



Facultad de Administración y Negocios
Licenciatura en Administración de Empresas
Desarrollo Empresarial
Prof. Alterson, Martín Andrés
Plan de Negocios
“Rayuela – Bar & Juegos”
Aula 508, TM

Integrantes:

Bergomi, Martín - LU: 135943

Fernández, Gisela Mariel - LU: 1010578

Werner, Guillermo David - LU: 1010936

Rayuela
bar & juegos

ÍNDICE	
Títulos	Página
<i>Resumen Ejecutivo</i>	1
<i>Abstract</i>	2
<i>Presentación</i>	3
<i>Forma Jurídica</i>	3
<i>Habilitaciones</i>	6
<i>Segmento</i>	8
<i>Ubicación</i>	10
<i>Propuesta de Valor</i>	12
<i>Concepto Empresarial de Negocio</i>	14
<i>Análisis Ambiental Neg. y Mercado</i>	15
<i>Análisis PEST</i>	18
<i>Concepto y tamaño Mercado Potencial</i>	22
<i>Particularidades de Mercado</i>	26
<i>Distribución Geográfica</i>	27
<i>Segmentación de Mercado</i>	29
<i>Localización</i>	31
<i>Empresas ofertantes existentes o potenciales</i>	33
<i>Plan de Marketing - Segmentos a servir</i>	36
<i>Objetivos comerciales</i>	40
<i>Producto</i>	41
<i>Características de Local / Croquis</i>	47
<i>Precio</i>	55
<i>Comunicación</i>	57
<i>Localización/Distribución</i>	60
<i>Plan de Operaciones: Procesos</i>	61
<i>Tipo de producción</i>	67
<i>Recursos Materiales</i>	68
<i>Recursos Humanos</i>	78
<i>Lay Out</i>	79
<i>Infraestructura Física</i>	84
<i>Localización/ Ubicación Estratégica</i>	97
<i>Determinación de Plazos</i>	98
<i>Capacidad</i>	100
<i>Determinación de Stocks</i>	101
<i>Gastos Operativos</i>	102
<i>Inversión y Puesta en Marcha</i>	107
<i>Plan de Recursos Humanos</i>	112
<i>Organigrama</i>	116
<i>Plan Financiero - Escenario Neutral</i>	118
<i>Detalles/Estimaciones P.Fin.Neutral</i>	136
<i>Análisis de Sensibilidad - Escenario Pesimista</i>	149
<i>Conclusiones y detalles - Pesimista</i>	167
<i>Análisis de Sensibilidad - Escenario Optimista</i>	168
<i>Conclusiones y detalles - Optimista</i>	186
<i>Plan de contingencia</i>	186
<i>Anexos</i>	188
<i>Bibliografía</i>	205

Resumen Ejecutivo

Rayuela – Bar & Juegos-, cumple la función de un café-bar que presenta una oferta gastronómica variada, combinada con una propuesta de entretenimientos para niños acorde a las distintas edades de los mismos. Entendemos que cada etapa de la niñez se caracteriza por la consecución de distintos tipos de juegos, es por ello que la zona de juegos con la que contaremos se encontrará sectorizada por edad: de 2-4 años, de 5-7 años, de 8-12 años con juegos acordes a cada rango de edad.

Comprendemos que hoy en día existe gran cantidad de padres que no pueden encontrar un servicio integral que les ofrezca la posibilidad de que sus hijos se entretengan de acuerdo a sus preferencias/intereses típicos de cada edad, y que al mismo tiempo los primeros puedan disfrutar de un momento de tranquilidad sin rescindir de tal por la demanda de atención exclusiva de sus hijos.

Estaremos situados en Av. Cabildo al 3000 – Nuñez- (eje Comercial de la Comuna 13) lo cual resulta beneficio en lo que respecta a afluencia de personas y facilidad de acceso. Contamos con un amplio local, adecuado a la propuesta que queremos brindarles a nuestros clientes, donde disponemos de tres salas de gran amplitud para cada rango determinado de edad. Cada una de las mismas cuenta juegos, juguetes, tecnología y otros elementos que contribuyen a la diversión de los niños.

Para llevar adelante este plan de negocios es necesario realizar una inversión de \$700.000, otorgando un VAN de \$ 1.010.519 descontado a una tasa del 30%. La TIR que otorga el proyecto es de 83% con un payback de 1 año y 3 meses aproximadamente, y un payback ajustado de 1 año y 9 meses.

Creemos que *Rayuela –Bar & Juegos-* constituye una excelente inversión debido a que estamos introduciéndonos en un mercado que no ha sido explotado correctamente aún. Por otro lado, *Rayuela* sería el único lugar en Capital Federal que brinde tal servicio integral que buscan los padres. En términos económicos consideramos que los plazos de recupero son acordes al tipo de negocio gastronómico principalmente, y se ofrece un crecimiento gradual a lo largo de la proyección de 5 años.

Abstract

Rayuela- Bar & Juegos-, serves as a café which has a varied cuisine, combined with a proposed entertainment for children according to the different ages of them. We understand that each stage of childhood is characterized by the pursuit of different kinds of games, so that is why we decided to make a division determined by age range with games according to each group: 2-4 years, 5-7 years, and 8-12 years.

We also understand that nowadays there is a plenty of parents who can not find a comprehensive service that offers the ability to entertain their children according to their preferences/interests which are typical of each age, and while the former can enjoy quiet time without the pressure of the demand of exclusive care from their children.

We are located at 3000 Av. Cabildo – Nuñez (comercial hub of Comuna 13) which benefits us in regard to influx of people and accessibility. We have a large room, suitable for the proposal that we provide our customers, where we have three rooms for each age range determined. Each of them has games, toys, technology and other elements that contribute to the amusement of children.

To carry out this business plan is required to make an investment of \$700.000, giving a NPV of \$1.010.519 discounted at a rate of 30%. The IRR which gives the Project is 83% with a payback of 1 year and 3 months, and an adjusted payback of 1 year and 9 months.

We believe that Rayuela-Bar & Juegos- is an excellent investment because we are introducing us to a market that has not been properly exploited yet. On the other hand, Rayuela would be the only place in Capital Federal that provides such comprehensive service seeking parents. In economic terms we believe that recovery times are according to the type of restaurant business primarily, and provides a gradual growth over the projectio of 5 years that we have estimated.

Rayuela Bar & Juegos

El proyecto que proponemos en este plan de negocios es “Rayuela – Bar & Juegos”.

“Rayuela –Bar & Juegos” desarrollará sus actividades dentro del rubro gastronómico, ya que ofrecemos un servicio de café-bar junto con una propuesta variada y amplia de menú acorde a dicho servicio (nuestra oferta es distinta a la de un restaurant), pero al mismo tiempo operaremos dentro del rubro entretenimientos/ocio, al ofrecer un espacio exclusivo para el esparcimiento y el ocio tanto de los niños como de los adultos.

Nosotros ofrecemos, como dijimos anteriormente, dicha propuesta gastronómica (la cual en el desarrollo de nuestro trabajo será detallada) para los padres en general, así como también de aquellos padres solteros y/o workaholic que no dispongan de tiempo necesario para lograr que sus hijos disfruten de un momento de ocio y conjuntamente con ello no descuidar sus obligaciones laborales. Complementamos ese servicio con una zona de juegos novedosa que consta de sectores especialmente divididos de acuerdo a las distintas edades de los niños. De tal manera, logramos satisfacer las preferencias de cada uno de ellos contando con juegos acordes y específicos a cada edad.

Por lo tanto, podemos decir que aquello que nos distingue es que hemos detectado una necesidad en el segmento mencionado- que actualmente se encuentra pobremente atendida en la zona de capital- y que ofrecemos un servicio que se adecúa a la misma, logrando diferenciarnos de las demás propuestas que se encuentran en el mercado actualmente.

✓ Forma Jurídica a adoptar

La empresa que se ubicará dentro del rubro servicios, operará bajo la forma jurídica denominada **Sociedad de Responsabilidad Limitada**. Hemos optado por adoptar este tipo de forma jurídica, ya que en primer lugar debemos considerar que somos un número escaso de socios –tres (3)- y este tipo de sociedades, como sabemos, permite la constitución de la sociedad como tal con un número mínimo de 2 a 50, y es precisamente recomendable para un número de reducido de socios por su estructura.

Adicionalmente, el hecho de constituirnos como S.R.L. limita nuestra responsabilidad como socios conforme al aporte de capital invertido que ha realizado cada uno (cuota social), lo cual implica que ante cualquier eventual inconveniente que se suscite relacionado con posibles deudas por

ejemplo, hemos de responder los socios de forma individual debido a que poseemos responsabilidad especial limitada a la integración del mencionado aporte.

Sumado a lo anterior, consideramos que la S.R.L. es la mejor forma jurídica a adoptar para este tipo de proyecto ya que su estructura más flexible, simplifica el proceso de toma de decisiones.

Sumado a ello, al inscribirnos como SRL contamos con la ventaja fiscal de evitar la doble imposición ya que por adoptar este tipo de forma jurídica, estamos afectados al sistema tributario denominado “Pass Through”.

- ***Inscripción como SRL***

En cuanto a los trámites de inscripción de la SRL, nos hemos asesorado por medio de una contadora pública con la que nos hemos entrevistado y al mismo tiempo, a través de la página correspondiente al organismo de Inspección General de Justicia (IGJ), la cual explica con detalle que para inscribir una sociedad a la misma se deberán realizar los siguientes trámites:

que se deberá presentar, como en toda inscripción de cualquier tipo de sociedad un formulario denominado “B” de reserva de nombre (que debe presentarse en la Inspección General de Justicia – previa consulta vía Internet del nombre a utilizar para la sociedad-), cuyo costo asciende a **\$75**. Este formulario tiene una vigencia de 30 días. Al mismo tiempo, se deberá presentar el formulario “H” para el mismo fin (denominación social) que asciende a un costo de **\$250**.

Luego se presentará un dictamen de precalificación profesional, el cual tal como lo enuncia la Inspección General de Justicia, deberá ser emitido por escribano público. Debemos presentar una copia protocolar de este dictamen ante la IGJ.

Sumado a ello, se deberá presentar –según la IGJ- el primer testimonio del instrumento privado que representa la constitución de la sociedad, con las firmas certificadas por escribano público. De dicho documento se deberá presentar copia simple y protocolar. En dicho instrumento privado, se deberá incluir la sede social.

Adicionalmente, se deberá presentar una documentación – tal como enuncia la IGJ- mediante la cual quede constancia de nuestra aceptación – los socios- como integrantes del órgano de administración de la sociedad – lo dicho está permitido según la Ley 19.550 de Sociedades Comerciales-. Esta documentación, deberá poseer las firmas certificadas notarialmente, es decir certificadas por escribano público. Junto con ello, se deberá presentar un documento donde conste la garantía que debemos prestar los gerentes titulares, y al mismo se deberá anexar la

póliza de seguro de caución correspondiente que se encuentre “suscripta por el profesional dictaminante”.

Ahora bien, debemos tener en consideración que debemos publicar la constitución de la sociedad en el Boletín Oficial por un día. La impresión gráfica del mismo tiene un costo de **\$790**.

Además de lo dicho anteriormente, se deberá presentar una acreditación de los aportes que efectuaremos los socios para la constitución de la sociedad. La mencionada acreditación (el original de este documento) junto con una boleta de depósito efectuado en el Banco de la Nación Argentina de los aportes que hemos realizado los socios. Junto con la acreditación y la boleta de depósito, se deberá presentar además un comprobante de pago de la llamada “tasa retributiva de servicios” que alcanza los **\$30** para este tipo de sociedades.

