

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN FINAL

BENDITO BURRITO

Autor/es:

Mamianetti Juan - LU: 1150120

Morra Emanuel Federico - LU: 1153577

Rodriguez Ana - LU: 1146385

Tevez Lautaro - LU: 1158159

Carrera:

Licenciatura en Gastronomía

Tutor/es:

Luciana Andrea Sagala y Jorge David Cejas

Año:

2025



Facultad de Comunicación

Licenciatura en Gastronomía

TRABAJO INTEGRADOR FINAL

AULA:

Aula 535

DOCENTES:

Luciana Andrea Sagala

Jorge David Cejas

ALUMNOS:

Mamianetti, Juan

Morra, Federico Emanuel

Rodriguez, Ana

Tevez, Lautaro

FECHA DE ENTREGA: 11/12/2025

Resumen Ejecutivo

Descripción del Concepto de negocio y Objetivos

Misión

Visión

Valores

Objetivos del Negocio

Propuesta de Valor Única

Tipo de Estructura Legal

Análisis de Pre-Factibilidad del Negocio

Marco Legal y Habilitaciones

Establecimiento

Análisis de la Competitividad del Sector

Análisis PESTEL

Análisis FODA

Plan de Marketing

Definición precisa del/los segmento/s

Segmentación del Mercado

1. Segmento: Oficinas y Corporativo (Mediodía / Días de Semana)

2. Segmento: Institutos Educativos (Mediodía y Tarde / Días de Semana)

3. Segmento: Fitness y Estilo de Vida Saludable (Todo Horario)

4. Segmento: Turistas y Visitantes de Fin de Semana

Arquetipo de cliente (Vínculo a ANEXO)

Resultados y conclusiones de la investigación

Análisis de la competencia

Posicionamiento

Estrategias y políticas de Marketing

Producto/Servicio

Políticas de Precio

Políticas de Distribución

Políticas de Promoción, Comunicación y Lanzamiento

Plan de Operaciones

Estandarización y Determinación de la Oferta

Análisis de Carga de Trabajo y Capacidad Productiva

Dotación de Empleados

Políticas de Capacitación y Reclutamiento

Determinación y Cuantificación de Equipamiento, Paramentos e Instalaciones

Sistemas de Gestión Operativa e Inocuidad

Determinación de Proveedores Esenciales

Plan de Implementación y Cronograma

Gráfico de Gantt

Plan Económico Financiero

Análisis de Inversión Inicial

Proyección de Ventas

Análisis de Costos Operativos o Costos Fijos

Determinación del Punto de Equilibrio

Flujo de Fondos Proyectado

Análisis del Retorno de la Inversión o TIR (Tasa Interna de Retorno)

Conclusiones y Recomendaciones

ANEXO

Resumen Ejecutivo

1. Oportunidad en el mercado

El mercado gastronómico de comida rápida actual está saturado de opciones tradicionales que, si bien son veloces, a menudo carecen de valor nutricional, son repetitivas y no ofrecen personalización. Detectamos una demanda creciente, especialmente en el segmento de 18 a 25 años, por alternativas que equilibren rapidez, frescura y nutrición. Los consumidores urbanos buscan opciones saludables, personalizables y que ofrezcan una experiencia memorable más allá del producto.

2. Nuestro Proyecto

Bendito Burrito es un establecimiento fast casual ubicado estratégicamente en Belgrano (La Pampa 2200), enfocado en burritos y bowls con un sistema de alta personalización. El cliente puede armar su orden seleccionando ingredientes frescos, nutritivos e innovadores (como kimchi, queso halloumi o tofu), o elegir entre combinaciones prediseñadas.

Nuestra diferenciación se basa en tres pilares:

- **Producto:** Foco en frescura, ingredientes no tradicionales y opciones para diversas dietas (veganas, proteicas, etc.).
- **Formato:** Optimizado para take away y delivery, con un sistema de producción ágil que apunta a un tiempo de preparación inferior a 4 minutos.
- **Experiencia:** Creamos una comunidad a través de:
 - "Bendito Park Experience": Ofrecemos lonas para fomentar el consumo en formato picnic en las Barrancas de Belgrano.
 - "Noches Benditas": Eventos culturales en el local (ciclos de cine, DJ sets) para posicionarnos como un punto de encuentro social.

3. Nuestros ingresos

La principal fuente de ingresos será la venta directa de burritos, bowls, guarniciones y bebidas en nuestro local, con un fuerte foco en los canales de take away y delivery (a través de Pedidos Ya). Se implementará una estrategia de precios de penetración inicial para capturar rápidamente el mercado y generar volumen de ventas, y luego gradualmente los nivelaremos hasta el promedio de categoría en el mercado.

4. Inversión Requerida

El proyecto requiere una Inversión Inicial total de USD 39.000 . Esta inversión cubre la obra de remodelación del local, la compra de todo el equipamiento de cocina, los gastos de constitución de la S.R.L., el inventario inicial y el capital de trabajo necesario para el lanzamiento.

5. Proyecciones y Viabilidad Financiera

El análisis financiero proyecta un rápido crecimiento y una sólida rentabilidad. El Punto de Equilibrio se reduce drásticamente tras el primer año de operación, pasando de USD 492.210 en el Año 1 (reflejo de los costos de arranque) a USD 140.295 en el Año 2, estabilizándose a medida que se optimizan los costos.

El proyecto demuestra su viabilidad alcanzando el recupero de la inversión (Payback) dentro del Año 3. Los indicadores clave a 3 años son:

Ratio Financiero	Valor	Interpretación
VAN (Valor Actual Neto)	USD 11.385,56	El proyecto genera un valor por encima de la tasa de exigibilidad (5%). Es rentable.
TIR (Tasa Interna de Retorno)	10,60%	La rentabilidad interna del proyecto es superior a la tasa de corte (5%). Se acepta el proyecto.
Payback (Recupero)	Año 3, Mes 9	La inversión inicial se recupera dentro del tercer año de operación, en el mes de septiembre.

6. El Equipo

El negocio se constituye como una S.R.L. formada por cuatro socios, futuros Licenciados en Gastronomía. El equipo cuenta con una formación profesional interdisciplinaria, aportando una gerencia profesionalizada con conocimientos en las áreas financiera, operativa, comercial y de marketing.

7. Potencial de Éxito

El éxito de Bendito Burrito se fundamenta en su clara alineación con las tendencias del mercado y una fuerte ventaja competitiva. A diferencia de la competencia, que opera con menús más rígidos, nuestro posicionamiento se basa en la hiper-personalización y la innovación en la experiencia con picnic y eventos que fomentan el posicionamiento del proyecto como un foco cultural de la zona de Belgrano.

Contamos con un sólido plan de marketing digital enfocado en Instagram y TikTok y alianzas estratégicas (SportClub, La Mula Club, influencers) para construir una comunidad fuerte y asegurar un rápido posicionamiento de marca.

Descripción del Concepto de negocio y Objetivos

Bendito Burrito se centra en el desarrollo de un emprendimiento de burritos. Va a ser la creación de un establecimiento gastronómico de comida rápida casual (fast casual), inspirado en modelos extranjeros pero adaptándolo al contexto argentino y aprovechando las nuevas tendencias locales.

La propuesta de negocio se fundamenta en un modelo gastronómico que integra la rapidez en el servicio y la personalización en la experiencia del consumo. El cliente podrá optar tanto por combinaciones prediseñadas por nosotros como por la posibilidad de armar su propia orden. Podrá seleccionar de manera libre entre diversos toppings, salsas, proteínas y guarniciones. Asimismo, el concepto contempla la diversidad de formatos de consumo, incluyendo burritos y bowls, los cuales serán elaborados en el momento con ingredientes frescos y nutritivos.

De esta manera podremos identificarnos como una alternativa innovadora en el mercado argentino, combinando la rapidez, sabor y adaptabilidad con la incorporación de ingredientes en tendencia o de uso culinario poco frecuente. Esto no solo permite diversificar la oferta gastronómica local, sino también contribuir al desarrollo de nuevos hábitos de consumo y sabores, diferenciando al negocio de las propuestas de comida rápida tradicionales.

Nuestro foco estará puesto en la modalidad “take away” y “delivery” teniendo la mayoría de nuestras ventas en este formato. Sin embargo, quisimos además que exista la posibilidad de que los comensales puedan consumir in situ de una manera más original. Contaremos con un espacio reducido de salón en el restaurante lo cual no nos dará lugar a mesas, por lo que surgió la idea dada la cercanía al Parque Barrancas de Belgrano de ofrecer como alternativa lonas, reposeras y mesitas portátiles para que los clientes disfruten de su pedido en formato picnic promoviendo una experiencia diferente, relajada y atractiva.

Este espacio público es una zona transitada, con buena iluminación, seguridad y limpieza por lo que creemos que nos permite trabajar en esta propuesta diferencial.

Además de todo esto, vamos a organizar eventos periódicamente con la idea de ofrecer nuestro menú en ocasiones especiales como noche de películas, dj en vivo, pop ups, etc . Esto nos va a ayudar a captar nuevos clientes, construir una imagen de marca positiva y fortalecer la integración de una comunidad.

Misión

Ser un espacio donde se brinde una experiencia gastronómica fresca y personalizada ofreciendo ingredientes caseros y variados pensados para que cada persona tenga la libertad de elección para adaptar el burrito o el bowl a sus gustos.

Somos un local gastronómico fast casual, nutritivo, fresco, personalizado, y rápido.

Visión

Convertirnos en la marca de referencia en Argentina dentro del “fast casual” reconocida por la innovación en el servicio, la variedad de los productos y la experiencia diferenciadora.

Valores

-Rapidez: Buscamos optimizar procesos internos para que cada pedido sea preparado en el menor tiempo posible, sin comprometer la calidad ni la frescura. Desarrollamos metodologías de trabajo muy eficientes, capacitación constante de nuestro equipo y un diseño de menú que permite una ejecución muy ágil. La rapidez no solo mejora la experiencia del cliente, sino que también aumenta la rotación y rentabilidad del negocio, generando satisfacción tanto para quienes consumen en el local como para quienes eligen el take away o delivery.

-Innovación: Buscamos introducir combinaciones novedosas de ingredientes, repensar la forma de consumir comida rápida, integrando opciones saludables y personalizables. La innovación abarca tanto el diseño del producto como la experiencia de compra, la presentación de productos creativos y estéticamente atractivos.

-Transparencia: Construimos relaciones basadas en la confianza, garantizando información clara y accesible sobre nuestros productos, procesos e ingredientes. Un factor que podemos destacar sobre esto es la visualización o el conocimiento sobre las calorías de nuestros productos alimenticios, para que los clientes puedan saber exactamente qué, cómo, y cuánto están consumiendo. Este valor también se refleja en la gestión empresarial, con políticas honestas hacia proveedores, colaboradores y clientes, consolidando una marca auténtica, responsable y ética. Una forma de representar esto, es nuestra cocina abierta, con producción en vivo y que se pueda ver en todo momento qué y cómo lo estamos haciendo.

-Sustentabilidad: La sustentabilidad es un eje central de nuestro proyecto, no como una moda, sino como una responsabilidad social y ambiental. Implementamos prácticas orientadas a minimizar el impacto ecológico. Vamos a reducir el uso de plásticos de un solo uso, utilizaremos packaging biodegradable, gestión de residuos y eficiencia energética en nuestras operaciones. Nos basaremos en un modelo de negocio circular.

-Orientación al cliente: Escuchamos activamente las necesidades, gustos y sugerencias de los clientes para adaptar nuestra propuesta. Este enfoque significa que vamos a brindar un servicio personalizado, en la O de personalizar los platos y también en una atención cercana y eficiente. Nuestro objetivo no es únicamente vender comida, sino generar experiencias que se conviertan en recuerdos positivos y en vínculos duraderos con la marca para poder formar una comunidad.

-Trabajo en equipo: Impulsamos una cultura organizacional basada en la colaboración, la comunicación y la confianza. Vamos a ofrecer una capacitación continua. La motivación y el reconocimiento de logros son pilares para construir equipos sólidos a los cuales se los premiará con recompensas.

-Expansión: apuntamos constantemente al desarrollo y expansión, logrando de este modo progresivamente llegar a nuevos mercados, con nuevos clientes y oportunidades para crecer. No queremos limitarnos tan solo a CABA, buscamos expandirnos en la totalidad del país.

Objetivos del Negocio

Operativos:

-Reducir el tiempo promedio de preparación de cada pedido a menos de 4 minutos durante los primeros 6 meses de operación.

-Mantener las devoluciones de productos por errores en menos del 2% de los pedidos en el primer año de proyecto.

-Alcanzar un índice de desperdicio de insumos menor al 5% mensual en los primeros 6 meses mediante una gestión y operación precisa.

Marketing:

- Alcanzar 5.000 seguidores en Instagram con un engagement rate mayor al 20% en los primeros 6 meses.
- Posicionar a Bendito Burrito dentro del top 10 de restaurantes de comida mexicana de CABA en apps de delivery durante el primer año.
- Obtener una calificación promedio de entre 4.5/5 estrellas en reseñas de Google y apps de delivery en los primeros 6 meses.
- Organizar al menos 1 evento mensual (cine, DJ, pop-up) alcanzando un mínimo de 100 asistentes por evento en promedio durante el primer año.

Financieros:

- Alcanzar un promedio mínimo de 65 pedidos diarios en el local y delivery al cabo de los primeros 6 meses.
- Mantener un margen bruto mínimo del 35% sobre ventas al finalizar el primer trimestre, optimizando costos de materia prima y mermas.
- Recuperar el punto de equilibrio mensual (break-even) a través de delivery y take away antes del día 20 de cada mes durante el primer año de operación.

Propuesta de Valor Única

En Bendito Burrito buscamos ofrecer una propuesta rápida, ágil y práctica en la que se permita la participación del cliente en la elección de sus ingredientes. Queremos adaptarnos al estilo de vida actual acompañando la evolución de la alimentación contemporánea sin comprometer la nutrición de las personas. Esto implicaría: adquirir productos al paso, o de manera veloz para no perder tiempo en un restaurante convencional o tradicional. Sin embargo, nuestro diferencial está en la frescura de los productos y también en lo que aporta cada uno en una dieta balanceada. Además, contamos con ingredientes innovadores y no tan tradicionales, que cocinamos de una manera distintiva para que sea amigable al paladar del cliente. Otro diferencial es que contamos con un servicio de picnic, brindando lonas a los comensales para que puedan llevar sus pedidos al parque y sentarse ahí. Esto permite que los individuos puedan tener una experiencia agradable en la naturaleza.

Por otro lado, tenemos los otros ejemplos de fast food, de comida rápida, para nada nutritivos, poco saludables y que no aportan nutrientes indispensables para una buena alimentación. Cabe resaltar que los ingredientes utilizados por estas cadenas, carecen de creatividad, por lo tanto son muy aburridos y repetitivos.

Queremos insertarnos en la vida cultural y social de la ciudad. Por eso, buscamos tener presencia en eventos públicos organizados en parques, plazas y espacios abiertos, ya sea de la mano del Gobierno de la Ciudad o en colaboración con instituciones culturales. Esta participación nos permite no solo acercar nuestra propuesta gastronómica a nuevos públicos, sino también ser parte de la vida urbana, acompañando actividades recreativas, deportivas o comunitarias con una opción de comida fresca y nutritiva.

Es por esto por lo que surge la idea de Noches Benditas, un ciclo en el que adaptamos nuestra oferta a diferentes entornos sociales. Por ejemplo, contamos con un contacto (La Mula Club de Cine) que nos abre la posibilidad de realizar un ciclo de cine, donde proponemos burritos temáticos inspirados en películas, generando así una experiencia creativa y divertida que conecta gastronomía y cultura. De igual modo, podemos llevar nuestra propuesta a festivales de música, ferias barriales o actividades culturales, creando pop ups que potencian la visibilidad de la marca.

Y, por último, pero no menos importante, también buscamos generar vida y movimiento en nuestro propio local. Cada viernes podríamos organizar mini eventos de cierre de semana, con un DJ de vinilos en la puerta para acompañar la experiencia y atraer a quienes quieran celebrar de manera distinta, combinando buena música, ambiente relajado y nuestros productos. De esta manera, Bendito Burrito trasciende la comida rápida para transformarse en un punto de encuentro social, muy distinto del resto de propuestas locales.

Tipo de Estructura Legal

Bendito Burrito será una S.R.L. compuesta con 4 socios aportando cada uno un capital de \$13.650.000 (USD \$9750). Un total de \$54.600.000 (USD 39.000). La organización de gobierno está formada por un gerente, y tres órganos de administración. Las reuniones de socios serán dictadas en el mes de diciembre, por todos los integrantes presentes. Acá se discutirá, conversará y comparará los periodos de cada mes, centrándonos en las rentabilidades obtenidas.

Se optó por constituir una Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL) debido a la mayor simpleza que tiene en aspectos como el administrativo y estructural. Lo cual se relaciona más adecuadamente con el tamaño de nuestra empresa que es relativamente pequeño y con una reducida cantidad de socios.

Además, una de las principales ventajas de la Sociedad Anónima (SA) es el de cotizar en bolsa el cual no consideramos que sea un beneficio que vayamos a usar o

precisemos, debido a que no prevemos en el corto o mediano plazo la necesidad de dicho financiamiento.

En conclusión, optamos por una Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL) debido a que ofrece una gestión más flexible, con menores costos legales y contables, y una carga administrativa significativamente más baja. Nos permite concentrar recursos y esfuerzos en el desarrollo del negocio, siendo esta la que mejor se adapta a nuestros objetivos y modelo de negocio.

Análisis de Pre-Factibilidad del Negocio

Marco Legal y Habilitaciones

1. Habilitación comercial y actividad económica:

-Autorización de Actividad Económica (CABA): podemos tramitar la autorización en el formato express online ya que contamos con un local menor a 200mts² (60mts²) y cumplimos con todos los requisitos necesarios para gestionarla. Esto nos permite reducir considerablemente los tiempos de gestión. Además, este trámite es gratuito por lo cual no representará ningún costo.

2. Entidad regulatoria y procedimiento

-Agencia Gubernamental de Control (AGC): presentamos nuestro anexo técnico y planos del local, y un habilitador nos autoriza el espacio para desarrollar la actividad.

3. Manipulación de Alimentos y Seguridad Alimentaria

-Curso de Manipulación Higiénica de Alimentos y CARNET:

Nuestro personal debe contar obligatoriamente con el permiso para manipular alimentos. El trámite se realiza a través de la AGC, online o presencial, con examen y renovación cada 3 años, y no tiene costo.

-Registro Nacional de Establecimientos (RNE):

Debemos contar con el RNE para habilitar la venta de alimentos. Se debe presentar documentación respaldatoria, como contrato social o DNI, y declaración jurada. El trámite es gratuito. Los requisitos para la habilitación son:

- Certificado de habilitación o autorización de actividad económica librada al uso o aprobada. Deberá además presentar un plano esquemático del establecimiento que corresponda al plano aprobado a los efectos de verificar el cumplimiento de lo solicitado.
- Memoria descriptiva con carácter de declaración jurada.
- Certificado de inscripción del establecimiento o sociedad en la Administración Gubernamental de Ingresos Públicos (AGIP).
- Manual de procedimiento para la gestión de incidentes y retiro de productos.
- Manual de Buenas Prácticas de Elaboración junto con el Manual de Manejo Integrado de Plagas y los Procedimientos Operativos Estandarizados de Saneamiento.
- Si correspondiere tener un Dirección Técnico: Título habilitante del profesional de grado con incumbencia para ejercer la dirección técnica de una empresa de alimentos, DNI, matrícula con pago al día y nota otorgada por el Colegio respectivo donde figure que el profesional no tiene impedimentos para ejercer su profesión.
- Toda otra documentación que la autoridad sanitaria considere necesaria para la aprobación de la inscripción del establecimiento.

4. Infraestructura y Normativas Técnicas

-Código de Edificación y Boletín Oficial (CABA):

El local debe cumplir normas de iluminación, circuitos eléctricos, ventilación mecánica y evacuación. Todo respaldado por planos firmados por profesional matriculado.

-Instalaciones técnicas (gas, electricidad, sobrecargas, etc.) según normativa municipal; requieren certificación profesional.

5. Conformación de empresa

-Se realiza con escribano, estableciendo: Objeto social (actividades precisas: restaurante fast casual, delivery, take away, catering y eventos gastronómicos), domicilio legal de la sociedad, aportes de capital inicial y reglas entre socios. Tiene un costo de honorarios de escribano aproximado de USD 500 – 1.200, y una demora de 1 a 2 semanas.

-Homologación en IGJ (Inspección General de Justicia): se debe presentar estatuto protocolizado, boleta de depósito de capital en Banco Nación, publicación de edicto en Boletín Oficial (1 día) y el pago de tasa de constitución.

-Domicilios requeridos: legal (figura en el estatuto), fiscal (para inscripción tributaria en ARCA, AGIP), explotación del local habilitado (La Pampa 2200, Belgrano).

-Inscripciones Tributarias:

Tenemos que inscribirnos en ARCA para poder contribuir con IVA, impuesto a las ganancias, cargas sociales y para todo esto, tendremos que realizar la obtención de CUIT. También AGIP para contribuir con Ingresos Brutos y ABL.

Tendremos que cumplir con la habilitación comercial en GCBA.

-Otras Inscripciones: INPI registro de marca *Bendito Burrito* (protección legal), inscripción sindical UTHGRA (por empleados gastronómicos), ART contratación obligatoria para empleados, alta de servicios: luz, gas, agua (a nombre de la empresa Bendito Burrito).

Establecimiento



Local comercial · 60m²

Alquiler \$ 2.000.000 Avisarme si baja de precio

Expensas \$ 25.000

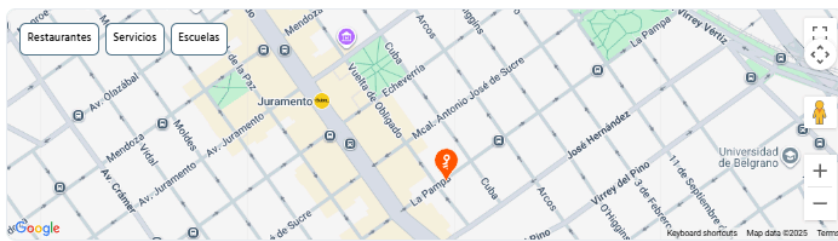


Garantías de alquiler

100% online y con aprobación automática.

Solicita tu garantía →

La Pampa al 2200, Belgrano, Capital Federal



60 m² tot. 60 m² cub. 1 baño 1 toilette 1 años Muy luminoso

Contactá al anunciante

Nombre Email

País +54 Teléfono

Mensaje:
¡Hola! Quiero que se comuniquen conmigo por esta propiedad en alquiler que vi en Zonaprop.

Acepto los [Términos y Condiciones de Uso](#).

Acepto la [Política de Privacidad](#).

Contactar

Contactar por WhatsApp

ARANALFE Aranalfe
+54 Ver teléfono

<https://www.zonaprop.com.ar/propiedades/clasificado/alclcin-local-en-alquiler-en-belgrano-a-pto-varios-destinos-y-57002252.html>

Análisis de la Competitividad del Sector

Rivalidad entre competidores existentes: la rivalidad en el sector gastronómico en CABA es alta, especialmente en zonas de alto tránsito como Belgrano donde existen múltiples opciones de comida rápida y fast casual. Aunque la oferta de burritos en sí no es tan masiva como la de hamburguesas o pizzas, hay muchos sustitutos directos (wraps, shawarmas, sándwiches gourmet, poke bowls) que representan una alta fuerza de competidores existentes en nuestro mercado. La cercanía al Barrio Chino y su polo gastronómico incrementa la concentración de competidores. De todas formas, Bendito Burrito puede diferenciarse mediante la personalización del producto, la experiencia “picnic” y los ingredientes originales.

Por lo tanto, consideramos que la rivalidad entre competidores existentes representa una fuerza media/alta la cual debemos estar constantemente analizando para afrontarla.

Amenaza de nuevos entrantes: el ingreso de nuevos competidores es relativamente fácil porque la inversión inicial en un local de formato reducido y una cocina de fast casual no es tan elevada comparado con otras propuestas. Además, el auge del delivery y take away permite operar incluso sin salón, con cocinas fantasmas, lo cual nuevamente reduce el costo de inversión facilitando la accesibilidad al mercado. Sin embargo, el alto costo de alquiler de la zona de Belgrano para establecimientos comerciales representa una fuerte barrera a la hora de comenzar un proyecto en la zona, lo cual consideramos que aumenta la fuerza.

Por lo tanto, concluimos que la amenaza de nuevos entrantes representa una fuerza media.

Amenaza de productos o servicios sustitutos: existen múltiples alternativas de productos en la zona de Belgrano que representan una amenaza para nuestros productos. Desde hamburgueserías y pizzerías a locales de sushi al paso, poke bowls, shawarmas, wraps y hasta empanadas o ensaladas rápidas. Todos ofrecen rapidez y precios similares, lo que hace que el consumidor pueda sustituir fácilmente el burrito por otro producto fast casual que se adapte a las necesidades de los consumidores al igual que nosotros. Creemos que podemos fortalecer nuestro producto enfocándonos en la alta personalización y en un eficaz sistema de producción y envíos reduciendo los tiempos para destacarlo como una mejor alternativa que el resto, pero de todas formas consideramos que la amenaza de productos sustitutos representa una fuerza alta.

Poder de negociación de los proveedores: en términos de materias primas, los insumos como tortillas, vegetales, carnes y salsas pueden obtenerse de múltiples proveedores en CABA y alrededores, lo que reduce la dependencia de una única opción para obtener los ingredientes.

De todas formas, al ofrecer ingredientes alternativos y poco usuales como uno de los diferenciales de nuestros productos deberemos contar con proveedores específicos para ciertos insumos, los cuales probablemente provendrán del exterior. Esto nos limita en la negociación ya que no tendremos muchas alternativas de proveedores accesibles a la hora de buscar materias primas específicas.

Concluimos entonces que la fuerza de poder de negociación de los proveedores es una fuerza media.

Poder de negociación de los clientes: los consumidores cuentan con una amplia variedad de opciones sustitutivas a su alcance, desde cadenas de fast food como pizzas,

hamburguesas o shawarmas, lo que incrementa su capacidad de elección. Las plataformas digitales de pedidos o las reseñas en Google Maps y redes sociales también aumentan el poder de los clientes al brindarles acceso a información inmediata para comparar precios, promociones y experiencias de consumo.

Los clientes también tienen una sensibilidad al precio alta, y los consumidores ejercen presión sobre el sector demandando promociones, descuentos o formatos de combo que ajusten el valor percibido.

Finalmente concluimos que la fuerza de poder negociación de los clientes puede considerarse media/alta.

Análisis PESTEL

Político

- Agenda promercado: Un programa de desregulación (DNU 70/2023) y reformas procompetencia.
- Ley Bases (2024) y reformas asociadas: Aprobó el RIGI para grandes inversiones y un bloque de cambios laborales y regulatorios.
- Entorno macro bajo gestión activa: El gobierno y el BCRA alternan fases de ajuste y flexibilización financiera; la plaza opera con tasas altas y episodios de baja liquidez.
- Elecciones legislativas de medio término: Argentina tiene elecciones legislativas clave el 26 de octubre de 2025, en las que se renovarán 127 diputados y 24 senadores.

<https://www.bcra.gob.ar/Noticias/sendero-desplazamiento-1-por-ciento-mensual-i.asp?utm>

<https://www.reuters.com/latam/negocio/LH4XTWC5DBKNXHKZRYSQMLL3EU-2025-08-18/?utm>

Económico

- Inflación: El IPC de julio de 2025 subió 1,9%, acumulado un 36,6% interanual (el menor en años recientes). Esto configura la política de pricing y salarios.

- Política cambiaria y comercio exterior: Tras cambios en 2024–2025, el flujo importador está atravesando ajustes importantes: Impacta insumos importados.
- Carga impositiva: El IVA general sigue en 21% para gastronomía; hay alícuotas reducidas (10,5%), pero el servicio de restaurante tributa tasa general.
- Muchos operadores del sector alimentario están previendo una devaluación post electoral. Lo que se espera, es una suba del dólar oficial en caso de que gane la oposición.

