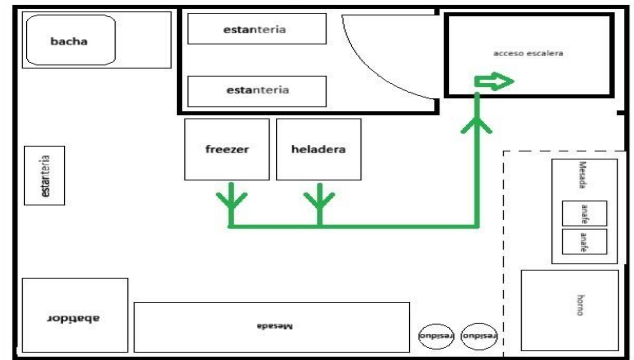
El personal ingresara al local por la puerta principal y se dirigirá al baño de personal a cambiarse y dejar sus afectos personales, luego circulara según lo necesario por la planta baja y la planta alta, al retirarse pasaran nuevamente por el baño.

- Flujo de residuos PONER HORARIOS



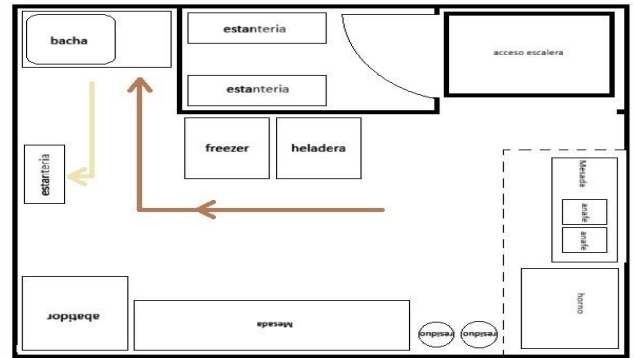
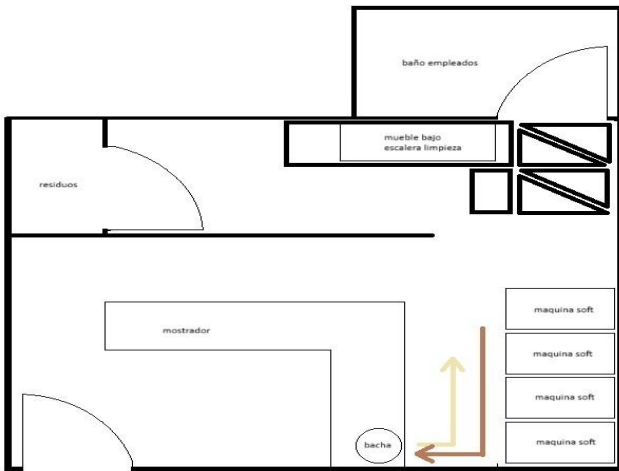
En línea roja indicamos la circulación de la basura hacia el almacenamiento previo, para poder acumularla ahí previo al retiro del local. El depósito está ubicado estratégicamente para no contaminar las áreas donde el helado se produce y sirve. Los residuos se retiran como indica la línea color bordo por la puerta del local hacia los contenedores externos.

- Flujo de los productos al servicio



Los mix de helado, los toppings y salsas son retirados de la refrigeración para llevarse a la línea de servicio a demanda, dejando una reposición en heladera bajo mesada y el mix dentro de las maquinas,

- Flujo de utensilios sucios



Los utensilios sucios, indicados en color naranja, de la producción son llevados a la bacha y luego son almacenados limpios en la estantería de utensilios limpios al lado de la bacha, las herramientas utilizadas por los heladeros en servicio son lavadas y depositadas limpias en los muebles bajo las maquinas de helados.

Instalaciones y Bienes de

Proveedor	Descripción Detallada	Cantidad
Guillermo Ibañez - Arquitecto	Demolición y limpieza	1
Guillermo Ibañez - Arquitecto	Mampostería y estructura	1
Guillermo Ibañez - Arquitecto	Pisos y revestimientos	1
Guillermo Ibañez - Arquitecto	Revestimientos paredes	1
Guillermo Ibañez - Arquitecto	Carpintería	1
Guillermo Ibañez - Arquitecto	Instalación eléctrica	1
Guillermo Ibañez - Arquitecto	Instalación agua y sanitarios	1
Guillermo Ibañez - Arquitecto	Ventilación	1
Guillermo Ibañez - Arquitecto	Mobiliario e iluminación	1
Guillermo Ibañez - Arquitecto	Permisos y trámites	1
Guillermo Ibañez - Arquitecto	Contingencias	1
Proveedor	Descripción Detallada	Cantidad
Ingenieria gastronomica	Abatidor de temperatura	1
Ingenieria gastronomica	Heladera comercial vertical	2
Ingenieria gastronomica	Freezer vertical industrial	2
Suref	Rejillas de ventilacion	1
Moretti	Anafe de induccion	2
Ingenieria gastronomica	Hornos apilables GN	1
Ingenieria gastronomica	Campanas para extraccion	1
Ingenieria gastronomica	Mesada acero inoxidable	2
San Remo	Cesto de basura	2
Turboblender	Estanteria TB-RACKC4	3
Fravega	Aire acondicionado Inverter	1
Fravega	Extractor de aire axial	1

Proveedor	Descripción Detallada	Cantidad
Sheshu home	Revestimiento mostrador	1
Mdeco muebles	Mostrador	1
Tienda ruma	Lampara colgante	1
Totalimpo	Lampara techo x5	1
Gioluce	Lampara colgante movil	1
Garbo	Banco largo de espera	1
Bears Accesorios	Vinilo pared	1
Cartelgraf2010	Marquesina	1
Tu nombre importa	Letras corporeas interior	1
Tu nombre importa	Letras corporeas exterior	1
Innograf diseño	Cartel redondo luminoso saliente	1

Proveedor	Descripción Detallada	Cantidad
Gadnic	Camaras de seguridad	1
Casa rufy	Caja registradora	1
Mercado libre	Point smart	1
Stec soluciones tecnologicas	Totem pedidos	1

Proveedor	Descripción Detallada	Cantidad
Seguridad Haedo	Matafuego	1

Detalle de Inversiones

Uso	Total sin IVA:
	Total con IVA:

Inversión en Obra /Remodelación

	21%	Total con IVA:	Total sin IVA:
		8100000	6399000
Importe Neto Unitario (sin IVA)	IVA	Importe Total (con IVA)	Importe Total (sin IVA)
1185000	315000	1500000	1185000
2370000	630000	3000000	2370000
2844000	756000	3600000	2844000
1896000	504000	2400000	1896000
2370000	630000	3000000	2370000
1896000	504000	2400000	1896000
1659000	441000	2100000	1659000
1896000	504000	2400000	1896000
1185000	315000	1500000	1185000
474000	126000	600000	474000
2370000	630000	3000000	2370000

Equipamiento de Cocina

	21%	Total con IVA:	Total sin IVA:
		59603714,35	50228047,15
Importe Neto Unitario (sin IVA)	IVA	Importe Total (con IVA)	Importe Total (sin IVA)
14.821.900	3112599	17934499	14821900
	0	0	0
8.473.800	1779498	20506596	16947600
89.245	18741,45	107986,45	89245
537.200	112812	1300024	1074400
11.164.025,70	1172222,7	12336248,4	11164025,7
3.149.202	661332,42	3810534,42	3149202
974.400	204624	2358048	1948800
31.505	6616,05	76242,1	63010
157.999,17	33179,826	573536,9871	473997,51
495.866,94	104132,06	599998,9974	495866,94
16.512	3467,4759	19979,2659	16511,79

291.427	30599,853	322027,0229	291427,17
329.000	69090	398090	329000
1.609.836	169032,79	1778868,837	1609836,052
116.454	24455,281	281818	232907,438
340.961		681922,314	681922,314
4.131	433,755	9129,51	8262
7.686	1614,06	27900,18	23058
23.395	4912,95	113231,8	93580
8.300	1743	40172	33200
7.686	1614,06	18600,12	15372
27.532	5781,7809	333140,709	275322,9
20.441	4292,6625	49467,825	40882,5
35.943	7548,0248	217455	179714,876
69.364	14566,44	83930,44	69364
40.845	8577,5455	494230	408454,5455
11.779	2473,4876	285040	235570,2479
20.252	4252,9339	245050	202520,6612
11.319	2376,9917	136960	113190,0826

Equipamiento de Salón

	21%	Total con IVA:	Total sin IVA:
		42854239,34	35416726,73
Importe Neto Unitario (sin IVA)	IVA	Importe Total (con IVA)	Importe Total (con IVA)
4023750	844987,5	9737475	8047500
6380000	1339800	30879200	25520000
1.183.130	248457,3	1431587,3	1183130
62.810	13190,1	76000,1	62810
	0	0	0
90.908	19090,68	109998,68	90908
16.512	3467,4759	19979,2659	16511,79
495.866,94	104132,06	599998,9974	495866,94
	0	0	0

Mobiliario y Decoración

	21%	Total con IVA:	Total sin IVA:
	10,50%	1495958,7	1283970
Importe Neto Unitario (sin IVA)	IVA	Importe Total (con IVA)	Importe Total (con IVA)
12.396	2603,16	14999,16	12396
537.000	56385	593385	537000
12000	1260	13260	12000
32.918	6912,78	39830,78	32918
18426	3869,46	22295,46	18426
198.954	41780,34	240734,34	198954
17500	3675	21175	17500
80000	16800	96800	80000
17388	3651,48	21039,48	17388
17388	3651,48	21039,48	17388
340000	71400	411400	340000
	0	0	0

Equipos de Oficina/TI

	21%	Total con IVA:	Total sin IVA:
		1585232,725	1319914,26
Importe Neto Unitario (sin IVA)	IVA	Importe Total (con IVA)	Importe Total (con IVA)
112.986,00	11.863,53	124849,53	112.986,00
79739	16745,19	96484,19	79739
37.189,26	7809,7446	44999,0046	37189,26
1090000	228900	1318900	1090000

Otros

	21%	Total con IVA:	Total sin IVA:
		260000	205400
Importe Neto Unitario (sin IVA)	IVA	Importe Total (con IVA)	Importe Total (sin IVA)
205.400,00	54.600,00	260.000	205.400,00
	0	0	0

94853058,14
113899145,1

--

--

--

Observaciones

Presupuesto de obra brindado por arquitecto anexo.
--

--

--

--

--

Observaciones

https://drive.google.com/file/d/13-qkl6yLssnydlq/

https://drive.google.com/file/d/13-qkl6yLssnydlq/

https://drive.google.com/file/d/13-qkl6yLssnydlq/

Rejillas de ventilacion

Anafe

https://drive.google.com/file/d/1LxtiiO3TnHhFaGv/

https://drive.google.com/file/d/1LxtiiO3TnHhFaGv/

https://drive.google.com/file/d/1YZWD4w1FkVEeA/

Cesto de basura

--

Aire acondicionado inverter

Extracto de aire axial
--

Total sin IVA:

810000

Amortizacion

150000

300000

360000

Total sin IVA:

5960371,44

Amortizacion

1793449,9

0

2050659,6

10798,645

130002,4

1233624,84

381053,442

235804,8

7624,21

57353,6987

59999,8997

1997,92659

https://drive.google.com/file/d/1CZ7IOwiCwhqu3N	32202,7023
Balanza comercial digital	39809
https://drive.google.com/file/d/1CZ7IOwiCwhqu3N	177886,884
Olla acero 20 cm	28181,8
Olla tramontina 36 cm	68192,2314
Colador C/ Cernidor de Acero Inoxidable y alambre	912,951
Espátula 40 Cm Alta Temperatura Spoon Blanco MercadoLibre	2790,018
Asadera Horno Fuente Enlozada Lata Para Panaderia 40x60x2cm Negro	11323,18
Placa Silicona Antiadherente Tipo Silpat Plancha De 30x40 Cm Envío gratis	4017,2
Embudo Con Manija De Metal Acero Inoxidable 304 Plateado MercadoLibre	1860,012
Bowl Acero Inoxidable 28cm Batidor Con Asa Manija	33314,0709
Tabla Picar Corte Polipropileno 35x50cm Profesional Cocina	4946,7825
Batidor	21745,5
Termometro	8393,044
Bandeja GN 1/10	49423
https://www.mercadolibre.com.ar/gastronorm-ban	28504
https://www.mercadolibre.com.ar/bandeja-gastron	24505
https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-164253	13696
Observaciones	Total sin IVA:
	4285423,93
	Amortizacio
	n
Heladera Bajo Mesada - Ig- Ingeniería Gastronómica	973747,5
https://drive.google.com/file/d/1yLZWj2W_1ujBZph	3087920
	143158,73
Cestos de basura	7600,01
	0
Equipo de sonido	10999,868
Extractor de aire	1997,92659
Aire acondicionado	59999,8997
	0

Observaciones
Revestimiento
Mostrador Comercial Exhibidor
Lampara
Lampara techo
Lampara Spot Cabezal Movil
Banco
Vinilo
marquesina
Letras
Letras
Cartel