Finalmente, debemos presentar –como lo solicita la IGJ- una declaración jurada que enuncie que los gerentes de la sociedad no son personas expuestas políticamente. Este trámite servirá para el organismo UIF – Unidad de Información Financiera- y deberá ser certificada notarialmente.

Nos hemos asesorado con una contadora pública, como hemos mencionado al comienzo de esta descripción, (Dra. Huayta, Ingrid Noemí Matrícula CP 356/162 D.N.I. 29.389.911) para que realice un presupuesto estimado de los honorarios que deberemos pagar por las siguientes tareas:

- ✓ Relevamiento de información y asesoramiento en la redacción del contrato constitutivo: el costo asciende a **\$1.780**
- ✓ Asesoramiento en la inscripción (presentación de documentación, contestación de vistas, informes precalificatorios, entre otros) por un total de **\$1.068**.

Dichos honorarios serán adicionales al costo del Formulario “B” y “H” (reserva de homonimia), la tasa retributiva de servicios y a la publicación de la constitución de la sociedad en el Boletín Oficial (el concepto de honorarios de la contadora, se abonan por el servicio que la misma nos brinda, junto con el respectivo asesoramiento para realizar los pasos necesarios para la correcta constitución de la SRL).

Por otro lado, se deberá abonar adicionalmente la póliza del seguro de caución para cada gerente (la cual hemos averiguado a través de la aseguradora Zurich Argentina, que dicho seguro asciende a un total de **\$197** anuales para cada uno de los gerentes –en este caso seremos 3- para una sociedad con capital constitutivo mínimo de \$30.000). Sumado a lo anterior, se deberán abonar los

costos de la declaración jurada que enuncia que los gerentes de la sociedad no son expuestas políticamente (cuyo costo es de **\$120** para cada uno).

Por otro lado, debemos considerar los honorarios del escribano que se encarga, junto con la contadora pública, de la gestión de la constitución de la sociedad los cuales ascienden a un total de **\$700**.

De esta manera, la sociedad de responsabilidad limitada “Rayuela – Bar & Juegos” se constituirá con los siguientes socios-gerentes: Bergomi, Martín; Werner, Guillermo y Fernández, Gisela.

- **Habilitaciones**

En primer lugar, y previo a realizar un trámite de habilitación, es necesario definir el rubro al cual nos vamos a focalizar. Hemos consultado con arquitecto que se dedica a realizar trámites de habilitación y de acuerdo a nuestra propuesta de valor que pretendemos ofrecer, el mismo nos ha sugerido que los rubros (dentro de la clasificación general de “servicios”) que mejor se adecúan a dicha propuesta son:

- Café-Bar
- Casa de Lunch
- Despacho de bebidas, wisquería, cervecería.
- Confitería
- Comercio Minorista de Masas, Bombones, Sandwiches
- Comercio Minorista, Elaboración y Venta de Pizza, Fugazza, Faina, Empanadas, Postres, Flanes, Churros, Grill (debemos tener en cuenta que si bien nuestro concepto de negocio no abarca el concepto de “Restaurant”, este rubro nos da la libertad de ofrecer pizzetas, empanadas, porciones de pizza, entre otros, sin el requerimiento de que las mismas sean elaboradas en nuestro local. Es decir, así como buscamos que a través de este rubro abarcativo, agregar más valor al servicio que le brindamos a nuestros clientes).

Es decir, es preciso aclarar que no ofrecemos comidas elaboradas bajo el concepto de restaurant, sino que buscamos ofrecer la mayor variedad de bebidas junto con una propuesta amplia de masas, bombones, sándwiches, tostados y minutas (englobando en éste último concepto a pizzas,

empanadas, pizzetas – entre otros- sin elaboración en nuestro local sino que se recibirán las masas preparadas para la cocción de las mismas).

Una vez determinados los rubros dentro de los cuales desarrollaremos nuestras actividades, el arquitecto nos solicita el reglamento de copropiedad, ya que el local donde estamos es propiedad horizontal. Para conseguir el mismo, nos contactamos con la inmobiliaria. En el caso de que no haya ningún tipo de impedimentos o restricciones a la hora de utilizar el local, luego de que la inmobiliaria nos otorga el mencionado reglamento, el arquitecto constata que los rubros elegidos se encuentren permitidos en la zona donde estaremos ubicados nosotros. Para ello, utiliza la página Asesor Virtual de Habilitaciones – de la Agencia Gubernamental de Control- y corrobora que la zona donde se encuentra el local se encuentre apta para la instalación de los mencionados rubros.

En este caso particular, se ha confirmado –según el código de zonificación urbano- que nos encontramos en una zona C2 (Centros Principales) y C3 (Centros locales), lo cual significa que nos ubicamos en un área que está destinada – así como lo enuncia dicho código- a la instalación de “equipamiento administrativo, comercial, financiero e institucional” a escala de sectores urbanos y a escala local, con vías de alta densidad de transporte público de pasajeros –adecuada accesibilidad-. Según el Nomenclador de Habilitaciones, los rubros que buscamos están permitidos en ambas zonas.

Luego de que el arquitecto constata si los rubros son permitidos de acuerdo a la zona, el mismo se pondrá en contacto con un escribano para que éste último constate ciertos puntos del reglamento de copropiedad, tales como que coincida el número de puerta, la unidad funcional, si concuerdan los metros permitidos para el uso, entre otros.

Una vez que se concluye con tales corroboraciones, se procede a realizar el contrato de locación, el cual estará firmado por locatario y locador. Este contrato exige una Ley de Sellos, lo cual es un impuesto sobre dicho contrato comercial que comenzó a regir a partir del 2007, y asciende a una tasa de 0,08% sobre el total de los 36 meses. Luego de que el contrato se firma y que la Ley de Sellos se paga, el arquitecto nos pedirá fotocopia del estatuto de constitución de nuestra Sociedad. A partir de allí, se constata que la misma esté inscripta en la AFIP a través del CUIT y nos piden que presentemos el mismo. A la vez, nos piden que estemos inscriptos en Ingresos Brutos y presentemos un comprobante del último pago en lo que a ello respecta que se encuentre en vigencia. Sumado a esto, debemos presentar una fotocopia del último pago de Alumbrado, Barrido y Limpieza (ABL) y un comprobante del pago de Ley de Sellos (el impuesto sobre el contrato

comercial de locación). Además, nos solicitan que otorguemos una fotocopia del DNI del socio-gerente que firmará. Con todos los requerimientos cumplidos, el arquitecto efectuará una documentación técnica que deberá ser certificada por el Consejo Profesional, que en este caso será de arquitectos. Luego, se encargará de entregar dicha documentación técnica con todas las fotocopias de lo requerido anteriormente y se las entrega al escribano, quien elaborará una escritura de habilitación. La misma representa un costo de **\$730**. Allí debemos presentarnos junto con los originales de los requerimientos solicitados anteriormente, para que el escribano pueda dar fe de la validez de los mismos. Si corrobora que todo se encuentra correcto, se procede a la firma por parte del socio-gerente.

Luego, la escribanía devuelve la escritura de habilitación al arquitecto y le entrega una copia simple de la misma para que nos la brinde a nosotros mientras la habilitación concreta se encuentra en trámite (es decir, dicha copia tendría el carácter de provisoria hasta no concluya el trámite de habilitación). Ahora bien, con la escritura de habilitación el arquitecto deberá dirigirse a la Agencia de Control Comunal donde hará la presentación del trámite junto con los planos del local. Allí deberán constatar si todos los trámites se encuentren en regla y si autorizan, se deberán pagar los llamados “timbrados”. En este caso, y siguiendo el cuadro tarifario se realizará una “Declaración jurada de habilitación de usos y planos de habilitación para una superficie cubierta mayor a 100m² y menor a 500m²”, la cual asciende a **\$1.098** (en este caso no se precisa de una inspección previa, sino que el trámite simplemente se realizará con los planos del local y la escritura de habilitación).

De allí, nos otorgarán un comprobante provisoria de la habilitación hasta que la misma se concrete, para lo cual habrá que esperar aproximadamente 30 días.

Adicionalmente hemos consultado acerca de la cuestión impacto ambiental. En este caso, habrá que presentar un comprobante de que estos rubros no precisan de un estudio de impacto ambiental y se efectúa un sellado que constata que estos rubros quedan “sin relevante efecto en cuestión de impacto ambiental”, que tiene un costo de **\$50**.

Por último, hemos consultado al arquitecto acerca de los honorarios profesionales que nos cobrará por realizar el trámite de habilitación. Los mismos ascienden a un total de **\$6.000**.

✓ Segmentos

El tipo de clientes a los cuales nos dirigimos son principalmente:

- Padres en general con 1 o más hijos
- Padres workaholic con 1 o más hijos
- Padres separados con 1 o más hijos

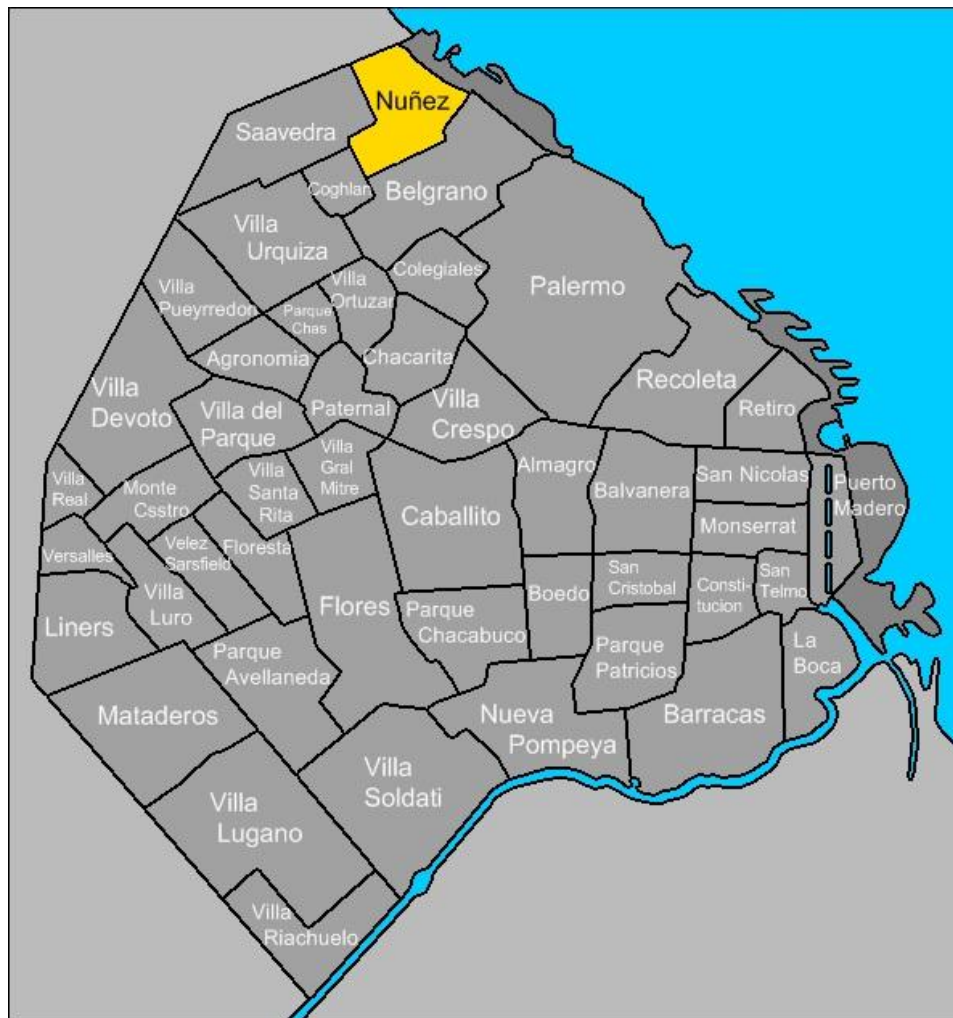
Es importante aclarar que cuando hacemos referencia a los hijos de los padres a los cuales apuntamos, estamos abarcando a niños que tengan entre 0-12 años. (En el desarrollo de este plan de negocios, explicaremos el rango de edades que está permitido para acceder a la zona de juegos).