<https://www.argentina.gob.ar/noticias/cambios-en-el-sistema-de-importaciones?utm>

<https://www.bbva.com/es/ar/salud-financiera/iva-en-argentina-cuales-son-las-tasas-como-se-calcula-y-que-impacto-tiene-el-impuesto-en-el-bolsillo/?utm>

Sociocultural

- Preferencia por opciones saludables y personalización: La Ley de Etiquetado Frontal y su implementación elevaron la conciencia sobre exceso de sodio/azúcares/grasas en alimentos envasados.
- Consumo con foco en valor: Luego del shock 2023/24, la población comenzó a valorar la comida fuera del hogar. Se prioriza la relación precio/calidad y porciones transparentes.
- Búsqueda de experiencias memorables: Los consumidores argentinos están priorizando cada vez más vivencias emocionales por encima de lo material, reforzando la necesidad de que los negocios gastronómicos ofrezcan comida en un entorno experiencial y compartible.

<https://www.buenosaires.gob.ar/noticias/la-ciudad-prohíbe-la-entrega-de-sorbetes?utm>

Tecnológico

- Pagos interoperables QR: El BCRA comenzó a estandarizar QR y promueve competencia entre billeteras, bajando costos de aceptación.
- Facturación electrónica: La AFIP exige factura electrónica a casi todos los contribuyentes, esto habilita tableros de control (ventas/hora, ticket promedio) e integración con delivery.
- Infraestructura de datos 5G: El ecosistema telecom avanzó en 5G y mejoras de red, facilitando operaciones en tiempo real.

- Desarrollo e innovación de POS (Point of Sale): seleccionar un POS con integraciones (QR, billeteras, marketplaces), analítica de demanda por franja horaria, y stock en tiempo real.

<https://fu.do/es-ar>

Ecología

- Gestión de residuos: En CABA rige la Ley de Basura Cero y normativa complementaria. Significa que debe haber una separación obligatoria de los residuos en el origen.
- Tendencia anti-plásticos de un solo uso: Restricciones progresivas (sorbetes) y presión social por vajilla reutilizable y o compostable.

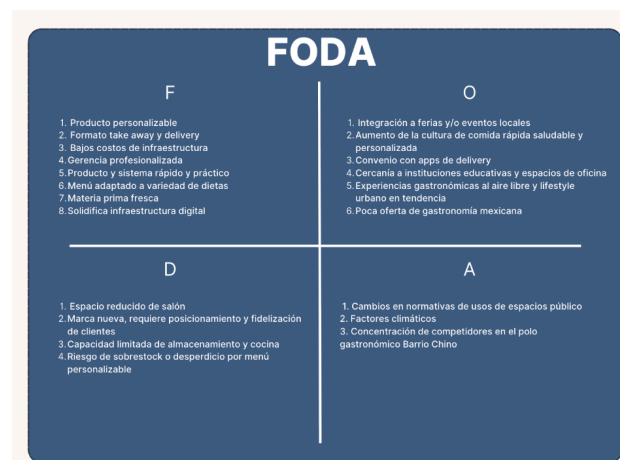
<https://www.bcra.gob.ar/noticias/Transferencias-3-0-millones-de-transacciones-realizadas.aspx>

p

Legal

- Marco alimentario y sanitario: Aplicación del Código Alimentario Argentino (CAA) y habilitaciones municipales.
- Etiquetado frontal: La Ley 27.642 (ANMAT) afecta principalmente alimentos/bebidas envasadas de proveedores.

Análisis FODA



Fortalezas

-Producto personalizable: posibilidad de ofrecer a los clientes la opción de armar pedidos personalizables eligiendo a gusto toppings, salsas, proteínas y guarniciones para sus bowls o burritos. Lo planteamos como una fortaleza debido a que permite adaptarnos a las preferencias y necesidades individuales de cada cliente, aumentando su satisfacción y fidelización.

-Formato take away y delivery: consideramos que enfocarnos en estos formatos nos permite ofrecer un servicio rápido, ágil y adaptado al ritmo urbano. Este enfoque nos permite atender una mayor cantidad de pedidos en menor tiempo, aumentar la rotación de clientes y aprovechar las plataformas de delivery para ampliar nuestro alcance, generando mayores oportunidades de ventas.

-Bajos costo de infraestructura: al tener un espacio reducido contamos con la ventaja de menores costos fijos de alquiler y mantenimiento de las instalaciones, lo cual nos permite tener un mejor capital de trabajo y reduce el riesgo de insolvencia mensualmente.

-Gerencia profesionalizada: como futuros licenciados en gastronomía contamos con una formación profesional interdisciplinaria para gerenciar el proyecto de forma óptima en sus aspectos financieros, operativos, comerciales y prácticos. Consideramos que representa una gran fortaleza para un establecimiento gastronómico un órgano administrativo profesionalizado en el área de desarrollo.

-Producto y sistema rápido y práctico: contamos con un sistema productivo diseñado para la óptima eficiencia a la hora de preparar y despachar los pedidos, agilizando las tareas y reduciendo los tiempos de espera. Esto nos permite ofrecer productos de manera rápida y en formatos prácticos que se adaptan a necesidades actuales del mercado urbano de buscar la inmediatez y conveniencia a la hora de comer.

-Menú adaptado a variedad de dietas: ofrecemos una alta variedad de ingredientes para que los clientes armen sus pedidos personalizados, contando con la posibilidad de hacer productos para alimentaciones vegetarianas, veganas, libres de gluten, entre otras. Diversificar los insumos nos permite abarcar una mayor porción del mercado dada la adaptabilidad a la gran variedad de alimentaciones que existen hoy en día.

-Materia prima fresca: utilizamos ingredientes de proveedores locales respetando la práctica kilómetro cero lo cual nos asegura ofrecer productos frescos y ser conscientes de su trazabilidad y métodos de cultivo.

-Solidifica infraestructura digital: para posicionar el emprendimiento buscamos enfocarnos en desarrollar una fuerte presencia en redes sociales y plataformas online, como pedidosya, lo cual no solo refuerza el branding, sino que también permite generar comunidad, facilitar pedidos y fidelizar clientes mediante comunicación directa y promociones. También contaremos con una página web propia para gestionar pedidos la cual buscaremos fortalecer permitiéndonos tener mayor autonomía.

Oportunidades

-Integración a ferias y/o eventos locales: participar en espacios comunitarios y gastronómicos nos puede permitir ampliar el alcance de la marca, dar a conocer la propuesta a nuevos públicos y generar visibilidad.

-Aumento de la cultura de comida rápida saludable y personalizada: luego de analizar el PESTEL descubrimos una concientización sobre hábitos alimenticios y la composición nutricional de lo que se ingiere, lo cual llevó a que el mercado se interese por alternativas más saludables y nutritivas. Esto representa una oportunidad para expandirnos con nuestra propuesta saludable cubriendo las necesidades del mercado actual.

-Convenio con apps de delivery: asociarnos con plataformas digitales amplíara nuestro radio de acción más allá de la clientela de paso, diversificando las fuentes de ingreso y mejorando la accesibilidad al producto.

-Cercanía a instituciones educativas y espacios de oficina: contamos con una ubicación estratégica cercana a múltiples instituciones y oficinas con aglomeración de personas durante la semana, como por ejemplo, UADE Belgrano. Esto representa una gran oportunidad para explotar los mercados locales que buscan opciones rápidas y prácticas a la hora de resolver sus comidas. A modo de aumentar el reconocimiento de nuestra y fidelizar clientes podríamos contar con promociones dirigidas a estos públicos en específico.

-Experiencias gastronómicas al aire libre y lifestyle urbano en tendencia: además, también analizamos en el aspecto sociocultural del PESTEL que luego de la pandemia existe una

tendencia en el mercado a un mayor disfrute de salir a comer y de buscar experiencias al aire libre. Lo mismo representa una gran oportunidad para trabajar en fortalecer la propuesta al aire libre de nuestro emprendimiento.

Debilidades

-Espacio reducido de salón: la capacidad para consumo en el local es limitada, lo que reduce la posibilidad de llevar a cabo un restaurante más tradicional donde la salida es ir a comer al mismo. Por eso mismo estaremos fomentando la propuesta de picnic como alternativa diferenciadora. También prestaremos con un modelo de take away y delivery fortalecido.

-Marca nueva, requiere posicionamiento y fidelización de clientes: al no tener reconocimiento previo por ser un start up, se dificulta inicialmente llegar a los consumidores. Teniendo esto en cuenta, desarrollaremos e invertiremos tanto dinero como tiempo en un plan de marketing sólido que genere visibilidad, confianza y diferenciación en un mercado competitivo.

-Capacidad limitada de almacenamiento y cocina: al contar con un local pequeño, tenemos la desventaja de tener un reducido espacio de almacenamiento y cocina para trabajar, lo cual limita nuestra capacidad productiva. Pero si nos centramos en desarrollar un buen diseño del espacio gastronómico y elaborar un óptimo flujo de operaciones tendremos la máxima eficiencia de las tareas en el espacio con el que contamos.

-Riesgo de sobrestock o desperdicio por menú personalizable: la amplia variedad de toppings e ingredientes que se ofrecen para que los clientes armen su propio pedido genera una mayor complejidad en la planificación de necesidad de compra y el control de inventario debido a la incertidumbre sobre cuáles combinaciones serán más demandadas. Existe el riesgo de adquirir en exceso ciertos insumos que luego no se consumen en su totalidad, provocando sobrestock o incluso desperdicio. Sin embargo, para tratar de impedir que esto suceda, estaremos ofreciendo un menú del mediodía con burritos ya armados, su bebida y su guarnición a un precio más bajo que el de los otros productos para incentivar las ventas y asimismo evitar que la comida se eche a perder o hay que desecharla.

Amenazas

-Cambios en normativas de usos de espacios públicos: la actividad gastronómica que depende de terrazas, veredas o patios puede verse afectada por modificaciones en las regulaciones municipales. Restricciones en horarios, limitaciones al uso del espacio público o mayores exigencias en habilitaciones podrían reducir la capacidad operativa del local y encarecer los costos de adaptación. Esto impactaría directamente sobre nuestra propuesta que busca capitalizar la tendencia del consumo al aire libre. En el caso de que esto ocurra, la solución que tendríamos que implementar es la de fomentar más nuestro servicio de delivery y take away, como también asociarnos a más eventos o llevarlos a cabo nosotros mismos.

-Factores climáticos: condiciones adversas (lluvia, frío extremo o calor intenso) afectan directamente la experiencia al aire libre, reduciendo la efectividad de nuestra propuesta diferencial de picnic. Para evitar que las ventas bajen debido a estas condiciones, ofreceremos otro tipo de experiencias como por ejemplo el consumo de nuestros productos en las noches benditas de cine, donde habrá promociones para aquellos que querrán ver una película en el cine mientras disfrutan de una buena comida.

-Concentración de competidores en el polo gastronómico Barrio Chino: la alta densidad de restaurantes y propuestas gastronómicas en el Barrio Chino incrementa la competencia directa por clientes y visibilidad. Esta concentración puede dificultar la diferenciación, pero por eso estamos dispuestos a invertir más en comunicación y promociones para destacar frente a la oferta existente.

Plan de Marketing

Definición precisa del/los segmento/s

La estrategia de "Bendito Burrito" se fundamenta en una definición precisa del mercado meta, la cual se aleja de una segmentación demográfica masiva para enfocarse en un nicho psicográfico y conductual específico: el consumidor urbano moderno. Este consumidor, si bien se concentra en el rango etario de 18 a 25 años, se define más por sus valores y estilo de vida que por su edad.

Edad: 18 a 25 años. Este rango etario abarca adecuadamente al público al que queremos apuntar en base a sus tendencias de consumo y estilo de vida.

Género: Indiferente. No existe ninguna preferencia para la venta de los productos de Bendito Burrito.

Lugar de residencia: Belgrano como principal ubicación, y luego también barrios cercanos (Villa Urquiza, Colegiales, Nuñez, Cañitas, Vicente Lopez, Chacarita.)

Nivel de ingresos: Nuestros clientes se encuentran, la mayoría, dentro de una clase social que va entre la alta - alta media - media. Por eso mismo podemos deducir que el nivel de ingresos estará alrededor de los niveles ABC1 y C2. En base a los precios de los productos, estimamos un nivel de ingresos medio como mínimo. Contamos con varias opciones de burritos, algunos a precios más accesibles y otros más elevados.

Costumbres y comportamientos: consumen afuera, les gusta la idea de personalizar sus burritos, que hayan combos con bebida y guarnición, consumirán tanto en la cena como en el almuerzo.

Segmentación del Mercado

1. Segmento: Oficinas y Corporativo (Mediodía / Días de Semana)

Descripción: Empleados de las oficinas cercanas (IMS, BeSmart, etc.), de un rango etario de 20-30 años.

Necesidad Clave: La velocidad. Buscan una alternativa saludable y sustanciosa para su almuerzo, pero su tiempo es limitado (1 hora de receso).

Propuesta de Valor para ellos: La promesa de los 4 minutos es fundamental. La oferta de "combos" (Burrito + Bebida + Guarnición) agiliza su decisión y les da una solución completa. El formato "Bowl" será clave para quienes buscan una opción más ligera antes de volver a la oficina.

Estrategia de Captación: Marketing de proximidad (folletería), Google Ads (búsquedas locales tipo "almuerzo Belgrano") y convenios corporativos menores.

2. Segmento: Institutos Educativos (Mediodía y Tarde / Días de Semana)

Descripción: El núcleo de estudiantes jóvenes urbano (UB, UADE, San Román).

Necesidad Clave: Precio accesible y lugar de pertenencia". Buscan un lugar donde comer entre clases que sea rápido y relativamente económico (dentro de su presupuesto ABC1/C2).

Propuesta de Valor para ellos: Los burritos de precios más accesibles y la personalización. La identidad de marca (música, estética, tono de comunicación) es lo que los fideliza. El "Club Bendito" (programa de puntos) es una herramienta de retención directa para este segmento.

Estrategia de Captación: Campañas de Meta Ads (Instagram/TikTok) segmentadas geográficamente, pauta en streaming y el evento de apertura con influencers.

3. Segmento: Fitness y Estilo de Vida Saludable (Todo Horario)

Descripción: Público de los gimnasios cercanos (Sportclub, Megatlon, BIGG).

Necesidad Clave: Opciones saludables y proteicas. No busca un combo, busca control sobre su ingesta.

Propuesta de valor para ellos: Este segmento es el principal consumidor del formato Bowl. Valoran las proteínas magras (pollo, tofu), los toppings saludables (kimchi, chucrut) y las grasas buenas (guacamole). La transparencia en los ingredientes es su mayor valor.

Estrategia de Captación: Alianza directa con Sportclub (como se detalla en el plan de RRPP), comunicación enfocada en "arma tu bowl" y destaque de opciones altas en proteína.

4. Segmento: Turistas y Visitantes de Fin de Semana

Descripción: Turistas nacionales e internacionales que visitan el Barrio Chino y las Barrancas de Belgrano, así como residentes de la zona en un contexto de ocio.

Necesidad Clave: Experiencia y descubrimiento. No están apurados. Buscan un hallazgo, un lugar con onda, buena comida y que refleje el espíritu joven de la ciudad.

Propuesta de valor para ellos: La estética del local, la originalidad del concepto y las "Noches Benditas". Este segmento es el que más participará de los eventos culturales. Son menos sensibles al precio que el público de la semana.

Estrategia de Captación: Posicionamiento en Google Maps, alta visibilidad del local y promoción de las "Noches Benditas" como un evento cultural en sí mismo.

[Arquetipo de cliente](#) (Vínculo a ANEXO)

Resultados y conclusiones de la investigación

A partir de los resultados obtenidos, se pudo interpretar que la gran parte de nuestros potenciales clientes tienen alrededor de 18 y 25 años y les interesa la idea de comprar burritos a través de delivery o take away pudiendo elegir y personalizar sus toppings y rellenos.

Respecto a la comunicación, vimos que la TikTok e Instagram son las redes sociales más utilizadas. Importante tenerlo en cuenta para poder compartir novedades con nuestros clientes sobre los eventos a realizar o nuevos toppings, sabores desarrollados sobre los burritos.

Además, pudimos ver que hay una baja cantidad de personas en el mercado que comprarían nuestros productos los días lunes, por lo que podríamos considerar en base a estos datos cerrar este día de la semana ya que podría representar un día de pérdida. Así mismo, tener horarios más extendidos para los fines de semana ya que es cuando más movimiento hay por esa zona y a partir de las encuestas pudimos observar que son los días que más prefieren consumir.

También pudimos percibir que hay una gran tendencia a la demanda de alimentos sin TACC, con alto contenido proteico, sin lactosa y otras determinaciones dietéticas por lo que consideramos que sería clave ofrecer alternativas de burritos prediseñados que cumplan con estas demandas del mercado.

Análisis de la competencia

Identificar competidores directos o indirectos:

Factor	Taco Box	Guey Taqueria	Cachita	No Mames Wey
Producto	Tacos, quesadillas, nachos, burritos, tragos.	Burritos, quesadillas, tacos, nachos.	Burritos/wraps, nachos, hamburguesas, pastas, ensaladas.	Burritos, quesadillas, tacos, nachos.
Precio (costo aprox. una comida incluyendo plato, guarnición y bebidas)	\$22.000	\$17.000	\$18.500	\$21.000
Ubicación	Dos locales, a 13 y 15 cuadras del nuestro.	13 cuadras	8 cuadras	12 cuadras
Posibilidad de personalización	Baja	Baja	Media	Baja/Media
Reconocimiento de marca	Alta	Media	Baja/Media	Alta
Amenaza	Alta	Media	Baja/Media	Alta

Como competidores directos en la zona de Belgrano, que ofrezcan productos similares y apunten a un mismo consumidor que Bendito Burrito identificamos a cuatro establecimientos:

Por un lado, "Taco Box" que cuenta con dos locales en la zona. Uno ubicado a 13 cuadras de nuestro local y el otro a 15.

Esta franquicia ofrece una gran variedad de productos mexicanos, entre ellos tacos, quesadillas, nachos y burritos. Es una de las marcas más posicionadas y con mayor trayectoria de comida mexicana en Buenos Aires por lo que consideramos que será una de nuestras principales competencias en el mercado.

Luego, "Guey Taqueria" ubicado a 13 cuadras de Bendito Burrito se posiciona como una opción más accesible en torno al precio con un enfoque en el servicio "al paso". Consideramos que representará una competencia ya que su oferta se centra en comida mexicana también, pero algo que destacamos es que tiene tan solo dos opciones de burritos, lo cual implica una ventaja para nosotros.

"Cachita" aunque su oferta no es exclusiva de comida mexicana es un local que se encuentra a 8 cuadras del nuestro y cuentan con varias opciones de burritos y wraps, por lo cual podría representar una amenaza y es otro competidor que debemos tener presente.

Por último, “Tacos No Mames Wey” es otro competidor ubicado en la zona, a 12 cuadras, que su propuesta se centra en comida mexicana y nuevamente deberemos tenerlos en cuenta como posibles competidores directos de Bendito Burrito.

Por otro lado, analizando competidores indirectos encontramos múltiples establecimientos en la zona, principalmente ubicados en el polo gastronómico del Barrio Chino. Entre ellos, algunos de los principales de la zona son “Casa sandwich”, “Pizza data”, “The food truck store”, “Orei ramen”, “Pony's pizza”, “Bao house” y “Piba”. Todas estas opciones aunque no ofrezcan comida mexicana, tienen una oferta con un enfoque de comida fast casual, take away y delivery y están ubicados en la cercanía de nuestro local. Son múltiples opciones que los consumidores pueden elegir como alternativa a Bendito Burrito, por lo que también debemos considerarlas a la hora de analizar los competidores del mercado.

Ventajas Competitivas y Diferenciación:

En cuanto a nuestras ventajas competitivas y nuestra diferenciación dentro del mercado, ofrecemos una innovación gastronómica para la cual nos basamos en ser un lugar de fast food, teniendo como objetivo la rapidez y la practicidad, pero diferenciarnos de los lugares tradicionales, dándole la oportunidad al cliente para personalizar la experiencia a su manera, pudiendo elegir sobre de qué sabor quiere su burrito, o si lo quiere en un bowl, y también teniendo opciones ya armadas y variadas que irían cambiando periódicamente. A través de esta oferta, buscamos ofrecer una variedad amplia de ingredientes frescos y nutritivos.

Estamos incentivando, también, que la gente realice picnics en el parque Barrancas que tenemos cerca, ofreciéndoles lonas para que consuman sus burritos ahí.

Posicionamiento

RAPIDEZ DE SERVICIO Y NIVEL DE PERSONALIZACIÓN

RAPIDEZ DE SERVICIO Y NIVEL DE PERSONALIZACIÓN



En primer lugar, nos vamos a posicionar en la rapidez del servicio y el nivel de personalización que va a tener nuestra marca con respecto a otras que tienen una oferta gastronómica similar. La gran diferencia, que nos permite tener una ventaja competitiva, es que nosotros funcionamos como un establecimiento de comida rápida en donde el comensal pide y en 5-10 minutos tiene su comida servida. Por otro lado, también nos caracterizamos por el tipo de servicio, ya que el cliente participara de este mismo escogiendo como quiere llenar su burrito y con qué, dentro de las opciones que nosotros le demos. Asimismo, habrá burritos ya estandarizados y armados por nosotros, y el cliente también podrá optar por ellos.

Comparándolo con nuestros competidores, ellos funcionan más como un restaurante donde uno ve la carta y se pide platos ya establecidos, y luego espera a que se le sirva la comida. Algunos también tienen más opciones más allá de comida estilo mexicana.

INNOVACIÓN DE INGREDIENTES E INNOVACIÓN DE EXPERIENCIA

INNOVACIÓN DE INGREDIENTES E INNOVACIÓN DE EXPERIENCIA



Por otro lado, nos estaremos posicionando gracias a nuestra innovación de ingredientes y de experiencia debido a que para que el cliente arme su burrito o bowl a su gusto le ofreceremos una gran variedad de ingredientes y algunos fuera de lo común, como pueden

ser el queso feta, kimchi, queso halloumi. Igualmente también tendremos ingredientes como bacon, guacamole, pico de gallo que son más tradicionales.

En cuanto a la experiencia, nuestro gran diferenciador es que vamos a estar ofreciendo y fomentando que la gente vaya a comer al Parque Barrancas de Belgrano que se encuentra a unas 10 cuadras. Para esto los clientes nos podrán alquilar lonas que tendremos en el local.

Para sumar a la experiencia diferenciadora, estaremos ofreciendo nuestro servicio para eventos como también organizaremos los nuestros propios. Contaremos con unas noches llamadas “Noches Benditas” que van a consistir en organizar ciclos de cine donde ofreceremos nuestros servicios y productos a los clientes y comensales para que puedan consumir durante la película.

Estos dos factores son una ventaja frente a nuestra competencia porque la mayoría de los lugares de comida estilo mexicana, los rellenos de los burritos o bowls siempre suelen ser los mismos (carne, morrón, cebolla, guacamos, pico de gallo) y nosotros queremos ofrecer algo distinto y más llamativo, pero que a la vez le agrada al consumidor. Con la experiencia queremos innovar y nos parece una buena idea, y distinta, lo prestar el servicio de lonas para que la gente disfrute de un picnic al aire libre.

INVERSIÓN EN MARKETING Y POTENCIALIDAD EN EL MERCADO



En este último, buscamos analizar la inversión en marketing de cada establecimiento en base a el esfuerzo que ponen en su comunicación, manejo de redes y gestión de su plan de marketing junto a su potencialidad en el mercado para crecer y llegar a tener mayor reconocimiento por los consumidores.

Cómo podemos ver, en Bendito Burrito contamos con una gran atención al desarrollo de un plan de marketing integral dado a que lo valoramos como algo clave para el crecimiento de una marca y un establecimiento, a diferencia de otras propuestas que no invierten su tiempo y capital en desarrollar un plan sólido para su comunicación.

Además, podemos ver como restaurantes que ya cuentan con trayectoria no tienen mucho más potencial para seguir creciendo en el mercado, se encuentran estancados.

Estrategias y políticas de Marketing

Producto/Servicio

Nuestro foco está en la producción y venta de burritos y bowls personalizados. La idea de este emprendimiento es ofrecer un servicio de “fast casual” donde el cliente puede personalizar su pedido a gusto. Vamos a contar con un tamaño estándar de tortilla o bowl, si el cliente prefiere esta opción, y luego van a haber distintas opciones de proteína, legumbres, arroces, toppings, verduras, quesos y salsas para que el cliente elija el relleno. Cada ingrediente va a tener una medida estándar:

En el caso de las proteínas se podrá seleccionar una medida de 80gr de las cinco opciones con las que contamos (pollo, carne, cerdo, sofritas y tofu).

Luego, para legumbres (porotos negros, porotos alubia colorados, garbanzos) y arroces (arroz blanco, yamani, integral) podrán elegir una opción de cada uno, 50gr cada medida.

Respecto a los toppings (guacamole, hummus, kimchi, pico de gallo, chucrut, cebolla caramelizada, pepinillos, bacon) podrán seleccionar dos medidas de 25gr entre nuestras múltiples opciones.

Para las verduras (tomate, zanahoria, lechuga, cebolla, morrón, pepino, choclo) podrán seleccionar tres medidas de 25gr cada una.

En los quesos (parmesano, roquefort, danbo, feta, halloumi) se elegirá una sola medida de 25gr.

Finalmente, para las salsas (barbacoa, sour cream, mayonesa gochuyanj, miso y miel, ketchup, mayonesa de cilantro, aioli) podrán seleccionar dos medidas de 10gr.

Esto nos da como resultado final, incluyendo los 70gr de la tortilla (normal, integral, orégano) un burrito de 420gr.

En el caso del bowl, se reemplazan estos 70gr de tortilla por 35gr más de legumbres y 35gr más de arroz.

La idea de este proyecto es permitirle al consumidor que forme parte del proceso de armado de su plato y lo personalice según sus preferencias. Asimismo, se encontrarán burritos ya armados por si existen clientes que prefieran opciones predeterminadas. Estas las seleccionamos en base a las encuestas de mercado que realizamos, las mismas son: proteico, low carb, vegano, mediterráneo y temático de películas (el cual será rotativo).

Además, nuevamente orientándonos por las encuestas decidimos incluir acompañamientos. Contaremos con tres opciones: papas fritas, batatas fritas y coliflor wings. Todas podrán elegirse especiadas o simples, y vendrán acompañadas de un dip.

Como opción de bebida contaremos con gaseosas de línea Pepsi, agua con y sin gas, cerveza y vermut en lata.

En cuanto al servicio, se busca que sea rápido, como una cadena de fast food, pero con ingredientes que tengan un buen aporte de nutrientes. Estamos buscando que apenas el consumidor entre al establecimiento pueda sentir los aromas de los ingredientes frescos y recién horneados, que los empleados lo reciban con un saludo amistoso y perciban la transparencia y confianza que transmite nuestra cocina abierta. El objetivo es que los consumidores comprendan la esencia de Bendito Burrito desde el primer momento y de forma transversal.

Contaremos con delivery y takeaway principalmente, ya que no contaremos con espacio en el salón. De todos modos, para no perder la oportunidad de atraer clientes que busquen consumir in situ y aprovechando el hecho de que nos encontramos cerca del Parque Barrancas de Belgrano y la Plaza Manuel Belgrano, estaremos ofreciendo lonas para que los clientes puedan ir a disfrutar nuestros productos al aire libre en un formato distinto que no brindan los competidores de la zona.

Además, con el fin de fortalecer la comunidad y atraer nuevos clientes, desarrollamos las Noches Benditas, un ciclo de eventos temáticos donde se combinan la cultura y la gastronomía, con nuestros productos como protagonistas.

Las Noches Benditas tendrán diferentes formatos:

Cine & Burritos: proyección de películas icónicas, cine de culto o estrenos alternativos acompañados de combos especiales inspirados en la temática del film. Un maridaje de burrito + bebida + cine que convierte la cena en experiencia. Probablemente la realizaremos en convenio con La Mula Club, un espacio de cine independiente.

DJ Sets en Vivo: noches con DJs invitados que mezclan diferentes géneros (desde electrónica hasta funk o reguetón), creando un espacio para disfrutar con burritos y cócteles de autor.

Noches Temáticas: eventos especiales ambientados en diferentes culturas o épocas (ejemplo: Noche Mexicana, Noche Retro 90s, Noche Indie Local), donde tanto el menú como la decoración y la música refuercen el concepto.