Total sin IVA:
498652,9
Amortizacio n
4999,72
197795
4420
13276,9267
7431,82
80244,78
7058,33333
32266,6667
7013,16
7013,16
137133,333
0

Observaciones
Cámaras De Seguridad
Caja registradora
Point Smart
Totem

Total sin IVA:
317046,545
Amortizacio n
24969,906
19296,838
8999,80092
263780

Observaciones

Total sin IVA:
52000
Amortizacio n
52000

****Activos Intangibles** / Capital de Trabajo Inicial**

Proveedor	Descripción Detallada	Cantidad
TAD online	Habilitación del local	
TAD online	Inscripcion en el registro de empleadores	
TAD online	Habilitacion economica expres	
San Cristobal	Seguro de Comercio	1
Secretaria de trabajo y empleo	Alta rubrica digital de documentacion laboral	1
Agip online	Alta en AGIP	
ARCA	Inscripcion al ARCA como persona juridica	
Página de Agencia Gubernamental de control	RNE	
Gast		
Proveedor	Descripción Detallada	Cantidad
Morales y asociados	Honorarios Abogado (Constitución Sociedad)	1
Beatriz del Carmen	Honorarios Contador	1
Gobierno CABA	Publicación en Boletín Oficial	1
Inspeccion general de Justicia	Constitucion societaria/homologacion estatuto	1

Proveedor	Descripción Detallada	Cantidad
Corart Design	Plan integral diseño de marca	1
Pagina INPI	Registro de marca INPI	1

Proveedor	Descripción Detallada	Cantidad
	Lote inicial de mercaderias para un mes	1

Proveedor	Descripción Detallada	Cantidad
socios	Efectivo en cuenta para utilizacion	1

Proveedor	Descripción Detallada	Cantidad
Emergencias salud	Taller RCP+primeros auxilios	1
Uba agronomia	Curso gestion de residuos	1

Baires Cocina	Curso maquinas de helado	1
---------------	--------------------------	---

Comu		
Proveedor	Descripción Detallada	Cantidad
La Creme	Desarrollo de Redes Sociales	1

Detalle de Inversiones

/ Otros Gastos Pre-Operativos	Total sin IVA:
	Total con IVA:

Licencias y Permisos

	21%	Total con IVA:	Total sin IVA:
		68851,8	61582
Importe Neto Unitario (sin IVA)	IVA	Importe Total (con IVA)	Importe Total (sin IVA)
0	0	0	0
0	0	0	0
0	0	0	0
61.102	7.169	68.271	61102
480	100,8	580,8	480
0			
0			
0			

Costos de Constitución de la Sociedad

	21%	Total con IVA:	Total sin IVA:
		3002143,1	2481110
Importe Neto Unitario (sin IVA)	IVA	Importe Total (con IVA)	Importe Total (con IVA)
738.030	154986,3	893016,3	738030
1.706.800	358428	2065228	1706800
280	58,8	338,8	280
36.000	7560	43560	36000

Desarrollo de Marca

	21%	Total con IVA:	Total sin IVA:
		444892,8	367680
Importe Neto Unitario (sin IVA)	IVA	Importe Total (con IVA)	Importe Total (con IVA)
350000	73500	423500	350000
17.680	3712,8	21392,8	17680

Inventario Inicial

	21%	Total con IVA:	Total sin IVA:
	10,50%	10379026,97	8577708,237
Importe Neto Unitario (sin IVA)	IVA	Importe Total (con IVA)	Importe Total (sin IVA)
8577708,237	1801318,7	10379026,97	8577708,237

Caja Inicial

	21%	Total con IVA:	Total sin IVA:
		8470000	7000000
Importe Neto Unitario (sin IVA)	IVA	Importe Total (con IVA)	Importe Total (con IVA)
7000000	1470000	8470000	7000000

Capacitación de Personal

	21%	Total con IVA:	Total sin IVA:
		653400	540000
Importe Neto Unitario (sin IVA)	IVA	Importe Total (con IVA)	Importe Total (con IVA)
240000	50400	290400	240000
150000	31500	181500	150000

150000	31500	181500	150000
--------	-------	--------	--------

Comunicación - Publicidad Pre-Apertura

	21%	Total con IVA:	Total sin IVA:
		1512500	1250000
Importe Neto Unitario (sin IVA)	IVA	Importe Total (con IVA)	Importe Total (con IVA)
1250000	262500	1512500	1250000
	0	0	0
	0	0	0



20278080,24

24530814,67



Observaciones

[Cómo habilitar tu local comercial en la Ciudad](#)
[Inscripción en el Registro de Empleadores](#)
[Habilitación de actividad económica exprés](#)

<https://drive.google.com/file/d/1u...>

[Alta de documentacion laboral](#)

[Alta en AGIP](#)

[ARCA Personas jurídicas](#)

[Registro Nacional de Establecimientos \(RNE\)](#)



Observaciones

[Costo de Constituir una SRL](#)

<https://drive.google.com/file/d/1BJ-...>

[Publicacion boletin oficial](#)

[Costo de constitucion IGJ](#)

Total sin IVA:

351598,85

Amortizacion

0

0

0

6827,1

58,08

10,08

0

Total sin IVA:

344703,59

Amortizacion

89301,63

206522,8

33,88

4356

Observaciones
Presupuesto Diseño Marca
Registrar una marca

Total sin IVA:
44489,28
Amortizacion
42350
2139,28

Observaciones
proveniente de ventas x un

Observaciones

Total sin IVA:
847000
Amortizacion
847000

Observaciones
https://drive.google.com/file/d/1JCF
https://cursos-diplomaturas.agro.uj

Total sin IVA:
65340
Amortizacion
29040
18150

<https://store.bairescocina.com/pro>

18150

Observaciones
Presupuesto Redes Sociales

Total sin IVA:
151250
Amortizacion
151250
0
0

Total inversión Inicial	
Amortizaciones	
Bienes de uso	
Concepto de Inversión	Importe Total (con IVA)
Instalaciones y Bienes de Uso	
Obra /Remodelación	25500000
Equipamiento de Cocina	59603714,35
Equipamiento de Salón	42854239,34
Mobiliario y Decoración	1495958,7
Equipos de Oficina/TI	1585232,725
Otros (si aplica)	260000
Activos Intangibles	
Licencias y Permisos	68851,8
Gastos de Constitución	3002143,1
Desarrollo de Marca	444892,8
Capital de Trabajo Inicial	
Inventario Inicial	10379026,97
Caja Inicial	8470000
Otros Gastos Pre-Operativos	
Capacitación de Personal	653400
Publicidad Pre-Apertura	1512500

Inversión Inicial		
	Total con IVA:	155829959,8
	Total sin IVA:	128877138,4
	Total sin IVA:	13675876,53
	Total sin IVA:	105799145,1
Importe Total (sin IVA)	Observaciones / Proveedor	
20145000		
50228047,15		
35416726,73		
1283970		
1319914,26		
205400		
61582		
2481110		
367680		
8577708,237	Estimación para 30 días	
7000000		
540000		
1250000		

IVA II

Dólar

1400

111307,114

92055,0988 -19252,0153 neto iva

9768,48324

75570,8179

Helado+Salsa+topping (MAS COSTOSO)	6.629,10
Vaso polipapel	194,64
Cuchara	21,78
Precio de venta ESTIMADO	6.845,52

Categoría	Nombre del Plato/Producto	Receta para		
Helados	Helado de vainilla	84	Porciones	
Helado de vainilla	Ingredientes	Peso Neto	Un.de Medida	% Desperdicio
	Crema de leche	1,500	kg	0%
	Leche en polvo	0,900	KG	0%
	Azucar	1,050	kg	0%
	Dextrosa	0,450	KG	0%
	Glucosa en polvo	0,300	kg	0%
	neutro c	0,075	kg	0%
	Chaucha de vainilla	9,000	u	0%
	Leche	7,500	lt	0%
			11,775	

Categoría	Nombre del Plato/Producto	Receta para		
Helados	Helado de chocolate	78	Porciones	
	Ingredientes	Peso Neto	Un.de Medida	% Desperdicio
	Crema de leche	1,200	kg	0%
	Leche en polvo	0,750	kg	0%
	Cacao Amargo	0,600	kg	0%

Helado de chocolate				
	Chocolate 87	0,600	kg	0%
	Azucar	0,900	kg	0%
	Dextrosa	0,450	kg	0%
	Glucosa en polvo	0,300	kg	0%
	neutro c	0,075	kg	0%
	Leche	6,900	lt	0%
		11,775		
Categoría	Nombre del Plato/Producto		Receta para	
Helados	Helado de dulce de leche		96	Porciones
Helado de dulce de leche	Ingredientes	Peso Neto	Un.de Medida	% Desperdicio
	Dulce de leche heladero	3,000	kg	0%
	Crema de leche	1,500	kg	0%
	Leche en polvo	0,750	kg	0%
	Azucar	1,200	kg	0%
	Dextrosa	0,300	kg	0%
	Glucosa liquida	0,300	kg	0%
	neutro c	0,120	kg	0%
	Leche	7,500	lt	0%
			14,670	

Categoría	Nombre del Plato/Producto		Receta para	
Helados	Helado de pistacho		81	Porciones
Helado de pistacho	Ingredientes	Peso Neto	Un.de Medida	% Desperdicio
	Crema de leche	1,500	kg	0%
	Leche en polvo	0,750	kg	0%
	Pasta de pistacho	0,600	kg	0%
	Azucar	1,050	kg	0%
	Dextrosa	0,450	kg	0%
	Glucosa en polvo	0,300	kg	0%

	neutro c	0,075	kg	0%
	Leche	7,500	lt	0%
		12,225		

Categoría	Nombre del Plato/Producto	Receta para		
Helados	Helado de frambuesa	75	Porciones	
Helado de frambuesa	Ingredientes	Peso Neto	Un.de Medida	% Desperdicio
	Crema de leche	1,200	kg	0%
	Leche en polvo	0,600	kg	0%
	Pulpa de frambuesa	3,000	kg	0%
	Azucar	0,900	kg	0%
	Dextrosa	0,450	kg	0%
	Glucosa en polvo	0,300	kg	0%
	neutro f	0,075	kg	0%
	Agua	5,100	kg	0%
		11,625		

Categoría	Nombre del Plato/Producto	Receta para		
Helados	Helado de sambayon	78	Porciones	
Helado de sambayon	Ingredientes	Peso Neto	Un.de Medida	% Desperdicio
	Crema de leche	1,200	kg	0%
	Leche en polvo	0,750	kg	0%
	Yema pasteurizada	0,750	kg	0%
	Oporto	0,450	kg	0%
	Azucar	1,050	kg	0%
	Dextrosa	0,450	kg	0%
	Glucosa en polvo	0,300	kg	0%
	neutro c	0,075	kg	0%
	Leche	6,900	lt	0%
			11,925	

Categoría	Nombre del Plato/Producto		Receta para	
Helados	Helado de coco		80	Porciones
Helado de coco	Ingredientes	Peso Neto	Un.de Medida	% Desperdicio
	Crema de leche	1,500	kg	0%
	Leche en polvo	0,900	kg	0%
	Azucar	1,050	lt	0%
	Dextrosa	0,450	kg	0%
	Glucosa en polvo	0,300	kg	0%
	neutro c	0,075	kg	0%
	Chaucha de vainilla	9,000	kg	0%
	Leche de coco	7,500	kg	0%
		11,775		

Categoría	Nombre del Plato/Producto		Receta para	
Helados	Helado de Mango/maracuya		99	Porciones
Helado de Mango/maracuya	Ingredientes	Peso Neto	Un.de Medida	% Desperdicio
	Agua	6,000	lt	0%
	Pulpa de mango	3,6	kg	0%
	Pulpa de maracuya sin semillas	2,400	kg	0%
	Azucar	1,800	kg	0%
	Dextrosa	0,600	kg	0%
	Glucosa en polvo	0,450	kg	0%
	neutro f	0,120	kg	0%
		14,970		

Categoría	Nombre del Plato/Producto		Receta para	
Salsa	Salsa de frambuesa		86	Porciones
	Ingredientes	Peso Neto	Un.de Medida	% Desperdicio

Salsa de frambuesa	Pulpa de frambuesa	0,600	kg	0%
	Azucar	0,192	kg	0%
	Glucosa liquida	0,500	kg	0%
	Chocolate blanco	0,420	kg	0%
		1,712		

Categoría	Nombre del Plato/Producto	Receta para		
Salsa	Salsa de Dulce de Leche	210	Porciones	
Salsa de dulce de leche	Ingredientes	Peso Neto	Un.de Medida	% Desperdicio
	Dulce de leche repostero	3,000	kg	0%
	Crema de leche	1,500	kg	0%
		4,500		