A continuación, explicaremos como estarán satisfechas las necesidades para nuestros clientes. Como *“Rayuela – Bar & Juegos-“*, ofrecemos lo siguiente:

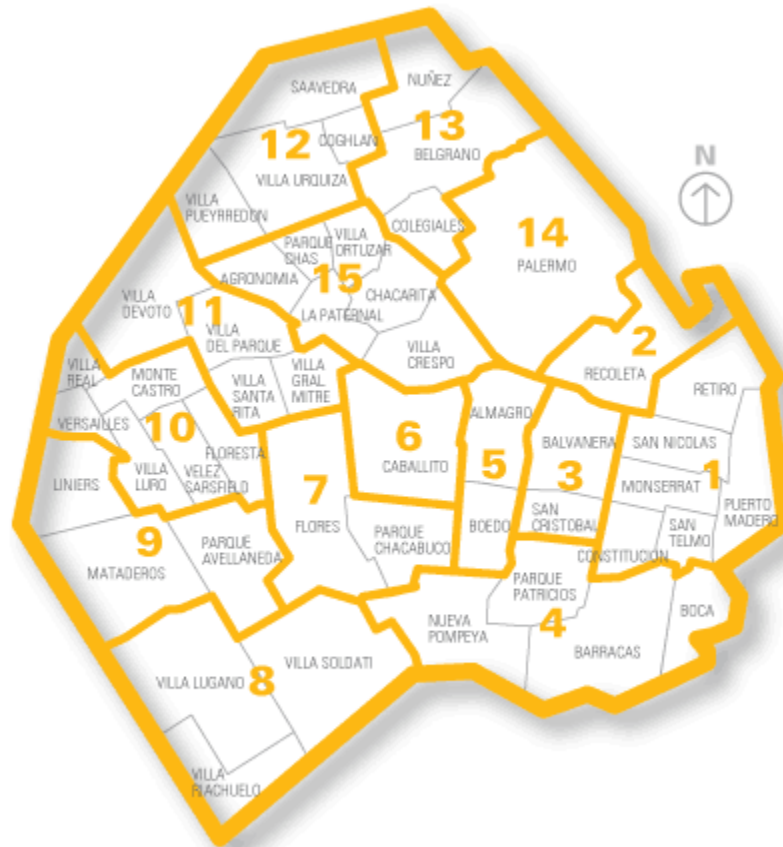
- Ambiente silencioso a través de la separación con paneles de vidrio acústicos en el sector recreativo (donde se encuentren los niños). Dicho ambiente puede ser propicio para que los adultos puedan tener un momento de mayor tranquilidad para sí mismos y/o para continuar con su trabajo.
- Un lugar donde se realizan múltiples actividades y juegos para los niños en distintas etapas de desarrollo, permitiendo a los padres contar con la seguridad de llevarlos a un espacio donde sus hijos podrán disfrutar.
- En el sector recreativo (zona de juegos), contamos con un servicio de guardería especial para los más pequeños, un grupo de animadores que guiarán a los niños en los juegos y estarán pendientes de cualquier necesidad de ellos, con lo cual quedará satisfecha la necesidad de los padres de poder tener un momento para relajarse contando con la posibilidad de supervisar los juegos ya que cada sector estará vidriado y habrá monitores colocados a lo largo del sector del café-bar, en los cuales se podrán visualizar a los distintos sectores de la zona de juegos.
- Rayuela satisface la necesidad de los clientes al ofrecer el servicio en Capital, ya que este tipo de servicios tan adaptado a las necesidades particulares de los clientes, no se ofrece en la zona.

✓ **Ubicación**

Estaremos ubicados en Capital Federal, en el barrio de **Nuñez** –al límite con el barrio de Belgrano-. Podemos observar su localización en el mapa que presentamos a continuación.



El barrio de Nuñez , la **Comuna 13** dentro de Capital Federal.



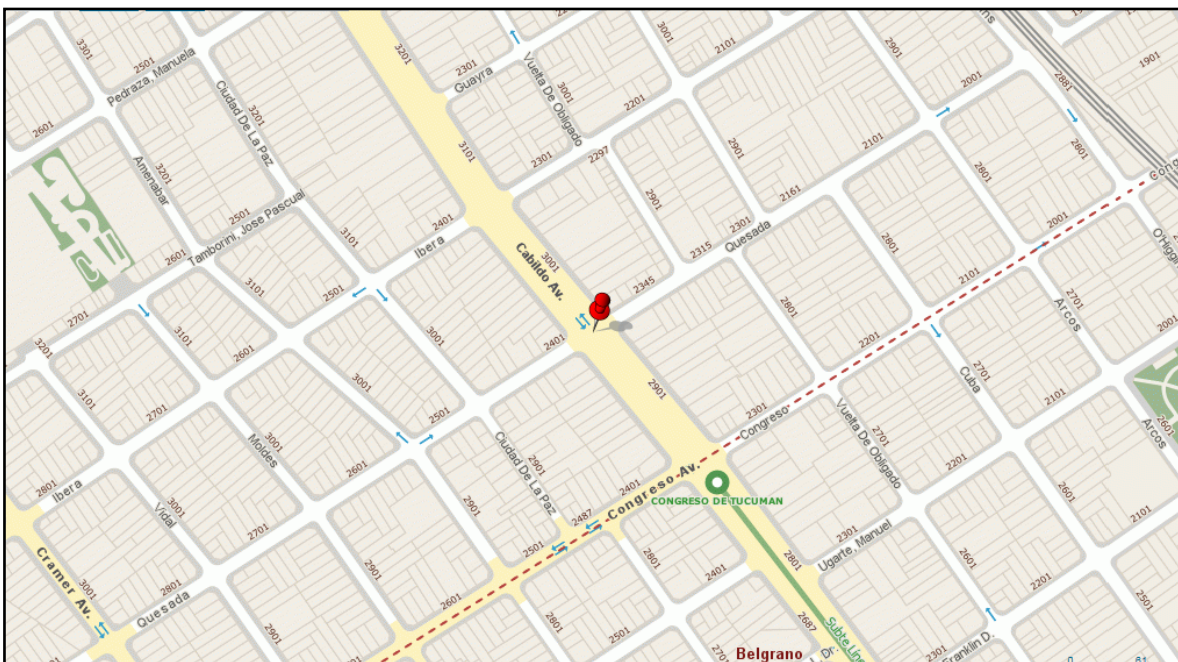
La Comuna 13 de Capital Federal posee **231.331** habitantes, según el censo efectuado en el año 2010 (*según la Cámara Empresaria de Desarrolladores Urbanos -CEDU-, la misma presenta la mayor cantidad de habitantes de la ciudad autónoma de Buenos Aires*). Debemos destacar al mismo tiempo, que la zona en la cual desarrollaremos las actividades se encuentra conformada por habitantes de clase media y clase media/alta (es decir, se considera al barrio de Belgrano como uno de los barrios con mayor poder adquisitivo de la Capital Federal).

Particularmente, la zona del barrio de Nuñez donde estaremos ubicados será sobre la intersección de Avenida Cabildo y Quesada (a una cuadra de la Avenida Congreso). Para determinarlo con mayor precisión, estaremos localizados precisamente en esquina Quesada 2422, sobre la Avenida Cabildo altura 2900. Es importante destacar que informes actualizados al año 2004 del CEDEM (Centro de Estudios para el Desarrollo Económico Metropolitano) ya demostraban la existencia de una gran concentración de locales sobre la Avenida Cabildo, y predeterminaban una tendencia creciente de la misma. Podemos confirmar que la misma se cumplió debido a que al momento de determinar la zona donde estaríamos ubicados, realizamos una investigación de mercado en la zona y gracias a la misma hemos comprobado el hecho de que la zona comercial que allí se

estableció es extensa. El informe ya lo determinaba en años anteriores, y se puede confirmar en la actualidad: existe una baja tasa de vacancia de locales, lo cual demuestra que la avenida en cuestión es, tal como lo determina el CEDEM, un “eje comercial consolidado”.

Ubicación específica en mapa

A continuación, podemos ver señalado en el siguiente mapa la intersección de la Avenida Cabildo y calle Quesada.



Intersección Avenida Cabildo y Quesada, Nuñez, Capital Federal.

En la consecución del plan de negocios, brindaremos más detalle de la zona donde estaremos ubicados, los accesos a la misma y las características del lugar que benefician el desarrollo del negocio.

✓ **Propuesta de valor**

Consideramos importante describir cuál es nuestra propuesta de valor. La misma cuenta con ciertos puntos innovadores y distintivos, tales como:

- Integración de conceptos distintos (gastronomía – ocio/entretenimiento) de forma creativa e innovadora.
- Ofrecemos una solución integral para resolver el dilema de la indecisión a la hora de elegir un lugar para entretenerse y distraerse tanto padres como los hijos, sin que los primeros deban rescindir del goce de un momento de “tranquilidad” para poder cubrir la necesidad de atención exclusiva que les reclaman los niños con el fin de divertirse.
- Ofrecemos la integración de dos sectores: *recreativo* (zona de juegos) y *café-bar* con una oferta gastronómica amplia, de manera que ambos “públicos” a los cuales estamos apuntando, se encuentren atendidos de acuerdo a las necesidades específicas de los mismos.
- Ofrecemos sectores exclusivos divididos por rangos de edad: de 2 a 4; de 5 a 7; de 8 a 12 años.
- Ambiente tranquilo para los mayores para que los mismos puedan conversar o trabajar, mientras pueden disfrutar del servicio de café-bar y un menú amplio y variado orientado a una propuesta de confitería y minutas –pizzetas, empanadas, hamburguesas, entre otros.
- Ubicación estratégica - nos encontramos localizados sobre una importante avenida muy concurrida (Cabildo) y a una cuadra de otra avenida que se destaca por el grado de afluencia de personas – Avenida Congreso-. Es decir, nos encontramos en el marco de una zona mayormente comercial, lo cual permite dar cuenta de la gran afluencia de gente en la zona y de las facilidades de acceso.
- Consideramos que una de nuestras mayores distinciones es que no poseemos competidores específicamente directos (al realizar la investigación de mercado correspondiente para comenzar con nuestro plan de negocios, se llegó a la conclusión de que por el momento no existe un competidor que ofrezca exactamente la misma propuesta de valor que nosotros), lo cual nos permite ser innovadores y poder lograr una diferenciación significativa en el mercado.