Open Mic & Burritos: espacios para artistas emergentes de la comunidad (músicos, poetas, standuperos) que quieran presentarse ante el público, siempre con burritos acompañando la velada.

El objetivo de estas propuestas es convertir a Bendito Burrito en un punto de encuentro social y cultural, posicionando a la marca no solo como un local gastronómico, sino como un espacio de experiencias. Estas noches permiten fortalecer la fidelidad de los clientes habituales, atraer nuevos públicos interesados en propuestas diferentes y consolidar una comunidad que reconoce a Bendito Burrito como parte activa de la vida cultural del barrio.

Imagen de marca y su implementación en nuestros productos y servicio

En Bendito Burrito buscamos generar una imagen de marca fresca, urbana y moderna, que combine la agilidad del fast casual con un fuerte sentido de identidad visual. Nuestra imagen corporativa y branding se construye desde un concepto simple: ser una propuesta rápida, nutritiva y “cool”, pero al mismo tiempo memorable y reconocible en cada detalle de la experiencia del cliente.

El nombre Bendito Burrito refleja nuestra intención de elevar un plato simple a un nivel celestial, donde cada bocado se celebra como algo especial, como algo bendito. Es corto,

pegadizo y fácil de recordar, lo que nos posiciona como una marca memorable y con personalidad.



El logo, diseñado con trazos limpios y modernos, transmite simplicidad y confianza, pero también dinamismo. Lo acompañamos con una paleta de colores donde predomina un azul oscuro #01133D que evoca seriedad, confianza y solidez, combinado con un crema #FFF6E3, que aporta frescura, claridad y un contraste visual.

Buscamos que la implementación de la marca sea transversal, desde el uniforme del personal hasta el packaging de los productos (envoltorios, vasos, bolsas), reforzamos la identidad aplicando nuestro logo y colores corporativos en todo lo que nos rodea. Incluso llevamos esta propuesta a nuestras lonas para picnic en el parque, generando un vínculo directo entre la experiencia de consumo y la visibilidad de la marca en el espacio público.

Además, incorporamos stickers y pins de diseño exclusivo que funcionan no solo como elementos promocionales, sino como un recurso clave de fidelización: los clientes pueden llevar un pedacito de Bendito Burrito con ellos, reforzando el reconocimiento y construyendo comunidad alrededor de nuestra estética.

Manifiesto de Marca

Identidad esencial: Bendito Burrito no es solo comida: es un ritual urbano, rápido y sabroso, que convierte lo cotidiano en algo especial. Somos frescura, sabor y energía en movimiento. Queremos que cada burrito sea recordado como una bendición de sabor y experiencia.

Colores y su uso:

-Azul oscuro principal: #01133D → transmite confianza, modernidad y carácter.

-Blanco: #FFF6E3 → pureza, limpieza y contraste para resaltar lo esencial.

El azul oscuro domina en fondos, uniformes y señalética.

El blanco acompaña como respiro visual.

Tipografía:

-Principal (títulos y slogans): Una sans serif bold, geométrica y moderna (Montserrat ExtraBold o Poppins Bold).

-Secundaria (textos, menús, redes): Una sans serif ligera y clara (Montserrat Regular o Open Sans).

La tipografía comunica solidez, accesibilidad y modernidad. Nada de serif clásicas, buscamos comunicar que Bendito Burrito es joven, directo y urbano.

Logo y aplicaciones:

El logo es protagonista, siempre visible en packaging, uniformes, cartelería y señalética exterior. Versión monocromática para aplicaciones simples (azul sobre blanco o blanco sobre azul) y adaptaciones circulares para stickers, pines y redes sociales.

Estilo visual:

Packaging de bolsas kraft con impresión azul + stickers para resaltar, papel parafinado con impresión del logo, cajitas con frases tipo “Bendito seas, burrito” junto al logo. Merchandising de pins y stickers coleccionables que refuercen comunidad.

Voz y tono:

Utilizaremos un tono fresco, cercano y más informal apuntando a una imagen casual. Un lenguaje directo, con humor y un toque de exageración. Por ejemplo: “Tu almuerzo, elevado a la categoría de milagro”, “Bendito sea este burrito, amén”, “La fe en la comida rápida está restaurada”.

Manifiesto inspiracional:

Creemos en la comida que salva tu día.

Creemos en el burrito como un objeto sagrado del buen comer.

Creemos en el poder de un sabor fresco, simple y bendito.

No somos fast food: somos fast casual con actitud urbana.

En Bendito Burrito, cada bocado es una celebración.

Bendito BURRITO

ARMA TU PEDIDO

NOMBRE: _____

Take Away Bendito Park Experience Delivery

PISO 01 BURRITO (420gr) | **BOWL** (420gr)

PISO 02 TORTILLA Normal Integral Oregano

PISO 03 ARROZ (x1) | **LEGUMBRES** (x1)

Blanco Integral Yamani Poroto Negro Poroto Colorado Garbanzos

PISO 04 PROTEINA (x1)

Vaca Cerdo Pollo Tofu Soja

PISO 05 TOPPINGS (x2)

Hummus Kimchi Guacamole Pico de gallo Pepinillos Bacon Chucrut Cebolla caramelizada

PISO 06 VERDURAS (x3)

Tomate Morrón Zanahoria Lechuga Cebolla Pepino Choclo

PISO 07 QUESOS (x1)

Dambo Feta Halloumi Parmesano Roquefort

PISO 08 SALSAS (x2)

Alioli Ketchup Barbacoa Mayonesa Gochujanj Sour Cream Miso y miel Mayonesa de cilantro

PISO 09 ENTRAS

Proteina Toppings Verduras Quesos Salsas

PISO 10 GUARNICIÓN Y BEBIDA

Papas fritas Batatas fritas Coliflor wings Agua Gaseosa Cerveza Bebidas compuestas

Para nuestro menú, por un lado contamos con nuestras planillas para el armado de los pedidos personalizados los cuales facilitan y agilizan la gestión de pedidos en horas de alta concurrencia en el local. Los consumidores marcan sus preferencias para relleno, agregan su nombre, los entregan en caja, abonon y luego esperan a ser llamados por su nombre para recibir su pedido.

Luego, para nuestros burritos prediseñados tendremos una cartelera en el local que muestre las opciones con las que contamos y cómo está compuesto cada burrito.



Políticas de Precio

Para el lanzamiento del emprendimiento implementaremos una estrategia de precios de penetración. Ofreceremos un precio competitivo por debajo del promedio de la categoría fast casual, con el objetivo de captar clientes rápidamente, ganar reconocimiento en el mercado y potenciar las ventas.

La elección de esta estrategia responde a la naturaleza de nuestro proyecto y a las características del mercado al que nos dirigimos. Los productos ofrecidos no se posicionan dentro de un segmento de alto estatus, lo cual nos permite presentarlos con un precio más accesible sin comprometer la percepción de calidad. De esta forma, buscamos eliminar la principal barrera de entrada para el consumidor: el precio en relación con la prueba del producto.

Esta estrategia nos permite generar volumen de ventas desde el inicio, creando una base de clientes leales, posicionarnos frente a competidores directos, demostrando que es posible acceder a un producto fresco, sabroso y original a un costo menor y establecer confianza en el consumidor, quien percibirá la marca como accesible y cercana.

A mediano plazo (2° y 3° año), se prevé una gradual nivelación de precios hacia el promedio de la categoría, acompañada de estrategias de fidelización y valor agregado (nuevas propuestas de menú, promociones por volumen, descuentos en horarios específicos o programas de recompensas). Este ajuste progresivo permitirá sostener la rentabilidad del negocio sin perder la base de clientes conquistada en la etapa inicial.

En síntesis, consideramos que la estrategia de penetración se adapta correctamente a nuestro proyecto, ya que responde a la necesidad de generar un ingreso rápido al mercado,

potenciar el volumen de ventas, y al mismo tiempo transmitir una propuesta coherente con nuestro tipo de producto y el público objetivo al que apuntamos.

Como oferta a destacar tenemos el “Benny’s Meal”, que es un menú ofrecido en el turno mediodía a menor precio. Se trata de un burrito armado que ofreceremos en combo junto a bebida y guarnición con el objetivo de evitar el desperdicio de materias primas que no se estén vendiendo. Este podría ser un problema recurrente dado a nuestra compleja capacidad de almacenamiento por nuestro reducido local, por lo que fue clave encontrar una forma de mitigarlo. De este modo, transformamos una posible pérdida en una venta con este sistema de promoción.

Políticas de Distribución

Nuestro emprendimiento estará ubicado en la zona de Belgrano C, a cuatro cuadras del Parque Barrancas de Belgrano y dos de la Plaza Manuel Belgrano. Es una buena ubicación debido a que estamos situados alrededor de muchas escuelas y oficinas, donde se encuentran grupos de personas que suelen buscar opciones rápidas para comer. Por otro lado, estamos muy cerca del Barrio Chino y su polo gastronómico, que si bien es una posible competencia también es una zona muy transitada por turistas y residentes, y eso se nos presenta como una oportunidad porque de los otros establecimientos a nuestros alrededores ninguno ofrece lo mismo que nosotros.

Teniendo en cuenta los canales de venta, vamos a estar trabajando principalmente con delivery y take away. Consideramos que en base a nuestro tipo de oferta y nuestro público objetivo son claves estos canales para potenciar la propuesta.

Tendremos convenio con la aplicación Pedidos Ya, que consideramos se adapta al objetivo de alcance de distribución que queremos tener y tiene la mayor participación de mercado en el mundo de las app de delivery.

Políticas de Promoción, Comunicación y Lanzamiento

Consideramos que uno de los pilares de Bendito Burrito es una fuerte presencia en la promoción y comunicación de marca, buscamos crear algo memorable en la mente del consumidor para potenciar nuestra propuesta.

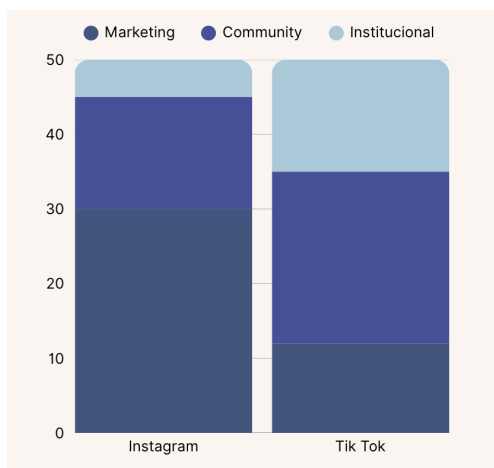
Queremos una imagen fresca, moderna y que genere en las personas ganas de compartirla con los demás, un plan de marketing tan destacable que no solo se mueva por nuestra propia influencia si no por la motivación del boca en boca de los que se enamoran de él.

Es por esto que haremos un gran foco en nuestro manejo de estas estrategias de promoción y comunicación, especialmente en las redes sociales.

Estrategias de publicidad online y redes sociales

En base a las encuestas realizadas concluimos que nos enfocaremos en dos redes sociales para la comunicación online: Instagram y Tik Tok. Son plataformas utilizadas por la gran mayoría de los encuestados y las principales de nuestro público objetivo que tiende a grupos etarios más jóvenes, por lo que creemos serán óptimas para el desarrollo de la estrategia de publicidad online.

Primero que todo, categorizamos el contenido en base a qué tipo de material buscamos presentarle a nuestros seguidores en cada red social:



El contenido del tipo community busca crear y mantener una comunidad alrededor de la marca, fomentando la interacción y el sentido de pertenencia. Su enfoque es interactuar directamente con los seguidores y la comunidad en redes sociales, respondiendo a sus necesidades y comentarios, creando juegos, sumándose a “trends”, entre otros. El contenido de tipo marketing busca atraer, retener y convertir a clientes potenciales en clientes, ofreciendo información útil y

de valor, lo que le importa es generar la venta. Y finalmente, el contenido de tipo institucional se enfoca en fortalecer la imagen y reputación de la organización, transmitiendo su misión, valores, visión y actividades. Destaca el compromiso de la empresa, sus iniciativas sociales, su cultura y su trayectoria, generando orgullo y credibilidad en la mente de los seguidores.

Consideramos que en cada red social tendremos un tipo de contenido predominante, sabiendo cómo usan los usuarios la misma. Para Tik Tok el foco estará en community, en crear y fortalecer la comunidad y hacer contenido más amigable, gracioso, con potencialidad de volverse viral. Esta plataforma no es común usarse como medio para vender, no es algo que los usuarios suelen hacer acá, pero sí es excepcional para generar comunidad y sentido de pertenencia en los seguidores, por lo que la mayoría de nuestro

contenido estará orientado a esto mismo. Además, es adecuado para comunicar sobre nuestro emprendimiento, quienes somos, nuestra historia y otras cuestiones institucionales para llegar a las personas por lo que haremos a su vez mayor contenido orientado a este eje también.

Mientras que en Instagram el foco estará en el contenido del tipo marketing, queremos asegurarnos en convertir a los seguidores que vengan de Tik Tok, potenciales clientes, en clientes oficiales presentando contenido sobre nuestros productos, cómo comprar, promociones, entre otras.

Ejemplos para cada tipo de contenido:

MARKETING

PROPUESTA 1

Tema: Una publicación mostrando todas las opciones del menú de Bendito Burrito (los distintos burritos, bowls y acompañamientos).

Formato: Publicado en Instagram en un carrusel con cada diapositiva agrupando un tipo de opción (ej: en una los burritos de carne, en otra los vegetarianos/veganos, en otra los bowls, etc.). Luego fijamos esa publicación en el perfil para que quede accesible como una “carta digital” práctica.

PROPUESTA 2

Tema: Informar sobre los beneficios de elegir Bendito Burrito en comparación a otras comidas rápidas: ingredientes frescos, opciones personalizables, rapidez sin perder calidad.

Formato: Un reel de 60 segundos grabado en la cocina/mostrador con alguien del equipo hablándole a cámara y explicando tres puntos clave. Se agregan textos dinámicos e imágenes de los burritos armándose como apoyo visual.

PROPUESTA 3

Tema: Organizar una campaña de promoción con alguna figura pública o microinfluencer foodie que ya haya probado Bendito Burrito, para reforzar confianza y posicionar la marca.

Formato: Una publicación en el feed mostrando la experiencia del influencer (foto/video con el burrito en mano) y una serie de historias destacadas donde se reúnan menciones, reseñas y colaboraciones.

COMMUNITY

PROPUESTA 1

Tema: Publicar recetas de burritos con diferentes combinaciones de rellenos. Se puede convertir en un producto seriado en el perfil donde se vayan haciendo distintos capítulos.

Formato: Un reel en Instagram de 60 segundos, con agregado de texto en el video.

PROPUESTA 2

Tema: Presentar a la “mascota” imagen de la empresa, una caricatura de un burrito hecho por un diseñador, y pedir a los seguidores que ayuden a ponerle nombre.

Formato: Un video en Tik Tok de 30 segundos, con agregado de texto en el video.

PROPUESTA 3

Tema: Un video con la trend “Un día trabajando en Bendito Burrito” donde un empleado muestre su día completo desde que entra hasta que sale del local.

Formato: Un video en Tik Tok de 60 segundos, con agregado de subtítulos e imágenes de memes en el video.

INSTITUCIONAL

PROPUESTA 1

Tema: Un día con los empleados de Bendito Burrito, donde se muestren todos los pasos de producción y cómo trabajan en el negocio.

Formato: Un video de 60 segundos, con música instrumental de fondo y una voz en off arriba explicando lo que se van mostrando en los planos.

PROPUESTA 2

Tema: Explicación de cómo es el procedimiento para el armado de burritos.

Formato: Una historia en Instagram que sea clara y concisa. Luego crear una destacada con el nombre “Arma tu pedido”.

PROPUESTA 3

Tema: Contar cómo surgió el proyecto, su historia y evolución durante sus etapas.

Formato: Un posteo de Instagram en el aniversario, la imagen mostrando al emprendimiento celebrando y en el pie de foto escribir un texto emotivo contando el recorrido.

Además, para potenciar la llegada de contenido en Instagram que suele tener un menor alcance y posibilidad de viralización, trabajaremos con campañas pagas en Meta Ads.

Desarrollamos una posible propuesta a modo de ejemplo para explicar su aplicación, gestión y plan de medición analizando efectividad y posibles cambios que podamos realizar para potenciarla.

Campaña: Promoción de burritos de Bendito Burrito

OBJETIVO: Generar conversiones en ventas, aumentando las consultas y pedidos a través de mensaje directo utilizando el producto estrella del emprendimiento (burritos) para posicionarse.

CONJUNTO DE ANUNCIOS:

Presupuesto establecido---> 1 USD diario durante 30 días.

Zona geográfica---> AMBA, Argentina.

Edad y Género---> Hombres y mujeres de 18 a 25 años, interesados en productos naturales, alimentación práctica, burritos y con un estilo de vida adaptado al fast casual.

Fecha de inicio: 01/10/25

Fecha de finalización: 31/10/25

ANUNCIO:

Red social elegida---> Instagram.

Formato de contenido---> Imagen y video breve.

Imagen: Foto atractiva de un burrito recién preparado, con enfoque en la textura y la frescura de los ingredientes, con un fondo cálido y natural que evoque la sensación de algo casero y delicioso.

Video breve: 15 segundos, 3 planos rápidos del proceso de elaboración y un plano final cercano mostrando el burrito finalizado y cortandolo a la mitad para mostrar el interior.

Copy del anuncio---> "¿Te gustaría disfrutar de un burrito auténtico, más saludable y delicioso? 🍌✨ Hacelo en Bendito Burrito. Cada uno está hecho con ingredientes frescos, orgánicos y mucho amor. Despedite de la comida rápida básica e insana y decile hola al verdadero sabor🌿🔥""

CTA---> "Hace tu pedido ahora" o "Enviar mensaje"

Campaña: Plan de medición

OBJETIVOS:

Objetivo principal: Incrementar las ventas y las consultas sobre burritos a través de mensajes directos.

Objetivo secundario: Aumentar la visibilidad de la marca y captar más seguidores interesados en nuestros productos.

REVISIÓN DE LA CAMPAÑA:

Revisión semanal---> Para evaluar el rendimiento inicial, ajustar el copy, las imágenes o el público objetivo según los primeros datos.

Revisión quincena---> Para hacer ajustes más profundos en la segmentación o en el presupuesto de la campaña si es necesario.

Revisión al final de la campaña (30 días)---> Para analizar el rendimiento general, identificar tendencias y optimizar futuras campañas.

KPI PRINCIPALES DE LA CAMPAÑA:

Mensajes directos (número de mensajes directos recibidos a través de Instagram relacionados con consultas sobre los burritos, precios, o detalles adicionales.)

Conversiones directas (número de pedidos generados directamente a través del anuncio)

Alcance de la campaña (número de personas alcanzadas con los anuncios, y las impresiones generadas.)

Costo por Conversión (costo que implica cada conversión de venta realizada durante la campaña.)

ACCIONES EN CASO DE BAJA PERFORMANCE

Si las consultas son bajas: Considerar ajustes en el copy, cambiar la segmentación o ofrecer promociones especiales para generar más interés.

Si las ventas son bajas: Revisar el CTA, mejorar la propuesta de valor (por ejemplo, resaltar beneficios como la calidad, frescura o envíos gratis) y ajustar la segmentación para apuntar a audiencias con más propensión a comprar.

Otra herramienta que utilizaremos para la estrategia de publicidad online, fuera de las redes, es Google Ads. La misma nos permitirá posicionarnos rápidamente en las búsquedas relacionadas a nuestros productos, destacando de la competencia.

Nuevamente, a modo de ejemplo realizamos un plan para campañas en Google Ads:

PÁGINA WEB: <https://www.benditoburrito.com.ar>

CAMPAÑA CON RED DE BÚSQUEDA

Nombre---> Incremento de ventas y posicionamiento online de Bendito Burrito.

Fechas de circulación---> 01/10/25 al 1/11/25.

Ubicación de circulación---> CABA, Argentina.

Segmentación---> Hombres y mujeres de 18 a 25 años, interesados en productos naturales, alimentación práctica, burritos y con un estilo de vida adaptado al fast casual.

Objetivo de campaña---> Generación de clientes potenciales, incremento de seguidores y de visitas al perfil.

GRUPO DE ANUNCIOS

ANUNCIO 1

Enlace---> hacia la pagina de Instagram

Ubicación---> Buenos Aires, Argentina

Palabras claves positivas---> Burritos, comida mexicana, veggie, wraps, delivery burritos, take away burritos.

Palabras clave negativas---> Gratis, recetas, industrial, sin gluten, celiaco.

ANUNCIO 2

Enlace---> hacia la página web.

Ubicación---> Buenos Aires, Argentina

Palabras claves positivas---> Burritos, comida mexicana, veggie, wraps, delivery burritos, take away burritos.

Palabras clave negativas---> Gratis, recetas, industrial, sin gluten, celiaco.

The image shows a screenshot of a Google Ads campaign interface. On the left, there is a sponsored ad for 'Bendito Burrito' with the text 'Bendito Burrito - Bendito Burrito: Tu Carrito' and a phone number '099 677 351'. In the center, there is a YouTube video thumbnail showing a burrito. On the right, there is a map of Buenos Aires with a blue circle indicating the target location. Below the map, there are three bidding strategy options: 'ARS202' (promedio diario - Máximo mensual: ARS6,141), 'ARS655' (promedio diario - Máximo mensual: ARS19,912), and 'ARS1,902' (promedio diario - Máximo mensual: ARS7,821). The 'ARS1,902' option is selected with a blue checkmark.

Invertiremos \$1.902 diarios en esta campaña.

GRUPO DE ANUNCIOS: PLAN DE MEDICIÓN

OBJETIVOS

-Incrementar las ventas y el posicionamiento online de Bendito Burrito.

- Aumentar la cantidad de búsquedas semanales en Google Chrome.
- Generar clientes potenciales interesados en productos frescos y prácticos.

REVISIÓN DE LA CAMPAÑA

Revisión semanal: Para verificar si hay una baja performance y corregirla.

Revisiones continuas: Cada 15 días para optimizar anuncios y palabras clave.

Revisión inicial: A los 30 días para evaluar el rendimiento y realizar ajustes.

KPI PRINCIPALES DE LA CAMPAÑA

CTR (Click-Through Rate): Porcentaje de personas que hacen clic en el anuncio después de verlo.

Clics: Número total de clics en los anuncios.

Impresiones: Veces que los anuncios fueron mostrados a los usuarios.

Costo por Clic (CPC): Costo promedio de cada clic en el anuncio.

CPA (Costo por Adquisición): Costo promedio por cada cliente potencial generado.

MÉTRICAS RELACIONADAS CON KPI

Porcentaje de interacción en el anuncio.

Tasa de conversión en ventas: Cantidad de consultas o pedidos recibidos desde la campaña.

Finalmente, otra propuesta que tenemos en mente para la promoción online de nuestro proyecto es la implementación de Streaming en las “Noches Benditas”, una cobertura en tiempo real de los eventos (dj, open mic, trivia night, etc.) para proyectar el local como un hotspot cultural de la zona.

“Benny” Brand Mascot



Las plataformas de streaming tuvieron un inmenso crecimiento en estos últimos años y creemos que la posibilidad de cubrir nuestros eventos podría ser de gran beneficio, potenciando las visitas al local para

consumir nuestros productos y el interés del público por participar de nuestros eventos.

Además, para potenciar nuestra comunicación y posicionamiento en la mente de los consumidores desarrollamos una brand mascot que será clave en la comunicación de Bendito Burrito.

Estrategias de publicidad offline

Respecto al manejo de la publicidad offline, hay algunos ejes que acompañarán en la promoción y comunicación de Bendito Burrito en este ámbito:

Stickers, pins y merch:

Contaremos con materiales de merchandising (stickers, pins, tote bags y remeras) con frases, íconos y diseños representativos de Bendito Burrito. Estos elementos no solo funcionarán como recordatorio visual, sino también como objetos de identidad que el público querrá conservar. Los venderemos y distribuiremos en el local, en eventos y junto con los pedidos de take away. El objetivo es fortalecer el reconocimiento de marca y generar pertenencia.

Folletos y afiches:

Colocaremos afiches y repartiremos folletos en zonas estratégicas de alto tránsito (como Av. Cabildo, Barrancas de Belgrano y zonas aledañas a universidades y oficinas). El diseño será visualmente simple pero atractivo, con ilustraciones que representen la experiencia del burrito y la opción picnic. Se incluirá un código QR que redirija directamente a nuestras redes sociales o menú digital.

Participación en eventos sociales:

Bendito Burrito tendrá presencia en diferentes eventos culturales, ferias y actividades organizadas tanto por el Gobierno de la Ciudad como por espacios independientes. Además, desarrollaremos nuestras propias “Noches Benditas”, encuentros que combinan gastronomía y cultura (cine al aire libre, música en vivo, DJs o presentaciones artísticas) en torno a nuestra propuesta culinaria. Estas acciones buscan posicionar la marca como un punto de encuentro social y creativo.

Tarjeta “Club Bendito”:

Implementaremos un sistema de fidelización para premiar a los clientes frecuentes. La “Club Bendito” funcionará como una tarjeta de puntos, permitiendo acceder a beneficios,

descuentos o productos gratis. De esta forma, incentivamos la recompra y fortalecemos el vínculo con los consumidores, transformando cada compra en una experiencia acumulativa.

Relaciones públicas

La Mula Club:

Estableceremos una alianza con el espacio de cine independiente “La Mula Club” para realizar ediciones especiales de Noches Benditas centradas en ciclos de cine temáticos. En cada encuentro, ofreceremos burritos inspirados en las películas proyectadas, potenciando la experiencia cultural y gastronómica.

Gobierno de la Ciudad:

Buscaremos participar activamente en ferias gastronómicas, festivales y eventos organizados por el GCBA, vinculando la marca a propuestas urbanas, saludables y sustentables. Estas actividades permitirán ampliar la visibilidad de Bendito Burrito y asociarla con la vida social de la ciudad.

Influencers:

Trabajaremos con creadores de contenido vinculados al lifestyle, la gastronomía y la cultura joven. La idea es que vivan la experiencia Bendito Burrito en el local, Noches Benditas o en la propuesta picnic y la compartan orgánicamente en redes, generando alcance y credibilidad entre sus audiencias.

SportClub:

Desarrollaremos una campaña conjunta con la cadena de gimnasios SportClub, ofreciendo descuentos exclusivos a sus socios. De este modo, nos vinculamos con un público activo y preocupado por su bienestar, reforzando la idea de que nuestros burritos son una alternativa rica, rápida y nutritiva.

Artistas emergentes:

Incorporaremos artistas locales a las Noches Benditas para que presenten su música, stand-up o performance. Además de brindarles un espacio de difusión, esta estrategia refuerza nuestro compromiso con la cultura local y el entretenimiento como parte de la experiencia gastronómica.

Estrategias de pre lanzamiento y lanzamiento

Prelanzamiento:

Antes de la apertura, aplicaremos una estrategia de expectativa y misterio para generar intriga y conversación:

- **Afiches misteriosos:** pondremos carteles con mensajes más enigmáticos y un código QR que redirija a nuestra cuenta de Instagram. Últimamente se han potenciado estas campañas publicitarias debido a que tienen un mayor impacto en los consumidores, se estudió que llama más la atención un afiche más anónimo que uno en el que se anuncia todo. Esta campaña crea curiosidad y posiciona la marca antes de abrir.



- **Folleto en puntos estratégicos:** reparto en zonas de alto tránsito, destacando la propuesta de burritos frescos y la experiencia picnic.
- **Redes sociales:** activación progresiva de la cuenta con publicaciones teaser, countdowns y behind the scenes del local.
- **Anuncio en canal de streaming:** presencia en medios como *Olga* o *Luzu TV*, alineados con el público objetivo de Bendito Burrito, para alcanzar una audiencia joven, urbana y foodie.

Lanzamiento:

Organizaremos un evento de apertura en el local, combinando música en vivo, DJ set, degustaciones y tragos especiales. Invitaremos a familiares, amigos, influencers y medios locales. Todo será registrado en formato audiovisual para generar contenido posterior en redes, mostrando la energía del lanzamiento y reforzando la identidad de marca.

Presupuesto de inversión**Año 1**

Total estimado: \$3.000.000

Objetivo: Posicionar la marca, generar reconocimiento y atraer al público inicial.