Categoría	Nombre del Plato/Producto	Receta para		
Salsa	Salsa de maracuya	60	Porciones	
Salsa de maracuya	Ingredientes	Peso Neto	Un.de Medida	% Desperdicio
	Pulpa de maracuya sin semillas	0,600	kg	0%
	Azucar	0,192	kg	0%
	Glucosa liquida	0,051	kg	0%
	Chocolate blanco	0,420	kg	0%

		1,263		
--	--	-------	--	--

Categoría	Nombre del Plato/Producto		Receta para	
Salsa	Toffee		300	Porciones
Toffee	Ingredientes	Peso Neto	Un.de Medida	% Desperdicio
	Azucar	3	kg	0%
	Crema de leche	3	kg	0%
	Manteca	0,6	kg	0%
		6,600		

Categoría	Nombre del Plato/Producto		Receta para	
Topping	Garrapiñada de coco		300	Porciones
Garrapiñada de coco	Ingredientes	Peso Neto	Un.de Medida	% Desperdicio
	Escamas de coco	3,000	kg	0%
	Azucar	3,000	kg	0%
		6,000		

Categoría	Nombre del Plato/Producto		Receta para	
Topping	Mani caramelizado		450	Porciones
	Ingredientes	Peso Neto	Un.de Medida	% Desperdicio

Mani caramelizado	Mani	3,000	kg	0%
	Azucar	3,000	kg	0%
	Glucosa liquida	3,000	kg	0%
		9,000		

Categoría	Nombre del Plato/Producto		Receta para	
Topping	Crumble de chocolate blanco		90	Porciones
Crumble de chocolate blanco	Ingredientes	Peso Neto	Un.de Medida	% Desperdicio
	Harina	0,300	kg	0%
	Azucar	0,195	kg	0%
	Manteca	0,420	kg	0%
	chocolate blanco	0,300	kg	0%
	Almidon	0,120	kg	0%
	Leche en polvo	0,300	kg	0%
	bicarbonato de sodio	0,003	kg	0%
	sal	0,045	kg	0%
		1,683		

Categoría	Nombre del Plato/Producto		Receta para	
Topping	Brownie		150	Porciones
Brownie	Ingredientes	Peso Neto	Un.de Medida	% Desperdicio
	Manteca	0,540	kg	0%
	chocolate 87	0,330	kg	0%
	Huevos	0,600	kg	0%
	Azucar	0,800	kg	0%
	Harina	0,450	kg	0%
	Bicarbonato de sodio	0,040	kg	0%
	Cacao amargo	0,400	kg	0%
	Sal	0,090	kg	0%

		3,250		
--	--	-------	--	--

Categoría	Nombre del Plato/Producto		Receta para	
Preproceso	Pulpa de frambuesa		5	Porciones
Pulpa de frambuesa	Ingredientes	Peso Neto	Un.de Medida	% Desperdicio
	frambuesa congelada	5,000	kg	0%
			5,000	

Categoría	Nombre del Plato/Producto		Receta para	
Preproceso	Pasta de pistacho		5	Porciones
Pasta de pistacho	Ingredientes	Peso Neto	Un.de Medida	% Desperdicio
	Pistacho entero	5,000	kg	0%
			5,000	

Estandarización de Recetas y Costos de Producción

	Categoría	Precio Promedio Unitario (sin IVA)	\$ 5.158,47
	Helados		
	Categoría	Precio Promedio Unitario (sin IVA)	735,98
	Salsa		
	Categoría	Precio Promedio Unitario (sin IVA)	736,01
	Topping		

Peso Neto Porción:			Costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)
0,140178571		Kg	\$ 898,22	17%	\$ 5.159,23
% Merma	% Incremento por cocción	Rendimiento Total	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario
0%	0%	100%	1,500	\$ 7.583,60	\$ 11.375,40
0%	0%	100%	0,900	\$ 5.082,00	\$ 4.573,80
0%	0%	100%	1,050	\$ 1.384,00	\$ 1.453,20
0%	0%	100%	0,450	\$ 2.565,20	\$ 1.154,34
0%	0%	100%	0,300	\$ 7.865,00	\$ 2.359,50
0%	0%	100%	0,075	\$ 63.525,00	\$ 4.764,38
0%	0%	100%	9,000	\$ 5.530,00	\$ 49.770,00
0%	0%	100%	7,500	\$ 1.322,17	\$ 9.916,28
				costo por lote	\$ 75.450,62

Peso Neto Porción:			costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)
0,150961538		Kg	\$ 691,61	13,41%	\$ 5.157,41
% Merma	% Incremento por cocción	Rendimiento Total	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario
0%	0%	100%	1,200	\$ 7.583,60	\$ 9.100,32
0%	0%	100%	0,750	\$ 5.082,00	\$ 3.811,50
0%	0%	100%	0,600	\$ 23.047,00	\$ 13.828,20

0%	0%	100%	0,600	\$ 37.410,00	\$ 22.446,00
0%	0%	100%	0,900	\$ 1.384,00	\$ 1.245,60
0%	0%	100%	0,450	\$ 2.565,20	\$ 1.154,34
0%	0%	100%	0,300	\$ 7.865,00	\$ 2.359,50
0%	0%	100%	0,075	\$ 63.525,00	\$ 4.764,38
0%	0%	100%	6,900	\$ 1.322,17	\$ 9.122,97
				COSTO TOTAL MATERIA PRIMA	\$ 53.945,46
Peso Neto Porción:			Costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)
0,1528125 Kg			\$ 434,03	8%	\$ 5.160,83
% Merma	% Incremento por cocción	Rendimiento Total	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario
0%	0%	100%	3,000	\$ 5.142,00	\$ 15.426,00
0%	0%	100%	1,500	\$ 7.583,60	\$ 11.375,40
0%	0%	100%	0,750	\$ 5.082,00	\$ 3.811,50
0%	0%	100%	1,200	\$ 1.384,00	\$ 1.660,80
0%	0%	100%	0,300	\$ 2.565,20	\$ 769,56
0%	0%	100%	0,300	\$ 3.334,00	\$ 1.000,20
0%	0%	100%	0,120	\$ 63.525,00	\$ 7.623,00
0%	0%	100%	7,500	\$ 1.322,17	\$ 9.916,28
				costo por lote	\$ 41.666,46

Peso Neto Porción:			costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)
0,150925926 Kg			\$ 853,34	17%	\$ 5.159,23
% Merma	% Incremento por cocción	Rendimiento Total	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario
0%	0%	100%	1,500	\$ 7.583,60	\$ 11.375,40
0%	0%	100%	0,750	\$ 5.082,00	\$ 3.811,50
0%	0%	100%	0,600	\$ 57.142,86	\$ 34.285,71
0%	0%	100%	1,050	\$ 1.384,00	\$ 1.453,20
0%	0%	100%	0,450	\$ 2.565,20	\$ 1.154,34
0%	0%	100%	0,300	\$ 7.865,00	\$ 2.359,50

0%	0%	100%	0,075	\$ 63.525,00	\$ 4.764,38
0%	0%	100%	7,500	\$ 1.322,17	\$ 9.916,28
				COSTO TOTAL MATERIA PRIMA	\$ 69.120,30

Peso Neto Porción:			Costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)
0,155		Kg	\$ 998,94	19%	\$ 5.157,14
% Merma	% Incremento por cocción	Rendimiento Total	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario
0%	0%	100%	1,200	\$ 7.583,60	\$ 9.100,32
0%	0%	100%	0,600	\$ 5.082,00	\$ 3.049,20
0%	0%	100%	3,000	\$ 18.021,25	\$ 54.063,75
0%	0%	100%	0,900	\$ 1.384,00	\$ 1.245,60
0%	0%	100%	0,450	\$ 2.565,20	\$ 1.154,34
0%	0%	100%	0,300	\$ 7.865,00	\$ 2.359,50
0%	0%	100%	0,075	\$ 52.635,00	\$ 3.947,63
0%	0%	100%	5,100	\$ -	\$ -
				costo por lote	\$ 74.920,34

Peso Neto Porción:			costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)
0,152884615		Kg	\$ 524,99	10%	\$ 5.157,04
% Merma	% Incremento por cocción	Rendimiento Total	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario
0%	0%	100%	1,200	\$ 7.583,60	\$ 9.100,32
0%	0%	100%	0,750	\$ 5.082,00	\$ 3.811,50
0%	0%	100%	0,750	\$ 9.208,00	\$ 6.906,00
0%	0%	100%	0,450	\$ 5.059,41	\$ 2.276,73
0%	0%	100%	1,050	\$ 1.384,00	\$ 1.453,20
0%	0%	100%	0,450	\$ 2.565,20	\$ 1.154,34
0%	0%	100%	0,300	\$ 7.865,00	\$ 2.359,50
0%	0%	100%	0,075	\$ 63.525,00	\$ 4.764,38
0%	0%	100%	6,900	\$ 1.322,17	\$ 9.122,97
				COSTO TOTAL MATERIA PRIMA	\$ 40.948,94

Peso Neto Porción:			Costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)
0,1471875		Kg	\$ 943,13	18%	\$ 5.159,37
% Merma	% Incremento por cocción	Rendimiento Total	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario
0%	0%	100%	1,500	\$ 7.583,60	\$ 11.375,40
0%	0%	100%	0,900	\$ 5.082,00	\$ 4.573,80
0%	0%	100%	1,050	\$ 1.384,00	\$ 1.453,20
0%	0%	100%	0,450	\$ 2.565,20	\$ 1.154,34
0%	0%	100%	0,300	\$ 7.865,00	\$ 2.359,50
0%	0%	100%	0,075	\$ 63.525,00	\$ 4.764,38
0%	0%	100%	9,000	\$ 5.530,00	\$ 49.770,00
0%	0%	100%	7,500	\$ 18.350,00	\$ 137.625,00
				costo por lote	\$ 75.450,62

Peso Neto Porción:			costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)
0,151212121		Kg	\$ 655,00	13%	\$ 5.157,48
% Merma	% Incremento por cocción	Rendimiento Total	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario
0%	0%	100%	6,000	\$ -	\$ -
0%	0%	100%	3,600	\$ 7.364,96	\$ 26.513,86
0%	0%	100%	2,400	\$ 10.185,59	\$ 24.445,42
0%	0%	100%	1,800	\$ 1.384,00	\$ 2.491,20
0%	0%	100%	0,600	\$ 2.565,20	\$ 1.539,12
0%	0%	100%	0,450	\$ 7.865,00	\$ 3.539,25
0%	0%	100%	0,120	\$ 52.635,00	\$ 6.316,20
				COSTO TOTAL MATERIA PRIMA	\$ 64.845,04

Peso Neto Porción:			Costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)
0,019906977		Kg	\$ 293,39	40%	\$ 736,04
% Merma	% Incremento por cocción	Rendimiento Total	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario

				costo por lote	\$ 19.032,88
--	--	--	--	-----------------------	--------------

Peso Neto Porción:			costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)
0,022	Kg		\$ 115,70	16%	\$ 736,04
% Merma	% Incremento por cocción	Rendimiento Total	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario
0%	0%	100%	3,000	\$ 1.384,00	\$ 4.152,00
0%	0%	100%	3,000	\$ 7.583,60	\$ 22.750,80
0%	0%	100%	0,600	\$ 13.014,40	\$ 7.808,64
				COSTO TOTAL MATERIA PRIMA	\$ 34.711,44

Peso Neto Porción:			Costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)
0,02	Kg		\$ 219,76	30%	\$ 735,97
% Merma	% Incremento por cocción	Rendimiento Total	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario
0%	0%	100%	3,000	\$ 20.592,00	\$ 61.776,00
0%	0%	100%	3,000	\$ 1.384,00	\$ 4.152,00
				costo por lote	\$ 65.928,00

Peso Neto Porción:			costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)
0,02	Kg		\$ 138,12	19%	\$ 735,86
% Merma	% Incremento por cocción	Rendimiento Total	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario

0%	0%	100%	3,000	\$ 16.000,00	\$ 48.000,00
0%	0%	100%	3,000	\$ 1.384,00	\$ 4.152,00
0%	0%	100%	3,000	\$ 3.334,00	\$ 10.002,00
				COSTO TOTAL MATERIA PRIMA	\$ 62.154,00

Peso Neto Porción:			Costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)
0,0187		Kg	\$ 185,94	25%	\$ 736,11
% Merma	% Incremento por cocción	Rendimiento Total	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario
0%	0%	100%	0,300	\$ 961,86	\$ 288,56
0%	0%	100%	0,195	\$ 1.384,00	\$ 269,88
0%	0%	100%	0,420	\$ 13.014,40	\$ 5.466,05
0%	0%	100%	0,300	\$ 29.728,00	\$ 8.918,40
0%	0%	100%	0,120	\$ 1.696,00	\$ 203,52
0%	0%	100%	0,300	\$ 5.082,00	\$ 1.524,60
0%	0%	100%	0,003	\$ 2.382,00	\$ 7,15
0%	0%	100%	0,045	\$ 1.256,00	\$ 56,52
				costo por lote	\$ 16.734,67