✓ **Concepto empresarial de negocio**

El concepto empresarial al cual estamos abocados, tiene relación con ofrecer una propuesta de valor única: un servicio que surge de la combinación de dos rubros distintos como es el rubro gastronómico, en este caso a través del servicio de café-bar y una propuesta de confitería, lunch y minutas y el rubro entretenimientos, a través de la instalación de la zona de juegos. Buscamos que a partir de este servicio integral, los niños puedan entretenerse con juegos acorde a cada edad y que los mismos estén supervisados, gracias al equipo de coordinadoras/es que se encontrarán en el negocio. Consecuentemente con ello, los padres podrán disfrutar de un momento de tranquilidad, contando con la garantía de que sus hijos se encuentran en una zona de juegos segura y supervisada. De tal manera, se generará para los adultos un momento propicio para destinar al ocio o bien para continuar con sus obligaciones laborales – como explicamos anteriormente, entendemos que en la actualidad, gran cantidad de empresas establecen políticas de Home-Office y es por ello que ofrecemos servicio Wi-Fi para que los padres puedan continuar con sus tareas y al mismo tiempo, tengan la posibilidad de que sus hijos estén entretenidos. Sumado a ello, y con el objetivo de generar un ambiente armonioso, las zonas de juegos poseerán divisiones de vidrio, que favorecerán la acústica.

En cuanto a nuestra ubicación, como hemos enunciado previamente, estaremos localizados en el marco de una zona mayormente comercial – al haber efectuado una investigación de mercado comprobamos que la zona se conforma por numerosos locales (restaurantes, tiendas de ropa, jugueterías, entre otros). Es decir, nos ubicamos en una zona atractiva a nivel comercial, lo cual atrae a gran cantidad de potenciales clientes de nuestro servicio. Al mismo tiempo, consideramos que nuestra ubicación posee facilidad de accesos, ya sea por la cantidad de transporte público que transita sobre la avenida Cabildo, como así también las facilidades de acceso en cuanto a las avenidas cercanas al local. Es decir, el lugar físico donde nos encontramos nos favorece en lo que respecta a circulación de consumidores y facilidad de accesos de los mismos.

Por otro lado, el hecho de estar ubicados en Capital Federal consideramos que agrega aún más valor a nuestra propuesta, ya que por el momento no existe un servicio integral como el nuestro en esta zona. Apuntamos a atender particularmente y por una cuestión de mayor cercanía a los barrios de Nuñez, Belgrano y Colegiales (Comuna 13), Palermo (Comuna 14), Recoleta (Comuna 2), Coghlan, Saavedra y Villa Urquiza (parte de la Comuna 12). Estos barrios conforman parte de la denominada Zona Norte de la Capital Federal.

En síntesis, buscamos que nuestros clientes encuentren en nosotros una propuesta diferente e innovadora, adaptándonos a sus necesidades y preferencias. Buscamos que a través de la diferenciación, capturemos un significativo market share –apuntando a los barrios mencionados anteriormente- y logremos un posicionamiento óptimo al lograr satisfacer las necesidades y deseos de un mercado que por el momento no se encuentra correctamente atendido.

✓ **Análisis del Ambiente de Negocios y Mercado**

	++	+	0	-	--
Grado de rivalidad entre competidores		X			
Poder de negociación de los clientes		X			
Poder de negociación de proveedores		X			
Amenaza de productos sustitutos				X	
Amenaza de Entrada		X			

Grado de rivalidad entre competidores

Teniendo en cuenta que no contamos con competidores directos en nuestra zona (no existe al momento un lugar que ofrezca exactamente la misma propuesta de valor que nosotros ofrecemos) y si bien tenemos conocimiento de la presencia de competidores indirectos (en la zona se encuentran distintos locales gastronómicos) consideramos que el grado de rivalidad entre la competencia y nuestro negocio resulta *positivo* para el desarrollo de nuestro negocio. Es decir, el mencionado punto será beneficioso para *Rayuela – Bar & Juegos-* debido a que, como decíamos anteriormente, los segmentos a los cuales apuntamos no se encuentran completamente explotados y por lo tanto, por el hecho de ofrecer una propuesta de valor más creativa y ajustada a las necesidades de los clientes, podemos lograr diferenciarnos y de tal forma, no generar un grado de rivalidad directo.

Poder de negociación de los clientes

Consideramos que al existir poca oferta de servicios con una propuesta de valor tan específica como la nuestra, los clientes de nuestro negocio no tendrán un gran poder de negociación para con nosotros. Es decir, si bien podrán comparar precios en lo que respecta al servicio gastronómico y podrán comparar los precios que estén establecidos para ciertos entretenimientos, no podrán establecer una comparación exacta ya que ofrecemos un servicio integral (ambos servicios conjuntos). Es decir, al ofrecer un servicio integral que por el momento no se encuentra en el mercado, no hay posibilidad de hacer una comparación de precios en lo que respecta a los precios de un servicio integral: ofrecemos no sólo un lugar cálido y armonioso para los padres en el sector de mesas, sino también le ofrecemos que cuente con la seguridad y la tranquilidad de que sus hijos se encuentran entretenidos y acompañados por personal a cargo. Por otro lado, no sólo consideramos la comparación a nivel precios, sino también una comparación en lo que respecta al servicio en su totalidad – consideramos que nuestros clientes no contarán con un alto poder de negociación ya que no existe, por el momento, un lugar que ofrezca, entre otras cosas, tal importante adaptación de entretenimientos acorde a la edad de los niños. Es por ese motivo que consideramos que la negociación que pueden ejercer nuestros clientes para con nuestro negocio es menor, lo cual nos beneficiará a lo largo del desarrollo del mismo.

Poder de negociación de proveedores

De acuerdo a las investigaciones que hemos realizado el poder de negociación de los proveedores para con nosotros es mínimo o reducido. Esto es debido a que existe multiplicidad de proveedores en los rubros en los cuales estaremos trabajando, por lo tanto el desarrollo de nuestras actividades no se encuentra forjado a la dependencia única de uno de ellos. En consecuencia, lo antes dicho provoca que el poder que los proveedores puedan tener en materia de negociación para con nuestro negocio sea menor para con nosotros. Esta superioridad en cuestiones de negociación por nuestra parte, se debe a que contamos con la posibilidad de exigir ciertas modificaciones por ejemplo, en precio, ya que al poseer con una vasta variedad de proveedores, conocemos sus ofertas y podemos comparar y exigir ciertas condiciones que nos favorezcan. Así mismo sucede con los plazos que los distintos proveedores nos determinen para entregarnos ciertos productos. Desde nuestro lugar podemos comparar, debido al amplio abanico de

proveedores del rubro gastronómico, distintos tiempos de entrega de productos y comparar y exigir mejores plazos que nos beneficien.

Amenaza de productos sustitutos

Consideramos que nuestra propuesta de valor es innovadora y, por el momento, única. Sin embargo, debemos tener en cuenta que existen sustitutos de nuestro servicio de forma “separada” en lo que respecta por un lado del rubro gastronómico y por otro lado al rubro entretenimientos para niños – es decir, no existe al momento un sustituto del servicio integral. Por un lado, en cuanto al servicio gastronómico podemos considerar como sustitutos a aquellos bares o confiterías a los cuales los clientes puedan acudir en la zona. Por otro lado, en cuanto al servicio de entretenimientos – si bien no podemos denominar por el momento a un competidor que ofrezca un servicio completo y adaptado a cada edad en particular- debemos considerar que existen ciertos juegos infantiles que pueden resultar “sustitutos” de juegos que ofrecemos en nuestro negocio. Este será el caso de un competidor como es Mc Donalds (ubicado a tan sólo unas cuadras de nuestro local), Burger King (que se encuentra en frente). En lo que respecta a Mc Donalds, lo incluimos dentro de una lista de posibles sustitutos debido a que presenta un pelotero (es decir, un pequeño y limitado entretenimiento para los más pequeños); en el caso de Burger King lo consideramos por el mismo motivo que la primera casa de comidas rápidas enunciada.. Como podemos observar, aunque no son competidores directos – ya que no ofrecen una propuesta de valor exactamente igual a la nuestra-, debemos tener en consideración que es posible que parte del mercado decida optar por utilizar dichos servicios no integrales.

Amenaza de entrada

Debemos tener en cuenta que el capital a aportar para el desarrollo de este negocio es significativo, lo cual ya se puede interpretar como un impedimento para ingresar al rubro al cual nosotros nos abocamos. Nos referimos a que es importante en lo que respecta a la infraestructura que deberá adecuarse a la propuesta que se ofrece, a maquinarias y equipos necesarios para realizar las actividades en materia de gastronomía de forma correcta y en cuanto a mobiliario que se precisa para que las instalaciones que brindemos a nuestros clientes sean seguras y cómodas.

En adición a lo mencionado, otro factor que actuará como barrera de entrada será el hecho de que consideramos que al estar ofreciendo una propuesta de valor tan innovadora y creativa en un mercado en crecimiento que aún no ha sido explotado, podemos lograr adquirir experiencia en el mediano/largo plazo y de tal forma lograr mejorar nuestra estructura de costos y por sobre todo, lograr entender aún más cuales son las preferencias y deseos de nuestros consumidores y seguir adaptando nuestra oferta a tales expectativas.

Claramente un nuevo competidor se enfrentará al desafío de ofrecer una propuesta innovadora y original, y por otro lado le resultará dificultoso competir con la experiencia con la que nosotros ya contaríamos en el mediano/largo plazo.

✓ **Análisis PEST**

Político

Consideramos que existen ciertos factores políticos que influyen actualmente y que influirán, a corto y/o mediano plazo, sobre nuestro negocio. Principalmente los siguientes:

- Políticas fiscales: En la actualidad debemos tener en cuenta la política fiscal que se llevará a cabo en nuestro país. Nos referimos a tener presente las alícuotas impositivas en materia de Ingresos Brutos, Ganancias e IVA, las cuales pueden afectar nuestra ganancia.
- Debemos considerar como ya hemos explicado, las reglamentaciones y requisitos que se deberán cumplir en lo que respecta al tipo societario que hemos elegido y en lo que respecta a las habilitaciones del local. Ahora bien, debemos considerar que pueden presentarse modificaciones de acuerdo a nuevas reglamentaciones que pueden exigir en lo que respecta, por ejemplo, a las condiciones del local.
- Promoción gubernamental del desarrollo económico: Factor que incide claramente en el desarrollo de nuestro negocio.
- Reglamentaciones sobre condiciones laborales: Debemos considerar las mismas en la actualidad para el correcto desarrollo de nuestro negocio. Sin embargo, debemos considerar posibles cambios o modificaciones que se establezcan sobre esta cuestión como puede ser por ejemplo cambios referidos a cantidad de horas máximas de trabajo que deban cumplir nuestros empleados.

- Debemos considerar las escalas salariales existentes para la correcta remuneración a nuestros empleados. Al mismo tiempo, debemos tener en cuenta posibles variaciones en las mismas y, en consecuencia, el ajuste que deberemos efectuar en el salario para estar dentro del marco legal.
- Debemos considerar para el desarrollo de nuestro negocio la ley de protección del consumidor y sus posibles modificaciones, de forma tal de adaptarnos a futuros nuevos requerimientos.