Desglose:

- Publicidad digital (Meta Ads, Google Ads, TikTok, gestión de redes): \$800.000
- Publicidad offline (afiches, folletos, stickers, pins, cartelería local): \$700.000
- Influencers y relaciones públicas (envíos, colaboraciones, alianzas estratégicas, prensa): \$1.200.000
- Evento de lanzamiento (“Noches Benditas” inaugural): \$300.000

Año 2

Total estimado: \$2.500.000

Objetivo: Consolidar la presencia en redes, mantener las alianzas y fidelizar clientes.

Desglose:

- Publicidad digital (campañas de performance, mantenimiento de redes y contenido):**
\$600.000
- Publicidad offline (nuevos materiales, participación en eventos del GCBA y ferias):**
\$600.000
- Influencers y relaciones públicas (colaboraciones puntuales, artistas en “Noches Benditas”):** \$600.000
- Merchandising y fidelización (“Club Bendito”):** \$1.000.000

Año 3

Total estimado: \$2.500.000

Objetivo: Ampliar la comunidad, fortalecer la imagen de marca y preparar expansión.

Desglose:

Publicidad digital (videos, campañas de marca y pauta constante): \$1.000.000

Publicidad offline (cartelería en zonas estratégicas, ferias, eventos culturales):
\$600.000

Influencers y relaciones públicas (embajadores de marca, alianzas con marcas afines): \$900.000

Plan de Operaciones

Estandarización y Determinación de la Oferta

Se encuentra en detalle en Excel Hojas "**Estandarización**" y "**Productos**"

Análisis de Carga de Trabajo y Capacidad Productiva

Se encuentra en detalle en Excel Hoja "**Capacidad Productiva**"

Dotación de Empleados

Se encuentra en detalle en Excel Hoja "**Jornada Laboral**"

Tendremos 4 puestos de trabajo

- **Despachante:** se encarga de despachar, apertura y cierre del local, armar burritos y bowls, entregarlos y limpiar.
- **Cajero:** se encarga de la apertura y cierre de caja, cobrar. Puede ayudar a armar burritos al despachante.
- **Cocinero:** se encarga de recibir mercadería, preparar producción, gestionar almacenamiento y limpiar.
- **Gerente:** será la persona con mayor responsabilidad en el local. Controlará y guiará el funcionamiento de todos los aspectos del negocio.

En el día a día los despachantes, cajeros y cocineros responderán directamente al gerente el cuál funcionará cómo un encargado de local.

Políticas de Capacitación y Reclutamiento

-Reclutamiento y Selección (POE - Procedimiento Operativo Estandarizado):

-Explicar cómo y dónde se buscará al personal, y cuál será el procedimiento desde la búsqueda hasta la contratación.

-Plan de inducción: Describir cómo se integrará al nuevo personal a la cultura y operación del negocio.

-Programa de Entrenamiento Periódico: Detallar cómo se mantendrá actualizado y capacitado al personal de forma continua.



En base a las descripciones que poseemos de los puestos es que se realizará la búsqueda de personal. En primera medida se realiza la búsqueda interna. Esto debido a que si por ejemplo debemos cubrir el puesto del despachante de martes a domingo, primero consultaremos con el despachante que ocupa el puesto de viernes a domingo para saber si está interesado en cubrir el resto de días.

La entrevista virtual es para generar el primer contacto con el candidato, y conocerlo. Mientras que la entrevista técnica manual tiene como función evaluar las habilidades del candidato en las tareas que debería realizar.

Proceso inducción:

En cuanto a la inducción de nuestros nuevos empleados, consideramos primordial que se trate de un proceso integral en donde se cubran todos los aspectos fundamental para que se sienta cómodo y se desempeñe de manera óptima:

Recorrido por el local

-Presentación de áreas de trabajo específicas (línea de producción, caja, despacho, almacenamiento, baño del personal).

-Ubicación de Seguridad e Higiene: Mostrar extintores, salidas de emergencia, kit de primeros auxilios y explicar el plan de evacuación.

-Zonas de Bienestar: Indicar el área de descanso del personal, dónde guardar sus pertenencias y dónde cargar dispositivos.

Presentación de sus compañeros

-Presentación formal con el equipo directo y con los jefes de área.

-Designación de un "Padrino/Madrina Bendito" (empleado con experiencia) que lo acompañará y guiará en sus primeras jornadas, fomentando un ambiente de apoyo.

Entrega del uniforme:

-Entrega completa del uniforme y explicación de la política de vestimenta e higiene del personal.

Explicación detallada de las reglas, objetivos de la empresa y otras cuestiones institucionales

-Visión, Misión y Valores de Bendito Burrito: Hacer énfasis en el enfoque artesanal, local y consciente. Explicar cómo su trabajo contribuye a esta misión.

-Reglamento Interno: Horarios de trabajo, turnos de descanso/comida, política de ausencias y puntualidad.

-Canales de Comunicación: Quién es su contacto directo para reportar problemas y cómo funciona la jerarquía interna.

Inducción a la Experiencia del Cliente y Marca

-Tono de Comunicación y Atención al Cliente: Explicación del Tono "Bendito": cómo ser divertido, cercano y resolver problemas con humor y respeto, y protocolo de quejas y resolución de conflictos cómo manejar clientes insatisfechos o errores en el pedido de manera rápida y efectiva.

-Experiencia "Noches Benditas": Explicar la importancia de estos eventos y cómo el personal debe involucrarse en la creación de una atmósfera culturalmente activa y diferente.

-Fidelización y Promociones: Instrucción sobre el Club Bendito (programa de fidelización): cómo funciona la carga de puntos y qué beneficios deben comunicar. Conocimiento de las promociones diarias/semanales vigentes.

Buscamos hacer un énfasis en esta etapa de comienzo en la empresa con los empleados ya que sabemos que la industria gastronómica cuenta actualmente con la gran problemática de una alta rotación de empleados. El promedio de estadía de un empleado gastronómico en una misma empresa es de 3 meses.

Queremos que nuestros empleados se sientan cómodos y motivados a trabajar en Bendito Burrito y es fundamental que esto se consiga desde el primer momento que ingresan a trabajar.

Determinación y Cuantificación de Equipamiento, Paramentos e Instalaciones

Listado valorizado, detallado y justificado de toda la infraestructura necesaria (maquinaria de cocina, sistemas de ventilación, etc.).

Se encuentra en detalle en Excel en Hoja "0,1 Detalle Inv.In." y Anexo

Layout y Flujo. Aplicación en plano [ANEXO PLANO, LAY OUT y FLUJOS](#)

En anexo se encuentra el plano, Layout y los flujos de recepción de mercadería, Residuos, Empleados, Producción y despacho

Los residuos se concentran en el depósito para residuos ubicado al fondo del local durante los horarios de servicio. Luego antes de que comience el turno de la tarde/noche esos

residuos acumulados se dispondrán en los tachos designados por el el gobierno de la ciudad.

Sistemas de Gestión Operativa e Inocuidad

En anexo se encuentran los flujogramas de “Recepción de mercaderías”, “Limpieza y desinfección”, “Gestión de residuos”, “Servicio al cliente”, “Higiene y manipulación de alimentos”

[ANEXO PLANO, LAY OUT y FLUJOS](#)

Determinación de Proveedores Esenciales

Para garantizar una propuesta gastronómica de primer nivel, resulta fundamental identificar y gestionar adecuadamente a los proveedores esenciales que intervienen en la cadena de valor. Los proveedores críticos son aquellos que suministran materias primas clave, como los insumos para las tortillas, vegetales frescos, legumbres, carnes, salsas y condimentos, así como también insumos de packaging y bebidas complementarias. Puesto que estos actores tienen un impacto directo en la experiencia final del cliente, en Bendito Burrito, seleccionamos a los mismos bajo criterios rigurosos de calidad, confiabilidad y alineación con los valores de la marca.

La selección de proveedores se basa principalmente en garantizar una calidad certificada y una trazabilidad adecuada de los productos. Es indispensable trabajar con proveedores verificados que cuenten con las habilitaciones bromatológicas correspondientes y que apliquen buenas prácticas de manufactura, asegurando la inocuidad y frescura de los alimentos. Asimismo, se considera fundamental que los proveedores mantengan una regularidad y cumplimiento constante en las entregas, ya que la eficiencia operativa del negocio depende directamente de la puntualidad y la continuidad del abastecimiento. También se tendrá en cuenta la relación costo-beneficio, buscando un equilibrio entre precio, calidad y adaptabilidad frente a la volatilidad económica del país.

En cuanto a la gestión de la relación con los proveedores, el objetivo es establecer un vínculo de cooperación a largo plazo basado en la transparencia, la comunicación fluida y el respeto mutuo. La administración de estas relaciones se llevará a cabo mediante un seguimiento constante del desempeño de los proveedores, evaluando su cumplimiento, la calidad de los productos y su respuesta ante imprevistos o contingencias.

La administración del vínculo comercial se integrará dentro del área de gestión de operaciones, coordinando tanto los aspectos logísticos como financieros para asegurar una

planificación de compras adecuada, un control de stock eficiente y pagos realizados en tiempo y forma.

Considerando la importancia que tiene para nosotros nuestra marca y su presencia, tomamos al proveedor del packaging el cual viene todo personalizado con nuestro branding como esencial. Esto debido a que no tenemos una materia prima fundamental con la que no pueda funcionar el negocio, en parte gracias a que producimos la mayoría de ellas.

Adicionalmente consideramos importante los proveedores de las materias primas más "exóticas" como son el Gochuyanji, Kimchi, queso Halloumi.

Plan de Implementación y Cronograma

Resumen Explicativo de Tiempos

El cronograma de implementación de "Bendito Burrito" abarca un período intensivo de 6 meses, dividido en tres fases estratégicas, con el objetivo de lanzar el negocio en octubre.

Pre-Apertura (3 Meses - Julio a Septiembre)

Esta es la fase más crítica y de mayor duración, dedicada a construir la fundación legal, operativa y física del negocio antes de que empiece el proyecto.

Julio: El enfoque inicial está en la base legal y locativa. Se prioriza la firma del contrato de alquiler del local, la constitución de la S.R.L., el depósito del capital inicial y el inicio de trámites clave como el registro de marca (INPI) y la presentación de planos en la AGC.

Agosto: Este mes es dominado por la infraestructura y el reclutamiento. Empiezan las reformas del local (la tarea más larga, de 60 días), se avanza en las inscripciones tributarias (CUIT/AGIP) y se inicia la compra de equipamiento pesado.

Septiembre: Es el mes de cierre de la pre-apertura. Se finaliza la obra y se obtienen las certificaciones y habilitaciones finales (gas, electricidad, RNE, Paralelamente, arranca el proceso de reclutamiento (filtrado de CVs) y la primera etapa del marketing con afiches misteriosos. Autorización de Actividad Económica). Se realizan las entrevistas técnicas y se seleccionan los proveedores.

Lanzamiento (1 Mes - Octubre)

- El marketing se intensifica con el lanzamiento de redes sociales y pauta en streaming (Olga/Luzu), preparando el terreno para el lanzamiento.
- Contratación, inducción y capacitación intensiva del personal (10 días) en higiene, procesos y el trato del cliente.
- Simultáneamente, se activan los convenios de delivery (Pedidos Ya).
- Se ejecuta el Evento de Lanzamiento (1 día) seguido inmediatamente por la Apertura Oficial al Público.
- En el momento de la apertura, se activan todas las campañas de marketing digital (Meta Ads y Google Ads) para generar tráfico inmediato al local.

Operación y Consolidación (2 Meses - Noviembre a Diciembre)

Noviembre: Es el primer mes completo de operación. La prioridad es el monitoreo de KPIs (tiempos, merma) y la implementación de programas de fidelización ("Club Bendito") y de marca ("Noches Benditas"). Se activan las alianzas estratégicas (La Mula Club, Sport Club) y se realiza la primera evaluación de desempeño del personal (30 días).

Diciembre: El objetivo es consolidar la operación antes de fin de año, buscando la eficiencia operativa y continuando con las evaluaciones de personal (60 días). El marketing digital se mantiene activo para asegurar un flujo constante de clientes.

Gráfico de Gantt

Desarrollado en las hojas de excel en "GANTT": [Gráfico de Gantt](#)

Plan Económico Financiero

Análisis de Inversión Inicial

Se encuentra en detalle en Excel Hojas **“0,1 Detalle Inv.In.”**, **“0,2 Detalle Inv. In.”** y **“1.Inv. Inicial”**

Proyección de Ventas

Se encuentra en detalle en Excel Hoja **“5.0 Ventas x unidad”**, **“6.0 Ventas y Cobranzas”**

Análisis de Costos Operativos o Costos Fijos

Se encuentra en detalle en Excel Hoja **“3.0 Proy.Costos Fijos”**, **“4.0 RRHH”**, **“5.0 Ventas x unidad”**

Determinación del Punto de Equilibrio

Cálculo del nivel de ventas (en unidades y/o facturación) necesario para cubrir todos los costos (fijos y variables).

El análisis financiero proyecta un rápido crecimiento y una sólida rentabilidad. El Punto de Equilibrio se reduce drásticamente tras el primer año de operación, pasando de USD 492.210 en el Año 1 (reflejo de los costos de arranque) a USD 140.295 en el Año 2, estabilizándose a medida que se optimizan los costos. Llegando finalmente a un punto de equilibrio prometedor de USD 117.737,54 en el Año 3.

Flujo de Fondos Proyectado

Proyección detallada de todas las entradas y salidas de dinero del negocio, por período (mensual para el primer año, luego anual) para 3 a 5 años.

Se encuentra desarrollado en el excel en las hojas **“6.0 Ventas y Cobranzas”**, **“7.0 Compras y Pagos”** y **“8.0 Gastos fijos - Pago gastos”**.

Análisis del Retorno de la Inversión o TIR (Tasa Interna de Retorno)

Se encuentra desarrollado en el excel en la hoja **“RATIOS FINANCIEROS”**

VAN: \$11.385,56

TIR: 10,60%

PAYBACK: Mes de septiembre del año 3

Observando los ratios financieros podemos considerar que Bendito Burrito es un negocio rentable, ya que podemos ver una TIR de casi 11 puntos que al compararla con la tasa de exigibilidad del 5% es ampliamente superior siendo un poco más del doble. Esto nos indica una rentabilidad superior a la deseada. Además al ver el VAN vemos que no solo se recupera la inversión inicial sino que adicionalmente se obtiene plusvalía. Por último, un dato no menor es considerar que el recupero de la inversión es en el mes 9 del año 3 estando dentro de la franja de los 3 años, indicando que no solo es rentable en monto monetario sino que también en tiempo.

Conclusiones y Recomendaciones

El desarrollo integral del plan de negocios de Bendito Burrito nos permite llegar a conclusiones sólidas acerca de la viabilidad global del proyecto y su potencial dentro del mercado gastronómico argentino. A lo largo del trabajo, analizamos en profundidad las dimensiones estratégicas, operativas, financieras y socioculturales que sustentan la creación de un modelo de negocio basado en el concepto de “fast casual”, un formato que combina la rapidez de la comida rápida con la frescura y personalización propias de la gastronomía moderna.

A partir de la investigación realizada, podemos afirmar que el proyecto posee bases firmes para su implementación inicial. La propuesta de valor, centrada en la frescura, la posibilidad de personalización y la incorporación de ingredientes innovadores responde a una tendencia de consumo en crecimiento. El cliente actual busca experiencias gastronómicas ágiles, nutritivas y auténticas, que se adapten a su estilo de vida dinámico sin resignar nada importante. En este sentido, Bendito Burrito logra posicionarse en un punto de interés entre conveniencia y bienestar, ofreciendo un producto diferenciado en un segmento cada vez más competitivo.

Desde una perspectiva de viabilidad económica, el proyecto muestra un horizonte prometedor, siempre y cuando mantengamos una estructura de costos coherente con la escala de operación prevista. La inversión inicial resulta razonable en función del tipo de

local y equipamiento necesarios, y las proyecciones de ventas y rentabilidad reflejan un margen potencialmente positivo a medida que se alcance el volumen operativo óptimo.

El análisis realizado evidencia, además, que la fortaleza del proyecto radica no solo en su factibilidad operativa, sino en su potencial de crecimiento a futuro. El desarrollo contemporáneo dentro del campo de las tendencias, es un pilar central en la identidad del negocio. Buscamos destacar la experiencia del cliente. No nos limitamos solamente a vender comida, sino que buscamos construir un vínculo emocional con el consumidor. La posibilidad de personalizar los platos, de participar activamente en la elección de los ingredientes y de disfrutar del producto en diferentes entornos. Este componente experiencial, sumado al diseño del espacio, la atención al detalle y la comunicación de marca, contribuye a consolidar una identidad distintiva que trasciende el simple acto de comer.

Dentro de la estrategia de marca, el proyecto contempla la participación activa en eventos culturales, ferias gastronómicas y actividades organizadas en espacios públicos. Estas instancias no solo fortalecen la visibilidad del emprendimiento, sino que también promueven la interacción directa con los consumidores y refuerzan el posicionamiento de la marca como un referente joven, dinámico y comprometido con la comunidad. La posibilidad de participar en eventos organizados por el Gobierno de la Ciudad, en ferias o en parques, permitirá que la propuesta llegue a nuevos públicos, generando una conexión genuina a través del disfrute de la comida en contextos sociales y recreativos.

En la misma línea, la idea de realizar ciclos de cine temáticos, acompañados de burritos inspirados en películas, representa una iniciativa creativa que fusiona gastronomía y entretenimiento, reforzando la identidad cultural del emprendimiento. Estas acciones constituyen una herramienta de marketing experiencial efectiva, capaz de aumentar el reconocimiento de marca y fidelizar a los clientes a través de vivencias memorables. También se plantea la posibilidad de organizar, en el propio local, encuentros semanales que integren música en vivo o sets de DJ, invitando a la comunidad a “cerrar la semana” de una manera relajada y divertida. Este tipo de eventos contribuye a humanizar la marca, fortalecer el sentido de pertenencia y posicionar al local como un punto de encuentro social.

En términos operativos, la gestión de proveedores y el aseguramiento de la calidad serán factores críticos de éxito. Mantener relaciones estables, transparentes y de confianza con proveedores estratégicos permitirá garantizar la continuidad del abastecimiento y la calidad constante de los productos. Asimismo, adoptar prácticas administrativas que fomenten la

comunicación fluida y la colaboración con los socios comerciales contribuirá a sostener una cadena de valor eficiente, adaptada a las condiciones cambiantes del mercado local.

En cuanto a las proyecciones a futuro, el horizonte del proyecto se muestra prometedor. En una primera etapa, la prioridad será consolidarnos en CABA, afianzando el reconocimiento de la marca, la fidelización de los primeros clientes y la eficiencia de los procesos internos. Una vez alcanzada la madurez operativa del primer punto de venta, se proyecta la expansión a través de un modelo escalable que podría contemplar nuevas aperturas en zonas estratégicas, priorizando aquellas con alto flujo peatonal, presencia de público joven y oferta gastronómica complementaria.

A largo plazo, y en función de los resultados obtenidos, la empresa podría evaluar la implementación de un sistema de franquicias, lo cual permitiría acelerar el proceso de crecimiento sin comprometer excesivamente el capital propio. Este modelo requerirá la elaboración de manuales operativos, estándares de calidad y estrategias de capacitación, de modo que la experiencia del cliente se mantenga homogénea en todas las sucursales.

La viabilidad general del emprendimiento es positiva. El concepto se encuentra alineado con los nuevos patrones de consumo y responde a una necesidad concreta del público urbano: acceder a comidas rápidas, equilibradas y con sabor real. Los análisis realizados demuestran que, con una gestión adecuada y una administración responsable, podemos alcanzar un desempeño económico sostenible y un posicionamiento sólido dentro del mercado.

En este sentido, el proyecto no debe entenderse como una propuesta estática, sino como un modelo en evolución. La gastronomía contemporánea exige adaptabilidad dinámica constante, creatividad y capacidad de respuesta ante los cambios culturales y tecnológicos. Bendito Burrito se encuentra en una posición ideal para capitalizar estas transformaciones, aprovechando su identidad fresca y flexible para reinventarse de manera continua.

El desafío será mantener la coherencia entre los valores fundacionales, calidad, innovación, cercanía y sustentabilidad, y las decisiones que acompañen su desarrollo. Si logramos conservar esa coherencia y adaptarnos con inteligencia a las condiciones del entorno, Bendito Burrito no solo será un proyecto viable, sino también un ejemplo de cómo la gastronomía puede conjugar creatividad, rentabilidad y reciprocidad con los clientes.

ANEXO

Plan de Marketing

Arquetipo de cliente

ARQUETIPO DE CLIENTE DIGITAL

PREFERENCIAS Y HABITOS

Pasatiempos: ir a recitales, hacer yoga, probar restaurantes nuevos, ver películas

Costumbres: trabaja durante la mañana, va al gimnasio al mediodía, estudia a la tarde, los fines sale a bares con amigos y suele pedir delivery en la semana.

Contenido digital que consume: reels de Instagram y TikToc sobre comida callejera, lifestyle urbano y tendencias gastronómicas.

Qué busca en una marca o empresa: opciones rápidas pero de calidad, con ingredientes frescos, identidad moderna y que transmitan comunidad.

HABITOS SOCIALES

Redes que usa: Instagram, TikTok y Pinterest.

Frecuencia de uso: 5 horas al día, principalmente Instagram y TikTok.

Cómo participa: guarda publicaciones de comida, comparte historias cuando descubre lugares nuevos, deja reseñas en Google Maps.

Cuentas que sigue: @buenosairesfood, @theinfatuation, @paulinacocina, @tastemade, @foodieadventures.

Comercio electrónico: pide delivery todas las semanas (Rappi, PedidosYa) y compra entradas para eventos culturales.

FACTORES PSICOLÓGICOS

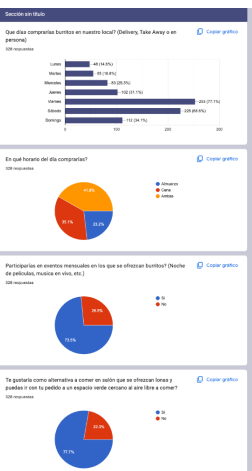
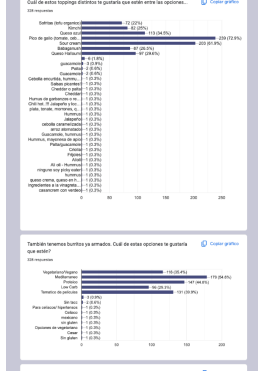
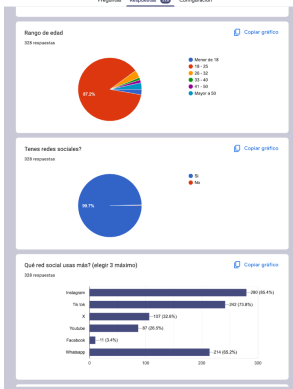
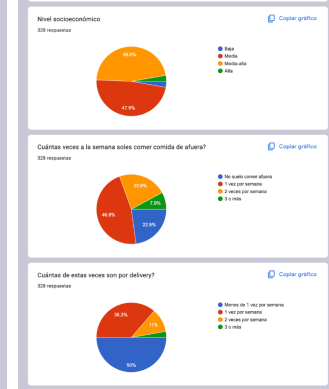
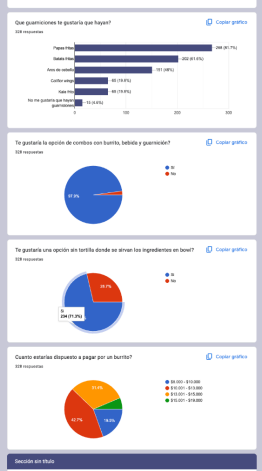
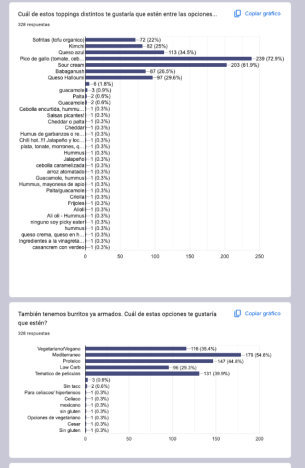
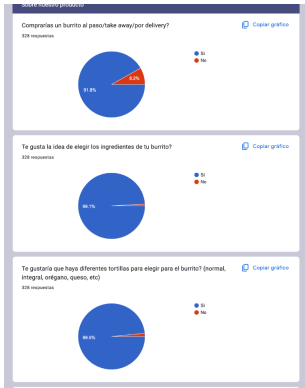
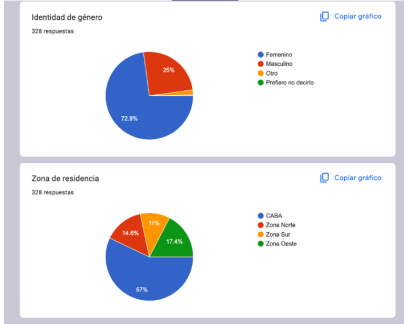
Qué busca en un producto/servicio?: sabor auténtico, rapidez, packaging cool, una experiencia que dé ganas de compartir en redes.

Qué sentimientos busca sentir?: satisfacción, pertenencia a una comunidad foodie, diversión y descubrimiento.

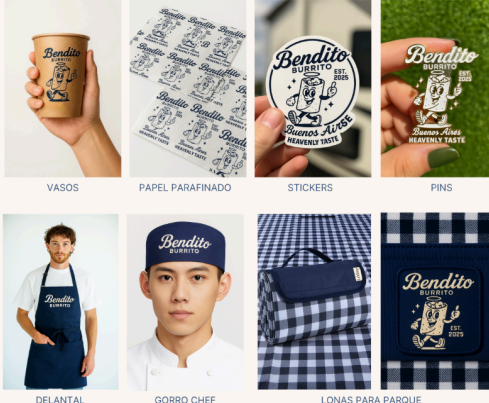
Valores: autenticidad, innovación, comunidad, respeto al medioambiente



JIMENA MARTÍNEZ
23 AÑOS
EMPLEADA ADM. PART TIME
SOLTERA
RESIDE EN BELGRANO
ESTUDIOS UNIVERSITARIOS EN PROGRESO



MOCK UPS IMAGEN DE MARCA



Bienes de USO

Horno Convector Electrico Turbo Blender:

Medidas: 77 cm (profundidad) x 82 cm (ancho) x 57.5 cm (alto)



Horno Convector Electrico Turbo Blender Bandejas De 60x40 Cm

SKU: BL52035

\$1.442.570,00

24 cuotas de \$153.639,72

Ver más detalles

Sin stock

Compra protegida
Tus datos cuidados durante toda la compra.

Cambios y devoluciones
Si no te gusta, puedes cambiarlo por otro o devolverlo.

Base para Horno:

Medidas: 50 cm (profundidad) x 60 cm (ancho) x 90 cm (alto)



Base Para Horno Pauna Beta 21 Con Latero Para 8 Bandejas

SKU: BETA21

\$139.990,00

24 cuotas de \$15.999,00

Ver más detalles

Sólo quedan 3 en stock

+ -

Agregar al carrito

Compra protegida
Tus datos cuidados durante toda la compra.

Cambios y devoluciones
Si no te gusta, puedes cambiarlo por otro o devolverlo.

Heladera Exhibidora Teora:

Medidas: 65 cm (profundidad) x 63 cm (ancho) x 192 cm (alto)



Nuevo | +100 vendidos

Heladera Teora Exhibidora Vertical 450l Doble Vidrio Color Blanco

4.7 ★★★★★ (31)

OFERTA DEL DÍA

~~\$1.161.598~~

\$ 939.479 19% OFF

6 cuotas de \$225.647,29

Precio sin impuestos nacionales: \$ 776.429

Ver los medios de pago

Color: Blanco

Amasadora silcook 20 Lt

Medidas: 63 cm (profundidad) x 36 cm (ancho) x 88 cm (alto)



Amasadora Industrial Rapida de 20 Litros Silcook

SKU: SIL20

\$2.452.769,00

24 cuotas de \$252.236,12

Ver más detalles

¡No te lo pierdas, es el último!

Tar stock

Compra protegida
Tus datos cuidados durante toda la compra.

Cambios y devoluciones
Si no te gusta, puedes cambiarlo por otro o devolverlo.