Peso Neto Porción:			costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)
0,021666667		Kg	\$ 213,32	29%	\$ 736,10
% Merma	% Incremento por cocción	Rendimiento Total	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario
0%	0%	100%	0,540	\$ 13.014,40	\$ 7.027,78
0%	0%	100%	0,330	\$ 37.410,00	\$ 12.345,30
0%	0%	100%	0,600	\$ 2.763,64	\$ 1.658,18
0%	0%	100%	0,800	\$ 1.384,00	\$ 1.107,20
0%	0%	100%	0,450	\$ 961,86	\$ 432,84
0%	0%	100%	0,040	\$ 2.382,00	\$ 95,28
0%	0%	100%	0,400	\$ 23.047,00	\$ 9.218,80
0%	0%	100%	0,090	\$ 1.256,00	\$ 113,04

				COSTO TOTAL MATERIA PRIMA	\$ 31.998,42
--	--	--	--	--------------------------------------	--------------

Peso Neto Porción:			Costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)
1		Kg	\$ 18.021,25	100%	\$ 18.021,25
% Merma	% Incremento por cocción	Rendimiento Total	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario
20%	0%	80%	6,250	\$ 14.417,00	\$ 90.106,25
				costo por lote	\$ 90.106,25

Peso Neto Porción:			costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)
1		Kg	\$ 40.000,00	70%	\$ 57.142,86
% Merma	% Incremento por cocción	Rendimiento Total	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario
0%	0%	100%	5,000	\$ 40.000,00	\$ 200.000,00
				COSTO TOTAL MATERIA PRIMA	\$ 200.000,00

η	
Tiempos promedio de Producción por Porción en min. Categoría helados	0,596
Tiempos promedio de Producción por Porción en min. Categoría salsa	0,338
Tiempos promedio de Producción por Porción en min. Categoría topping	0,257
tiempo promedio de elaboración de un helado con salsa y topping	1,19

	Tiempo total por Lote
	50
Descripción y evaluación de tiempos	Tiempo MO en minutos
Recolectar de ingredientes	5
Pesar de ingredientes	8
Calentar leche, leche en polvo, estabilizante, crema y vainilla a 40°	10
Agregar azucar, dextrosa y glucosa en polvo y llevar a 85° para pasteurizar.	15
mixear 5', colocar en un gn y Enfriar en abatidor hasta 4°	5
Colocar en 1 bidon rotulado y congelar	5
Descongelar	0
colocar en la maquina soft	2
Tiempo Total	50

	Tiempo total por Lote
	50
Descripción y evaluación de tiempos	Tiempo
Recolectar de ingredientes	5
Pesar de ingredientes	8
Calentar leche, leche en polvo, estabilizante y crema a 40°	10

Agregar azucar, dextrosa y glucosa en polvo, cacao y llevar a 85° para pasteurizar.	15
agregar chocolate, mixear 5', colocar en un gn y Enfriar en abatidor hasta 4°	5
Colocar en 1 bidon rotulado y congelar	5
Descongelar	0
colocar en la maquina soft	2
Tiempo Total	50
	Tiempo total por Lote
	48
Descripción y evaluación de tiempos	Tiempo MO en minutos
Recolectar de ingredientes	5
Pesar de ingredientes	8
Calentar leche, leche en polvo, estabilizante y crema a 40°	10
Agregar azucar, dextrosa y glucosa liquida y llevar a 85° para pasteurizar.	15
agregar dulce de leche, mixear 5', colocar en un gn y Enfriar en abatidor hasta 4°	5
Colocar en 1 bidon rotulado y congelar	5
Descongelar	0
colocar en la maquina soft	2
Tiempo Total	48

	Tiempo total por Lote
	50
Descripción y evaluación de tiempos	Tiempo
Recolectar de ingredientes	5
Pesar de ingredientes	8
Calentar leche, leche en polvo, estabilizante y crema a 40°	10
Agregar azucar, dextrosa y glucosa en polvo, cacao y llevar a 85° para pasteurizar.	15
agregar pasta de pistacho, mixear 5', colocar en un gn y Enfriar en abatidor hasta 4°	5
Colocar en 1 bidon rotulado y congelar	5

Descongelar	0
colocar en la maquina soft	2
Tiempo Total	50

	Tiempo total por Lote
	48
Descripción y evaluación de tiempos	Tiempo MO en minutos
Recolectar de ingredientes	5
Pesar de ingredientes	8
Calentar leche, leche en polvo, estabilizante y crema a 40°	10
Agregar azucar, dextrosa y glucosa en polvo, yemas y llevar a 85° para pasteurizar.	15
agregar oporto, mixear 5', colocar en un gn y Enfriar en abatidor hasta 4°	5
Colocar en 1 bidon rotulado y congelar	5
Descongelar	0
colocar en la maquina soft	2
Tiempo Total	48

	Tiempo total por Lote
	50
Descripción y evaluación de tiempos	Tiempo
Recolectar de ingredientes	5
Pesar de ingredientes	8
Calentar leche, leche en polvo, estabilizante y crema a 40°	10
Agregar azucar, dextrosa y glucosa en polvo, yemas y llevar a 85° para pasteurizar.	15
agregar oporto, mixear 5', colocar en un gn y Enfriar en abatidor hasta 4°	5
Colocar en 1 bidon rotulado y congelar	5
Descongelar	0
colocar en la maquina soft	2
Tiempo Total	50

	Tiempo total por Lote
	50
Descripción y evaluación de tiempos	Tiempo MO en minutos
Recolectar de ingredientes	5
Pesar de ingredientes	8
Calentar leche, leche en polvo, estabilizante y crema a 40°	10
Agregar azucar, dextrosa y glucosa en polvo y llevar a 85° para pasteurizar.	15
agregar oporto, mixear 5', colocar en un gn y Enfriar en abatidor hasta 4°	5
Colocar en 1 bidon rotulado y congelar	5
Descongelar	0
colocar en la maquina soft	2
Tiempo Total	50

	Tiempo total por Lote
	50
Descripción y evaluación de tiempos	Tiempo
Recolectar de ingredientes	5
Pesar de ingredientes	8
Calentar agua a 40°	10
Agregar azucar, dextrosa y glucosa en polvo y llevar a 85° para pasteurizar.	15
agregar pulpas y estabilizante, mixear 5', colocar en un gn y Enfriar en abatidor hasta 4°	5
Colocar en 1 bidon rodulado y congelar	5
Descongelar	0
colocar en la maquina soft	2
Tiempo Total	50

	Tiempo total por Lote
	34
Descripción y evaluación de tiempos	Tiempo MO en minutos

Recolectar de ingredientes	5
Pesar de ingredientes	5
hacer un caramelo a seco con el azucar y glucosa	12
desglasar con pulpa de frambuesa	5
volcar sobre el chocolate blanco y mixear	5
colocar en mangas rotuladas y enfriar a 4° en heladera	2
	0
Tiempo Total	34

	Tiempo total por Lote
	33
Descripción y evaluación de tiempos	Tiempo
Recolectar de ingredientes	5
Pesar de ingredientes	8
calentar a fuego medio los dos ingredientes hasta conseguir una textura cremosa. (raspar fondo de olla con espátula de silicona y debe formarse un surco)	15
colocar en mangas rotuladas y enfriar a 4° en heladera	5
	0
	0
Tiempo Total	33

	Tiempo total por Lote
	40
Descripción y evaluación de tiempos	Tiempo MO en minutos
Recolectar de ingredientes	5
Pesar de ingredientes	8
hacer un caramelo a seco con el azucar y glucosa	12
desglasar con pulpa de maracuya	5
volcar sobre el chocolate blanco y mixear	5
colocar en mangas rotuladas y enfriar a 4° en heladera	5
	0

Tiempo Total	40
---------------------	----

	Tiempo total por Lote
	40
Descripción y evaluación de tiempos	Tiempo
Recolectar de ingredientes	5
Pesar de ingredientes	8
hacer un caramelo a seco con el azucar	12
desglasar con crema	5
agregar manteca y mixear	5
colocar en mangas rotuladas y enfriar a 4° en heladera	5
	0
Tiempo Total	40

	Tiempo total por Lote
	40
Descripción y evaluación de tiempos	Tiempo MO en minutos
Recolectar de ingredientes	5
Pesar de ingredientes	8
hacer un almibar hasta 110°	12
retirar del fuego y agregar escamas removiendo energicamente	5
estirar en placas hasta enfriar	5
colocar en gn rotulado	5
	0
Tiempo Total	40

	Tiempo total por Lote
	43
Descripción y evaluación de tiempos	Tiempo

Recolectar de ingredientes	5
Pesar de ingredientes	8
hacer un almibar hasta hervor con azucar y glucosa	15
colocar el mani, hervir 1 minuto, escurrir y colocar en placa	10
caramelizar 10' a 160°	0
dejar enfriar y colocar en gn rotulado	5
Tiempo Total	43

	Tiempo total por Lote
	43
Descripción y evaluación de tiempos	Tiempo MO en minutos
Recolectar de ingredientes	5
Pesar de ingredientes	8
colocar todos los ingredientes en la batidora, menos el chocolate, mezclar hasta integrar	15
colocar en placa, hornear a 150° en tandas de 5' hasta dorar.	5
dejar enfriar, volvar el chocolate fundido, mezclar y estirar en placa nuevamente	5
colocar en gn rotulado	5
	0
	0
Tiempo Total	43

	Tiempo total por Lote
	48
Descripción y evaluación de tiempos	Tiempo
Recolectar de ingredientes	5
Pesar de ingredientes	8
fundir chocolate con manteca	5
mezclar huevos y azucar	5
unir, manteca, chocolate, huevos, azucar y todos los secos	5
estirar en placa enmantecada a 1cm, hornear a 150° 15'	10
enfriar y cortar de 1x1x1	5
colocar en gn rotulado	5

Tiempo Total	48
---------------------	----

	Tiempo total por Lote
	43
Descripción y evaluación de tiempos	Tiempo MO en minutos
Recolectar de ingredientes	5
Pesar de ingredientes	8
procesar las frambuesas	15
tamizar	10
colocar en bidon rotulado y freezar	5
Tiempo Total	43

	Tiempo total por Lote
	43
Descripción y evaluación de tiempos	Tiempo
Recolectar de ingredientes	5
Pesar de ingredientes	8
procesar los pistachos hasta obtener una pasta	20
refinar en melanger 24hs	5
colocar en gn rotulado	5
Tiempo Total	43



Tiempo por porción
0,60
Tiempo MQ en minutos
0
8
10
15
60
720
720
1533

17,41

Tiempo por porción
0,64
Tiempo
0
0
10

13,41

15
60
720
720
1525
Tiempo por porción
0,50
Tiempo MQ en minutos
0
0
10
15
60
720
720
1525

8,41

Tiempo por porción
0,62
Tiempo
0
0
10
15
60
720

16,54

720
1525

Tiempo por porción
0,64
Tiempo MQ en minutos
0
0
10
15
60
720
720
1525

19,37

Tiempo por porción
0,64
Tiempo
0
0
10
15
60
720
720
1525

10,18

Tiempo por porción
0,63
Tiempo MQ en minutos
0
0
10
15
60
720
720
1525

18,28

Tiempo por porción
0,51
Tiempo
0
8
10
15
60
720
720
1533

12,70

Tiempo por porción
0,40
Tiempo MQ en minutos

39,86

0
8
12
5
5
0
0
30

Tiempo por porción
0,16
Tiempo
0
8
15
0
0
0
0
23
Tiempo por porción
0,67
Tiempo MQ en minutos
0
8
15
0
5
0
0

15,35

43,10

28

Tiempo por porción
0,13
Tiempo
0
0
0
0
5
0
0
5

15,72

Tiempo por porción
0,13
Tiempo MQ en minutos
0
8
12
0
0
0
0
20

29,86

Tiempo por porción
0,10
Tiempo

18,77

0
8
15
10
10
30
73

Tiempo por porción
0,48
Tiempo MQ en minutos
0
8
15
20
0
0
0
0
43

25,26

Tiempo por porción
0,32
Tiempo
0
8
10
5
10
15
30
10

28,98

88

Tiempo por porción
8,60
Tiempo MQ en minutos
0
8
15
0
0
23

Tiempo por porción
8,60
Tiempo
0
8
20
1440
5
1473

Proyección Gastos Fijos

Concepto de Costo Fijo	Monto Mensual Estimado (sin IVA)	Observaciones / Supuestos
Alquiler del Local	3080000	
Servicios (Luz, Agua, Gas)	2000000	Estimación promedio
Seguros	68270	Seguro de incendio, responsabilidad civil
Mantenimiento y Reparaciones	500000	Mantenimiento preventivo, pequeñas reparaciones
Impuestos y Tasas Fijas	Lo paga el propietario	ARBA, ABL, etc.
Gastos de Administración	109992,855	Material de oficina, contaduría, legales
Amortizaciones	1139656,378	Depreciación de activos fijos (calcular anualmente y dividir por 12)
TOTAL COSTOS FIJOS MENSUALES	6897919,233	
\$	6897919,233	
USD	4927,085166	