Económico

Así como debemos tener en cuenta los factores políticos, es importante tener en cuenta los factores económicos que afectan actualmente y a corto/mediano plazo al desarrollo de nuestro negocio. Consideramos los siguientes factores:

- Nivel de ingresos percibido: Debemos considerar que estamos apuntando a segmentos de la Capital Federal que pertenezcan a una clase social media- media/alta en los barrios de Nuñez, Belgrano, Colegiales, Coghlan, Saavedra, Villa Urquiza, Palermo y Recoleta. Con lo cual debemos tener en cuenta el nivel de ingresos per cápita familiar que se percibe. Según un análisis estadístico que expone el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires en el año 2010, son los siguientes:

Tabla de Ingreso Per Cápita Familiar Promedio por Comuna

Comuna	Promedio IPCF
2	\$ 3,958
12	\$ 2,280
13	\$ 3,367
14	\$ 3,493

Según Dirección General de Estadística y Censos. EAH 2010

Según el mismo informe, el ingreso promedio per cápita familiar promedio de la Ciudad de Buenos Aires asciende a un total de **\$ 2.510**. Es decir, que como podemos observar cada comuna en la que decidimos focalizar nuestras actividades, posee un Ingreso Per Cápita Familiar, mayor al promedio de la ciudad. Por lo tanto, podemos decir que apuntamos a una de las zonas de la Capital con mayor poder adquisitivo.

Por lo expuesto, habrá que considerar posibles fluctuaciones en tal nivel de ingresos y conforme a ello, adaptar la oferta a nuestros clientes con el objetivo de lograr permanecer en el mercado.

-Tasa de empleo: Como dijimos anteriormente, estamos apuntando a una clase media – media/alta de la ciudad de Buenos Aires para ofrecer nuestro servicio. Es importante tener en cuenta la variable tasa de empleo, que de acuerdo al mismo análisis de donde se extrajo el dato del nivel de ingreso per cápita percibido, es mayor al **60%** en las comunas donde haremos foco de atención. Si bien, actualmente, la tasa de empleo es significativa, tenemos que considerar que la misma podrá sufrir fluctuaciones a corto/mediano plazo y podrá impactar en el desarrollo del negocio.

- Tasa de desempleo: Debemos considerar que, según el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires actualizado al año 2010- la tasa de desempleo en la zona donde vamos a estar abocados se encuentra entre un **5%** y **6,5%**. Si bien no es un porcentaje significativo, debemos tener a bien estas tasas desde la perspectiva de evaluación de accesibilidad de los clientes a consumir el servicio que ofrecemos (es decir, esta tasa afecta esencialmente el poder adquisitivo con el que cuentan nuestros potenciales clientes). Es por ello que tenemos en cuenta esta variable en la actualidad y futuras fluctuaciones que se presenten, las cuales podrán impactar en el desarrollo del negocio.

- Proporción de la renta destinada al consumo: Consideramos que este factor es significativo ya que dependemos de las decisiones que tomen los consumidores de acuerdo a la porción de renta que destinen a consumir nuestro servicio integral. Debemos tener en consideración que dicha variable podrá sufrir fluctuaciones, dependiendo del ciclo económico por el que se encuentre atravesando el país.

- Inflación: Entendemos que actualmente estamos atravesando un proceso inflacionario importante en el país, es por ello que debemos considerar a dicha variable como determinante en el desarrollo de nuestro negocio, tanto desde el punto de vista del aumento en el costo de insumos que precisamos para el servicio gastronómico y de entretenimiento que ofrecemos, como también en el precio que debemos establecer para nuestros consumidores. Como sabemos, la inflación fluctúa y es por ello que debemos prestar especial atención a dichas modificaciones para el correcto desarrollo del negocio a lo largo del tiempo.

Social

Debemos tener en consideración las preferencias, necesidades y hábitos – entre otros puntos de relevancia- que existen y/o existirán a futuro en la sociedad.

Ahora bien, los cambios que se produzcan a nivel social en el corto/mediano plazo, exigirán una adaptación por nuestra parte para conservar market share e incluso incrementarlo. Dichos cambios que consideramos podrán ser:

- Cambios en la actitud hacia el consumo y actividades de ocio de las personas: Actualmente la tendencia que muestra la sociedad es a tener un alto grado de consumo de servicios como el que ofrecemos, lo cual resulta beneficioso a la hora de ofertar nuestro servicio integral. Ahora bien, es importante tener en consideración que los cambios a futuro en esta actitud – aumentando el consumo o disminuyéndolo- impactarán en el desarrollo de nuestro negocio. Lo mismo sucederá en el caso de la preferencia por las actividades de ocio, lo cual por el momento, resulta beneficioso por servicio que proponemos, ya que la sociedad en su conjunto cada vez dedica mayor tiempo a las mismas.

- Cambios en la estructura demográfica (tendencia al envejecimiento poblacional). Debemos tener en consideración que esta variable puede afectarnos en el desarrollo del negocio.

- Cambios en la forma de trabajar de las personas. Esto en la actualidad nos beneficia ya que en los últimos años se incrementó la política de implementar trabajar fuera de la oficina. Como dijimos anteriormente, esto resulta importante a la hora de adecuar nuestro servicio a la necesidad de nuestros clientes. En este caso en particular, está relacionado con el servicio de Wi-Fi que ofrecemos para que los padres puedan continuar con sus labores pero al mismo tiempo, está relacionado con el servicio de entretenimientos de niños que brindamos en conjunto, de forma tal de que los padres puedan trabajar tranquilos con la seguridad de que sus hijos se encuentran divirtiéndose. Es importante tener en cuenta estos cambios en la forma de trabajar que puedan presentarse a futuro, que afecten el desarrollo de nuestro negocio. Las tendencias marcan un claro incremento de la política de trabajo fuera de oficina, sin embargo es preciso tener en consideración posibles fluctuaciones para adecuar la oferta de Rayuela.

- Contamos en la actualidad, con una nueva tendencia que contempla una mayor influencia de los niños en las decisiones de consumo.

Tecnológico

Debemos tener en cuenta, que para estar adaptados a las preferencias de los más pequeños en lo que respecta a los juegos, la tecnología y los avances y/o progresos poseen un papel fundamental. Hoy en día, las nuevas generaciones, en su mayoría, se valen de la tecnología para entretenerse. Es por ello que consideramos a la misma como un factor de importancia que afecta en la actualidad y puede afectar en el corto/mediano plazo, como por ejemplo:

- Mejoras en el aspecto tecnológico de la forma de entretenimiento de los niños (requerirá adaptarse a dichos cambios). Con esto nos referimos a la aparición de nuevos e innovadores juegos tecnológicos que los niños puedan utilizar para entretenerse (como es hoy en día, el hecho de usar la X-BOX, por ejemplo). Es importante tener en cuenta los avances tecnológicos en este aspecto de forma tal de ofrecer constantemente un servicio adaptado a las preferencias cambiantes de los niños.

- En lo que respecta al plano actual, debemos también tener en consideración la tecnología en lo que respecta al sistema que utilizaremos para coordinar la atención en mesas, llevar la facturación, entre otras funciones. Por otro lado, es importante destacar que la tecnología también se encontrará presente en lo que se refiere al servicio Wi-Fi que ofrecemos, así como también las cámaras/monitores que se encontrarán dispuestas a lo largo del local, y que permiten que los padres observen a sus hijos en el área de entretenimientos.

Buscamos ofrecer un servicio eficiente, y es por ello que consideramos fundamental el hecho de estar pendientes de los cambios a nivel tecnológico que ayuden a proporcionar un mejor servicio.

✓ Comprensión del Mercado Potencial

	Información	Compra	Uso
Qué	Se informa	Se compra	Se usa
Quién	Se informa	Se compra	Se usa
Cuándo	Se informa	Se compra	Se usa
Cuánto	Se informa	Se compra	Se usa

Cómo	Se informa	Se compra	Se usa
Dónde	Se informa	Se compra	Se usa
Por qué	Se informa	Se compra	Se usa
Para qué	Se informa	Se compra	Se usa

- **¿Qué?**

- **Se informa:** El tipo de servicio de entretenimiento para niños que ofrecemos, y la oferta gastronómica que brindamos. Informamos las particularidades de nuestro negocio: características ambientales de nuestro local, seguridad para los niños, servicios adicionales con los que cuenta nuestro local, ubicación y facilidad de acceso, entre otras.

- **Compra:** Se compra el servicio gastronómico y/o de entretenimientos.

- **Se usa:** Se utilizan los juegos en el sector recreativo por parte de los niños y las instalaciones del sector gastronómico por parte de padres y niños.

- **¿Quién?**

- **Se informa:** De acuerdo al canal de comunicación que se elija, serán informados los padres y/o niños en el caso que corresponda.

- **Compra:** Las personas que compra el servicio son los padres (es decir, son aquellos que pagan por el mismo).

- **Se usa:** Padres y niños.

- **¿Cuándo?**

- **Se informa:** Constantemente a través de publicidad en medios gráficos y digitales.

- **Compra:** Simultáneamente con la consumición del servicio.

- **Se usa:** Simultáneamente con la consumición del servicio.

- **¿Cuánto?**

- **Se informa:** Se informa nuestra propuesta de valor por completo, de forma tal que el cliente pueda comprender nuestra diferenciación y elegirnos. Como dijimos anteriormente, se informará nuestra propuesta gastronómica conjunto a un servicio de entretenimientos especializado para

niños con división por edades; se informan los accesos al lugar, la seguridad que se provee para los niños, la tranquilidad que se les garantiza a los padres mediante el cuidado de sus hijos, entre otros.

- **Compra:** Dependiendo de la consumición gastronómica y la cantidad de niños por adulto.

- **Se usa:** Dependiendo el tiempo de estadía de los clientes en el lugar.

- **¿Cómo?**

- **Se informa:** Como dijimos anteriormente, a través de publicidad gráfica y digital.

- **Compra:** En efectivo o tarjetas de crédito y débito.

- **¿Dónde?**

- **Se informa:** En los lugares físicos y sitios online donde se encuentre la publicidad.

- **Compra:** En el local físico.

- **Se usa:** La consumición del servicio integral se efectúa dentro del local físico.

- **¿Por qué?**

- **Se informa:** Porque al ser nuevos en el mercado y estar ofreciendo una propuesta de valor diferente, debemos generar que los clientes nos conozcan y elijan.

- **Se compra:** El cliente compra nuestro servicio ya que el mismo se ajusta a sus necesidades y preferencias.

- **Se usa:** Se utiliza nuestro servicio por lo dicho anteriormente: ofrecemos una propuesta de valor adaptada a las necesidades y preferencias de nuestros clientes.

- **¿Para qué?**

- **Se informa:** Para poder llegar a nuestros clientes y que consecuentemente con ello, nos elijan. Por lo tanto, buscamos abarcar una porción significativa del market share.

- **Compra:** Para satisfacer las necesidades y/o deseos que cada cliente posea.

- **Se usa:** Como dijimos anteriormente, para satisfacer las necesidades y/o deseos de los clientes.

✓ **Tamaño del mercado potencial**

En lo que respecta al tamaño del mercado potencial, debemos decir que según investigaciones realizadas por la revista “Franchising Magazine”, el rubro gastronómico fue el líder en lo que respecta a la apertura de franquicias en el año 2004. Según dichos estudios, la gastronomía logró una participación en el mercado de franquicias que logró ascender a un 37,2% en el año 2003 y a un 33,3% en el año siguiente. Dicha disminución, no alteró su posición de liderazgo en el mercado enunciado. A la vez, el artículo que presenta “Franchising Magazine” enuncia que el hecho de que las franquicias de gastronomía posean tal significativa participación en el mercado se debe al hecho de que esta actividad ha demostrado ser “sustentable en el tiempo” si se desarrolla con el profesionalismo que la misma requiere.

Ahora bien, según el mismo estudio al que estamos haciendo referencia, el sector hotelero gastronómico generó – durante los años cercanos al 2004- 8 millones de pesos y se estimaba que esta cifra ascienda para el año 2010 a los 15 millones.