Freezer exhibidor vertical:

Medidas: 87 cm (profundidad) x 200 cm (ancho) x 105 cm (alto)



Exhibidora Vertical Baja Temperatura 17° Tev375bte Teora

SKU: TEV375BTE

\$1.980.310,00

24 cuotas de \$210.913,27

Ver más detalles

Color: Blanco

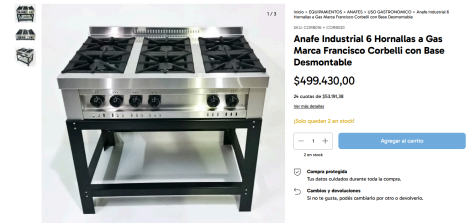
Sin stock

Compra protegida
Tus datos cuidados durante toda la compra.

Cambios y devoluciones
Si no te gusta, puedes cambiarlo por otro o devolverlo.

Anafe industrial 6 hornallas

Medidas: 73 cm (profundidad) x 100 cm (ancho) x 90 cm (alto)



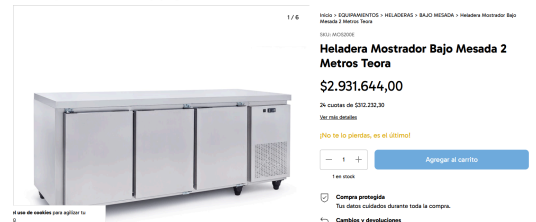
Campana Extractora

Medidas: 51 cm (profundidad) x 90 cm (ancho)



Heladera Mostrador Bajo Mesada 2 Metros Teora

Medidas: 75 cm (profundidad) x 200 cm (ancho) x 85 cm (alto)



Capacidad Litro: 362

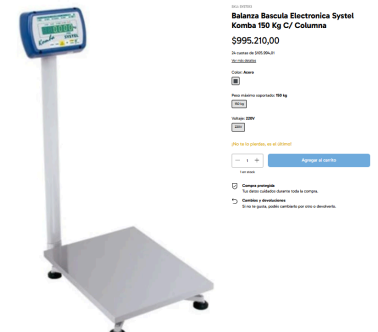
Mesa Refrigerada para preparación de sandwich:

Medidas: 75 cm (profundidad) x 200 cm (ancho) x 85 cm (alto)



Balanza Bascula Electronica Systel Komba 150 Kg:

Medidas: 68.6 cm (profundidad) x 48.3 cm (ancho) x 83 cm (alto)



Plancha:



Nuevo | +50 vendidos

Plancha Bifera Cocina 50x50x3,5
Chapa Parrilla 4 Hornallas
Plateado

4.7 ★★★★★ (9)

\$ 58.799

Mismo precio en 2 cuotas de \$ 29.399^{RS} o en cuotas sin tarjeta

Precio sin impuestos nacionales: \$ 48.594

5% OFF Dinero disponible en Mercado Pago

Ver medios de pago y promociones

Color: Plateado

Balanza comercial:



PROD > PRODUCCION > Utilidades > Balanzas > Balanza 40kg Comercial

Balanza 40Kg Comercial

\$58.853,00

Ver más detalles

AGREGAR AL CARRITO

Medios de envío

Calculadora

Compra protegida

Cambios y devoluciones

Rallador Elctrico:



Nuevo | +100 vendidos

Ralladora De Queso 9 Kg/h Elctrica

4.1 ★★★★★ (21)

\$453,941

\$ 410.194⁷¹ 9% OFF

9 cuotas de \$ 75.741⁴⁰ sin tarjeta

Precio sin impuestos nacionales: \$ 339.004

[Ver los medios de pago](#)

Lo que tenés que saber de este producto

- Es multirallador.
- Incluye protector.

[Ver características](#)

Prensa para tortillas:



[Visitar la tienda de Compra Internacional](#)

Nuevo | +5 vendidos

Imusa Usa 8 Pulgadas. Prensa Para Tortillas De Aluminio, 8 P

\$ 82.084⁵⁷

[Ver los medios de pago](#)

COMPRA INTERNACIONAL

Envío gratis

Impuestos: \$ 17.240¹⁸

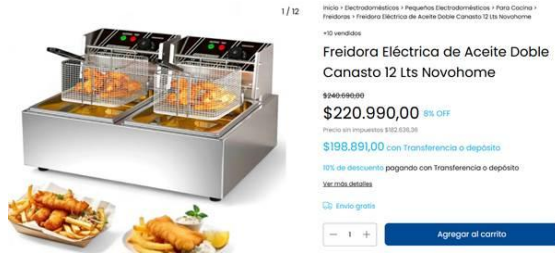
La Adquisición le permite recibir hasta 5 envíos internacionales por año.

[Conocer más](#)

Stock disponible

Freidora:

Medidas: 44 cm (profundidad) x 58 cm (ancho) x 31 cm (alto)



1 / 12

Hogar > Electrodomésticos > Fregaderos Electrodomésticos > Para Cocinas > Freidoras > Freidora Elctrica de Aceite Doble Canasto 12 Lts Novohome

+10 vendidos

Freidora Elctrica de Aceite Doble Canasto 12 Lts Novohome

\$940.000,00

\$220.990,00 8% OFF

Precio sin impuestos \$102.030,20

\$198.891,00 con transferencia o depósito

10% de descuento pagando con transferencia o depósito

[Ver otra detalles](#)

[Envío gratis](#)

[Agregar al carrito](#)

Olla aluminio 20Lt: \$53.280

Sarten N°40: \$28.418

Cacerola Baja Cetuar N32: \$33.858

Tabla de corte: \$13.486

Pinza: \$3.825

Chuchara: \$4.450

Cucharon De Aluminio N°16: \$15.417

Pelapapa: \$3.873

Set Cuchillos: \$62.600

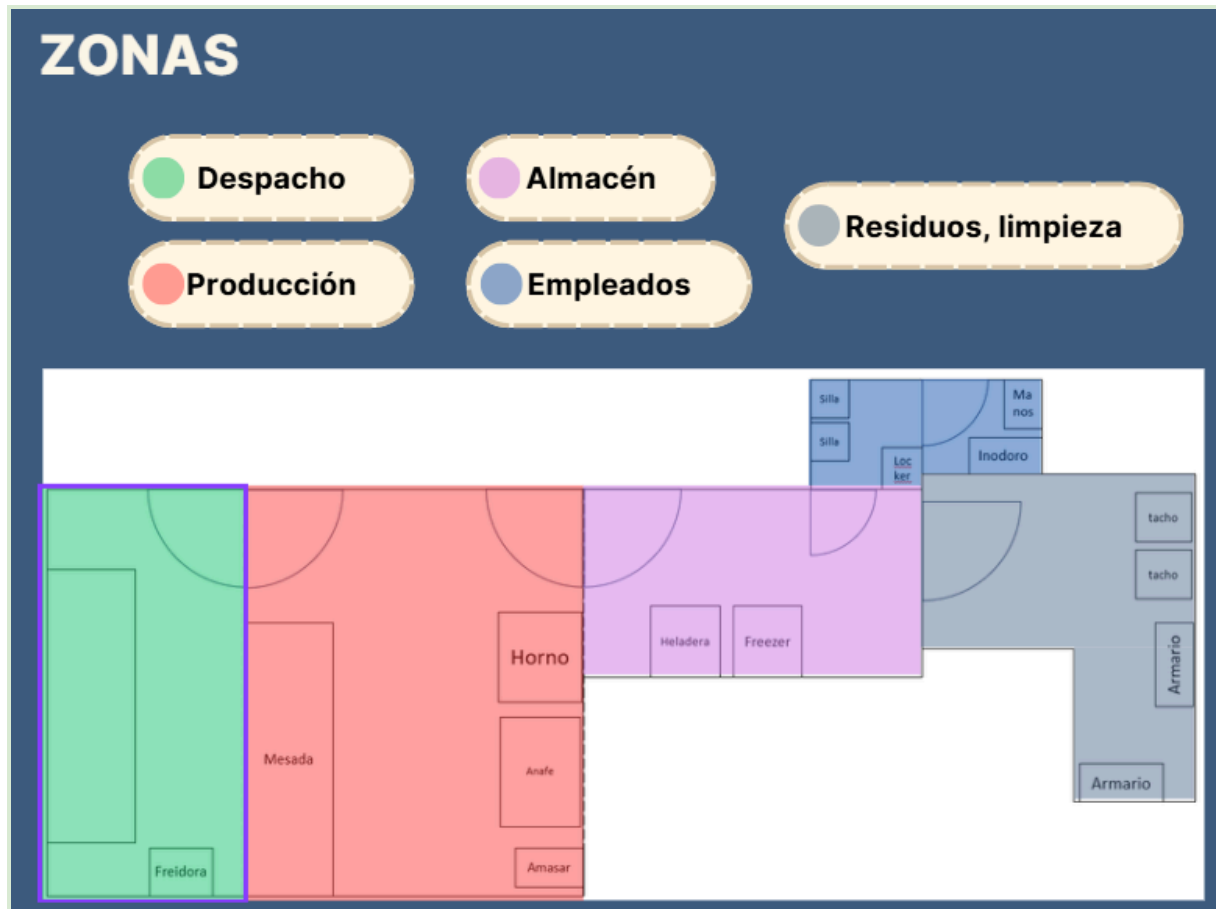
Espátula: \$5.950

Espátula de Silicona: \$6.506

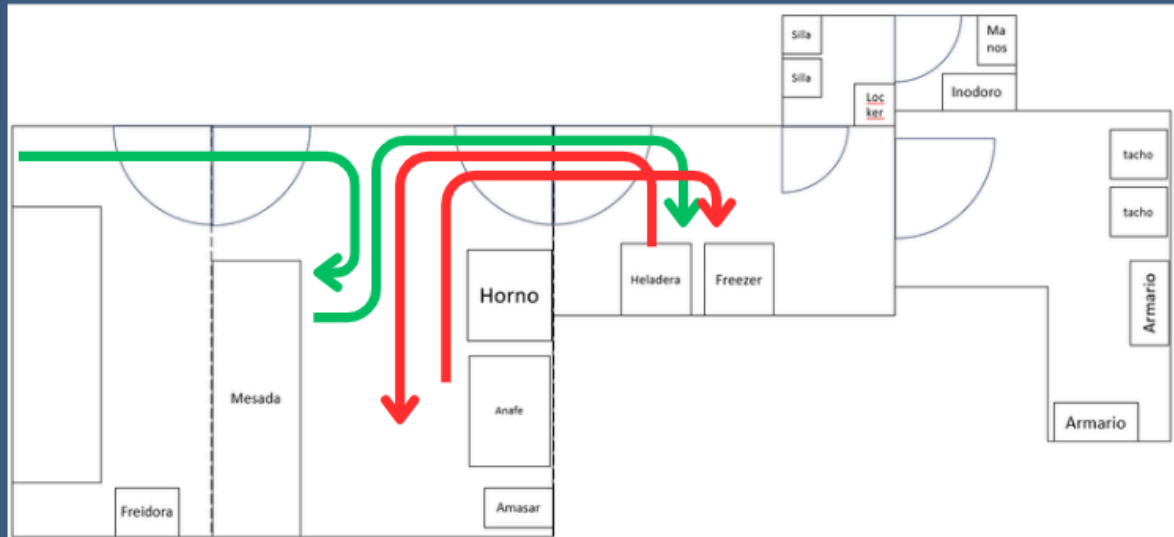
Set Cucharas soperas: \$14.400

Maquina cortadora papas: \$13.927

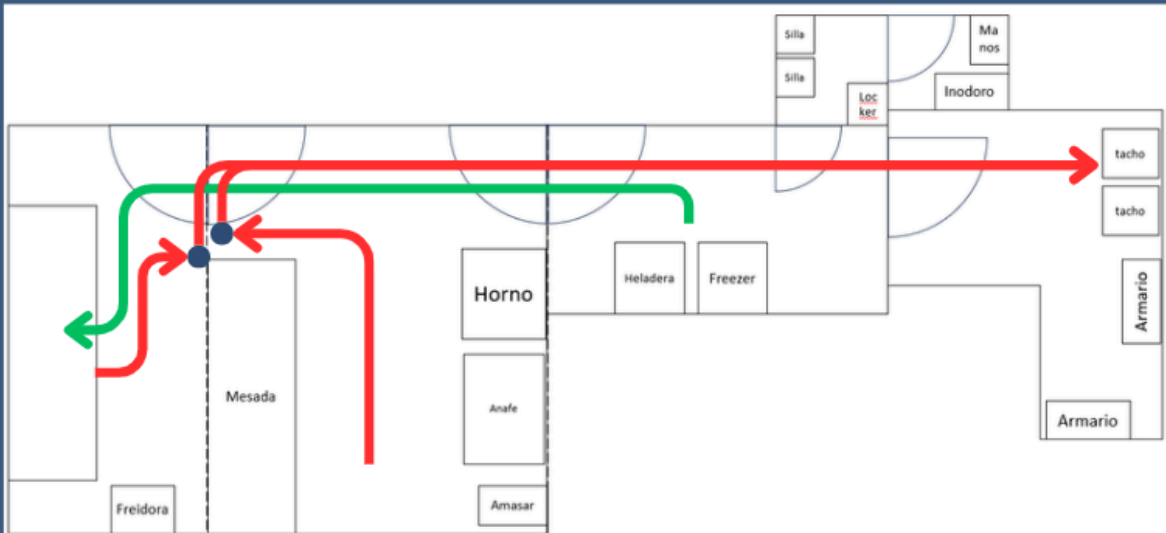
ANEXO PLANO, LAY OUT y FLUJOS



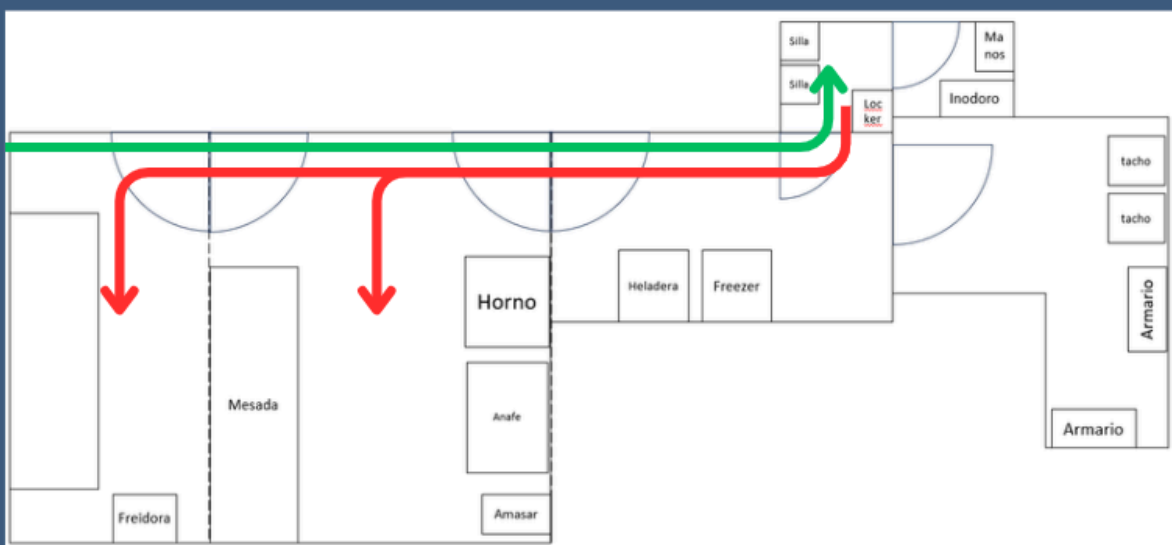
FLUJO MERCADERÍA



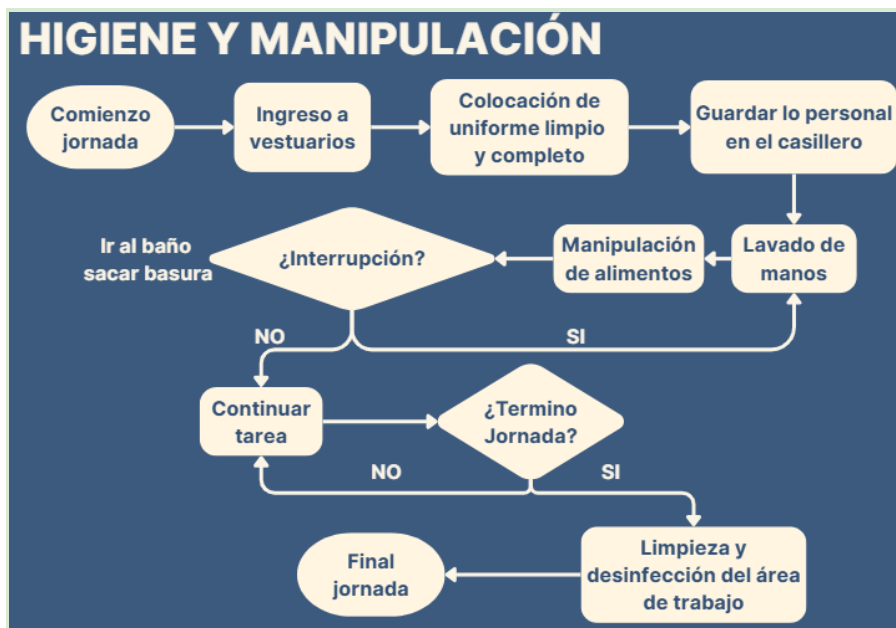
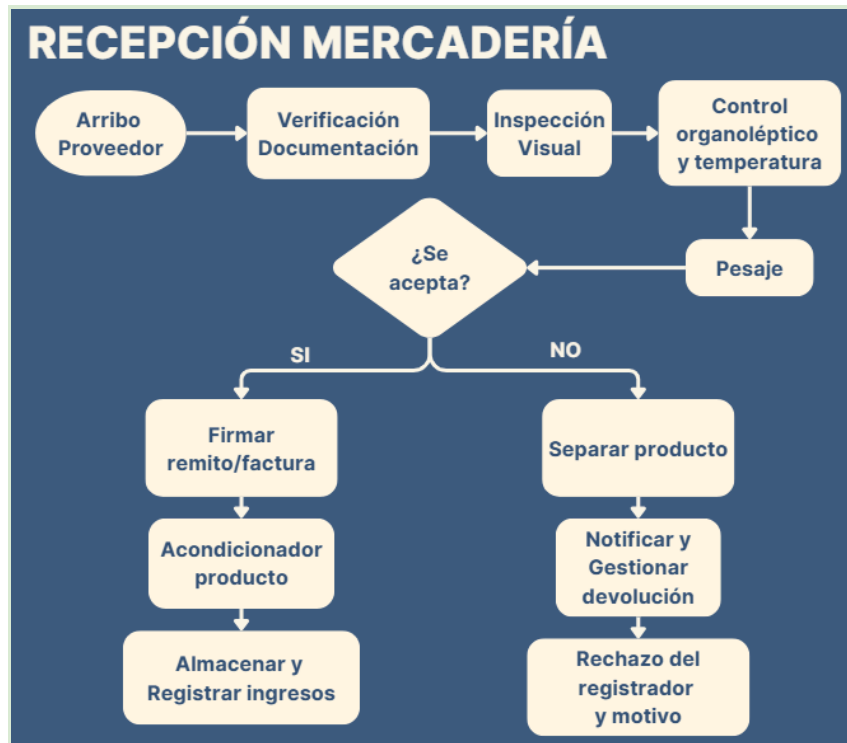
FLUJO SERVICIO Y RESIDUOS



FLUJO EMPLEADOS



Flujogramas



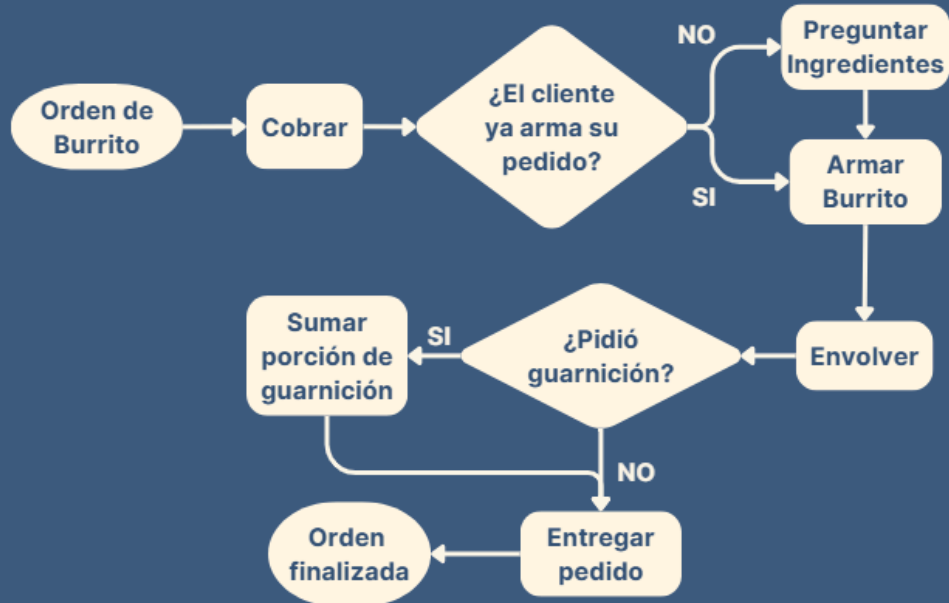
GESTIÓN DE RESIDUOS



LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN



SERVICIO AL CLIENTE



Finalmente, queremos dejar nuestros agradecimientos a todos nuestros profesores, compañeros y familiares que nos acompañaron estos últimos cuatro años y nos permitieron llegar a donde estamos hoy en día gracias a su apoyo emocional y educativo. Gracias mamá por darme la vida y benny por darme las ganas de vivirla.

Detalle de Inversiones									
Instalaciones y Bienes de Uso									
Inversión en Obra /Remodelación									
21%									
Total con IVA: \$421.322,00									
Total sin IVA: \$348.200,00									
Proveedor	Descripción Detallada	Cantidad	Importe Neto Unitario (sin IVA)	IVA	Importe Total (con IVA)	Importe Total (sin IVA)	Observaciones	Total amort	Total amort USD
Home Solution	Construccion pared	1	\$114.200,00	21%	\$138.182,00	\$114.200,00			
	Pintar paredes	4	\$26.000,00	21%	\$125.840,00	\$104.000,00			
	Instalar lavamanos	2	\$65.000,00	21%	\$157.300,00	\$130.000,00			
Equipamiento de Cocina									
21%									
Total con IVA: \$25.994.831,79									
Total sin IVA: \$21.483.332,06									
Proveedor	Descripción Detallada	Cantidad	Importe Neto Unitario (sin IVA)	IVA	Importe Total (con IVA)	Importe Total (sin IVA)	Observaciones	Amortizacion Anual 10%	Amortización Anual 10% USD
DE TODO NET	Heladera Exhibidora	2	\$776.428,93	21%	\$1.878.958,00	\$1.552.857,85		\$187.895,80	\$134,21
Gastro Factory	Amasadora Espiral Silcock	1	\$2.027.081,82	21%	\$2.452.769,00	\$2.027.081,82		\$245.276,90	\$175,20
Kitchen Tools	Balanza comercial	2	\$48.638,84	21%	\$117.706,00	\$97.277,69		\$11.770,60	\$8,41
Mercado Libre	Rallador electrico	1	\$339.003,31	21%	\$410.194,00	\$339.003,31		\$41.019,40	\$29,30
Techo Flat	Freidora	1	\$182.636,36	21%	\$220.990,00	\$182.636,36		\$22.099,00	\$15,79
Gastro Factory	Anafie industrial	1	\$412.752,07	21%	\$499.430,00	\$412.752,07		\$49.943,00	\$35,97
Gastro Factory	Horno convector	1	\$1.192.206,61	21%	\$1.442.570,00	\$1.192.206,61		\$144.257,00	\$103,04
Gastro Factory	Base para horno	1	\$115.694,21	21%	\$139.990,00	\$115.694,21		\$13.999,00	\$10,00
Gastro Factory	Heladera Mostrador Bajo Mesada 2 Metros Teora	2	\$2.422.846,28	21%	\$5.863.288,00	\$4.845.692,56		\$586.328,80	\$418,81
Gastro Factory	Balanza 150Kg	1	\$822.487,60	21%	\$995.210,00	\$822.487,60		\$99.521,00	\$71,09
Gastro Factory	Campana Extractora	1	\$220.061,98	21%	\$266.275,00	\$220.061,98		\$26.627,50	\$19,02
Mercado Libre	Plancha de chapa	1	\$48.594,21	21%	\$58.799,00	\$48.594,21		\$5.879,90	\$4,20
Mercado Libre	Prensa para tortillas	2	\$67.838,02	21%	\$164.168,00	\$135.676,03		\$16.416,80	\$11,73
Gastro Factory	Olla 20 Lt	1	\$44.033,06	21%	\$53.280,00	\$44.033,06		\$5.328,00	\$3,81
Gastro Factory	Sarten N°40	2	\$23.485,95	21%	\$56.836,00	\$46.971,90		\$5.683,60	\$4,06
Gastro Factory	Cacerola Baja Cetuar N32	4	\$27.981,82	21%	\$135.432,00	\$111.927,27		\$13.543,20	\$9,67
Restaurant center	Mesada para montaje	1	\$9.071.599,00	21%	\$10.976.634,79	\$9.071.599,00		\$1.097.663,48	\$784,05
Tramontina	Set de cucharas	1	\$11.900,83	21%	\$14.400,00	\$11.900,83		\$1.440,00	\$1,03
Gastro Factory	Espatula Silicona	4	\$5.376,86	21%	\$26.024,00	\$21.507,44		\$2.602,40	\$1,86
Gastro Factory	Cucharon de metal	2	\$12.741,32	21%	\$30.834,00	\$25.482,64		\$3.083,40	\$2,20
Gastro Factory	Tabla de corte	4	\$11.145,45	21%	\$53.844,00	\$44.581,82		\$5.394,40	\$3,85
Gastro Factory	Espatula acero inox	2	\$4.917,36	21%	\$11.900,00	\$9.834,71		\$1.190,00	\$0,85
Santoku	Set cuchillos	2	\$51.735,54	21%	\$125.200,00	\$103.471,07		\$12.520,00	\$8,94
Cooper	Espatula Cuchara blanca	4	\$3.677,69	21%	\$17.800,00	\$14.710,74		\$1.780,00	\$1,27
Top Brand	Pinzas	4	\$3.161,16	21%	\$15.300,00	\$12.644,63		\$1.530,00	\$1,09
Hudson	Pela papa	4	\$3.200,83	21%	\$15.492,00	\$12.803,31		\$1.549,20	\$1,11
Top Brand	Maquina cortadora papas	1	\$11.509,92	21%	\$13.927,00	\$11.509,92		\$1.392,70	\$0,99
Otros									
21%									
Total con IVA: \$1.870.552,31									
Total sin IVA: \$1.545.911,00									
Proveedor	Descripción Detallada	Cantidad	Importe Neto Unitario (sin IVA)	IVA	Importe Total (con IVA)	Importe Total (sin IVA)	Observaciones	Amortizacion Anual 10%	Amortización Anual 10% USD
Armario	Armario	1	\$450.000,00	21%	\$544.500,00	\$450.000,00		\$54.450,00	\$38,89
Sillas	Sillas	2	\$32.300,00	21%	\$78.166,00	\$64.600,00		\$7.816,60	\$5,58
Lockers	Lockers	1	\$366.160,00	21%	\$443.053,60	\$366.160,00		\$44.305,36	\$31,65
Tacho pequeño	Cesto de basura chico	4	\$4.290,00	21%	\$20.763,60	\$17.160,00		\$2.076,36	\$1,48
Tacho grande	Cesto de basura grande	2	\$45.100,00	21%	\$109.142,00	\$90.200,00		\$10.914,20	\$7,80
Matafuego ABC	Matafuego ABC	1	\$228.119,00	21%	\$276.023,99	\$228.119,00			
Matafuego K	Matafuego K	1	\$238.132,00	21%	\$288.139,72	\$238.132,00			
Lonas	Lonas picnic	10	\$9.154,00	21%	\$110.763,40	\$91.540,00		\$11.076,34	\$7,91