Dólar**1400**

Mismo mes	Mes siguiente
3080000	
	2000000
68270	
500000	
0	0
109992,855	
1139656,378	
4897919,233	2000000
4897919,233	2000000
3498,513738	1428,571429

Dólar**1400****CCT -273/96**

Operativo - Administrativo	Puesto laboral	Puesto CCT	S.B. 48HS	Cant. Hs	Proporcional	AD. 47% (CABA - ZN)
O	Encargado produccion	Oficial heladero	1.430.774	48,00	\$1.430.774,00	\$672.463,78
O	Heladero	Dependiente de mostrador	1.078.453	48,00	\$1.078.453,00	\$506.872,91
O	Heladero	Dependiente de mostrador	1.078.453	48,00	\$1.078.453,00	\$506.872,91
O	Cajero	Cajero y/o adicionista	1.230.793	48,00	\$1.230.793,00	\$578.472,71
O	Cajero	Cajero y/o adicionista	1.230.793	48,00	\$1.230.793,00	\$578.472,71
TOTALES						\$ 2.843.155,02

AÑO 1	COSTO LABORAL A PAGAR	AÑO 2	COSTO LABORAL A PAGAR	AÑO
ENERO		ENERO	\$11.382.298,91	ENE
FEBRERO	\$11.382.298,91	FEBRERO	\$11.382.298,91	FEBR
MARZO	\$11.382.298,91	MARZO	\$11.382.298,91	MAF
ABRIL	\$11.382.298,91	ABRIL	\$11.382.298,91	ABI
MAYO	\$11.382.298,91	MAYO	\$11.382.298,91	MA
JUNIO	\$17.073.448,36	JUNIO	\$17.073.448,36	JUN
JULIO	\$11.382.298,91	JULIO	\$11.382.298,91	JUL
AGOSTO	\$11.382.298,91	AGOSTO	\$11.382.298,91	AGO
SEPTIEMBRE	\$11.382.298,91	SEPTIEMBRE	\$11.382.298,91	SEPTIE
OCTUBRE	\$11.382.298,91	OCTUBRE	\$11.382.298,91	OCTU
NOVIEMBRE	\$11.382.298,91	NOVIEMBRE	\$11.382.298,91	NOVIE
DICIEMBRE	\$23.447.535,75	DICIEMBRE	\$23.447.535,75	DICIEI
TOTAL PAGOS AÑO 1	\$ 142.961.674,25	TOTAL PAGOS AÑO 2	\$ 154.343.973,16	TOTAL PAC
TOTAL PAGOS U\$D AÑO 1	USD 102.115,48	TOTAL PAGOS U\$D AÑO 2	USD 110.245,70	TOTAL PAGO

S. Bruto	Cont. (28%)	Costo total mensual	Vac. Bruto	SAC. Bruto	Cont. Vac. (28%)	Cont. SAC (28%)
\$2.103.237,78	\$588.906,58	\$2.692.144,36	\$1.177.813,16	\$2.103.237,78	\$329.787,68	\$588.906,58
\$1.585.325,91	\$443.891,25	\$2.029.217,16	\$887.782,51	\$1.585.325,91	\$248.579,10	\$443.891,25
\$1.585.325,91	\$443.891,25	\$2.029.217,16	\$887.782,51	\$1.585.325,91	\$248.579,10	\$443.891,25
\$1.809.265,71	\$506.594,40	\$2.315.860,11	\$1.013.188,80	\$1.809.265,71	\$283.692,86	\$506.594,40
\$1.809.265,71	\$506.594,40	\$2.315.860,11	\$1.013.188,80	\$1.809.265,71	\$283.692,86	\$506.594,40
\$ 8.892.421,02	\$ 2.489.877,89	\$ 11.382.298,91	\$ 4.979.755,77	\$ 8.892.421,02	\$ 1.394.331,62	\$ 2.489.877,89
			\$ 6.049.266,00			
TOTAL					\$ 154.343.973,16	\$ 110.245,70

O 3	COSTO LABORAL A PAGAR	AÑO 4*	
		*Fuera del horizonte tempral.	SUELDOS A PAGAR
ENERO	\$11.382.298,91	ENERO año 4	\$ 11.382.298,91
FEBRERO	\$11.382.298,91	TOTAL PAGOS U\$D AÑO 4	USD 8.130,21
MARZO	\$11.382.298,91		
ABRIL	\$11.382.298,91		
MAYO	\$11.382.298,91		
JUNIO	\$17.073.448,36		
JULIO	\$11.382.298,91		
AGOSTO	\$11.382.298,91		
SEPTIEMBRE	\$11.382.298,91		
OCTUBRE	\$11.382.298,91		
NOVIEMBRE	\$11.382.298,91		
DICIEMBRE	\$23.447.535,75		
TOTAL AÑOS AÑO 3	\$ 154.343.973,16		
TOTAL U\$D AÑO 3	USD 110.245,70		

**Costo laboral
anual total**

\$36.505.477,50
\$27.516.184,75
\$27.516.184,75
\$31.403.063,08
\$31.403.063,08
\$ 154.343.973,16

Dólar

1400

Producto/Servicio	Receta / Insumos	Cantidad UNITARIA	Cantidad RECETA	U. M
Helado de vainilla	Crema de leche	0,017	0,500	kg
	Leche en polvo	0,010	0,300	KG
	Azucar	0,012	0,350	kg
	Dextrosa	0,005	0,150	KG
	Glucosa en polvo	0,003	0,100	kg
	neutro c	0,001	0,025	kg
	Chaucha de vainilla	0,100	3,000	u
	Vaso Polipapel + cuchara	1,000	1,000	u
	Leche	0,083	2,500	lt
Helado de chocolate	Crema de leche	0,013	0,400	kg
	Leche en polvo	0,008	0,250	kg
	Cacao Amargo	0,007	0,200	kg
	Chocolate 87	0,007	0,200	kg
	Azucar	0,010	0,300	kg
	Dextrosa	0,005	0,150	kg
	Glucosa en polvo	0,003	0,100	kg
	neutro c	0,001	0,025	kg
	Vaso Polipapel + cuchara	1,000	1,000	kg
	Leche	0,077	2,300	lt
Helado de dulce de leche	Dulce de leche heladero	0,033	1,000	kg
	Crema de leche	0,017	0,500	kg
	Leche en polvo	0,008	0,250	kg
	Azucar	0,013	0,400	kg
	Dextrosa	0,003	0,100	kg
	Glucosa liquida	0,003	0,100	kg
	neutro c	0,001	0,040	kg
	Vaso Polipapel + cuchara	1,000	1,000	kg
	Leche	0,083	2,500	lt
Helado de pistacho	Crema de leche	0,017	0,500	kg
	Leche en polvo	0,008	0,250	kg
	Pasta de pistacho	0,007	0,200	kg
	Azucar	0,012	0,350	kg
	Dextrosa	0,005	0,150	kg
	Glucosa en polvo	0,003	0,100	kg
	neutro c	0,001	0,025	kg
	Vaso Polipapel + cuchara	1,000	1,000	kg
	Leche	0,083	2,500	lt
	Crema de leche	0,013	0,400	kg
	Leche en polvo	0,007	0,200	kg

Helado de frambuesa	Pulpa de frambuesa	0,033	1,000	kg
	Azucar	0,010	0,300	kg
	Dextrosa	0,005	0,150	kg
	Glucosa en polvo	0,003	0,100	kg
	neutro f	0,001	0,025	kg
	Vaso Polipapel + cuchara	1,000	1,000	kg
	Agua	0,057	1,700	kg
Helado de sambayon	Crema de leche	0,013	0,400	kg
	Leche en polvo	0,008	0,250	kg
	Yema pasteurizada	0,008	0,250	kg
	Oporto	0,005	0,150	kg
	Azucar	0,012	0,350	kg
	Dextrosa	0,005	0,150	kg
	Glucosa en polvo	0,003	0,100	kg
	neutro c	0,001	0,025	kg
	Vaso Polipapel + cuchara	1,000	1,000	kg
	Leche	0,077	2,300	lt
Helado de coco	Crema de leche	0,017	0,500	kg
	Leche en polvo	0,010	0,300	kg
	Azucar	0,012	0,350	lt
	Dextrosa	0,005	0,150	kg
	Glucosa en polvo	0,003	0,100	kg
	neutro c	0,001	0,025	kg
	Chaucha de vainilla	0,100	3,000	kg
	Vaso Polipapel + cuchara	1,000	1,000	kg
	Leche de coco	0,083	2,500	kg
Helado de mango.maracuya	Agua	0,067	2,000	lt
	Pulpa de mango	0,040	1,2	kg
	Pulpa de maracuya sin semill	0,027	0,800	kg
	Azucar	0,020	0,600	kg
	Dextrosa	0,007	0,200	kg
	Glucosa en polvo	0,005	0,150	kg
	Vaso Polipapel + cuchara	1,000	1,000	kg
	neutro f	0,001	0,040	kg
Salsa de frambuesa	Pulpa de frambuesa	0,010	0,200	kg
	Azucar	0,003	0,064	kg
	Glucosa liquida	0,001	0,017	kg
	Chocolate blanco	0,007	0,140	kg
Salsa de dulce de leche	Dulce de leche repostero	0,014	1,000	kg
	Crema de leche	0,007	0,500	kg
Salsa de maracuya	Pulpa de maracuya sin semill	0,010	0,200	kg
	Azucar	0,003	0,064	kg
	Glucosa liquida	0,001	0,017	kg
	Chocolate blanco	0,007	0,140	kg
Toffee	Azucar	0,01	1	kg
	Crema de leche	0,01	1	kg
	Manteca	0,002	0,2	kg

Garrapiñada de coco	Escamas de coco	0,010	1,000	kg
	Azucar	0,010	1,000	kg
Mani caramelizado	Mani	0,007	1,000	kg
	Azucar	0,007	1,000	kg
	Glucosa liquida	0,007	1,000	kg
Crumble de chocolate blanco	Harina	0,003	0,100	kg
	Azucar	0,002	0,065	kg
	Manteca	0,005	0,140	kg
	chocolate blanco	0,003	0,100	kg
	Almidon	0,001	0,040	kg
	Leche en polvo	0,003	0,100	kg
	Bicarbonato de sodio	0,000	0,001	kg
	sal	0,001	0,015	kg
Brownie	Manteca	0,004	0,180	kg
	chocolate 87	0,002	0,108	kg
	Huevos	0,004	0,198	kg
	Azucar	0,005	0,270	kg
	Harina	0,003	0,150	kg
	Bicarbonato de sodio	0,000	0,012	kg
	Cacao amargo	0,002	0,120	kg
	Sal	0,001	0,030	kg

Estacionalidad de industria			
Septiembre	168,6	-5,1	-15,9
Octubre	171,5	1,7	-17,2
Noviembre	177,7	3,6	-16,6
Diciembre	183,5	3,3	-8,5
2025			
Enero	159	-13,3	-10,5
Febrero	151,6	-4,7	-7,6
Marzo	164,5	8,5	2,1
Abril	162,9	-1	6,1
Mayo	158,8	-2,5	3,5
Junio	157,3	-0,9	-0,1
Julio*	165,1	5	-4,5
Agosto*	171	3,6	-3,8

CARTA DE PRODUCTOS - ANALISIS costos variables Materia p

Precio Proveedor (\$)	Costo (\$)	Precio de venta (\$)	CM (contribucion marginal)	Ventas diarias (un)
\$ 7.583,60	\$ 1.123	\$ 5.158	78%	40
\$ 5.082,00				
\$ 1.384,00				
\$ 2.565,20				
\$ 7.865,00				
\$ 13.014,40				
\$ 5.530,00				
\$ 216,42				
\$ 1.322,17				
\$ 7.583,60				
\$ 5.082,00	\$ 928	\$ 5.158	82%	40
\$ 23.047,00				
\$ 37.410,00				
\$ 1.384,00				
\$ 2.565,20				
\$ 7.865,00				
\$ 13.014,40				
\$ 216,42				
\$ 1.322,17				
\$ 5.142,00				
\$ 7.583,60	\$ 722	\$ 5.158	86%	40
\$ 5.082,00				
\$ 1.384,00				
\$ 2.565,20				
\$ 3.334,00				
\$ 13.014,40				
\$ 216,42				
\$ 1.322,17				
\$ 7.583,60				
\$ 5.082,00				
\$ 5.059,41	\$ 595	\$ 5.158	88%	40
\$ 1.384,00				
\$ 2.565,20				
\$ 7.865,00				
\$ 13.014,40				
\$ 216,42				
\$ 1.322,17				
\$ 7.583,60				
\$ 5.082,00				
\$ 5.082,00				