En el mencionado artículo de “Franchising Magazine”, se hace referencia a estudios que han sido realizados por el CENCAP (Escuela Internacional de Hotelería y Turismo) los cuales mencionan que las actividades turísticas y gastronómicas han presentado constantemente un crecimiento progresivo, sobre todo en la ciudad de Buenos Aires. La actividad hotelera y gastronómica en conjunto, aportan un nivel de productividad superior a la mayoría de las actividades industriales individuales.

Como bien lo enuncian los estudios a los que hacemos referencia en este punto, el valor agregado de las dos actividades – gastronómica y hotelera- alcanzó los 8.125 millones de pesos en el año 2003 y la proyección que se efectuó para el año 2010 ascendió a los 15.000 millones.

Ahora bien, la actividad gastronómica desarrolla un principal papel – tal como lo enuncia el estudio- en determinadas áreas que se caracterizan por impulsar significativamente el desarrollo de actividades económicas y financieras en relación con el total del PBI nacional.

La conclusión a la que se arriba de acuerdo a los datos analizados, es que la actividad económica en la Capital Federal representa más del 70% de la actividad (así como también en centros económicos importantes tales como Córdoba y Santa Fé).

Dicho dato mencionado nos permite poseer mayor certeza en lo que respecta a la tendencia del crecimiento del rubro gastronómico para tener en consideración en el transcurso del desarrollo del negocio.

✓ **Particularidades del mercado**

Debemos tener en cuenta que nos encontramos ofreciendo servicios que pertenecen a dos rubros diferentes que se encuentran integrados: gastronómico y de entretenimiento/ocio.

Podemos decir que el mercado en el cual pretendemos introducirnos (tanto a nivel gastronómico como entretenimientos) posee las siguientes características. En primer lugar debemos destacar que durante los días de semana (de Lunes a Viernes) se podrán generar ingresos importantes debido a que contamos con la “ventaja” de estar ubicados en una zona donde hay una gran afluencia de potenciales consumidores. En particular los momentos donde estimamos, por el tipo de servicio que ofrecemos, que concurrirán mayor cantidad de clientes será a partir del mediodía en adelante y que allí es donde se logrará una mayor facturación semanal. Ahora bien, los mayores ingresos que estimamos se van a generar considerando la semana completa (de Lunes a Domingo), se registrarán en los fines de semana y feriados – ya que contamos con que en general, en dichos días las personas tendrán mayor tiempo libre para poder disfrutar de nuestros servicios. Así como consideramos los horarios de la semana – de Lunes a Viernes- donde se generarán mayores ingresos, debemos considerar adicionalmente los horarios en los cuales los fines de semana se registrarán “picos” de facturación. Durante los fines de semana y feriados que al ofrecer un servicio de café-bar junto con confitería y entretenimientos, los momentos del día donde habrá mayor facturación, serán en mayor medida por la tarde/noche.

En cuanto al mercado correspondiente a entretenimientos debemos destacar que el mismo se encuentra en crecimiento y que se estima continúe de tal manera hasta aproximadamente el año 2015. En consecuencia, los clientes invierten cada vez más en entretenimientos lo que favorecerá a nuestro negocio ya que ofrecemos diversión y entretenimientos para niños.

Ahora bien, también es importante destacar que según estudios de una consultora argentina, Mónica Lamadrid de “Lamadrid y Asociados”, los niños tienen mayor peso en la toma de decisiones de compra de las familias. Esto es importante ya que creemos que no sólo los padres serán los que se sientan atraídos por la propuesta de valor que estamos ofreciendo para ellos – en lo que respecta a tranquilidad y disfrute de un momento con la garantía de que sus hijos se

divierten- sino también que creemos que en los niños más grandes (de 7 a 12 años) podremos generar una diferenciación con la propuesta que ofrecemos de forma tal de que sean ellos los que puedan proponer a sus padres el hecho de ir a entretenerse en nuestro local. Esto es beneficioso desde dos puntos de vista: el niño puede divertirse y el padre cuenta con la garantía de llevar a sus hijos a un lugar al cual ellos desean ir y al mismo tiempo, no “sacrifica” tiempo de ocio o entretenimiento para destinársela a sus hijos, sino que se genera un momento grato para los dos. Con respecto a la ubicación en la cual nos encontramos, destacamos que el consumidor tiende a buscar este tipo de lugares en áreas con alta densidad de locales comerciales de todo tipo (especialmente restaurantes, locales de ropa, entre otros) y de fácil acceso, como detallaremos más adelante en el desarrollo de nuestro trabajo, lo cual resulta beneficioso para lograr más conocimiento por parte de potenciales clientes y en consecuencia ampliar nuestro mercado. Ahora bien, consideramos que nuestra oferta – tal como la proponemos – reviste un carácter único en el mercado – al momento no existe un lugar que ofrezca lo mismo que nosotros-. Al mismo tiempo, la demanda por este tipo de servicio integral, se encuentra en crecimiento (padres que buscan disfrutar un momento de tranquilidad y/o de continuidad en sus tareas laborales, contando con la garantía de que sus hijos se divierten con juegos acordes a cada edad).

✓ **Distribución geográfica**

Como hemos aclarado al comienzo de nuestro plan, *Rayuela- Bar & Juegos* - estará ubicado en el barrio de Nuñez (en el límite con el barrio de Belgrano), localizado en la comuna 13. Si bien nos enfocamos en atender a los clientes que pertenezcan a dicha comuna – conformada por los barrios de Belgrano, Nuñez y Colegiales-, el objetivo al cual estaremos abocados es atender al mercado que corresponde a los siguientes barrios: Nuñez, Colegiales, Belgrano, Palermo, Recoleta, Coghlan, Saavedra y Villa Urquiza, ya que como dijimos anteriormente, al momento no existe una propuesta de valor como la que pretendemos ofrecer y entendemos el mercado al cual dirigimos la misma, no se encuentra explotado adecuadamente a las necesidades y deseos de los clientes. A continuación exponemos un mapa que permitirá que observemos los barrios mencionados que buscamos atender.



El mercado total al que apuntamos es a dichos barrios por una cuestión de cercanía y accesos al lugar donde nos encontramos. Por lo tanto, la población total a la cual atenderemos alcanza una cantidad total de **771.529** –considerando a la población en su totalidad, sin parámetros de edad-. Ahora bien, nuestro mercado disponible estará conformado por dichas familias con hijos que residan en los mencionados barrios y cuyo poder adquisitivo corresponda a una clase social media-media/alta (debemos tener en consideración que el porcentaje de la población de cuya situación socioeconómica dominante corresponde a un nivel de “estrato alto” representa aproximadamente entre un 30 o 40% del total de la población perteneciente a los barrios mencionados anteriormente).

De dicho mercado disponible, debemos decir que la totalidad de consumidores de nuestro servicio, estarán habilitados a consumir el mismo (padres que concurren a nuestro local con sus hijos). Nuestro mercado por servir estará limitado en lo que respecta a la cantidad de personas que podrá entrar a nuestro negocio, la cual estará determinada por la cantidad de mesas que nuestro local permita albergar. En este caso en particular, de acuerdo a los planos podemos ubicar aproximadamente 120 mesas de 60 cm. x 60 cm. dispuestas en forma conjunta de a 2 mesas, formando un total de 60 mesas con espacio para 4 sillas por cada una de las mismas. De esta manera el total de personas que pueden ingresar al local corresponde a 240 personas (es decir, es la capacidad máxima de nuestro local).

Nuestro mercado total será el mismo mercado potencial en cuestión geográfica. Es decir, apuntamos a los barrios que conforman la zona Norte de la Capital Federal. Hemos optado por delimitar nuestra zona geográfica, debido a que creemos que nuestros posibles clientes no

recorrerán grandes distancias y tampoco querrán demorar un tiempo significativo en lo que respecta al traslado para dirigirse a nuestro local. Es por ello que nuestra zona a atender se limita a los barrios más cercanos al que estamos ubicados, de forma tal de que los accesos sean más fáciles y rápidos para los clientes que quieran disfrutar de nuestros servicios.

En cuanto a los proveedores con los cuales nos manejaremos a nivel recurrente (debido a que son proveedores de insumos y de mercaderías), si bien muchos de ellos no se encuentran dentro de la misma zona geográfica que Rayuela (localización exacta en el barrio de Nuñez), esto no resulta un impedimento para la correcta provisión de los elementos mencionados, ya que muchos de ellos nos ofrecen la posibilidad de envío hasta nuestro local por un costo mínimo relacionado con el volumen total que se solicita en cada compra. Por otro lado, es importante tener a bien que muchas de las compras de mercadería e insumos, serán realizadas por los mismos encargados de *Rayuela – Bar & Juegos*- de forma tal de agilizar tiempos.

Algunos de los proveedores más importantes con los cuales mantendremos contacto, serán los siguientes:

- Simona Pastelería (proveedora de tortas, muffins, cookies, ensaladas, entre otras).
- Distribuidora San Nicolás (Bebidas – Gaseosas y cervezas).
- Medialunas congeladas: pedidos vía proveedor particular.
- Proveedor Maxi-Consumo (Supermercado mayorista)- aquí realizaremos las compras de té, papas fritas, hamburguesas, patitas de pollo, insumos, entre otros.
- Mercado central – proveedor de frutas para realizar los exprimidos.
- Proveedor Copacabana – proveedor de café (adicionalmente también nos proveen de sobres de azúcar y edulcorante para endulzar la infusión).

✓ **Segmentación del mercado**

Consideramos que las tres variables que influyen en la segmentación de mercado serán las siguientes:

- Variable geográfica: Si bien estaremos localizados en la comuna 13, precisamente en el barrio de Nuñez – al límite con el barrio de Belgrano-, pretendemos atender los barrios de Nuñez, Belgrano, Colegiales, Coghlan, Saavedra, Palermo, Recoleta y Villa Urquiza (dichos barrios pertenecen a la “Zona A” de Capital Federal, denominada también “Zona Norte”). La razón en aplicar este tipo de

segmentación determinada por una delimitación geográfica, guarda relación estrecha –como enunciamos anteriormente- con el hecho de que consideramos que la mayoría de nuestros clientes prefieren trasladarse hacia un lugar que se encuentre en una zona cercana de donde ellos viven, de forma tal de no demorar un tiempo significativo en concurrir a Rayuela y que esto no genere una percepción negativa a la hora de elegir un lugar para que los niños se entretengan.

- Variables Demográficas: Debemos decir que dentro del concepto de esta variable, hemos realizado la siguiente segmentación:

- Apuntamos a familias tipo y “no tipo” con hijos: Es importante aclarar que cuando hablamos de familias “no tipo” hacemos referencia a familias compuestas por un solo padre con hijos (por ejemplo, padres separados con hijos).
- Edad: En esta variable, el condicionante es la edad de los menores. Como hemos descripto, serán menores que pertenezcan a un rango de edad entre los 0 y 12 años – consideramos a bebés en sus primeros meses de vida, ya que si bien sabemos que los mismos no podrán acceder a la zona de juegos, apuntamos a que los padres puedan asistir con los mismos a la zona de café-bar y de comidas. En cuando a los padres, debemos decir que apuntamos a un rango de edades promedio entre los 25 y 45 años – dicho parámetro es no taxativo-, que tengan hijos cuyas edades se encuentren en el rango establecido anteriormente.
- Nivel de Ingresos: Nos focalizaremos en atender a clientes de clase media y/o clase media-alta.