Detalle de Inversiones							Total sin IVA:	\$26.319.066,87
** Activos Intangibles** / Capital de Trabajo Inicial / Otros Gastos Pre-Operativos							Total con IVA:	\$28.183.839,34
Licencias y Permisos								
					21%	Total con IVA:	Total sin IVA:	
						\$32.670,00	\$27.000,00	
Proveedor	Descripción Detallada	Cantidad	Importe Neto Unitario (sin IVA)	IVA	Importe Total (con IVA)	Importe Total (sin IVA)	Observaciones	
Municipalidad de CABA	Habilitación municipal	2	\$0,00	21%	\$0,00	\$0,00		
Municipalidad de CABA	Certificado de Habilitación Sanitaria	2	\$0,00	21%	\$0,00	\$0,00		
Cerrificación de Manipulación de Alimentos	Licencia de Manipulación de Alimentos	8	\$0,00	21%	\$0,00	\$0,00		
AGC	Permiso de venta de bebidas alcohólicas	1	\$27.000,00	21%	\$32.670,00	\$27.000,00		
SADAIC	Licencia de Uso de Música Ambiente	1	\$0,00	21%	\$0,00	\$0,00		
Gastos de Constitución de la Sociedad								
					21%	Total con IVA:	Total sin IVA:	
						\$527.560,00	\$436.000,00	
Proveedor	Descripción Detallada	Cantidad	Importe Neto Unitario (sin IVA)	IVA	Importe Total (con IVA)	Importe Total (sin IVA)	Observaciones	
Abogados	Honorarios Abogado (Constitución Sociedad)	1	\$250.000,00	21%	\$302.500,00	\$250.000,00		
IGJ	Tasas de Registro (IGJ/DPPJ)	1	\$150.000,00	21%	\$181.500,00	\$150.000,00		
Boletín Oficial	Publicación en Boletín Oficial	1	\$36.000,00	21%	\$43.560,00	\$36.000,00		
Desarrollo de Marca								
					21%	Total con IVA:	Total sin IVA:	
						\$435.600,00	\$360.000,00	
Proveedor	Descripción Detallada	Cantidad	Importe Neto Unitario (sin IVA)	IVA	Importe Total (con IVA)	Importe Total (sin IVA)	Observaciones	
JOB Diseño	Creación de Logo:	1	\$50.000,00	21%	\$60.500,00	\$50.000,00		
	Manual de Marca	1	\$75.000,00	21%	\$90.750,00	\$75.000,00		
	Diseño Gráfico de la Carta/Menú	2	\$50.000,00	21%	\$121.000,00	\$100.000,00		
	Diseño de Cartelería Exterior e Interior	1	\$50.000,00	21%	\$60.500,00	\$50.000,00		
DOC.Panda	Fotografía Profesional (inicial)	1	\$85.000,00	21%	\$102.850,00	\$85.000,00		
Inventario Inicial								
					21%	Total con IVA:	Total sin IVA:	
						\$9.258.761,34	\$7.651.868,87	
Proveedor	Descripción Detallada	Cantidad	Importe Neto Unitario (sin IVA)	IVA	Importe Total (con IVA)	Importe Total (sin IVA)	Observaciones	
Aceite de girasol	Aceite	40	\$2.430,58	21%	\$117.640,00	\$97.223,14		
Ajo	Ajo	4	\$11.570,25	21%	\$56.000,00	\$46.280,99		
Ajo en polvo	Ajo en polvo	2	\$8.677,69	21%	\$21.000,00	\$17.355,37		
Akusay	Akusay	10	\$4.826,45	21%	\$58.400,00	\$48.264,46		
Apio	Apio	3	\$1.652,89	21%	\$6.000,00	\$4.958,68		
Arroz blanco	Arroz blanco	33	\$1.198,35	21%	\$47.850,00	\$39.545,45		
Arroz integral	Arroz integral	7	\$1.190,08	21%	\$10.080,00	\$8.330,58		
Arroz yamani	Arroz yamani	8	\$1.694,21	21%	\$16.400,00	\$13.553,72		
Azucar	Azucar	4	\$644,63	21%	\$3.120,00	\$2.578,51		
Bacon	Bacon	8	\$23.940,50	21%	\$231.744,00	\$191.523,97		
Barbacoa	Barbacoa	10	\$3.084,30	21%	\$37.320,00	\$30.842,98		
Batata	Batata	108	\$1.148,76	21%	\$150.120,00	\$124.066,12		
Bondiola	Bondiola	31	\$5.122,60	21%	\$192.148,85	\$158.800,70		
Cebolla	Cebolla	68	\$459,09	21%	\$37.774,00	\$31.218,18		
Cebolla de verdeo	Cebolla de verdeo	1	\$2.892,56	21%	\$3.500,00	\$2.892,56		
Cebolla en polvo	Cebolla en polvo	4	\$8.925,62	21%	\$43.200,00	\$35.702,48		
Choclo	Choclo	39	\$3.272,73	21%	\$154.440,00	\$127.636,36		
Cilantro	Cilantro	1	\$5.123,97	21%	\$6.200,00	\$5.123,97		
Coliflor	Coliflor	36	\$2.479,34	21%	\$108.000,00	\$89.256,20		
Crema	Crema	8	\$8.553,72	21%	\$82.800,00	\$68.429,75		
Dambo	Dambo	10	\$9.200,00	21%	\$111.320,00	\$92.000,00		
Enebro	Enebro	0,5	\$12.727,27	21%	\$7.700,00	\$6.363,64		
Eneldo	Eneldo	0,5	\$11.904,96	21%	\$7.202,50	\$5.952,48		
Feta	Feta	6	\$23.042,15	21%	\$167.286,00	\$138.252,89		
Garbanzos	Garbanzos	16	\$1.814,88	21%	\$35.136,00	\$29.038,02		
Gochuyanj	Gochuyanj	1	\$15.702,48	21%	\$19.000,00	\$15.702,48		
Granos de mostaza	Granos de mostaza	0,5	\$6.818,18	21%	\$4.125,00	\$3.409,09		
Halloumi	Halloumi	6	\$33.237,00	21%	\$241.300,62	\$199.422,00		
Harina	Harina	69	\$446,28	21%	\$37.260,00	\$30.793,39		
Harina Integral	Harina Integral	30	\$991,74	21%	\$36.000,00	\$29.752,07		
Huevos	Huevos	11	\$4.578,51	21%	\$60.940,00	\$50.363,64		
Jengibre	Jengibre	0,5	\$4.545,45	21%	\$2.750,00	\$2.272,73		
Ketchup	Ketchup	6	\$2.328,93	21%	\$16.908,00	\$13.973,55		
Leche	Leche	2	\$1.957,85	21%	\$4.738,00	\$3.915,70		
Lechuga	Lechuga	33	\$1.644,63	21%	\$65.670,00	\$54.272,73		
Limon	Limon	6	\$2.644,63	21%	\$19.200,00	\$15.867,77		
Miel	Miel	2	\$4.476,86	21%	\$10.834,00	\$8.953,72		
Miso	Miso	1	\$7.443,80	21%	\$9.007,00	\$7.443,80		
Morrón	Morrón	13	\$8.457,90	21%	\$133.042,77	\$109.952,70		
Nabo	Nabo	1	\$2.815,70	21%	\$3.407,00	\$2.815,70		
Palta	Palta	18	\$4.586,78	21%	\$99.900,00	\$82.561,98		
Papa	Papa	180	\$785,12	21%	\$171.000,00	\$141.322,31		
Parmesano	Parmesano	31	\$17.479,34	21%	\$655.650,00	\$541.859,50		
Pechuga	Pechuga	49	\$6.283,73	21%	\$372.562,19	\$307.902,64		
Pepino	Pepino	35	\$735,54	21%	\$31.150,00	\$25.743,80		
Pepinos kirby	Pepinos kirby	4	\$4.776,86	21%	\$23.120,00	\$19.107,44		
Perejil Seco	Perejil seco	4	\$7.768,60	21%	\$37.600,00	\$31.074,38		
Pimenton	Pimenton	34	\$6.700,00	21%	\$275.638,00	\$227.800,00		
Pimienta negra	Pimienta	1	\$23.677,69	21%	\$28.650,00	\$23.677,69		
Poroto colorado	Poroto colorado	10	\$4.136,36	21%	\$50.050,00	\$41.363,64		
Poroto negro	Poroto negro	28	\$3.123,14	21%	\$105.812,00	\$87.447,93		
Repollo blanco	Repollo blanco	15	\$2.148,76	21%	\$39.000,00	\$32.231,40		
Roast Beef	Roast Beef	50	\$9.421,49	21%	\$570.000,00	\$471.074,38		
Roquefort	Roquefort	10	\$11.890,91	21%	\$143.880,00	\$118.909,09		
Sal	Sal	27	\$991,74	21%	\$32.400,00	\$26.776,86		
Salsa de soja	Salsa de soja	1	\$4.304,96	21%	\$5.209,00	\$4.304,96		

Soja texturizada	Soja texturizada	13	\$14.033,06	21%	\$220.740,00	\$182.429,75	
Tofu	Tofu	13	\$10.743,80	21%	\$169.000,00	\$139.669,42	
Tomate	Tomate	73	\$1.148,76	21%	\$101.470,00	\$83.859,50	
Vinagre	Vinagre	2	\$1.290,08	21%	\$3.122,00	\$2.580,17	
Zanahoria	Zanahoria	44	\$565,45	21%	\$30.104,80	\$24.880,00	
Papel Aluminio	Papel aluminio	2064	\$149,00	21%	\$372.118,56	\$307.536,00	
Bolsa Empaque	Bolsa Empaque	2064	\$463,92	21%	\$1.158.612,36	\$957.530,88	
Bowl	Bowl	240	\$312,16	21%	\$90.651,26	\$74.918,40	
Tapa Bowl	Tapa Bowl	240	\$234,86	21%	\$68.203,34	\$56.366,40	
Caja	Caja entrega	2064	\$540,17	21%	\$1.349.042,16	\$1.114.910,88	
Bolsita papas	Bolsa Papas	2160	\$251,09	21%	\$656.248,82	\$542.354,40	
Tenedor	Tenedor	240	\$73,22	21%	\$21.263,09	\$17.572,80	

Caja Inicial							
				21%	Total con IVA:	Total sin IVA:	
					\$17.439.198,00	\$17.439.198,00	
Proveedor	Descripción Detallada	Cantidad	Importe Neto Unitario (sin IVA)	IVA	Importe Total (con IVA)	Importe Total (sin IVA)	Observaciones
Socios	Aporte societario efectivo	1	0	-	\$17.439.198,00	\$17.439.198,00	

Capacitación de Personal							
				21%	Total con IVA:	Total sin IVA:	
					\$0,00	\$0,00	
Proveedor	Descripción Detallada	Cantidad	Importe Neto Unitario (sin IVA)	IVA	Importe Total (con IVA)	Importe Total (sin IVA)	Observaciones
Gobierno CABA	Primeros auxilios	1	\$0,00	21%	\$0,00	\$0,00	
	RCP	1	\$0,00	21%	\$0,00	\$0,00	
	Manejo de residuos	1	\$0,00	21%	\$0,00	\$0,00	

Comunicación - Publicidad Pre-Apertura							
				21%	Total con IVA:	Total sin IVA:	
				21	\$490.050,00	\$405.000,00	
Proveedor	Descripción Detallada	Cantidad	Importe Neto Unitario (sin IVA)	IVA	Importe Total (con IVA)	Importe Total (sin IVA)	Observaciones
Printing Shop	Folleto	150	\$500,00	21%	\$90.750,00	\$75.000,00	
	Afiches	20	\$4.000,00	21%	\$96.800,00	\$80.000,00	
Meta ADS	Redes sociales	1	\$50.000,00	21%	\$60.500,00	\$50.000,00	
Luzu TV	Anuncio Pago	1	\$200.000,00	21%	\$242.000,00	\$200.000,00	

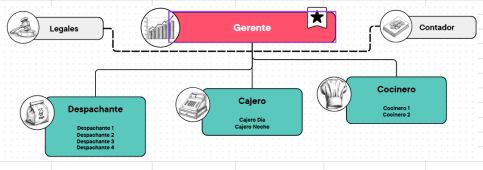
Codigo de producto	Materia prima	Proveedor	unidad de medida	Precio por UM
1	Aceite	Aceite de girasol	Lt	\$2.430,58
2	Ajo	Ajo	Kg	\$11.570,25
3	Ajo en polvo	Ajo en polvo		\$8.677,69
4	Akusay	Akusay	Kg	\$4.826,45
5	Apio	Apio	Kg	\$1.652,89
6	Arroz blanco	Arroz blanco	Kg	\$1.198,35
7	Arroz integral	Arroz integral	Kg	\$1.190,08
8	Arroz yamani	Arroz yamani	Kg	\$1.694,21
9	Azucar	Azucar	Kg	\$644,63
10	Bacon	Bacon	Kg	\$23.940,50
11	Barbacoa	Barbacoa	Kg	\$3.084,30
12	Batata	Batata	Kg	\$1.148,76
13	Bondiola	Bondiola	Kg	\$5.122,60
14	Cebolla	Cebolla	Kg	\$459,09
15	Cebolla de verdeo	Cebolla de verdeo	Kg	\$2.892,56
16	Cebolla en polvo	Cebolla en polvo		\$8.925,62
17	Choclo	Choclo	Kg	\$3.272,73
18	Cilantro	Cilantro	Kg	\$5.123,97
19	Coliflor	Coliflor	Kg	\$2.479,34
20	Crema	Crema	Lt	\$8.553,72
21	Dambo	Dambo	Kg	\$9.200,00
22	Enebro	Enebro	Kg	\$12.727,27
23	Eneldo	Eneldo	Kg	\$11.904,96
24	Feta	Feta	Kg	\$23.042,15
25	Garbanzos	Garbanzos	Kg	\$1.814,88
26	Gochuyanj	Gochuyanj	Kg	\$15.702,48
27	Granos de mostaza	Granos de mostaza	Kg	\$6.818,18
28	Halloumi	Halloumi	Kg	\$33.237,00
29	Harina	Harina	Kg	\$446,28
30	Harina Integral	Harina Integral	Kg	\$991,74
31	Huevos	Huevos	Lt	\$4.578,51
32	Jengibre	Jengibre	Kg	\$4.545,45
33	Ketchup	Ketchup	Kg	\$2.328,93
34	Leche	Leche	Lt	\$1.957,85
35	Lechuga	Lechuga	Kg	\$1.644,63
36	Limon	Limon	Lt	\$2.644,63
37	Miel	Miel	Kg	\$4.476,86
38	Miso	Miso	Kg	\$7.443,80
39	Morrón	Morrón	Kg	\$8.457,90
40	Nabo	Nabo	Kg	\$2.815,70
41	Palta	Palta	Kg	\$4.586,78
42	Papa	Papa	Kg	\$785,12

43	Parmesano	Parmesano	Kg	\$17.479,34
44	Pechuga	Pechuga	Kg	\$6.283,73
45	Pepino	Pepino	Kg	\$735,54
46	Pepinos kirby	Pepinos kirby	Kg	\$4.776,86
47	Perejil seco	Perejil Seco	Kg	\$7.768,60
48	Pimenton	Pimenton	Kg	\$6.700,00
49	Pimienta	Pimienta negra	Kg	\$23.677,69
50	Poroto colorado	Poroto colorado	Kg	\$4.136,36
51	Poroto negro	Poroto negro	Kg	\$3.123,14
52	Repollo blanco	Repollo blanco	Kg	\$2.148,76
53	Roast Beef	Roast Beef	Kg	\$9.421,49
54	Roquefort	Roquefort	Kg	\$11.890,91
55	Sal	Sal	Kg	\$991,74
56	Salsa de soja	Salsa de soja	Kg	\$4.304,96
57	Soja texturizada	Soja texturizada	Kg	\$14.033,06
58	Tofu	Tofu	Kg	\$10.743,80
59	Tomate	Tomate	Kg	\$1.148,76
60	Vinagre	Vinagre	Lt	\$1.290,08
61	Zanahoria	Zanahoria	Kg	\$565,45

Jornadas laboral Despachante y Cajero					
	Horario trabajo	Tiempo trabajando	Tiempo preparación y Gierre	Total	Horario atención
Todos los días	11:00 - 16:00	4 hr	1 hr	5 hr	11:30 - 15:30
Medio día					
Día de semana	18:00 - 24:00	5 hr	1 hr	6 hr	18:30 - 23:30
Noche					
Fin de semana	18:00 - 01:30	6:30 hr	1 hr	7:30 hr	18:30 - 01:00
Noche					

Jornadas laboral Cocinero		
	Horario trabajo	Total
Todos los días	10:30 - 18:30	8 hr

Empleado	Puesto	Turno	Días trabajados	Horas trabajadas	Proporcional 32 hr
David	Despachante	Noche	MAR - DOM (6)	40.5 hr	No aplica
Alejandro	Despachante	Noche	VIE - DOM (3)	22.5 hr	Aplica
Oswaldo	Despachante	Mediodía	MAR - DOM (6)	30 hr	Aplica
Samanta	Despachante	Mediodía	VIE - DOM (3)	15 hr	Aplica
Antonio	Cajero	Noche	MAR - DOM (6)	40.5 hr	No aplica
Carlos	Cajero	Mediodía	MAR - DOM (6)	30 hr	Aplica
Lisandro	Cocinero	Completo	MAR - DOM (6)	48 hr	No aplica
Florencia	Cocinero	Completo	MAR - DOM (6)	48 hr	No aplica
	Gerente	Completo	MAR - DOM (6)	48 hr	No aplica



REFERENCIAS	
	Producción Fresca del día
	Servicio de despacho
	Producción general para el día siguiente (proteínas, salsas, tortillas, etc)



POES DESPACHO											Humano	Máquina		
Categoría	Número del Plato/Producto		Receta para		Peso Neto Porción:			costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)		Humano	Máquina	
Almuerzo	Ej: Burrito Genérico		1	Porciones	0.41 Kg			\$ 690.88	30%	15000				
Burrito Genérico	Ingredientes		Peso Neto	U.c/ds Medida	% Disponible	% Merma	% Incremento por cocción	Reduccion total	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario	Descripción y evaluación de tiempos	Tiempo	Tiempo
	Tortilla		0.07	kg	0%	0%	0%	100%	0.07	\$483.07	\$33.82	M.E.P.	0	0
	Proteína		0.07	kg	0%	0%	0%	100%	0.07	\$7,850.63	\$549.54	Agarrar Tortilla	0	0
	Arroz		0.05	kg	0%	0%	0%	100%	0.05	\$518.16	\$25.91	Poner proteína	0	0
	Legumbre		0.05	kg	0%	0%	0%	100%	0.05	\$1,223.59	\$61.18	Poner Arroz	0	0
	Toppings		0.05	kg	0%	0%	0%	100%	0.05	\$8,714.65	\$435.73	Poner Legumbre	0	0
	Vegetales		0.075	kg	0%	0%	0%	100%	0.075	\$3,028.72	\$227.13	Poner Toppings	0	0
	Quesos		0.025	kg	0%	0%	0%	100%	0.025	\$18,453.92	\$461.35	Poner Vegetales	0	0
	Salsas		0.02	kg	0%	0%	0%	100%	0.02	\$3,057.37	\$61.15	Poner Quesos	0	0
			0.41								\$1,855.83	Poner Salsas	0	0
COSTO TOTAL MATERIA PRIMA											Cerrar y envolver	0	0	
											Tiempo Total	4	0	

Categoría	Número del Plato/Producto		Receta para		Peso Neto Porción:			costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)		Humano	Máquina	
Almuerzo	Ej: Burrito proteico		1	Porciones	0.455 Kg			\$ 690.88	30%	12500				
Burrito proteico	Ingredientes		Peso Neto	U.c/ds Medida	% Disponible	% Merma	% Incremento por cocción	Reduccion total	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario	Descripción y evaluación de tiempos	Tiempo	Tiempo
	Tortilla		0.07	kg	0%	0%	0%	100%	0.07	\$317.73	\$22.24	M.E.P.	0	0
	Pollo		0.11	kg	0%	0%	0%	100%	0.11	\$6,425.53	\$642.55	Agarrar Tortilla	0	0
	Arroz Integral		0.05	kg	0%	0%	0%	100%	0.05	\$518.16	\$25.91	Poner proteína	0	0
	Porotos negros		0.05	kg	0%	0%	0%	100%	0.05	\$3,123.14	\$156.16	Poner Arroz	0	0
	Garbanzo		0.05	kg	0%	0%	0%	100%	0.05	\$1,814.88	\$90.74	Poner Legumbre	0	0
	Hummus		0.025	kg	0%	0%	0%	100%	0.025	\$2,450.35	\$61.26	Poner Toppings	0	0
	Zanahoria		0.025	kg	0%	0%	0%	100%	0.025	\$565.45	\$144.14	Poner Vegetales	0	0
	Morron		0.025	kg	0%	0%	0%	100%	0.025	\$8,457.90	\$311.45	Poner Quesos	0	0
	Choco		0.025	kg	0%	0%	0%	100%	0.025	\$3,272.73	\$81.82	Poner Salsas	0	0
	Feta		0.025	kg	0%	0%	0%	100%	0.025	\$18,453.92	\$461.35	Cerrar y envolver	0	0
	Mayones cilantro		0.01	kg	0%	0%	0%	100%	0.01	\$2,537.75	\$25.38			
	Aldi		0.01	kg	0%	0%	0%	100%	0.01	\$2,343.37	\$23.43			
			0.455								\$1,792.99			
	COSTO TOTAL MATERIA PRIMA													
											Tiempo Total	4	0	

Categoría	Número del Plato/Producto		Receta para		Peso Neto Porción:			costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)		Humano	Máquina	
Almuerzo	Ej: Burrito mediterraneo		1	Porciones	0.46 Kg			\$ 690.88	30%	12500				
Burrito Mediterraneo	Ingredientes		Peso Neto	U.c/ds Medida	% Disponible	% Merma	% Incremento por cocción	Reduccion total	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario	Descripción y evaluación de tiempos	Tiempo	Tiempo
	Tortilla		0.07	kg	0%	0%	0%	100%	0.07	\$317.73	\$22.24	M.E.P.	0	0
	Pollo		0.07	kg	0%	0%	0%	100%	0.07	\$6,425.53	\$642.55	Agarrar Tortilla	0	0
	Arroz Blanco		0.05	kg	0%	0%	0%	100%	0.05	\$1,198.35	\$59.92	Poner proteína	0	0
	Garbanzo		0.05	kg	0%	0%	0%	100%	0.05	\$1,814.88	\$90.74	Poner Arroz	0	0
	Tomate		0.025	kg	0%	0%	0%	100%	0.025	\$1,148.78	\$28.72	Poner Legumbre	0	0
	Pepino		0.025	kg	0%	0%	0%	100%	0.025	\$735.54	\$18.39	Poner Toppings	0	0
	Morron		0.025	kg	0%	0%	0%	100%	0.025	\$8,457.90	\$311.45	Poner Vegetales	0	0
	Feta		0.025	kg	0%	0%	0%	100%	0.025	\$2,042.15	\$576.05	Poner Quesos	0	0
	Hummus		0.01	kg	0%	0%	0%	100%	0.01	\$2,450.35	\$245.04	Poner Salsas	0	0
	Sour Cream		0.01	kg	0%	0%	0%	100%	0.01	\$320.43	\$32.04	Cerrar y envolver	0	0
	Mayones cilantro		0.01	kg	0%	0%	0%	100%	0.01	\$2,537.75	\$25.38			
			0.46								\$1,730.91			
	COSTO TOTAL MATERIA PRIMA													
												Tiempo Total	4	0

Categoría	Número del Plato/Producto		Receta para		Peso Neto Porción:			costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)		Humano	Máquina	
Almuerzo	Ej: Burrito vegano		1	Porciones	0.42 Kg			\$ 690.88	30%	12500				
Burrito Vegano	Ingredientes		Peso Neto	U.c/ds Medida	% Disponible	% Merma	% Incremento por cocción	Reduccion total	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario	Descripción y evaluación de tiempos	Tiempo	Tiempo
	Tortilla Integral		0.07	kg	0%	0%	0%	100%	0.07	\$648.42	\$45.39	M.E.P.	0	0
	Tofu		0.07	kg	0%	0%	0%	100%	0.07	\$8,325.63	\$582.79	Agarrar Tortilla	0	0
	Arroz Yamani		0.05	kg	0%	0%	0%	100%	0.05	\$1,694.21	\$84.71	Poner proteína	0	0
	Poroto Negro		0.05	kg	0%	0%	0%	100%	0.05	\$3,123.14	\$156.16	Poner Arroz	0	0
	Guacamole		0.03	kg	0%	0%	0%	100%	0.03	\$5,177.87	\$155.34	Poner Legumbre	0	0
	Pepinillos		0.03	kg	0%	0%	0%	100%	0.03	\$3,447.45	\$103.42	Poner Toppings	0	0
	Kimchi		0.03	kg	0%	0%	0%	100%	0.03	\$1,301.57	\$39.05	Poner Vegetales	0	0
	Tomate		0.03	kg	0%	0%	0%	100%	0.03	\$1,148.78	\$28.72	Poner Quesos	0	0
	Lechuga		0.03	kg	0%	0%	0%	100%	0.03	\$1,644.63	\$49.34	Poner Salsas	0	0
	Choco		0.03	kg	0%	0%	0%	100%	0.03	\$3,272.73	\$98.18	Cerrar y envolver	0	0
			0.42								\$1,348.84			
	COSTO TOTAL MATERIA PRIMA													
												Tiempo Total	4	0

Categoría	Número del Plato/Producto		Receta para		Peso Neto Porción:			costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)		Humano	Máquina	
Almuerzo	Ej: Burrito Low Carb		1	Porciones	0.41 Kg			\$ 690.88	30%	12500				
Burrito Low Carb	Ingredientes		Peso Neto	U.c/ds Medida	% Disponible	% Merma	% Incremento por cocción	Reduccion total	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario	Descripción y evaluación de tiempos	Tiempo	Tiempo
	Tortilla Integral		0.07	kg	0%	0%	0%	100%	0.07	\$648.42	\$45.39	M.E.P.	0	0
	Pollo		0.07	kg	0%	0%	0%	100%	0.07	\$6,700.00	\$642.55	Agarrar Tortilla	0	0
	Arroz Integral		0.05	kg	0%	0%	0%	100%	0.05	\$1,190.08	\$59.50	Poner proteína	0	0
	Porotos colorado		0.05	kg	0%	0%	0%	100%	0.05	\$4,136.36	\$206.82	Poner Arroz	0	0
	Guacamole		0.025	kg	0%	0%	0%	100%	0.025	\$5,177.87	\$129.45	Poner Legumbre	0	0
	Pico de Gallo		0.025	kg	0%	0%	0%	100%	0.025	\$20,389.45	\$509.74	Poner Toppings	0	0
	Lechuga		0.025	kg	0%	0%	0%	100%	0.025	\$1,644.63	\$411.12	Poner Vegetales	0	0
	Pepino		0.025	kg	0%	0%	0%	100%	0.025	\$735.54	\$18.39	Poner Quesos	0	0
	Zanahoria		0.025	kg	0%	0%	0%	100%	0.025	\$565.45	\$14.14	Poner Salsas	0	0
	Parmesano		0.025	kg	0%	0%	0%	100%	0.025	\$17,479.34	\$436.98	Cerrar y envolver	0	0
	Mayones cilantro		0.02	kg	0%	0%	0%	100%	0.02	\$2,537.75	\$50.76			
			0.41								\$793.80			
	COSTO TOTAL MATERIA PRIMA													
												Tiempo Total	4	0

Categoría	Número del Plato/Producto		Receta para		Peso Neto Porción:			costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)		Humano	Máquina	
Almuerzo	Ej: Bowl Genérico		1	Porciones	0.41 Kg			\$ 690.88	30%	15000				
Bowl Genérico	Ingredientes		Peso Neto	U.c/ds Medida	% Disponible	% Merma	% Incremento por cocción	Reduccion total	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario	Descripción y evaluación de tiempos	Tiempo	Tiempo
	Proteína		0.07	kg	0%	0%	0%	100%	0.07	\$7,850.63	\$549.54	Agarrar Bowl	0	0
	Arroz		0.12	kg	0%	0%	0%	100%	0.12	\$518.16	\$62.18	Poner proteína	0	0
	Legumbre		0.05	kg	0%	0%	0%	100%	0.05	\$1,223.59	\$61.18	Poner Arroz	0	0
	Toppings		0.05	kg	0%	0%	0%	100%	0.05	\$8,714.65	\$435.73	Poner Legumbre	0	0
	Vegetales		0.075	kg	0%	0%	0%	100%	0.075	\$3,028.72	\$227.13	Poner Toppings	0	0
	Quesos		0.025	kg	0%	0%	0%	100%	0.025	\$18,453.92	\$461.35	Poner Vegetales	0	0
	Salsas		0.02	kg	0%	0%	0%	100%	0.02	\$3,057.37	\$61.15	Poner Quesos	0	0
			0.41								\$1,858.28	Poner Salsas	0	0
	COSTO TOTAL MATERIA PRIMA											Cerrar	0	0
											Tiempo Total	4	0	