\$ 40.000,00				
\$ 1.384,00				
\$ 2.565,20	\$ 1.748	\$ 5.158	66%	40
\$ 7.865,00				
\$ 13.014,40				
\$ 216,42				
\$ -				
\$ 7.583,60				
\$ 5.082,00				
\$ 216,42				
\$ 5.059,41				
\$ 1.384,00	\$ 554	\$ 5.158	89%	40
\$ 2.565,20				
\$ 7.865,00				
\$ 13.014,40				
\$ 216,42				
\$ 1.322,17				
\$ 7.583,60				
\$ 5.082,00				
\$ 1.384,00				
\$ 2.565,20	\$ 2.542	\$ 5.158	51%	40
\$ 7.865,00				
\$ 13.014,40				
\$ 5.530,00				
\$ 216,42				
\$ 18.350,00				
\$ 1.384,00				
\$ 7.364,96				
\$ 10.185,59				
\$ -				
\$ 2.565,20	\$ 949	\$ 5.158	82%	40
\$ 7.865,00				
\$ 216,42				
\$ 13.014,40				
\$ 40.000,00				
\$ 1.384,00	\$ 615	\$ 736	16%	80
\$ 3.334,00				
\$ 29.728,00				
\$ 4.115,00	\$ 113	\$ 736	85%	80
\$ 7.583,60				
\$ 10.185,59				
\$ 1.384,00	\$ 317	\$ 736	57%	80
\$ 3.334,00				
\$ 29.728,00				
\$ 1.384,00				
\$ 7.583,60	\$ 116	\$ 736	84%	80
\$ 13.014,40				

\$ 20.592,00	\$ 220	\$ 736	70%	80				
\$ 1.384,00								
\$ 16.000,00	\$ 138	\$ 736	81%	80				
\$ 1.384,00								
\$ 3.334,00								
\$ 961,86	\$ 185	\$ 736	75%	80				
\$ 1.384,00								
\$ 13.014,40								
\$ 29.728,00								
\$ 1.696,00								
\$ 5.082,00								
\$ 2.382,00								
\$ 21,78								
\$ 13.014,40					\$ 205	\$ 736	72%	80
\$ 37.410,00								
\$ 2.763,64								
\$ 1.384,00								
\$ 961,86								
\$ 2.382,00								
\$ 23.047,00								
\$ 21,78								

960

71,500
74,500

COMPRA Y VENTA SEGUN ESTACIONALIDAD		noviembre a marzo
Diario	\$ 1.515,41	1128,979386
Mensual	\$ 39.400,62	29353,46403
Necesidad de compra		
Diaria	\$ 316,31	235,6513252
Mensual	\$ 8.224,07	6126,934455

Prima - PROYECCION de VENTAS

Ingreso por venta (\$)	Ponderacion	Necesidad diaria MP	U. M	Compra diaria (\$)	Dias Laborales
\$ 206.316,00	4%	0,67	Kg	\$ 5.055,73	26
		0,40	Kg	\$ 2.032,80	
		0,47	Kg	\$ 645,87	
		0,20	Kg	\$ 513,04	
		0,13	Kg	\$ 1.048,67	
		0,03	Kg	\$ 433,81	
		4,00	Kg	\$ 22.120,00	
		40,00	u	\$ 8.656,80	
		3,33	Kg	\$ 4.407,23	
\$ 206.316,00	4%	0,53	Kg	\$ 4.044,59	26
		0,33	Kg	\$ 1.694,00	
		0,27	Kg	\$ 6.145,87	
		0,27	Kg	\$ 9.976,00	
		0,40	Kg	\$ 553,60	
		0,20	Kg	\$ 513,04	
		0,13	Kg	\$ 1.048,67	
		0,03	Kg	\$ 433,81	
		40,00	u	\$ 8.656,80	
\$ 206.316,00	4%	1,33	Kg	\$ 6.856,00	26
		0,67	Kg	\$ 5.055,73	
		0,33	Kg	\$ 1.694,00	
		0,53	Kg	\$ 738,13	
		0,13	Kg	\$ 342,03	
		0,13	Kg	\$ 444,53	
		0,05	Kg	\$ 694,10	
		40,00	Kg	\$ 8.656,80	
		3,33	Kg	\$ 4.407,23	
\$ 206.316,00	4%	0,67	Kg	\$ 5.055,73	26
		0,33	Kg	\$ 1.694,00	
		0,27	Kg	\$ 1.349,18	
		0,47	Kg	\$ 645,87	
		0,20	Kg	\$ 513,04	
		0,13	Kg	\$ 1.048,67	
		0,03	Kg	\$ 433,81	
		40,00	Kg	\$ 8.656,80	
		3,33	Kg	\$ 4.407,23	
		0,53	Kg	\$ 4.044,59	
		0,27	Kg	\$ 1.355,20	

\$ 206.316,00	4%	1,33	Kg	\$ 53.333,33	26
		0,40	Kg	\$ 553,60	
		0,20	Kg	\$ 513,04	
		0,13	Kg	\$ 1.048,67	
		0,03	Kg	\$ 433,81	
		40,00	Kg	\$ 8.656,80	
		2,27	Kg	\$ 0,00	
\$ 206.316,00	4%	0,53	Kg	\$ 4.044,59	26
		0,33	Kg	\$ 1.694,00	
		0,33	Kg	\$ 72,14	
		0,20	Kg	\$ 1.011,88	
		0,47	Kg	\$ 645,87	
		0,20	Kg	\$ 513,04	
		0,13	Kg	\$ 1.048,67	
		0,03	Kg	\$ 433,81	
		40,00	u	\$ 8.656,80	
		3,07	Kg	\$ 4.054,65	
\$ 206.316,00	4%	0,67	Kg	\$ 5.055,73	26
		0,40	Kg	\$ 2.032,80	
		0,47	Kg	\$ 645,87	
		0,20	Kg	\$ 513,04	
		0,13	Kg	\$ 1.048,67	
		0,03	Kg	\$ 433,81	
		4,00	Kg	\$ 22.120,00	
		40,00	u	\$ 8.656,80	
		3,33	Kg	\$ 61.166,67	
\$ 206.320,00	4%	2,67	Kg	\$ 3.690,67	26
		1,60	Kg	\$ 11.783,94	
		1,07	Kg	\$ 10.864,63	
		0,80	Kg	\$ 0,00	
		0,27	Kg	\$ 684,05	
		0,20	Kg	\$ 1.573,00	
		40,00	u	\$ 8.656,80	
		0,05	Kg	\$ 694,10	
\$ 58.880,00	8%	0,40	Kg	\$ 16.000,00	26
		0,13	Kg	\$ 177,15	
		0,03	Kg	\$ 113,36	
		0,28	Kg	\$ 8.323,84	
\$ 58.880,00	8%	0,57	Kg	\$ 2.351,43	26
		0,29	Kg	\$ 2.166,74	
\$ 58.880,00	8%	0,40	Kg	\$ 4.074,24	26
		0,13	Kg	\$ 177,15	
		0,03	Kg	\$ 113,36	
		0,28	Kg	\$ 8.323,84	
\$ 58.880,00	8%	0,40	Kg	\$ 553,60	26
		0,40	Kg	\$ 3.033,44	
		0,08	Kg	\$ 1.041,15	

\$ 58.880,00	8%	0,40	Kg	\$ 8.236,80	26
		0,40	Kg	\$ 553,60	
\$ 58.880,00	8%	0,27	Kg	\$ 4.266,67	26
		0,27	Kg	\$ 369,07	
		0,27	Kg	\$ 889,07	
\$ 58.880,00	8%	0,13	Kg	\$ 128,25	26
		0,09	Kg	\$ 119,95	
		0,19	Kg	\$ 2.429,35	
		0,13	Kg	\$ 3.963,73	
		0,05	Kg	\$ 90,45	
		0,13	Kg	\$ 677,60	
		0,00	Kg	\$ 3,18	
		0,02	Kg	\$ 0,44	
\$ 58.880,00	8%	0,14	Kg	\$ 1.874,07	26
		0,09	Kg	\$ 3.232,22	
		0,16	Kg	\$ 437,76	
		0,22	Kg	\$ 298,94	
		0,12	Kg	\$ 115,42	
		0,01	Kg	\$ 22,87	
		0,10	Kg	\$ 2.212,51	
		0,02	Kg	\$ 0,52	

abril a octubre
1083,517129
28171,44534
226,1620101
5880,212262

Venta mensual (\$)	Compra Mensual (\$)
\$ 5.364.216,00	\$ 131.449,07
	\$ 52.852,80
	\$ 16.792,53
	\$ 13.339,04
	\$ 27.265,33
	\$ 11.279,15
	\$ 575.120,00
	\$ 225.076,80
	\$ 114.588,07
\$ 5.364.216,00	\$ 105.159,25
	\$ 44.044,00
	\$ 159.792,53
	\$ 259.376,00
	\$ 14.393,60
	\$ 13.339,04
	\$ 27.265,33
	\$ 11.279,15
	\$ 225.076,80
\$ 105.421,02	
\$ 5.364.216,00	\$ 178.256,00
	\$ 131.449,07
	\$ 44.044,00
	\$ 19.191,47
	\$ 8.892,69
	\$ 11.557,87
	\$ 18.046,63
	\$ 225.076,80
	\$ 114.588,07
\$ 5.364.216,00	\$ 131.449,07
	\$ 44.044,00
	\$ 35.078,58
	\$ 16.792,53
	\$ 13.339,04
	\$ 27.265,33
	\$ 11.279,15
	\$ 225.076,80
	\$ 114.588,07
	\$ 105.159,25
	\$ 35.235,20

\$ 5.364.216,00	\$ 1.386.666,67
	\$ 14.393,60
	\$ 13.339,04
	\$ 27.265,33
	\$ 11.279,15
	\$ 225.076,80
	\$ 0,00
\$ 5.364.216,00	\$ 105.159,25
	\$ 44.044,00
	\$ 1.875,64
	\$ 26.308,93
	\$ 16.792,53
	\$ 13.339,04
	\$ 27.265,33
	\$ 11.279,15
	\$ 225.076,80
	\$ 105.421,02
\$ 5.364.216,00	\$ 131.449,07
	\$ 52.852,80
	\$ 16.792,53
	\$ 13.339,04
	\$ 27.265,33
	\$ 11.279,15
	\$ 575.120,00
	\$ 225.076,80
	\$ 1.590.333,33
\$ 5.364.320,00	\$ 95.957,33
	\$ 306.382,34
	\$ 282.480,36
	\$ 0,00
	\$ 17.785,39
	\$ 40.898,00
	\$ 225.076,80
	\$ 18.046,63
\$ 1.530.880,00	\$ 416.000,00
	\$ 4.605,95
	\$ 2.947,26
	\$ 216.419,84
\$ 1.530.880,00	\$ 61.137,14
	\$ 56.335,31
\$ 1.530.880,00	\$ 105.930,14
	\$ 4.605,95
	\$ 2.947,26
	\$ 216.419,84
\$ 1.530.880,00	\$ 14.393,60
	\$ 78.869,44
	\$ 27.069,95

\$ 1.530.880,00	\$ 214.156,80
	\$ 14.393,60
\$ 1.530.880,00	\$ 110.933,33
	\$ 9.595,73
	\$ 23.115,73
\$ 1.530.880,00	\$ 3.334,44
	\$ 3.118,61
	\$ 63.163,22
	\$ 103.057,07
	\$ 2.351,79
	\$ 17.617,60
	\$ 82,58
	\$ 11,33
\$ 1.530.880,00	\$ 48.725,91
	\$ 84.037,82
	\$ 11.381,77
	\$ 7.772,54
	\$ 3.001,00
	\$ 594,55
	\$ 57.525,31
	\$ 13,59

Dólar

1400

PRESUPUESTO DE VENTAS (ECC)

AÑO	E. Ind	E. Marca
	Al 100%	1 86%
ENERO	USD 29.353,46	USD 25.214,63
FEBRERO	USD 29.353,46	USD 25.214,63
MARZO	USD 29.353,46	USD 25.214,63
ABRIL	USD 28.171,45	USD 24.199,27
MAYO	USD 28.171,45	USD 24.199,27
JUNIO	USD 28.171,45	USD 24.199,27
JULIO	USD 28.171,45	USD 24.199,27
AGOSTO	USD 28.171,45	USD 24.199,27
SEPTIEMBRE	USD 28.171,45	USD 24.199,27
OCTUBRE	USD 28.171,45	USD 24.199,27
NOVIEMBRE	USD 29.353,46	USD 25.214,63
DICIEMBRE	USD 29.353,46	USD 25.214,63
TOTAL	USD 343.967,44	USD 295.468,03

CALCULO IIBB 3%
 CALCULO IVA VENTAS 21%

USD 8.864,041

USD 62.048,29

PRESUPUESTO DE COBRANZAS (F)

AÑO	1	2
ENERO	USD 25.214,63	USD 26.946,48
FEBRERO	USD 25.214,63	USD 26.946,48
MARZO	USD 25.214,63	USD 26.946,48
ABRIL	USD 24.199,27	USD 25.861,39
MAYO	USD 24.199,27	USD 25.861,39
JUNIO	USD 24.199,27	USD 25.861,39
JULIO	USD 24.199,27	USD 25.861,39
AGOSTO	USD 24.199,27	USD 25.861,39
SEPTIEMBRE	USD 24.199,27	USD 25.861,39
OCTUBRE	USD 24.199,27	USD 25.861,39
NOVIEMBRE	USD 25.214,63	USD 26.946,48
DICIEMBRE	USD 25.214,63	USD 26.946,48
TOTAL	USD 295.468,03	USD 315.762,11

ONOMICO)

2	3
92%	98%
USD 26.946,48	USD 29.353,46
USD 26.946,48	USD 29.353,46
USD 26.946,48	USD 29.353,46
USD 25.861,39	USD 28.171,45
USD 25.861,39	USD 28.171,45
USD 25.861,39	USD 28.171,45
USD 25.861,39	USD 28.171,45
USD 25.861,39	USD 28.171,45
USD 25.861,39	USD 28.171,45
USD 25.861,39	USD 28.171,45
USD 25.861,39	USD 28.171,45
USD 26.946,48	USD 29.353,46
USD 26.946,48	USD 29.353,46
USD 315.762,11	USD 343.967,44

USD 9.472,863	USD 10.319,023
USD 66.310,04	USD 72.233,16

INANCIERO)

3
USD 29.353,46
USD 29.353,46
USD 29.353,46
USD 28.171,45
USD 28.171,45
USD 28.171,45
USD 28.171,45
USD 28.171,45
USD 28.171,45
USD 28.171,45
USD 28.171,45
USD 29.353,46
USD 29.353,46
USD 343.967,44

PROYECCION VENTAS ANUALES
POR AÑO
TOTAL VENTAS HORIZONTE TEMP.