- Variable Psicográfica: Apuntamos a un estilo de vida en particular. Nos referimos, en primer lugar a padres que pretenden pasar tiempo con sus hijos, garantizándoles entretenimiento acorde a sus preferencias. Sin embargo, también nos focalizamos en atender a padres que dispongan de poco tiempo para ofrecerles un momento de diversión a sus hijos, debido a que, por ejemplo deban continuar con sus actividades laborales. Dichos padres, pretenderán combinar ambas actividades: asegurarse de brindarles a sus hijos entretenimiento y al mismo tiempo, continuar con sus tareas.

✓ Localización

Como dijimos al comienzo de este plan de negocios, estaremos ubicados en el barrio de Nuñez, en la intersección de la avenida Cabildo y Quesada (a metros de Avenida Congreso).

Hemos realizado una investigación de mercado recorriendo la zona donde pretendemos localizarnos y hemos detectado una oportunidad de mercado en la misma, ya que allí no hemos encontrado un servicio como el que pretendemos ofrecer. Sumado a ello, hemos encontrado la posibilidad de estar ubicados en una zona meramente comercial en Nuñez y el barrio de Belgrano (consideramos este barrio ya el local se encuentra en el límite entre los dos barrios), la cual se encuentra concurrida constantemente (gran afluencia de personas a pie y/o vía móvil).

Hemos encontrado el lugar ideal para instalar Rayuela –Bar & Juegos- (sobre la avenida antes mencionada) que presenta facilidad de accesos, entre ellos:

- Subte D: Estación Congreso de Tucumán sobre la Avenida Cabildo, a pocos metros del local.
- Gran cantidad de colectivos que paran sobre la cuadra donde estamos ubicados y sobre otras aledañas. Encontramos las siguientes líneas: 29, 41, 57, 59, 60, 68, 130, 133, 151, 152, 161, 168, 169, 175, 184, 194.
- Accesos vía importantes avenidas: Cabildo, Congreso, Del Libertador, Dr. Ricardo Balbín, Cramer, Crisologo Larralde y acceso por Avenida General Paz (salida Cabildo).

La accesibilidad al local es importante a la hora de atraer a nuestros clientes y por lo antes dicho, llegamos a la conclusión de que esto nos favorece de acuerdo a la ubicación mencionada. Debemos tener en cuenta que buscamos atender los barrios de Nuñez (donde se encontrará instalado el local), Belgrano, Palermo, Recoleta, Colegiales, Coghlan, Saavedra y Villa Urquiza. El hecho de haber delimitado nuestra zona geográfica a atender está relacionado directamente con la mayor cercanía de estos barrios a nuestra localización (por las vías que detallamos anteriormente) y demuestra aún más el objetivo que poseemos el cual se basa en “estar cerca del cliente”, de forma tal que éste último encuentre en nosotros una propuesta integral (gastronómica y de entretenimientos/ocio para niños) pero al mismo tiempo, la ventaja de poder acceder al mismo de manera sencilla en cuanto a ubicación y traslado. Es decir, consideramos que los clientes de dichas zonas se encontrarán con mayores posibilidades de traslado y sus distancias y tiempos de viaje serán menores en comparación con los que podrán tener clientes que se encuentren en barrios más alejados dentro de la Capital.

Creímos adecuado realizar una investigación de mercado previamente a la elección del local a alquilar para el desarrollo de nuestro negocio. No sólo hemos recorrido la zona con el objetivo de corroborar si la misma era concurrida, la facilidad de accesos y otros puntos relevantes a la hora de instalar un negocio, sino que hemos extraído datos por parte de un análisis del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires actualizado al mes de Abril 2012, los cuales enunciaban que una de las mayores tasas de ocupación en lo que respecta a comercios la obtuvo el Norte de la Ciudad (donde estamos ubicados). Dicha tasa ascendió a **94,6%**, esto significa que nuestra localización es óptima en lo que respecta a los comercios que se allí están establecidos (*el hecho de que existan comercios en la zona atrae a mayor cantidad de clientes potenciales*).

Sumado a lo anterior, y para ser más precisos, otro de los datos más importantes es que el estudio antes mencionado detalla una lista de los ejes comerciales más importantes de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, entre los cuales se encuentra la Avenida Cabildo en un rango de alturas próximas a la cual estaremos instalados con lo cual. Por lo tanto, al estar sobre dicha avenida con intersección con la calle Quesada, estamos en una zona que se caracteriza por la gran aglomeración de comercios. Este resultado surge de un relevamiento de locales comerciales ocupados (tanto los que ofrecen servicios como productos), los cuales de un total de 295 en el caso de la avenida en cuestión –y dentro de los rangos de alturas próximas a la ubicación de “Rayuela”-, 283 están ocupados (es decir, posee una tasa de ocupación de aproximadamente un 94%). En consecuencia, y de acuerdo a los datos mencionados, Cabildo es una de las avenidas comerciales más importantes en Capital Federal.

Como dijimos anteriormente, estaremos ubicados en una zona de tipo C2 y C3, las cuales según la zonificación de Distritos son “áreas destinadas a localizar el equipamiento administrativo, comercial, financiero e institucional a escala nacional, regional y urbana, compatible con la vivienda” y a escala local respectivamente. El hecho de estar ubicados aquí nos garantiza estar instalados en una zona denominada “centro principal” donde se encuentra, como dijimos anteriormente, una gran cantidad de comercios y existe facilidad de accesos para los posibles clientes.

En cuanto al local que hemos elegido para ofrecer nuestros servicios, posee ciertas características que permitirán que nuestra propuesta de valor se ajuste perfectamente a las necesidades y deseos del cliente. Como enunciamos al comienzo de nuestro plan, les ofrecemos a los padres un espacio de tranquilidad para que puedan disfrutar de nuestra oferta gastronómica pero al mismo tiempo ofrecemos para sus hijos espacios determinados para distintas edades, en los cuales los niños

podrán divertirse. Tanto para los padres como para los hijos, precisamos contar con espacios considerables, de forma tal de que nuestros clientes se sientan cómodos y puedan disfrutar de un momento de ocio. Es por ello, que las medidas del local son propicias para ofrecer tal servicio. La superficie cubierta total del local es de aproximadamente 490 m². Posee tres pisos: planta baja 288 m², “entrepiso” de 172 m² y un espacio que se encuentra destinado para tres cocheras exclusivas para uso del personal. *(Luego detallaremos la disposición de los espacios)*. Adicionalmente, se destaca la gran vidriera de 40 m² con fondo de 35,50 m² ideal para dar amplitud y poder captar la atención de los clientes potenciales que se encuentren transitando la zona, tanto a pie como mediante transporte móvil.

✓ **Empresas ofertantes existentes o potenciales**

Si bien entendemos que nuestra propuesta de valor es única – es decir, por el momento no existe en el mercado otra empresa que oferte exactamente lo mismo que pretendemos ofrecer nosotros- entendemos que es necesario para poder desarrollarnos, tener parámetros de referencia en lo que respecta a competidores indirectos de nuestro servicio.

De acuerdo a la ubicación donde nos encontramos, debemos decir que contamos con ciertos competidores indirectos. Entre ellos, Mc Donalds. Entendemos que si bien, este local no ofrece el mismo concepto empresarial que nosotros, consideramos a esta empresa ofertante existente debido a que posee un pelotero, posible sustituto en lo que respecta a los juegos para más pequeños.

En cuanto a la razón social de Mc Donalds debemos decir que, en el caso de Latinoamérica, es Arcos Dorados S.A., quien es el “mayor operador franquiciado de la Corporación Mc Donald’s” en la región mencionada.

Según la revista “Mercado”, Mc Donalds posee en Argentina un total aproximado de 200 locales, y en promedio por local, posee aproximadamente 90 empleados (entre los que se encuentran empleados temporarios y fijos).

Arcos dorados – razón social de Mc Donalds- se encuentra categorizado por la revista “Mercado” como “Venta minorista” y la mencionada revista, presentó un informe con estimaciones de las ventas de dicha franquicia en el año 2011 ascendieron a un total de 1.520 millones de pesos, con lo cual supera sus ventas efectuadas en el año 2010, por un 18,29%.

Es decir, que la “casa de comidas rápidas” se encuentra facturando aproximadamente 7.6 millones de pesos por local. Debemos entender que, en dicha estimación se ha incluido a todos los locales de Mc Donalds, incluso a aquellos que no posean peloteros. Esto da cuenta de lo siguiente: el volumen de ventas es sumamente significativo y sería una visión demasiado “optimista” pensar que nuestro local podrá facturar dicho monto en el corto plazo, ya que debemos considerar no sólo lo dicho anteriormente respecto de peloteros sino también que Mc Donalds ofrece “Auto Mc”, es decir, la posibilidad de retirar el producto y consumirlo en otro lugar distinto del local.

Sumado a lo anterior, debemos considerar también al local Burger King como una empresa ofertante existente a través de la cual, poder determinar ciertos parámetros para el desarrollo de nuestro local. En principio, debemos decir que Burger King Argentina es explotada por “Fast Food Sudamericana” – quien pertenece a la empresa Grupo Alsea de México-. Dicha casa de comidas rápidas cuenta con 60 locales en el país, de los cuales 26 se encuentran operando en Capital Federal – aquí podemos observar la diferencia con Mc Donald’s en cuando a market share, ya que la primera posee aproximadamente 200 locales en el país y Burger King con menos de la tercera parte de los mismos-.

La marca Burger King explotada por Fast Food Sudamericana, posee más de 3000 empleados trabajando en la cantidad de locales mencionados. Es decir, que en promedio se cuenta con alrededor de 50 empleados por local.

En cuanto a la facturación anual estimada – también por Revista “Mercado”- debemos decir que la misma para Fast Food Sudamericana, alcanzó un total de 490 millones de pesos anuales. Con lo cual, por local se factura aproximadamente 8.2 millones de pesos (recordemos que si bien la mencionada facturación promedio es mayor a la que McDonalds genera por local, Burger King no cuenta con la gran cantidad de locales que la primera posee, allí radica la diferencia en posicionamiento y en importancia de marca de acuerdo a niveles de facturación).

Desde nuestro criterio, podemos realizar un análisis de las fortalezas y debilidades que presentan las mencionadas empresas ofertantes actualmente existentes. Desde el punto de vista de sus fortalezas, debemos decir claramente que cuentan con el reconocimiento de un vasto público, es decir, fueron pioneros en el mercado por brindar su propuesta de valor que se basó en un concepto innovador como lo fue ingresar al mercado a través de la oferta de comida rápida/expeditiva. Adicionalmente, el hecho de que estas marcas se encuentren presentes en el mercado hace un tiempo prolongado, permiten que las mismas cuenten con experiencia y que por lo tanto, se encuentren en una posición de completo conocimiento de los costos en los cuales

deben incurrir y les ha permitido realizar reducciones de los mismos determinando aquellos que eran innecesarios o que representaban desperdicios, logrando incrementar su productividad e incrementar sus márgenes de ganancias a lo largo de los años.

Particularmente, en la zona donde nos encontramos ubicados geográficamente, se encuentra un Burger King en la vereda que se encuentra frente a nuestro local (con pelotero incluido) y el Mc Donalds más cercano se encuentra a dos cuadras (sobre Av. Cabildo – en dirección hacia Belgrano). Podemos mencionar como una fortaleza, el hecho de que ambos locales provienen de franquicias, lo cual resulta un beneficio para los mismos en sí, ya que no deben estructurar un plan de negocios desde sus comienzos, sino que el mismo ya se encuentra estudiado y analizado – inclusive su infraestructura-. Esto resulta beneficio para los locales de las dos marcas, debido a que ya poseen el conocimiento de “qué es lo que la gente quiere”, “cuáles son sus preferencias” y qué es lo que pretende del servicio en cuestión.