POES PRODUCCION

Categoría	Número del Plato/Producto		Receta para		Peso Neto Porción:			costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)		Humano	Máquina	
Tortilla	Ej: Tortilla		20	Porciones	0.070 Kg			\$ 690.88	30%			100	4	
Tortilla	Ingredientes		Peso Neto	U.c/ds Medida	% Disponible	% Merma	% Incremento por cocción	Reduccion total	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario	Descripción y evaluación de tiempos	Tiempo	Tiempo
	Harina		0.85	kg	0%	0%	0%	100%	0.85	\$446.28	\$379.24	M.E.P.	0	0
	Agua		0.25	kg	0%	0%	0%	100%	0.25	\$0.00	\$0.00	Pesar ingredientes	0	15
	Sal		0.025	kg	0%	0%	0%	100%	0.025	\$991.74	\$24.79	Mezclar y amasar	0	15
	Aceite de girasol		0.017	kg	0%	0%	0%	100%	0.017	\$2,430.58	\$41.32	Porcionar	5	0
COSTO TOTAL MATERIA PRIMA											Estirar	10	0	
											Cocinar	14	0	
											Guardar	4	0	
											Tiempo Total	4	50	

Categoría	Número del Plato/Producto		Receta para		Peso Neto Porción:			costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)		Humano	Máquina
Tortilla	Ej: Tortilla Integral		20	Porciones	0.070 Kg			\$ 690.88	30%			100	4
Tortilla Integral	Ingredientes		Peso Neto	U.c/ds Medida	% Disponible	% Merma	% Incremento por cocción	Reduccion total	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)			

Categoría	Nombre del Plato/Producto	Receta para	Peso Neto Porción:	costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)	Humano	Máquina							
		Ej: Pico de Gallo	27 Porciones	0.025 Kg	\$ 690.88	30%	\$27.362.64								
		Ingredientes	Peso Neto	U.d.de Medida	% Disponible	% Merma	% Incremento por cocción	Rendimiento final	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario	Descripción y evaluación de tiempos	Tiempo	Tiempo	
Topping	Pico de Gallo	Tomate	0.5	kg	10%	0%	0%	95%	0.54	\$2,940.50	\$13,980.24	Cortar	5		
		Cebolla	0.12	kg	5%	0%	0%	95%	0.126	\$459.09	\$57.90	Juntar	5		
		Cilantro	0.015	kg	15%	0%	0%	85%	0.018	\$5,123.97	\$90.42	Guardar	5		
		Limon	0.03	lt	65%	0%	0%	35%	0.086	\$2,644.63	\$226.68			15	
		Sal	0.006	kg	0%	0%	0%	100%	0.006	\$991.74	\$5.92				
					0.671						COSTO TOTAL MATERIA PRIMA	\$13,681.32			
Categoría	Nombre del Plato/Producto	Receta para	Peso Neto Porción:	costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)	Humano	Máquina							
		Ej: Alioli	200 Porciones	0.010 Kg	\$ 690.88	30%	\$10.066.26								
		Ingredientes	Peso Neto	U.d.de Medida	% Disponible	% Merma	% Incremento por cocción	Rendimiento final	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario	Descripción y evaluación de tiempos	Tiempo	Tiempo	
Salsa	Alioli	Huevos	1.2	kg	0%	0%	0%	100%	1.20	\$4,578.51	\$5,494.21	Romper huevos	5		
		Limon	0.04	lt	65%	0%	0%	35%	0.11	\$2,644.63	\$302.24	Pesar ingredientes	5		
		Sal	0.06	kg	0%	0%	0%	100%	0.06	\$991.74	\$59.50	Emulsionar	5		
					2.06						COSTO TOTAL MATERIA PRIMA	\$5,033.13			20
Categoría	Nombre del Plato/Producto	Receta para	Peso Neto Porción:	costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)	Humano	Máquina							
		Ej: Mayonesa Gochujanj	220 Porciones	0.010 Kg	\$ 690.88	30%	\$13.608.52								
		Ingredientes	Peso Neto	U.d.de Medida	% Disponible	% Merma	% Incremento por cocción	Rendimiento final	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario	Descripción y evaluación de tiempos	Tiempo	Tiempo	
Salsa	Mayonesa Gochujanj	Huevos	1.2	kg	0%	0%	0%	100%	1.20	\$4,578.51	\$5,494.21	Romper huevos	5		
		Limon	0.04	lt	65%	0%	0%	35%	0.11	\$2,644.63	\$302.24	Pesar ingredientes	5		
		Sal	0.06	kg	0%	0%	0%	100%	0.06	\$991.74	\$59.50	Emulsionar	5		
					2.3						COSTO TOTAL MATERIA PRIMA	\$6,804.26			20
Categoría	Nombre del Plato/Producto	Receta para	Peso Neto Porción:	costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)	Humano	Máquina							
		Ej: Mayonesa de cilantro	220 Porciones	0.010 Kg	\$ 690.88	30%	\$11.673.66								
		Ingredientes	Peso Neto	U.d.de Medida	% Disponible	% Merma	% Incremento por cocción	Rendimiento final	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario	Descripción y evaluación de tiempos	Tiempo	Tiempo	
Salsa	Mayonesa de cilantro	Huevos	1.2	kg	0%	0%	0%	100%	1.200	\$4,578.51	\$5,494.21	Romper huevos	5		
		Limon	0.04	lt	65%	0%	0%	35%	0.114	\$2,644.63	\$302.24	Pesar ingredientes	5		
		Sal	0.06	kg	0%	0%	0%	100%	0.06	\$991.74	\$59.50	Emulsionar	5		
					2.1						COSTO TOTAL MATERIA PRIMA	\$5,836.83			23
Categoría	Nombre del Plato/Producto	Receta para	Peso Neto Porción:	costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)	Humano	Máquina							
		Ej: Sour Cream	100 Porciones	0.010 Kg	\$ 690.88	30%	\$620.35								
		Ingredientes	Peso Neto	U.d.de Medida	% Disponible	% Merma	% Incremento por cocción	Rendimiento final	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario	Descripción y evaluación de tiempos	Tiempo	Tiempo	
Salsa	Sour Cream	Crema	0.8	kg	0%	0%	0%	100%	0.800	\$8,553.72	\$6,842.98	Pesar ingredientes	5		
		Leche	0.12	lt	0%	0%	0%	100%	0.120	\$1,957.85	\$234.94	Cortar cilantro	5		
		Limon	0.04	lt	65%	0%	0%	35%	0.114	\$2,644.63	\$302.24	Deser reposar en heladera	5	10	
		Sal	0.008	kg	0%	0%	0%	100%	0.008	\$991.74	\$7.93	Guardar	5		
					0.968						COSTO TOTAL MATERIA PRIMA	\$310.18			25
Categoría	Nombre del Plato/Producto	Receta para	Peso Neto Porción:	costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)	Humano	Máquina							
		Ej: Papas y batatas fritas	8 Porciones	0.156 Kg	\$ 690.88	30%	\$4.402.20								
		Ingredientes	Peso Neto	U.d.de Medida	% Disponible	% Merma	% Incremento por cocción	Rendimiento final	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario	Descripción y evaluación de tiempos	Tiempo	Tiempo	
Topping	Papas y batatas fritas, Coliflor wings	Papa	0.7	kg	30%	10%	0%	60%	1.17	\$785.12	\$915.98	Profitar	10		
		Batata	0.3	kg	30%	10%	0%	60%	0.5	\$1,148.76	\$574.38	Cortar	15		
		Coliflor	0.2	kg	30%	0%	5%	75%	0.27	\$2,479.34	\$661.16	Hervir	30		
		Sal	0.05	kg	0%	0%	0%	100%	0.05	\$991.74	\$49.59	Congelar	60		
					1.25						COSTO TOTAL MATERIA PRIMA	\$2,201.10			6
															131
Categoría	Nombre del Plato/Producto	Receta para	Peso Neto Porción:	costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)	Humano	Máquina							
		Ej: Kimchi	210 Porciones	0.025 Kg	\$ 690.88	30%	\$13.471.25								
		Ingredientes	Peso Neto	U.d.de Medida	% Disponible	% Merma	% Incremento por cocción	Rendimiento final	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario	Descripción y evaluación de tiempos	Tiempo	Tiempo	
Topping	Kimchi	Azuay	3.5	kg	15%	0%	0%	85%	4.118	\$4,826.45	\$19,873.60	Pesar ingredientes	10		
		Zanahoria	0.3	kg	10%	0%	0%	90%	0.333	\$665.45	\$188.48	Lavar y desinfectar	10		
		Nabo	0.3	kg	10%	0%	0%	90%	0.333	\$2,815.70	\$903.57	Cortar Hakusai en cuadrado	10		
		Cebolla de verdeo	0.2	kg	10%	0%	0%	90%	0.222	\$2,892.56	\$642.79	Masajear con sal gruesa. Dejar reposar	5	10	
		Gochujanj	0.2	kg	0%	0%	0%	100%	0.200	\$15,702.48	\$3,140.59	Enjuagar y escurrir Hakusai	10		
		Ajo	0.05	kg	20%	0%	0%	80%	0.063	\$11,570.25	\$723.14	Cortar verduras	20		
		Jengibre	0.025	kg	15%	0%	0%	85%	0.029	\$4,545.45	\$133.69	Agregar resto de ingredientes	5		
		Salsa de soja	0.1	kg	0%	0%	0%	100%	0.100	\$4,304.96	\$430.50	Envasar en frascos sin aire	10		
		Azuay	0.05	kg	0%	0%	0%	100%	0.050	\$644.63	\$32.23	Fermentar	2880		
		Agua	0.1	kg	0%	0%	0%	100%	0.100	\$0.00	\$0.00	Madurar	7200		
		Sal	0.35	kg	0%	50%	0%	50%	0.7	\$991.74	\$694.21				
			5.175						COSTO TOTAL MATERIA PRIMA	\$6,735.63			10170		
Categoría	Nombre del Plato/Producto	Receta para	Peso Neto Porción:	costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)	Humano	Máquina							
		Ej: Chucurut	125 Porciones	0.025 Kg	\$ 690.88	30%	\$17.642.98								
		Ingredientes	Peso Neto	U.d.de Medida	% Disponible	% Merma	% Incremento por cocción	Rendimiento final	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario	Descripción y evaluación de tiempos	Tiempo	Tiempo	
Topping	Chucurut	Polvo blanco	3	kg	15%	10%	0%	75%	4.00	\$2,148.76	\$8,595.04	Pesar ingredientes	10		
		Eneldo	0.01	kg	0%	0%	0%	100%	0.01	\$12,722.27	\$123.27	Desinfectar repollo	15		
		Sal	0.1	kg	0%	0%	0%	100%	0.1	\$991.74	\$99.17	Cortar repollo	30		
			3.11						COSTO TOTAL MATERIA PRIMA	\$8,821.49			60		
													10		
														10800	
														5	
														10930	
Categoría	Nombre del Plato/Producto	Receta para	Peso Neto Porción:	costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)	Humano	Máquina							
		Ej: Pepinillos	208 Porciones	0.025 Kg	\$ 690.88	30%	\$35.232.91								
		Ingredientes	Peso Neto	U.d.de Medida	% Disponible	% Merma	% Incremento por cocción	Rendimiento final	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario	Descripción y evaluación de tiempos	Tiempo	Tiempo	
Topping	Pepinillos	Peperoncillo	3	kg	0%	0%	0%	95%	3.16	\$4,776.86	\$15,084.82	Pesar ingredientes	5		
		Granos de mostaza	0.02	kg	0%	0%	0%	100%	0.02	\$8,818.18	\$136.36	Lavar y desinfectar	5		
		Eneldo	0.05	kg	0%	0%	0%	90%	0.06	\$11,904.96	\$661.39	Cortar pepinos en rodajas	10		
		Ajo	0.03	kg	20%	0%	0%	80%	0.04	\$11,570.25	\$433.88	Llenar tachos con condimento y pepino	5		
		Vinagre	1	lt	0%	0%	0%	100%	1	\$1,290.08	\$1,290.08	Cocinar en olla a vapor. sal y azucar	2	8	
		Agua	0.01	kg	0%	0%	0%	100%	1	\$0.00	\$0.00	Verter líquido en tacho	2		
		Sal	0.01	kg	0%	0%	0%	100%	0.01	\$991.74	\$9.92	Tapar y enfriar	15		
			5.11						COSTO TOTAL MATERIA PRIMA	\$17,616.45			2		
														1440	
														1492	
Categoría	Nombre del Plato/Producto	Receta para	Peso Neto Porción:	costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)	Humano	Máquina							
		Ej: Bacon	40 Porciones	0.025 Kg	\$ 690.88	30%	\$63.861.16								
		Ingredientes	Peso Neto	U.d.de Medida	% Disponible	% Merma	% Incremento por cocción	Rendimiento final	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario	Descripción y evaluación de tiempos	Tiempo	Tiempo	
Topping	Bacon	Bacon	1	kg	15%	10%	0%	75%	1.33	\$23,940.50	\$31,920.66	Saltear bacon	20		
		Sal	0.01	kg	0%	0%	0%	100%	0.01	\$991.74	\$9.92	Almacenar	5		
			1.01						COSTO TOTAL MATERIA PRIMA	\$31,930.74				25	
Categoría	Nombre del Plato/Producto	Receta para	Peso Neto Porción:	costo por porción	Food Cost	Precio de Venta (sin IVA)	Humano	Máquina							
		Ej: Seasoning	8 Porciones	0.208 Kg	\$ 690.88	30%	\$18.330.58								
		Ingredientes	Peso Neto	U.d.de Medida	% Disponible	% Merma	% Incremento por cocción	Rendimiento final	Peso Bruto	Costo por kg MP (sin IVA)	Costo unitario	Descripción y evaluación de tiempos	Tiempo	Tiempo	
Topping	Seasoning	Pimentón dulce	1	kg	0%	0%	0%	100%	1.00	\$6,700.00	\$6,700.00	Pesar ingredientes	5		
		Azuay	0.1	kg	0%	0%	0%	100%	0.10	\$644.63	\$64.46	Mediar	1		
		Sal	0.1	kg	0%	0%	0%	100%	0.10	\$7,768.60	\$776.86	Guardar y conservar	1		
		Ajo en polvo	0.05	kg	0%	0%	0%	100%	0.05	\$8,677.69	\$433.88				
		Cebolla en polvo	0.1	kg	0%	0%	0%	100%	0.1	\$8,925.62	\$892.56				
		Pimentón negro	0.01	kg	0%	0%	0%	100%	1	\$23,677.69	\$0.00				
			0.3						COSTO TOTAL MATERIA PRIMA	\$991.74					

Turno y Día	Tarea	Tiempo x Un	Tiempo de trabajo	Diseño Un	Efectiva Un (90%)	# Real Un (95%)
Mediodía	Armado Burritos	4 min	4 hr	60	54	51
Noche semana	Armado Burritos	4 min	5 hr	75	67,5	64
Noche Finde	Armado Burritos	4 min	6,5 hr	97,5	87,75	83

Producción Real por DIA						
	Mediodía		Noche		Total Burritos del día	Promedio burritos x día
	Cant x empleado	Cant empleados	Cant x empleado	Cant empleados		
Día de semana	51	1	64	1	115	
Día de fin de semana	51	2	83	2	268	192

Condición	Tarea	Tiempo x Kg	Tiempo de trabajo	# Diseño Kg	# Efectiva Kg (90%)	# Real Kg (95%)
	Cortar verduras	6 min	8 hr	80,00	72,00	68,40
A mano	Rallar queso	6 min	8 hr	80,00	72,00	68,40
Procesadora	Rallar queso	2 min	8 hr	240,00	216,00	205,20
2,8kg	Pollo	135 min	8 hr	3,56	3,20	3,04
	Cerdo	135 min	8 hr	3,56	3,20	3,04
2,8kg	Vaca	135 min	8 hr	3,56	3,20	3,04
	Tofu	58 min	8 hr	8,28	7,45	7,08
	Sofritas	50 min	8 hr	9,60	8,64	8,21
	tortilla	30 min	8 hr	16,00	14,40	13,68
	Arroz	28 min	8 hr	17,14	15,43	14,66
	Legumbre	38 min	8 hr	12,63	11,37	10,80
Olla de 12 lt	Caldo	172 min	8 hr	2,79	2,51	2,39
	Hummus	42 min	8 hr	11,43	10,29	9,77
	Guacamole	10 min	8 hr	48,00	43,20	41,04
	Cebolla caramelizada	40 min	8 hr	12,00	10,80	10,26
	Bacon	25 min	8 hr	19,20	17,28	16,42
	Kimchi	95 min	8 hr	5,05	4,55	4,32
	Chucrut	125 min	8 hr	3,84	3,46	3,28
	Pico de Gallo	15 min	8 hr	32,00	28,80	27,36
	Pepinillos	50 min	8 hr	9,60	8,64	8,21
	Alioli	20 min	8 hr	24,00	21,60	20,52
	Miso y Miel	8 min	8 hr	60,00	54,00	51,30
	Sour Cream	25 min	8 hr	19,20	17,28	16,42
	Mayonesa Gochujanj	20 min	8 hr	24,00	21,60	20,52
	Mayonesa de cilantro	23	8 hr	20,87	18,78	17,84

Proyección Gastos Fijos					Dólar	1400
Concepto de Costo Fijo	Monto Mensual Estimado (sin IVA)	Observaciones / Supuestos	Mismo mes	Mes siguiente		
Alquiler del Local	\$2.000.000,00		\$2.000.000,00			
Expensas	\$50.000,00		\$50.000,00			
Servicios (Luz, Agua, Gas)	\$300.000,00	Estimación promedio		\$300.000,00		
Sueldos y Cargas Sociales	\$800.000,00	Personal administrativo, cocina, salón (base)		\$800.000,00		
Seguros	\$19.500,00	Seguro de incendio, responsabilidad civil		\$19.500,00		
Mantenimiento y Reparaciones		Mantenimiento preventivo, pequeñas reparaciones				
Impuestos y Tasas Fijas	\$280.000,00	ARBA, ABL, etc.		\$280.000,00		
Gastos de Administración	\$20.000,00	Material de oficina, contaduría, legales	20000			
Amortizaciones		Depreciación de activos fijos (calcular anualmente y dividir por 12)				
Otros Costos Fijos						
TOTAL COSTOS FIJOS MENSUALES	\$3.469.500,00		\$2.070.000,00	1399500		
\$	\$3.469.500,00		\$2.070.000,00	\$1.399.500,00		
USD	\$2.478,21		\$1.478,57	\$999,64		

Dólar 1400

CCT - UTHGRA

Operativo

Administrativo	Puesto laboral	Puesto CCT	S.B. 48HS	Cant. Hs	Proporciona l	AD. 47% (CABA)	S. Bruto	Cont. (28%)	Costo total mensual	Vac. Bruto	SAC. Bruto	Cont. Vac. (28%)	Cont. SAC (28%)	Costo laboral anual total
O	Cocinero	Cocinero Cat 6	\$1.044.479,00	48,00	\$1.044.479,00	\$490.905,13	\$1.535.384,13	\$429.907,56	\$1.965.291,69	\$859.815,11	\$1.535.384,13	\$240.748,23	\$429.907,56	\$26.649.355,27
O	Cocinero	Cocinero Cat 6	\$1.044.479,00	48,00	\$1.044.479,00	\$490.905,13	\$1.535.384,13	\$429.907,56	\$1.965.291,69	\$859.815,11	\$1.535.384,13	\$240.748,23	\$429.907,56	\$26.649.355,27
O	Cajero	Cajero Cat 4	\$936.035,00	48,00	\$936.035,00	\$439.936,45	\$1.375.971,45	\$385.272,01	\$1.761.243,46	\$770.544,01	\$1.375.971,45	\$215.752,32	\$385.272,01	\$23.882.461,26
O	Cajero	Cajero Cat 4	\$936.035,00	30,00	\$585.021,88	\$274.960,28	\$859.982,16	\$240.795,00	\$1.100.777,16	\$481.590,01	\$859.982,16	\$134.845,20	\$240.795,00	\$14.926.538,29
O	Despachante	Despachante Cat 2	\$847.146,00	48,00	\$847.146,00	\$398.158,62	\$1.245.304,62	\$348.685,29	\$1.593.989,91	\$697.370,59	\$1.245.304,62	\$195.263,76	\$348.685,29	\$21.614.503,23
O	Despachante	Despachante Cat 2	\$847.146,00	30,00	\$529.466,25	\$248.849,14	\$778.315,39	\$217.928,31	\$996.243,70	\$435.856,62	\$778.315,39	\$122.039,85	\$217.928,31	\$13.509.064,52
O	Despachante	Despachante Cat 2	\$847.146,00	22,50	\$397.099,69	\$186.636,85	\$583.736,54	\$163.446,23	\$747.182,77	\$326.892,46	\$583.736,54	\$91.529,89	\$163.446,23	\$10.131.798,39
O	Despachante	Despachante Cat 2	\$847.146,00	15,00	\$264.733,13	\$124.424,57	\$389.157,69	\$108.964,15	\$498.121,85	\$217.928,31	\$389.157,69	\$61.019,93	\$108.964,15	\$6.754.532,26
A	Gerente	cat 6 por 3	\$3.133.437,00	48,00	\$3.133.437,00	\$1.472.715,39	\$4.606.152,39	\$1.289.722,67	\$5.895.875,06	\$2.579.445,34	\$4.606.152,39	\$722.244,69	\$1.289.722,67	\$79.948.065,80
TOTALES			\$10.483.049,00		\$8.781.896,94	\$4.127.491,56	\$12.909.388,50	\$3.614.628,78	\$16.524.017,28	\$7.229.257,56	\$12.909.388,50	\$2.024.192,12	\$3.614.628,78	\$224.065.674,28

TOTAL \$ 224.065.674,28 \$ 160.046,91

AÑO 1	COSTO LABORAL A PAGAR	AÑO 2	COSTO LABORAL A PAGAR	AÑO 3	COSTO LABORAL A PAGAR	AÑO 4*	SUELDOS A PAGAR
ENERO		ENERO	\$16.524.017,28	ENERO	\$16.524.017,28	*Fuera del horizonte tempral.	
FEBRERO	\$16.524.017,28	FEBRERO	\$16.524.017,28	FEBRERO	\$16.524.017,28	ENERO año 4	\$ 16.524.017,28
MARZO	\$16.524.017,28	MARZO	\$16.524.017,28	MARZO	\$16.524.017,28	TOTAL PAGOS USD AÑO 4	USD 11.802,87
ABRIL	\$16.524.017,28	ABRIL	\$16.524.017,28	ABRIL	\$16.524.017,28		
MAYO	\$16.524.017,28	MAYO	\$16.524.017,28	MAYO	\$16.524.017,28		
JUNIO	\$16.524.017,28	JUNIO	\$16.524.017,28	JUNIO	\$16.524.017,28		
JULIO	\$24.786.025,92	JULIO	\$24.786.025,92	JULIO	\$24.786.025,92		
AGOSTO	\$16.524.017,28	AGOSTO	\$16.524.017,28	AGOSTO	\$16.524.017,28		
SEPTIEMBRE	\$16.524.017,28	SEPTIEMBRE	\$16.524.017,28	SEPTIEMBRE	\$16.524.017,28		
OCTUBRE	\$16.524.017,28	OCTUBRE	\$16.524.017,28	OCTUBRE	\$16.524.017,28		
NOVIEMBRE	\$16.524.017,28	NOVIEMBRE	\$16.524.017,28	NOVIEMBRE	\$16.524.017,28		
DICIEMBRE	\$34.039.475,59	DICIEMBRE	\$34.039.475,59	DICIEMBRE	\$34.039.475,59		
TOTAL PAGOS AÑO 1	\$ 207.541.657,01	TOTAL PAGOS AÑO 2	\$ 224.065.674,28	TOTAL PAGOS AÑO 3	\$ 224.065.674,28		
TOTAL PAGOS USD AÑO 1	USD 148.244,04	TOTAL PAGOS USD AÑO 2	USD 160.046,91	TOTAL PAGOS USD AÑO 3	USD 160.046,91		

Dolar

1400

CARTA DE PRODUCTOS - ANALISIS costos variables Materia prima - PROYECCION de VENTAS