Estacionalidad Marca	
Año 1	86%
Año 2	92%
Año 3	98%

Estacionalidad
año 1
año 2
año 3
año 4
año 5

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
USD 295.468,03	USD 315.762,11	USD 343.967,44
USD 955.197,57		

8873510	85,9	85,9
9398958	5,9	91,8
9963614	6,0	97,8
10136339	1,7	99,5
10333682	100%	

Dólar

1400

PRESUPUESTO DE COMPRAS (ECONOMICO)

AÑO	E. Ind	E. Marca		
	Al 100%	1	2	3
		86%	92%	98%
ENERO	USD 6.126,93	USD 5.263,04	USD 5.624,53	USD 5.992,14
FEBRERO	USD 6.126,93	USD 5.263,04	USD 5.624,53	USD 5.992,14
MARZO	USD 6.126,93	USD 5.263,04	USD 5.624,53	USD 5.992,14
ABRIL	USD 5.880,21	USD 5.051,10	USD 5.398,03	USD 5.750,85
MAYO	USD 5.880,21	USD 5.051,10	USD 5.398,03	USD 5.750,85
JUNIO	USD 5.880,21	USD 5.051,10	USD 5.398,03	USD 5.750,85
JULIO	USD 5.880,21	USD 5.051,10	USD 5.398,03	USD 5.750,85
AGOSTO	USD 5.880,21	USD 5.051,10	USD 5.398,03	USD 5.750,85
SEPTIEMBRE	USD 5.880,21	USD 5.051,10	USD 5.398,03	USD 5.750,85
OCTUBRE	USD 5.880,21	USD 5.051,10	USD 5.398,03	USD 5.750,85
NOVIEMBRE	USD 6.126,93	USD 5.263,04	USD 5.624,53	USD 5.992,14
DICIEMBRE	USD 6.126,93	USD 5.263,04	USD 5.624,53	USD 5.992,14
TOTAL	USD 71.796,16	USD 61.672,90	USD 65.908,87	USD 70.216,64

IVA COMPRAS

USD 12.951,31

USD 13.840,86

USD 14.745,49

PRESUPUESTO DE PAGO DE COMPRAS (FINANCIERO)

AÑO	1	2	3
ENERO	USD 5.263,04	USD 5.624,53	USD 5.992,14
FEBRERO	USD 5.263,04	USD 5.624,53	USD 5.992,14
MARZO	USD 5.263,04	USD 5.624,53	USD 5.992,14
ABRIL	USD 5.051,10	USD 5.398,03	USD 5.750,85

MAYO	USD 5.051,10	USD 5.398,03	USD 5.750,85
JUNIO	USD 5.051,10	USD 5.398,03	USD 5.750,85
JULIO	USD 5.051,10	USD 5.398,03	USD 5.750,85
AGOSTO	USD 5.051,10	USD 5.398,03	USD 5.750,85
SEPTIEMBRE	USD 5.051,10	USD 5.398,03	USD 5.750,85
OCTUBRE	USD 5.051,10	USD 5.398,03	USD 5.750,85
NOVIEMBRE	USD 5.263,04	USD 5.624,53	USD 5.992,14
DICIEMBRE	USD 5.263,04	USD 5.624,53	USD 5.992,14
TOTAL	USD 61.672,900	USD 65.908,873	USD 70.216,643

PROYECCION COMPRAS ANUALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
POR AÑO	USD 61.672,90	USD 65.908,87	USD 70.216,64
TOTAL COMPRAS HORIZONTE TEMP.	USD 197.798,42		

Estacionalidad Marca	
Año 1	86%
Año 2	92%
Año 3	98%

Dólar

1400

PRESUPUESTO DE GASTO

	1	IIBB	2
ENERO	USD 4.927,09	USD 756,44	USD 4.927,09
FEBRERO	USD 4.927,09	USD 756,44	USD 4.927,09
MARZO	USD 4.927,09	USD 756,44	USD 4.927,09
ABRIL	USD 4.927,09	USD 725,98	USD 4.927,09
MAYO	USD 4.927,09	USD 725,98	USD 4.927,09
JUNIO	USD 4.927,09	USD 725,98	USD 4.927,09
JULIO	USD 4.927,09	USD 725,98	USD 4.927,09
AGOSTO	USD 4.927,09	USD 725,98	USD 4.927,09
SEPTIEMBRE	USD 4.927,09	USD 725,98	USD 4.927,09
OCTUBRE	USD 4.927,09	USD 725,98	USD 4.927,09
NOVIEMBRE	USD 4.927,09	USD 756,44	USD 4.927,09
DICIEMBRE	USD 4.927,09	USD 756,44	USD 4.927,09
TOTAL	USD 67.989,06		USD 68

PRESUPUESTO DE PAGO DE G

AÑO 1	MISMO MES	MES SIGUIENTE	IIBB
ENERO	USD 3.498,51		
FEBRERO	USD 3.498,51	USD 1.428,57	USD 756,44
MARZO	USD 3.498,51	USD 1.428,57	USD 756,44
ABRIL	USD 3.498,51	USD 1.428,57	USD 756,44
MAYO	USD 3.498,51	USD 1.428,57	USD 725,98
JUNIO	USD 3.498,51	USD 1.428,57	USD 725,98
JULIO	USD 3.498,51	USD 1.428,57	USD 725,98
AGOSTO	USD 3.498,51	USD 1.428,57	USD 725,98
SEPTIEMBRE	USD 3.498,51	USD 1.428,57	USD 725,98
OCTUBRE	USD 3.498,51	USD 1.428,57	USD 725,98
NOVIEMBRE	USD 3.498,51	USD 1.428,57	USD 725,98
DICIEMBRE	USD 3.498,51	USD 1.428,57	USD 756,44
TOTAL PAGOS AÑO 1			

IVA ANUAL

S

IIBB	3	IIBB
USD 808,39	USD 4.927,09	USD 880,60
USD 808,39	USD 4.927,09	USD 880,60
USD 808,39	USD 4.927,09	USD 880,60
USD 775,84	USD 4.927,09	USD 845,14
USD 775,84	USD 4.927,09	USD 845,14
USD 775,84	USD 4.927,09	USD 845,14
USD 775,84	USD 4.927,09	USD 845,14
USD 775,84	USD 4.927,09	USD 845,14
USD 775,84	USD 4.927,09	USD 845,14
USD 775,84	USD 4.927,09	USD 845,14
USD 775,84	USD 4.927,09	USD 845,14
USD 808,39	USD 4.927,09	USD 880,60
USD 808,39	USD 4.927,09	USD 880,60
597,89	USD 69.444,05	

PROYECCION GASTOS ANUALES
POR AÑO
TOTAL COMPRAS HORIZONTE TEMP.

GASTOS

iva	TOTAL PAGOS FIJOS MES	AÑO 2	MISMO MES	MES SIGUIENTE
	USD 3.498,51	ENERO	USD 3.498,51	USD 1.428,57
USD 23.441,85	USD 5.683,52	FEBRERO	USD 3.498,51	USD 1.428,57
USD 4.189,83	USD 5.683,52	MARZO	USD 3.498,51	USD 1.428,57
USD 4.189,83	USD 5.683,52	ABRIL	USD 3.498,51	USD 1.428,57
USD 4.021,12	USD 5.653,06	MAYO	USD 3.498,51	USD 1.428,57
USD 4.021,12	USD 5.653,06	JUNIO	USD 3.498,51	USD 1.428,57
USD 4.021,12	USD 5.653,06	JULIO	USD 3.498,51	USD 1.428,57
USD 4.021,12	USD 5.653,06	AGOSTO	USD 3.498,51	USD 1.428,57
USD 4.021,12	USD 5.653,06	SEPTIEMBRE	USD 3.498,51	USD 1.428,57
USD 4.021,12	USD 5.653,06	OCTUBRE	USD 3.498,51	USD 1.428,57
USD 4.021,12	USD 5.653,06	NOVIEMBRE	USD 3.498,51	USD 1.428,57
USD 4.189,83	USD 5.683,52	DICIEMBRE	USD 3.498,51	USD 1.428,57
	USD 65.804,05	TOTAL PAGOS AÑO 2		
USD 64.159,16				

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
USD 67.989,06	USD 68.597,89	USD 69.444,05
USD 206.030,99		

IIBB	iva	TOTAL PAGOS FIJOS MES	AÑO 3
USD 756,44	USD 4.189,83	USD 5.683,52	ENERO
USD 808,39	USD 4.477,61	USD 5.735,48	FEBRERO
USD 808,39	USD 4.477,61	USD 5.735,48	MARZO
USD 808,39	USD 4.477,61	USD 5.735,48	ABRIL
USD 775,84	USD 4.297,30	USD 5.702,93	MAYO
USD 775,84	USD 4.297,30	USD 5.702,93	JUNIO
USD 775,84	USD 4.297,30	USD 5.702,93	JULIO
USD 775,84	USD 4.297,30	USD 5.702,93	AGOSTO
USD 775,84	USD 4.297,30	USD 5.702,93	SEPTIEMBRE
USD 775,84	USD 4.297,30	USD 5.702,93	OCTUBRE
USD 775,84	USD 4.297,30	USD 5.702,93	NOVIEMBRE
USD 808,39	USD 4.477,61	USD 5.735,48	DICIEMBRE
		USD 68.545,93	
USD 52.181,40			

MISMO MES	MES SIGUIENTE	IIBB	IVA	TOTAL PAGOS FIJOS MES
USD 3.498,51	USD 1.428,57	USD 808,39	USD 4.477,61	USD 5.735,48
USD 3.498,51	USD 1.428,57	USD 880,60	USD 4.905,88	USD 5.807,69
USD 3.498,51	USD 1.428,57	USD 880,60	USD 4.905,88	USD 5.807,69
USD 3.498,51	USD 1.428,57	USD 880,60	USD 4.905,88	USD 5.807,69
USD 3.498,51	USD 1.428,57	USD 845,14	USD 4.708,33	USD 5.772,23
USD 3.498,51	USD 1.428,57	USD 845,14	USD 4.708,33	USD 5.772,23
USD 3.498,51	USD 1.428,57	USD 845,14	USD 4.708,33	USD 5.772,23
USD 3.498,51	USD 1.428,57	USD 845,14	USD 4.708,33	USD 5.772,23
USD 3.498,51	USD 1.428,57	USD 845,14	USD 4.708,33	USD 5.772,23
USD 3.498,51	USD 1.428,57	USD 845,14	USD 4.708,33	USD 5.772,23
USD 3.498,51	USD 1.428,57	USD 845,14	USD 4.708,33	USD 5.772,23
USD 3.498,51	USD 1.428,57	USD 880,60	USD 4.905,88	USD 5.807,69
TOTAL PAGOS AÑO 3				USD 69.371,84
				USD 57.059,40

P
O
S
D
A
T
A
D
O

<i>AÑO 4*</i> <i>*Fuera del horizonte tempral.</i>	<i>MISMO MES</i> <i>(A)</i>	<i>MES SIGUIENTE (B)</i>	<i>IIBB</i>	<i>iva</i>
ENERO año 4		<i>USD 1.428,57</i>	<i>USD 880,60</i>	<i>USD 4.905,88</i>

TOTAL PAGOS
FIJOS MES

USD 2.309,18

PRESUPUESTO ECONÓMICO (Estado de Resultados)

PRESUPUESTO ECONÓMICO (Estado de Resultados)				
AÑOS	1	2	3	Total Horizonte
Ventas	USD 295.468,03	USD 315.762,11	USD 343.967,44	USD 955.197,57
- Costo de Ventas	USD 61.672,90	USD 65.908,87	USD 70.216,64	USD 197.798,42
- COSTO de RRHH	USD 110.245,70	USD 110.245,70	USD 110.245,70	USD 330.737,09
Resultado Bruto	USD 123.549,43	USD 139.607,54	USD 163.505,10	
- GASTOS FIJOS				
GASTOS FIJOS	USD 59.125,02	USD 59.125,02	USD 59.125,02	USD 206.030,99
IIBB	USD 8.864,04	USD 9.472,86	USD 10.319,02	
TOTAL GASTOS EROGABLES	USD 67.989,06	USD 68.597,89	USD 69.444,05	
AMORTIZACIONES	USD 9.768,48	USD 9.768,48	USD 9.768,48	USD 29.305,45
Total GASTOS	USD 77.757,55	USD 78.366,37	USD 79.212,53	USD 235.336,44
Resultado antes de impuesto a las ganancias	USD 45.791,89	USD 61.241,17	USD 84.292,57	USD 191.325,63
- Impuesto a la ganancia	USD 11.447,97	USD 15.310,29	USD 21.656,36	
25% AÑO 1 Y 2 30% AÑO 3 25%				
Resultado neto	USD 34.343,92	USD 45.930,88	USD 62.636,21	USD 142.911

Presupuesto Financiero - (Cash Flow)

AÑOS	1	2	3
Ingresos:			
Saldo Inicial Caja	USD 5.000,00	USD 70.875,59	USD 130.489,23
Totales de Cobranzas	USD 295.468,03	USD 315.762,11	USD 343.967,44
Total Ingresos	USD 300.468,03	USD 386.637,70	USD 474.456,67
Egresos:			
Tot. Pago a Proveedores	USD 61.672,90	USD 65.908,87	USD 70.216,64
Tot. Pagos de Gastos + iibb	USD 65.804,05	USD 68.545,93	USD 69.371,84
Tot. Pago sueldos + C. sociales	USD 102.115,48	USD 110.245,70	USD 110.245,70
Tot. Imp. pagos - IIGG		USD 11.447,97	USD 15.310,29
Total Egresos:	USD 229.592,43	USD 256.148,47	USD 265.144,47
Saldo de Caja:	USD 70.875,59	USD 130.489,23	USD 209.312,20

TOTAL

USD 955.197,57

USD 1.161.562,40

USD 197.798,42

USD 203.721,82

USD 322.606,87

USD 15.310,29

USD 750.885,37

Dólar

1400

BALANCE AL

Estado de Situación

Activo	
Caja	USD 5.000,00
Bs. De Uso original	USD 75.570,82
Total Activo	USD 80.570,82

USD 0,00

BALAN

Estado de Situación

Activo	
Caja	USD 209.312,20
Créditos	
Bs. De Uso original	USD 75.570,82
amort acum	-USD 29.305,45
Total Activo	USD 255.577,57

0

INICIO DEL EJERCICIO

Balance Patrimonial al 31/10/2025

Pasivo	
Total Pasivo	USD 0,00
Patrimonio Neto	
Capital	USD 80.570,82
Reservas	USD 0,00
Resultados	USD 0,00
Total PN	USD 80.570,82
Total Pasivo + PN	USD 80.570,82

ESTADO PROYECTADO

Balance Patrimonial Projectado

Pasivo	
Proveedores	
Gastos a pagar	USD 1.428,57
Sueldos a pagar	USD 8.130,21
Ingresos Brutos a pagar	USD 880,60
Imp. Ganancias	USD 21.656,36
Total Pasivo	USD 32.095,75
Patrimonio Neto	
Capital	USD 80.570,82
Reservas	USD 0,00
Resultados	USD 142.911,01
Total Patr. Neto	USD 223.481,83
Total Pasivo+P. Neto	USD 255.577,57

FREE CASH FLOW

	ii	1	2	3
DEL PRESUP. ECONOMICO E ii ----->	- \$111.307,11	USD 45.791,89	USD 61.241,17	USD 84.292,57
IIGG		-USD 11.447,97	-USD 15.310,29	-USD 21.656,36
AMORTIZACIONES		USD 9.768,48	USD 9.768,48	USD 9.768,48
CAPEX		-USD 11.331,51	-USD 11.432,98	-USD 11.574,01
FCF	- \$111.307,11	USD 32.780,89	USD 44.266,38	USD 60.830,69

Payback	- \$111.307,11	- \$78.526,23	- \$34.259,84	\$26.570,84
----------------	----------------	---------------	---------------	-------------

Tasa de exigibilidad	5,00%
VAN	\$12.611,53
TIR	10,36%
PAYBACK	MES 6 año 3

5,2 ff mes recupero \$5.069,22

Posicion frente al IVA

	IVA Ventas	IVA Compras	Saldo a pagar	Saldo a favor
AÑO 1	USD 62.048,29	-USD 6.300,71	USD 55.747,58	USD 0,00
AÑO 2	USD 66.310,04	USD 13.840,86	USD 52.469,18	USD 0,00
AÑO 3	USD 72.233,16	USD 14.745,49	USD 57.487,67	USD 0,00

Tareas	Responsable	Tiempo estimado
--------	-------------	-----------------

1

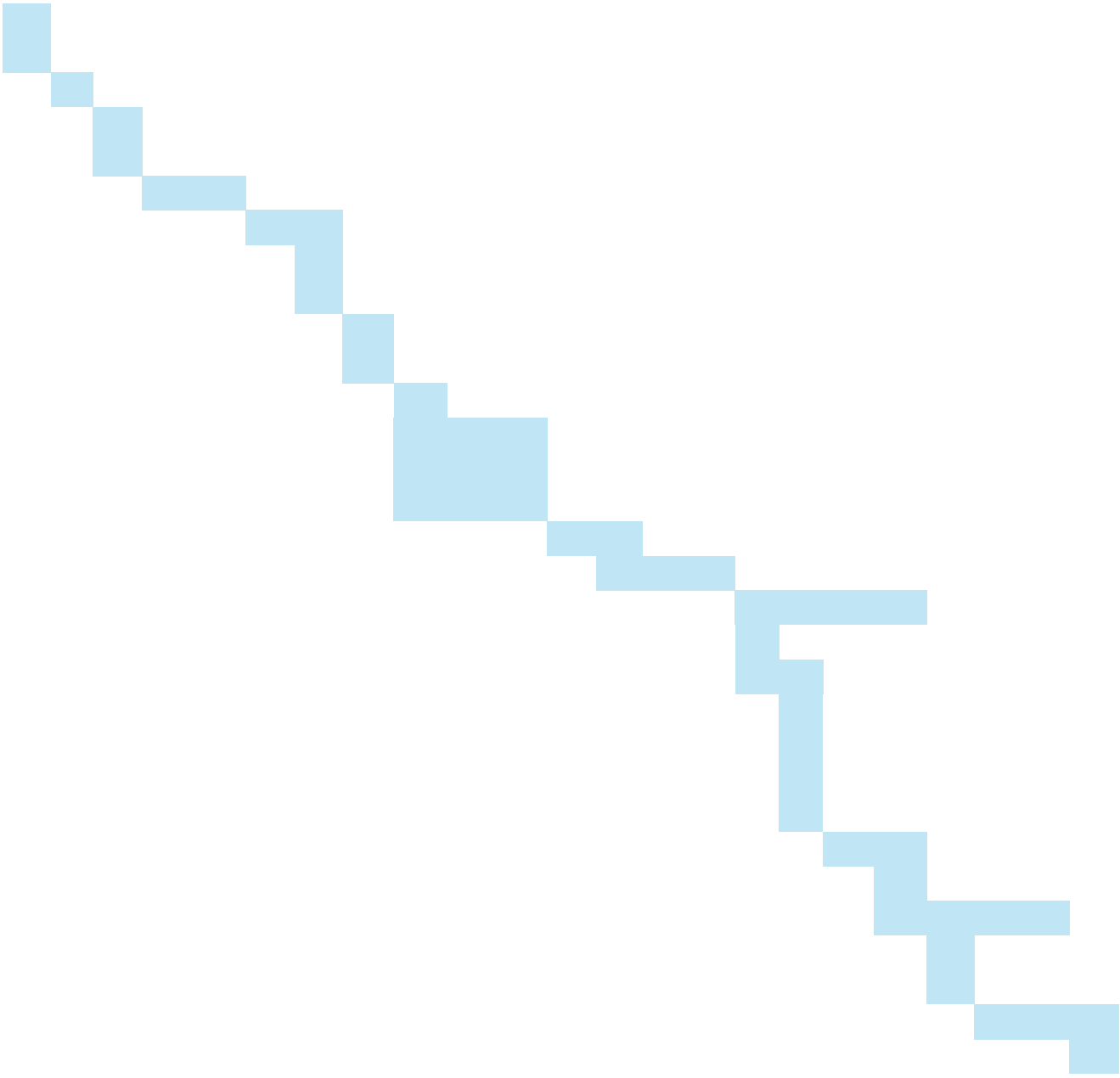
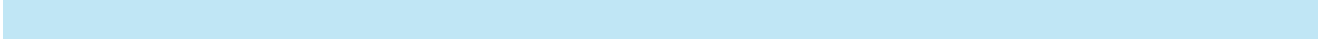
Reunión inicial socios	Socios	3 días
Registro de marca	Socios	200 días
Contratación abogado	Socios	2 días
Contratacion contador	Socios	2 días
Busqueda de local comercial	Socios	4 días
Elegir local y señarlo	Socios	2 días
Confeccion del estatuto	Abogado-Contador	7 días
Pago tasa constitucion IGJ	Contador	1 día
Publicacion de edictos en bolentin oficial	Socios	5 días
Homologacion IGJ	Abogado	10 días
Inscripción de sociedad S.R.L	Socios	10 días
Inscripcion ARCA	Contador	1 día
Inscripcion AGIP	Contador	3 días
Inscripcion en el registro de empleadores	Socios	3 días
Rúbrica de los libros	Socios	3 días
Habilitación actividad económica express	Contador	1 día
Registro de plano de ventilacion mecanica	Socios	15 días
Registro de plano de prevencion contra incendios	Socios	20 días
Habilitacion del local comercial	Contador	10 días
Certificado de aptitud ambiental	Socios	20 días
Inscripción RNE	Socios	30 días
Seguro contra incendios	Socios	3 días
Informe de bromatología	Socios	10 días
Alta en EDENOR	Socios	5 días
Alta en AYSA	Socios	5 días
Registro como empleador en sindicato	Socios	5 días
Charla con estudio de arquitectos	Socios	3 días
Diseño layout	Arquitectos	10 días
Compra de equipos y muebles	Socios	7 días
Acondicionamiento del local	Albañiles	30 días
Contratacion de compañía Le Creme	Socios	2 días
Inscripcion ART	Socios	3 días
Búsqueda de personal	Socios	25 días
Instalación de maquinaria	Albañiles	10 días
Ambientacion y decoracion del local	Estudio Le Creme	7 días
Contratacion de personal	Socios	5 días
Confeccion de formulas de helado	Encargado de produccion	10 días
Certificado de manipulacion de alimentos	Personal	5 días
Capacitación de personal	Encargado de produccion	7 días
Búsqueda de proveedores (materia prima/packaging)	Encargado de produccion	15 días
Planificación de publicidad	Estudio Le Creme	5 días
Branding e identidad de marca	Estudio Le Creme	20 días
Compra de primer lote de materia prima	Cajero	4 días

Recepción de primer lote de materia prima	Encargado de producción	1 día
Pruebas de producto	Encargado de producción	3 días
Producción inicial	Encargado de producción	4 días
Lanzamiento de redes sociales	Estudio Le Creme	3 días
Producción de fotos para redes sociales	Estudio Le Creme	4 días
Presentación de producto	Estudio Le Creme	1 día
Comienzo gestión de redes sociales	Estudio Le Creme	7 días
Reunión pre apertura	Socios - personal	1 día
Evento apertura del local	Estudio Le Creme	1 día
Servicio	Personal	1 día
Feedback de clientes	Socios	5 días
Expansión de la marca en redes sociales	Estudio Le Creme	7 días
Control de stock	Encargado de producción	1 día
Evaluación de personal	Socios	7 días
Evaluación del producto	Encargado de producción	2 días
Análisis de satisfacción de clientes	Socios	7 días
Evaluación económica	Contador	5 días
Evaluación financiera	Contador	5 días

Semanas

Pre Apertura

2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24



Apertura

Primeros meses de operacion



25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38