Producto/Servicio	Receta / Insumo	Cantidad (Bruto)	U. M	Precio Proveedor (\$)	Costo (\$)	Precio de venta (\$)	CM (contribucion marginal)	Ventas diarias (un)	Ingreso por venta (\$)	Ponderacion	Necesidad diaria MP	U. M	Compra mensual (\$)	Dias Laborales	Venta mensual (\$)	Compra mensual (\$)
Burrito Generico	Tortilla	0.070	Kg	\$ 483.07							10.08	Kg	\$ 4.869.39		\$ 126.604.13	
	Proteina	0.070	Kg	\$ 7.850.63							10.08	Kg	\$ 79.134.33		\$ 2.067.492.56	
	Arroz	0.050	Kg	\$ 518.16							7.20	Kg	\$ 3.730.75		\$ 96.999.57	
	Legumbre	0.050	Kg	\$ 1.223.59							7.20	Kg	\$ 8.809.88		\$ 229.056.95	
	Vegetales	0.075	Kg	\$ 3.028.72							10.80	Kg	\$ 32.710.14		\$ 850.463.62	
	Topplings	0.050	Kg	\$ 8.714.65							7.20	Kg	\$ 62.745.49		\$ 1.631.382.84	
	Quesos	0.025	Kg	\$ 18.453.92							3.60	Kg	\$ 66.434.10		\$ 1.727.286.58	
	Salsas	0.020	Kg	\$ 3.057.37							2.88	Kg	\$ 8.805.23		\$ 228.936.08	
	Papel aluminio	1	Un	\$149.00							144.00	Un	\$ 21.456.00		\$ 557.856.00	
	Caja empaque	1	Un	\$540.17							144.00	Un	\$ 77.784.48		\$ 2.022.396.48	
	Bolsa empaque	1	Un	\$463.92	\$ 3.009	\$ 15.000	80%	144	\$ 2.160.000,00	39%	144.00	Un	\$ 66.804.48	26	\$ 56.160.000,00	\$ 1.736.916.48
	Burrito Proteico	Tortilla	0.070	Kg	\$ 483.07							0.70	Kg	\$ 3.381.15		\$ 8.791.95
Pollo		0.070	Kg	\$ 4.425.53							0.70	Kg	\$ 4.977.87		\$ 13.694.61	
Arroz Integral		0.050	Kg	\$ 518.16							0.50	Kg	\$ 259.08		\$ 6.736.08	
Poroto Negro		0.050	Kg	\$ 3.123.14							0.50	Kg	\$ 1.561.57		\$ 40.600.83	
Garbanzo		0.050	Kg	\$ 3.123.14							0.50	Kg	\$ 1.561.57		\$ 40.600.83	
Hummus		0.025	Kg	\$ 2.450.35							0.25	Kg	\$ 612.59		\$ 15.927.30	
Zanahoria		0.025	Kg	\$ 565.45							0.25	Kg	\$ 141.36		\$ 3.675.45	
Morrón		0.025	Kg	\$ 8.457.90							0.25	Kg	\$ 2.114.48		\$ 54.976.35	
Choclo		0.025	Kg	\$ 3.272.73							0.25	Kg	\$ 918.18		\$ 23.272.73	
Feta		0.025	Kg	\$ 3.042.15							0.25	Kg	\$ 760.54		\$ 19.373.97	
Mayonesa de cilantro		0.010	Kg	\$ 2.537.75							0.10	Kg	\$ 253.78		\$ 6.598.16	
Atoll		0.010	Kg	\$ 2.443.27							0.10	Kg	\$ 244.33		\$ 6.352.50	
Papel aluminio	1	Un	\$149.00							10.00	Un	\$ 1.490.00		\$ 38.740.00		
Caja empaque	1	Un	\$540.17							10.00	Un	\$ 5.401.70		\$ 140.444.20		
Bolsa empaque	1	Un	\$463.92	\$ 2.969	\$ 12.500	76%	10	\$ 125.000,00	3%	10.00	Un	\$ 4.639.20	26	\$ 3.250.000,00	\$ 120.619.20	
Burrito Mediterraneo	Tortilla	0.070	Kg	\$ 317.73							0.70	Kg	\$ 222.41		\$ 5.782.62	
	Pollo	0.070	Kg	\$ 4.425.53							0.70	Kg	\$ 4.977.87		\$ 13.694.61	
	Arroz Blanco	0.050	Kg	\$ 1.198.35							0.50	Kg	\$ 599.17		\$ 15.578.51	
	Garbanzo	0.050	Kg	\$ 1.814.88							0.50	Kg	\$ 907.44		\$ 23.593.39	
	Tomate	0.025	Kg	\$ 1.148.76							0.25	Kg	\$ 287.19		\$ 7.466.94	
	Pepino	0.025	Kg	\$ 735.54							0.25	Kg	\$ 183.88		\$ 4.780.99	
	Morrón	0.025	Kg	\$ 8.457.90							0.25	Kg	\$ 2.114.48		\$ 54.976.35	
	Feta	0.025	Kg	\$ 23.042.15							0.25	Kg	\$ 5.760.54		\$ 149.773.97	
	Hummus	0.100	Kg	\$ 2.450.35							1.00	Kg	\$ 2.450.35		\$ 6.352.50	
	Sour Cream	0.010	Kg	\$ 3.320.43							0.10	Kg	\$ 332.04		\$ 8.631.12	
	Mayones cilantro	0.010	Kg	\$ 2.537.75							0.10	Kg	\$ 253.78		\$ 6.598.16	
	Papel aluminio	1	Un	\$149.00							10.00	Un	\$ 1.490.00		\$ 38.740.00	
Caja empaque	1	Un	\$540.17							10.00	Un	\$ 5.401.70		\$ 140.444.20		
Bolsa empaque	1	Un	\$463.92	\$ 2.884	\$ 12.500	77%	10	\$ 125.000,00	3%	10.00	Un	\$ 4.639.20	26	\$ 3.250.000,00	\$ 120.619.20	
Burrito Vegano	Tortilla Integral	0.070	Kg	\$ 648.42							0.70	Kg	\$ 453.90		\$ 11.801.29	
	Tofu	0.070	Kg	\$ 8.326.63							0.70	Kg	\$ 5.827.94		\$ 15.526.49	
	Arroz Basmati	0.050	Kg	\$ 1.094.21							0.50	Kg	\$ 487.11		\$ 12.623.79	
	Poroto Negro	0.050	Kg	\$ 3.123.14							0.50	Kg	\$ 1.561.57		\$ 40.600.83	
	Guacamole	0.030	Kg	\$ 5.177.87							0.30	Kg	\$ 1.553.36		\$ 40.387.40	
	Pepinillos	0.030	Kg	\$ 3.447.45							0.30	Kg	\$ 1.034.23		\$ 26.890.09	
	Kimchi	0.030	Kg	\$ 1.301.57							0.30	Kg	\$ 390.47		\$ 10.152.25	
	Tomate	0.030	Kg	\$ 1.148.76							0.30	Kg	\$ 344.63		\$ 8.960.33	
	Lechuga	0.030	Kg	\$ 1.644.63							0.30	Kg	\$ 493.39		\$ 12.828.10	
	Choclo	0.030	Kg	\$ 3.272.73							0.30	Kg	\$ 981.82		\$ 25.527.27	
	Papel aluminio	1	Un	\$149.00							10.00	Un	\$ 1.490.00		\$ 38.740.00	
	Caja empaque	1	Un	\$540.17							10.00	Un	\$ 5.401.70		\$ 140.444.20	
Bolsa empaque	1	Un	\$463.92	\$ 2.502	\$ 12.500	80%	5	\$ 62.500,00	1%	10.00	Un	\$ 4.639.20	26	\$ 1.625.000,00	\$ 120.619.20	
Burrito Low Carb	Tortilla Integral	0.070	Kg	\$ 648.42							0.70	Kg	\$ 453.90		\$ 11.801.29	
	Pollo	0.070	Kg	\$ 6.700.00							0.70	Kg	\$ 4.690.00		\$ 12.194.00	
	Arroz Integral	0.050	Kg	\$ 1.190.08							0.50	Kg	\$ 595.04		\$ 15.471.07	
	Porotos colorado	0.050	Kg	\$ 4.136.36							0.50	Kg	\$ 2.068.18		\$ 53.772.73	
	Guacamole	0.025	Kg	\$ 5.177.87							0.25	Kg	\$ 1.284.47		\$ 33.656.17	
	Pico de Gallo	0.025	Kg	\$ 20.389.45							0.25	Kg	\$ 5.097.26		\$ 13.231.43	
	Lechuga	0.025	Kg	\$ 1.644.63							0.25	Kg	\$ 411.16		\$ 10.690.08	
	Pepino	0.025	Kg	\$ 735.54							0.25	Kg	\$ 183.88		\$ 4.780.99	
	Zanahoria	0.025	Kg	\$ 565.45							0.25	Kg	\$ 141.36		\$ 3.675.45	
	Parmesano	0.025	Kg	\$ 17.479.34							0.25	Kg	\$ 4.369.83		\$ 113.615.70	
	Mayones cilantro	0.020	Kg	\$ 2.537.75							0.20	Kg	\$ 507.55		\$ 13.196.32	
	Papel aluminio	1	Un	\$149.00							3.00	Un	\$ 447.00		\$ 11.622.00	
Caja empaque	1	Un	\$540.17							3.00	Un	\$ 1.620.51		\$ 42.133.26		
Bolsa empaque	1	Un	\$463.92	\$ 3.134	\$ 12.500	75%	3	\$ 37.500,00	1%	3.00	Un	\$ 1.391.76	26	\$ 975.000,00	\$ 36.185.76	
Bowl Generico	Proteina	0.070	Kg	\$ 7.850.63							1.40	Kg	\$ 10.990.88		\$ 28.762.86	
	Arroz	0.120	Kg	\$ 518.16							2.40	Kg	\$ 1.243.58		\$ 32.333.19	
	Legumbre	0.050	Kg	\$ 1.223.59							1.00	Kg	\$ 1.223.59		\$ 31.813.46	
	Vegetales	0.075	Kg	\$ 8.714.65							1.50	Kg	\$ 13.071.98		\$ 339.871.43	
	Topplings	0.050	Kg	\$ 3.028.72							1.00	Kg	\$ 3.028.72		\$ 78.746.63	
	Quesos	0.025	Kg	\$ 18.453.92							0.50	Kg	\$ 9.226.96		\$ 239.900.91	
	Salsas	0.020	Kg	\$ 3.057.37							0.40	Kg	\$ 1.222.95		\$ 31.796.68	
	Bowl	1	Un	\$ 312.16							20.00	Un	\$ 6.243.20		\$ 162.333.20	
	Tapa bowl	1	Un	\$ 234.86							20.00	Un	\$ 4.697.20		\$ 122.127.20	
	Caja empaque	1	Un	\$ 463.92							20.00	Un	\$ 9.278.40		\$ 241.238.40	
	Tenedor	1	Un	\$ 73.22	\$ 3.085	\$ 15.000	79%	20	\$ 300.000,00	6%	20.00	Un	\$ 1.464.40	26	\$ 7.800.000,00	\$ 38.074.40
	Papas Fritas	Papa	0.150	Kg	\$ 785.12							1.50	Kg	\$ 1.177.69		\$ 30.619.83
Seasoning		0.025	Kg	\$ 5.521.26							0.25	Kg	\$ 1.380.31		\$ 35.888.18	
Sal		0.005	Kg	\$ 991.74	\$ 512	\$ 2.500	80%	100	\$ 250.000,00	28%	0.05	Kg	\$ 495.87	26	\$ 6.500.000,00	\$ 17.893.56
Bolsita		1	Un	\$ 251.09	\$ 566	\$ 2.200	74%	60	\$ 132.000,00	17%	0.05	Kg	\$ 49.59	26	\$ 1.289.26	\$ 34.801.65
Batatas Fritas	Batata	0.150	Kg	\$ 1.148.76							1.50	Kg	\$ 1.723.14		\$ 44.801.65	
	Seasoning	0.025	Kg	\$ 5.521.26							0.25	Kg	\$ 1.380.31		\$ 35.888.18	
	Sal	0.005	Kg	\$ 991.74							0.05	Kg	\$ 49.59		\$ 1.289.26	
	Bolsita	1	Un	\$ 251.09	\$ 566	\$ 2.200	74%	60	\$ 132.0							

Dólar 1400

PRESUPUESTO DE VENTAS (ECONOMICO)

AÑO	E. Ind		E. Marca	
	AI 100%	1	2	3
ENERO	USD 35.529,66	USD 16.698,94	USD 26.291,95	USD 35.529,66
FEBRERO	USD 35.529,66	USD 16.698,94	USD 26.291,95	USD 35.529,66
MARZO	USD 43.096,98	USD 20.255,58	USD 31.891,76	USD 43.096,98
ABRIL	USD 43.096,98	USD 20.255,58	USD 31.891,76	USD 43.096,98
MAYO	USD 43.096,98	USD 20.255,58	USD 31.891,76	USD 43.096,98
JUNIO	USD 43.096,98	USD 20.255,58	USD 31.891,76	USD 43.096,98
JULIO	USD 43.096,98	USD 20.255,58	USD 31.891,76	USD 43.096,98
AGOSTO	USD 43.096,98	USD 20.255,58	USD 31.891,76	USD 43.096,98
SEPTIEMBRE	USD 35.529,66	USD 16.698,94	USD 26.291,95	USD 35.529,66
OCTUBRE	USD 35.529,66	USD 16.698,94	USD 26.291,95	USD 35.529,66
NOVIEMBRE	USD 35.529,66	USD 16.698,94	USD 26.291,95	USD 35.529,66
DICIEMBRE	USD 35.529,66	USD 16.698,94	USD 26.291,95	USD 35.529,66
TOTAL	USD 471.759,82	USD 221.727,12	USD 349.102,27	USD 471.759,82

CALCULO HBB 5%	USD 11.086,36	USD 17.455,11	USD 23.587,99
CALCULO IVA VENTAS 21%	USD 46.562,69	USD 73.311,48	USD 99.069,56

PRESUPUESTO DE COBRANZAS (FINANCIERO)

AÑO	1	2	3
ENERO	USD 16.698,94	USD 26.291,95	USD 35.529,66
FEBRERO	USD 16.698,94	USD 26.291,95	USD 35.529,66
MARZO	USD 20.255,58	USD 31.891,76	USD 43.096,98
ABRIL	USD 20.255,58	USD 31.891,76	USD 43.096,98
MAYO	USD 20.255,58	USD 31.891,76	USD 43.096,98
JUNIO	USD 20.255,58	USD 31.891,76	USD 43.096,98
JULIO	USD 20.255,58	USD 31.891,76	USD 43.096,98
AGOSTO	USD 20.255,58	USD 31.891,76	USD 43.096,98
SEPTIEMBRE	USD 16.698,94	USD 26.291,95	USD 35.529,66
OCTUBRE	USD 16.698,94	USD 26.291,95	USD 35.529,66
NOVIEMBRE	USD 16.698,94	USD 26.291,95	USD 35.529,66
DICIEMBRE	USD 16.698,94	USD 26.291,95	USD 35.529,66
TOTAL	USD 221.727,12	USD 349.102,27	USD 471.759,82

PROYECCION VENTAS ANUALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
POR AÑO	USD 221.727,12	USD 349.102,27	USD 471.759,82
TOTAL VENTAS HORIZONTE TEMP.	USD 1.042.589,21		

Estacionalidad Marca	
Año 1	47,0%
Año 2	74,0%
Año 3	100%

PRESUPUESTO DE COMPRAS (ECONOMICO)

AÑO	E. Ind Al 100%	E. Marca		
		1	2	3
		47,0%	74,0%	100%
ENERO	USD 6.796,25	USD 3.194,24	USD 5.029,22	USD 6.796,25
FEBRERO	USD 6.796,25	USD 3.194,24	USD 5.029,22	USD 6.796,25
MARZO	USD 8.243,75	USD 3.874,56	USD 6.100,38	USD 8.243,75
ABRIL	USD 8.243,75	USD 3.874,56	USD 6.100,38	USD 8.243,75
MAYO	USD 8.243,75	USD 3.874,56	USD 6.100,38	USD 8.243,75
JUNIO	USD 8.243,75	USD 3.874,56	USD 6.100,38	USD 8.243,75
JULIO	USD 8.243,75	USD 3.874,56	USD 6.100,38	USD 8.243,75
AGOSTO	USD 8.243,75	USD 3.874,56	USD 6.100,38	USD 8.243,75
SEPTIEMBRE	USD 6.796,25	USD 3.194,24	USD 5.029,22	USD 6.796,25
OCTUBRE	USD 6.796,25	USD 3.194,24	USD 5.029,22	USD 6.796,25
NOVIEMBRE	USD 6.796,25	USD 3.194,24	USD 5.029,22	USD 6.796,25
DICIEMBRE	USD 6.796,25	USD 3.194,24	USD 5.029,22	USD 6.796,25
TOTAL	USD 90.239,99	USD 42.412,80	USD 66.777,59	USD 90.239,99

IVA COMPRAS USD 8.906,69 USD 14.023,29 USD 18.950,40

PRESUPUESTO DE PAGO DE COMPRAS (FINANCIERO)

AÑO	1	2	3
ENERO	USD 3.194,24	USD 5.029,22	USD 6.796,25
FEBRERO	USD 3.194,24	USD 5.029,22	USD 6.796,25
MARZO	USD 3.874,56	USD 6.100,38	USD 8.243,75
ABRIL	USD 3.874,56	USD 6.100,38	USD 8.243,75
MAYO	USD 3.874,56	USD 6.100,38	USD 8.243,75
JUNIO	USD 3.874,56	USD 6.100,38	USD 8.243,75
JULIO	USD 3.874,56	USD 6.100,38	USD 8.243,75
AGOSTO	USD 3.874,56	USD 6.100,38	USD 8.243,75
SEPTIEMBRE	USD 3.194,24	USD 5.029,22	USD 6.796,25
OCTUBRE	USD 3.194,24	USD 5.029,22	USD 6.796,25
NOVIEMBRE	USD 3.194,24	USD 5.029,22	USD 6.796,25
DICIEMBRE	USD 3.194,24	USD 5.029,22	USD 6.796,25
TOTAL	USD 42.412,80	USD 66.777,59	USD 90.239,99

PROYECCION COMPRAS ANUALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
POR AÑO	USD 42.412,80	USD 66.777,59	USD 90.239,99
TOTAL COMPRAS HORIZONTE TEMP.	USD 199.430,38		

Estacionalidad Marca	
Año 1	47,0%
Año 2	74,0%
Año 3	100%

PRESUPUESTO DE GASTOS (ECONOMICO)						
	1	IBB	2	IBB	3	IBB
ENERO	USD 2.478,21	USD 834,85	USD 2.478,21	USD 1.314,60	USD 2.478,21	USD 1.778,48
FEBRERO	USD 2.478,21	USD 834,85	USD 2.478,21	USD 1.314,60	USD 2.478,21	USD 1.778,48
MARZO	USD 2.478,21	USD 1.012,73	USD 2.478,21	USD 1.314,60	USD 2.478,21	USD 2.154,85
ABRIL	USD 2.478,21	USD 1.012,73	USD 2.478,21	USD 1.314,60	USD 2.478,21	USD 2.154,85
MAYO	USD 2.478,21	USD 1.012,73	USD 2.478,21	USD 1.314,60	USD 2.478,21	USD 2.154,85
JUNIO	USD 2.478,21	USD 1.012,73	USD 2.478,21	USD 1.314,60	USD 2.478,21	USD 2.154,85
JULIO	USD 2.478,21	USD 1.012,73	USD 2.478,21	USD 1.314,60	USD 2.478,21	USD 2.154,85
AGOSTO	USD 2.478,21	USD 1.012,73	USD 2.478,21	USD 1.314,60	USD 2.478,21	USD 2.154,85
SEPTIEMBRE	USD 2.478,21	USD 834,85	USD 2.478,21	USD 1.314,60	USD 2.478,21	USD 1.778,48
OCTUBRE	USD 2.478,21	USD 834,85	USD 2.478,21	USD 1.314,60	USD 2.478,21	USD 1.778,48
NOVIEMBRE	USD 2.478,21	USD 834,85	USD 2.478,21	USD 1.314,60	USD 2.478,21	USD 1.778,48
DECIEMBRE	USD 2.478,21	USD 834,85	USD 2.478,21	USD 1.314,60	USD 2.478,21	USD 1.778,48
TOTAL	USD 46.854,93		USD 47.933,84		USD 46.854,93	USD 33.306,92

PROYECCION GASTOS ANUALES POR AÑO	ANO 1	ANO 2	ANO 3
	USD 46.854,93	USD 47.933,84	USD 33.306,92
TOTAL COMPLETA HORIZONTE TEMP	USD 144.146,17		

PRESUPUESTO DE PAGO DE GASTOS (FINANCIERO)
(C=2 monto proyecto PACAR)

ANO 1	MISMO MES	MES SIGUIENTE	IBB	IVA	TOTAL PAGOS FLUJO MES	ANO 2	MISMO MES	MES SIGUIENTE	IBB	IVA	TOTAL PAGOS FLUJO MES	ANO 3	MISMO MES	MES SIGUIENTE	IBB	IVA	TOTAL PAGOS FLUJO MES
ENERO	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 834,85	USD 2.355,99	USD 3.213,16	ENERO	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 834,85	USD 2.355,99	USD 3.213,16	ENERO	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 1.141,46	USD 4.461,17	USD 3.762,81
FEBRERO	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 834,85	USD 2.355,99	USD 3.213,16	FEBRERO	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 1.141,46	USD 4.461,17	USD 3.762,81	FEBRERO	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 1.141,46	USD 4.461,17	USD 4.254,70
MARZO	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 1.012,73	USD 2.468,62	USD 4.059,36	MARZO	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 1.314,60	USD 4.461,17	USD 3.762,81	MARZO	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 1.314,60	USD 4.461,17	USD 4.633,36
ABRIL	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 1.012,73	USD 2.468,62	USD 4.059,36	ABRIL	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 1.314,60	USD 4.461,17	USD 3.762,81	ABRIL	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 1.314,60	USD 4.461,17	USD 4.633,36
MAYO	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 1.012,73	USD 2.468,62	USD 4.059,36	MAYO	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 1.314,60	USD 4.461,17	USD 3.762,81	MAYO	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 1.314,60	USD 4.461,17	USD 4.633,36
JUNIO	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 1.012,73	USD 2.468,62	USD 4.059,36	JUNIO	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 1.314,60	USD 4.461,17	USD 3.762,81	JUNIO	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 1.314,60	USD 4.461,17	USD 4.633,36
JULIO	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 1.012,73	USD 2.468,62	USD 4.059,36	JULIO	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 1.314,60	USD 4.461,17	USD 3.762,81	JULIO	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 1.314,60	USD 4.461,17	USD 4.633,36
AGOSTO	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 1.012,73	USD 2.468,62	USD 4.059,36	AGOSTO	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 1.314,60	USD 4.461,17	USD 3.762,81	AGOSTO	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 1.314,60	USD 4.461,17	USD 4.633,36
SEPTIEMBRE	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 834,85	USD 2.355,99	USD 3.213,16	SEPTIEMBRE	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 1.141,46	USD 4.461,17	USD 3.762,81	SEPTIEMBRE	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 1.141,46	USD 4.461,17	USD 4.254,70
OCTUBRE	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 834,85	USD 2.355,99	USD 3.213,16	OCTUBRE	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 1.141,46	USD 4.461,17	USD 3.762,81	OCTUBRE	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 1.141,46	USD 4.461,17	USD 4.254,70
NOVIEMBRE	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 834,85	USD 2.355,99	USD 3.213,16	NOVIEMBRE	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 1.141,46	USD 4.461,17	USD 3.762,81	NOVIEMBRE	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 1.141,46	USD 4.461,17	USD 4.254,70
DECIEMBRE	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 834,85	USD 2.355,99	USD 3.213,16	DECIEMBRE	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 1.141,46	USD 4.461,17	USD 3.762,81	DECIEMBRE	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 1.141,46	USD 4.461,17	USD 4.254,70
TOTAL PAGOS AÑO 1	USD 31.911,52					TOTAL PAGOS AÑO 2	USD 31.911,52					TOTAL PAGOS AÑO 3	USD 33.306,92				
IVA ANUAL						USD 57.898,90						USD 79.590,32					

ANO 4	MISMO MES	MES SIGUIENTE	IBB	IVA	TOTAL PAGOS FLUJO MES
ENERO	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 1.141,46	USD 4.461,17	USD 3.762,81
FEBRERO	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 1.141,46	USD 4.461,17	USD 4.254,70
MARZO	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 1.314,60	USD 4.461,17	USD 4.633,36
ABRIL	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 1.314,60	USD 4.461,17	USD 4.633,36
MAYO	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 1.314,60	USD 4.461,17	USD 4.633,36
JUNIO	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 1.314,60	USD 4.461,17	USD 4.633,36
JULIO	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 1.314,60	USD 4.461,17	USD 4.633,36
AGOSTO	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 1.314,60	USD 4.461,17	USD 4.633,36
SEPTIEMBRE	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 1.141,46	USD 4.461,17	USD 4.254,70
OCTUBRE	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 1.141,46	USD 4.461,17	USD 4.254,70
NOVIEMBRE	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 1.141,46	USD 4.461,17	USD 4.254,70
DECIEMBRE	USD 1.478,17	USD 999,84	USD 1.141,46	USD 4.461,17	USD 4.254,70
TOTAL PAGOS AÑO 4	USD 33.306,92				

P
O
B
A
A
O

Dólar 1400

PRESUPUESTO ECONÓMICO (Estado de Resultados)

AÑOS		1	2	3	Total Horizonte
Ventas		USD 221.727,12	USD 349.102,27	USD 471.759,82	USD 1.042.589,21
- Costo de Ventas		USD 42.412,80	USD 66.777,59	USD 90.239,99	USD 199.430,38
- COSTO de RRHH		USD 160.046,91	USD 160.046,91	USD 160.046,91	USD 480.140,73
EBIT DA	Resultado Bruto	USD 19.267,41	USD 122.277,76	USD 221.472,92	
- GASTOS FIJOS					
GASTOS FIJOS		USD 29.738,57	USD 29.738,57	USD 29.738,57	
IIBB		USD 11.086,36	USD 17.455,11	USD 23.587,99	
TOTAL GASTOS EROGABLES		USD 40.824,93	USD 47.193,68	USD 53.326,56	
AMORTIZACIONES		USD 1.954,55	USD 1.954,55	USD 1.954,55	USD 5.863,66
Total GASTOS		USD 42.779,48	USD 49.148,24	USD 55.281,12	USD 147.208,83
EBIT	Resultado antes de impuesto a las ganancias	-USD 23.512,07	USD 73.129,53	USD 166.191,80	USD 215.809,26
Cuota fija ganancias		USD 0,00	USD 0,00	USD 18.157,07	
- Impuesto a la ganancia		30%	USD 0,00	USD 12.404,36	USD 28.069,06
EBT	Resultado neto	-USD 23.512,07	USD 60.725,16	USD 119.965,68	USD 157.178,77
TOTAL COSTOS (EN		91,31%	64,97%	53,05%	
Mg. Bruto		8,69%	35,03%	46,95%	
Mg. Neto		-10,60%	17,39%	25,43%	
Ventas Equilibrio		\$492.301,30	\$140.317,92	\$117.754,39	
\$ promedio		6,88	6,88	6,88	
Unidades de Eq		71.546	20.392	17.113	

Mas de	%	Cuota fija
\$0,00	25%	0
\$101.679.575,26	30%	\$25.419.893,82
\$1.016.795.752,62	35%	\$299.954.747,02

IMPUESTO A LAS GANANCIAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
resultado antes de impuestos en pesos	-\$32.916.898,86	\$102.381.335,87	\$232.668.524,88
Perdida acumulada	\$0,00	-\$32.916.898,86	\$0,00
Monto fijo	\$0,00		\$25.419.893,82
Excedente	-\$32.916.898,86	\$69.464.437,01	\$130.988.949,62
Alicuota	25%	25%	30%
Monto variable	\$0,00	\$17.366.109,25	\$39.296.684,89
Total a pagar	\$0,00	\$17.366.109,25	\$64.716.578,71

Dólar	1400				
Presupuesto Financiero - (Cash Flow)					
AÑOS	1	2	3	TOTAL	
Ingresos:					
Saldo Inicial Caja	USD 12.456,57	USD 4.536,51	USD 80.100,24		
Totales de Cobranzas	USD 221.727,12	USD 349.102,27	USD 471.759,82	USD 1.042.589,21	
Total Ingresos	USD 234.183,69	USD 353.638,78	USD 551.860,06	USD 1.139.682,53	
Egresos:					
Tot. Pago a Proveedores	USD 42.412,80	USD 66.777,59	USD 90.239,99	USD 199.430,38	
Tot. Pagos de Gastos + iibb	USD 38.990,34	USD 46.714,03	USD 52.864,68	USD 138.569,05	
Tot. Pago sueldos + C. sociales	USD 148.244,04	USD 160.046,91	USD 160.046,91	USD 468.337,86	
Tot. Imp. 30% pagos - IIGG		USD 0,00	USD 12.404,36	USD 12.404,36	
Total Egresos:	USD 229.647,17	USD 273.538,54	USD 315.555,94	USD 818.741,66	
Saldo de Caja:	USD 4.536,51	USD 80.100,24	USD 236.304,12		

Dólar	Dólar			
BALANCE AL INICIO DEL EJERCICIO				
Estado de Situación Patrimonial al 31/10/2025				
	Activo		Pasivo	
	Caja	USD 12.456,57	Sueldos a pagar	
			Gastos a pagar	
	Bs. De Uso original	USD 16.449,46		
			Total Pasivo	USD 0,00
			Patrimonio Neto	
			Capital	USD 28.906,03
			Reservas	USD 0,00
			Resultados	USD 0,00
			Total PN	USD 28.906,03
	Total Activo	USD 28.906,03	Total Pasivo + PN	USD 28.906,03
				USD 0,00
BALANCE PROYECTADO				
Estado de Situación Patrimonial Proyectado				
	Activo		Pasivo	
	Caja	USD 236.304,12		
	Créditos		Gastos a pagar	USD 999,64
			Sueldos a pagar	USD 11.802,87
	Bs. De Uso original	USD 16.449,46	Ingresos Brutos a pagar	USD 1.776,48
	amort acum	-USD 5.863,66		
			Imp. Ganancias	USD 46.226,13
			Total Pasivo	USD 60.805,12
			Patrimonio Neto	
			Capital	USD 28.906,03
			Reservas	USD 0,00
			Resultados	USD 157.178,77
			Total Patr.Net	USD 186.084,80
	Total Activo	USD 246.889,92	Total Pasivo+P.Net	USD 246.889,92
				0

FREE CASH FLOW					
	ii	1	2	3	
DEL PRESUP. ECONOMICO E ii ----->	- \$35.497,51	-USD 23.512,07	USD 73.129,53	USD 166.191,80	
IIGG		USD 0,00	-USD 12.404,36	-USD 28.069,06	
AMORTIZACIONES		USD 1.954,55	USD 1.954,55	USD 1.954,55	
CAPEX		-USD 40.555,38	-USD 40.555,38	-USD 40.555,38	
FCF	- \$35.497,51	-USD 62.112,89	USD 22.124,34	USD 99.521,92	
Tasa de exigibilidad	5%				
VAN	\$11.385,56				
TIR	10,60%				FF Mes
PAYBACK	- \$35.497,51	- \$97.610,40	- \$75.486,06	\$24.035,86	USD 8.293,49
					-9,101841412

Posicion frente al IVA					
		IVA Ventas	IVA Compras	Saldo a pagar	Saldo a favor
	AÑO 1	USD 46.562,69	USD 12.409,18	USD 34.153,52	USD 0,00
	AÑO 2	USD 73.311,48	USD 14.023,29	USD 59.288,18	USD 0,00
	AÑO 3	USD 99.069,56	USD 18.950,40	USD 80.119,16	USD 0,00