En ambas marcas, pero particularmente en Mc Donalds, es preciso decir que cuentan con un óptimo lay out, lo cual fomenta su diferenciación en cuanto a la rapidez en la elaboración y “despacho” de comida “ready-to-eat” (listo para comer).

Mc Donalds es líder en el mercado de comidas rápidas en nuestro país, seguido por Burger King. El liderazgo en este mercado los convierte en referentes del rubro y les ha permitido lograr un nivel de importante en la mente del consumidor gracias a su diferenciación.

Ahora bien, en cuanto a las debilidades que hemos observado de ambas marcas emblemáticas en lo que respecta a “fast-food”, y que hemos podido comparar con nuestra propuesta de valor, es el hecho de que su espacio para entretenimiento de niños es limitado a un rango de edad inferior al que nosotros pretendemos focalizar nuestros esfuerzos y que adicionalmente, dicho “entretenimiento” es principalmente un pelotero, lo cual hará monótona tal diversión para los niños y los que tengan mayor edad que los de 4-5 años, se “aburrirán” más fácilmente. Eso representa un punto a nuestro favor, debido a que estamos ofreciendo un valor agregado en lo que respecta a diversión exclusiva para cada edad. Buscamos que cada uno de los niños que ingresan a “Rayuela” cuenten con diversión acorde la etapa de la niñez que transitan, evitando de tal manera, que se “aburran” o prefieran otro lugar particular para satisfacer sus preferencias.

Por otro lado, creemos que las marcas mencionadas no son referentes en lo que respecta a “tranquilidad”, “seguridad”, “garantía de entretenimiento”. Por el contrario, son fieles representantes del “ritmo acelerado” en el que se encuentra inmersa la sociedad.

Nuestra propuesta de valor se basa precisamente en el concepto contrario. Buscamos ofrecerles a nuestros clientes (los padres) la posibilidad de contar con la tranquilidad de que sus hijos se encuentran entretenidos y que disfruten de un clima cálido y propicio para tener una conversación con otra persona o bien para continuar con sus laborales, por ejemplo, a través de sus laptops disfrutando de un servicio de Wi Fi gratuito.

Por último, es importante destacar que lo que completa nuestra propuesta, es el hecho de que le ofrecemos a nuestros clientes un servicio exclusivo para los mismos, llevándolos hacia sus mesas, atendiéndolos allí y llevándoles sus pedidos. Como sabemos, en los locales de las marcas mencionadas –McDonalds y Burger King- el cliente es quien debe “buscar” el pedido, debiendo realizar en muchas ocasiones, largas filas de espera para que lo atiendan. En nuestro caso, esto no será así, sino que buscamos que nuestro cliente se sienta cómodo y que el mismo se encuentre “atendido” desde el momento en que ingresa a Rayuela.

✓ **Plan de Marketing**

- Selección de segmentos a servir

- Padres en general con 1 o más hijos – apuntamos a este segmento en particular teniendo en cuenta, como dijimos anteriormente, que buscamos satisfacer las necesidades de los padres en sí, ofreciéndoles una solución rápida ante el cuestionamiento habitual que consiste en pensar adónde llevar a sus hijos para que puedan entretenerse con juegos acordes a las distintas edades, pero que al mismo tiempo ese lugar les brinde la posibilidad a los adultos de disfrutar al mismo tiempo.
- Padres workaholic con 1 o más hijos – nos focalizamos en este segmento teniendo en cuenta que la tendencia de la “adicción al trabajo” es cada vez más significativa y que por tal motivo, muchos de los padres que la sufren, no encuentran un momento determinado para llevar a sus hijos a un lugar de entretenimientos acorde a sus distintas edades y que al mismo tiempo puedan continuar con sus obligaciones (es importante destacar aquí, que ofrecemos un ambiente ameno en el sector de padres que cuenta además con red Wi-fi).
- Padres separados con 1 o más hijos – El foco aquí se presenta para que los padres separados puedan sentirse seguros de que están llevando a sus hijos a un lugar que les

permite divertirse de acuerdo a las distintas edades y en el cual, si tienen más de un hijo, cuentan con un cuidado especial para ellos.

Buscamos que el segmento comprendido entre estas edades logre encontrar en nosotros un espacio adecuado a sus preferencias y deseos específicos a cada etapa en particular y que en niños más grandes, podamos ser un lugar de referencia para el esparcimiento. Consideramos a los bebés en este rango de edades, ya que tenemos en cuenta a las madres que concurren al lugar con los mismos en busca de un lugar tranquilo y ameno. Además, en caso de que tengan más hijos de otras edades, puede ser un factor determinante a la hora de elegir nuestro local el hecho de contar con un sector específico para las distintas edades y al mismo tiempo, un sector propicio para estar con bebés.

Como dijimos en forma sintética anteriormente, nosotros buscamos proporcionarles a nuestros clientes un espacio en el cual pueden sentirse seguros de que sus hijos pasarán un momento de diversión asegurada acorde a las distintas etapas del desarrollo. Es importante destacar que ofrecemos una solución para aquellos padres que tengan más de 1 hijo con distintas edades, ya que brindamos en un solo lugar, la forma de satisfacer las distintas preferencias y/o necesidades de los más pequeños, simplificando el proceso de elección de salidas y a su vez evitando los conflictos habituales que se generan cuando hay discrepancia a la hora de elegir.

Al mismo tiempo les permitirá a los adultos disfrutar de un ambiente ameno y silencioso (esto se logrará a través de una separación del sector recreativo para los niños del sector confitería) propicio para conversar o incluso trabajar.

En cuanto al tamaño del mercado al cual apuntamos, hemos realizado la siguiente estimación. Consideramos a todos los niños entre las edades de 0 a 12 años que se encuentren establecidos en los barrios que pretendemos atender (Nuñez, Belgrano, Colegiales, Coghlan, Saavedra, Villa Urquiza, Palermo y Recoleta). Consideramos a ese total de población ya que consideramos que serán aquellos padres en pareja o separados que posean hijos los que estarán interesados en la propuesta que ofrecemos. Para ello, nos basamos en datos del Indec del Censo efectuado en el año 2010. El total de niños entre el rango de edades considerado (0 a 12 años) para los barrios que buscamos atender asciende a **96.761** *(este valor incluye el total de la comuna 12, la cual está integrada por los barrios de Villa Urquiza, Saavedra, Coghlan y Pueyrredón. Por una cuestión de distancias, éste último barrio no está incluido como nuestro mercado potencial, pero los resultados*

que expone el censo es por comuna, por lo tanto los tomamos para realizar una estimación de la cantidad de niños entre los rangos determinados).

Cantidad de Niños (de 0 a 12 años) por Comuna – Censo 2010

Total Comuna 2	15,193
Total Comuna 12	27,684
Total Comuna 13	28,677
Total Comuna 14	25,207
TOTAL	96,761

Debemos considerar que el total estimado corresponde a la cantidad de niños que se encuentran entre el rango de edades que hemos establecido pueden disfrutar de nuestra zona de juegos. Sin embargo, debemos tener a bien considerar que indefectiblemente tales niños vendrán acompañados por sus padres, con lo cual el tamaño del segmento al cual apuntamos es mucho mayor.

Para estimar un crecimiento de la población de este segmento, de forma tal de poder realizar una proyección de la demanda acorde, nos basamos en datos que otorga el INDEC del censo 2001 y 2010.

El censo del año 2010 indica que la población de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires se incrementó en un 4,1%, respecto al censo del año 2001. El mencionado incremento en la población total, da cuenta de un incremento de población comunal, con lo cual podemos estimar una tendencia al crecimiento.

Para entender aún más el crecimiento del segmento, nos basamos en datos de la población total por comuna, del censo 2001 y 2010.

Adjunto presentamos la siguiente tabla de datos que permite dar cuenta del total de población de las comunas que pretendemos abarcar con nuestro proyecto.

Población comunas 2-12-13-14 Año 2001

Comunas 2-12-13-14 - Datos 2001	
Comuna	Población Comuna 2001
2	165,494
12	191,122
13	228,226
14	225,245
Totales	810,087

Censo 2001 – INDEC

Población comunas 2-12-13-14 Año 2010

Comunas 2-12-13-14 - Datos 2010	
Comuna	Población Comuna 2001
2	157,932
12	200,116
13	231,331
14	225,970
Total CABA	815,349

Censo 2010 - INDEC

Podemos observar que el total de la población de las comunas determinadas ha sufrido un incremento desde el año 2001 a 2010.

Si bien debemos tener en consideración el envejecimiento en la pirámide poblacional, el mayor crecimiento se produce en sectores más jóvenes de la población. Por lo tanto, como habíamos mencionado anteriormente, el total de niños –a 2010- que se encuentra en un parámetro de edades de 0 a 12 años, asciende a 96.761, lo cual representa un 11,87% sobre el total comunal.

En suma, el crecimiento de las comunas hace referencia a un crecimiento del segmento de edades que pretendemos abarcar.

Por otro lado, debemos tener en cuenta que adicionalmente a la cantidad de niños que se encuentran viviendo en las comunas mencionadas (recordemos que debemos considerar mayor cantidad de clientes que concurrirán a Rayuela con los niños, que serán sus padres), debemos tener en cuenta que estamos focalizando nuestras actividades para apuntar al segmento de clase media-alta, alta lo cual representa aproximadamente un 30% de la población total de las comunas.

En cuanto a los recursos de los cuales dispondremos para poder llevar a cabo nuestra actividad y mantener satisfecho a nuestro segmento de mercado, debemos decir que considerando que nuestra propuesta, hemos realizado una importante búsqueda, en principio, de locales en alquiler que tuvieran amplias dimensiones de forma tal de poder brindar un espacio importante para el entretenimiento de los niños y que al mismo tiempo, los adultos pudieran sentirse cómodos en el sector mesas. El local de Av. Cabildo al 3000 reúne las mencionadas condiciones.

Por otro lado, y en lo que respecta a recursos humanos necesarios para atender a los clientes potenciales de nuestro mercado, debemos decir que contaremos con la suficiente cantidad de mozos (doble turno y rotativo) de forma tal de poder brindar un servicio rápido pero personalizado en cada cliente por mesa. A su vez, contaremos con mozo de mostrador, quien será el encargado de armar el pedido que el mozo de salón solicite o incluso será de ayuda al mismo cuando sea éste último el que deba ayudar a preparar dicho pedido en momentos donde la demanda sea alta.

En cuanto a personal de cocina, contaremos con un sandwichero/minutero que junto con los mozos de mostrador y de salón, ayudarán a la eficiencia en el servicio de expedición de pedidos.

Más adelante en nuestra descripción del plan de negocios, detallaremos la cantidad de cada uno de los empleados necesarios para cubrir la demanda y posibles fluctuaciones.

✓ **Objetivos comerciales previstos**

Entendiendo que el segmento de mercado al cual estamos apuntando se encuentra en crecimiento, de acuerdo a datos estimativos del INDEC, y que además el rubro gastronómico – como mencionamos anteriormente- se encuentra en incremento progresivo, nuestros objetivos comerciales serán significativos en el corto/mediano plazo de desarrollo de nuestro negocio.

Al haber determinado la cantidad de personas que podrán entrar en nuestro local (un total de 240 aproximadamente – explicado anteriormente en lo que respecta a cantidad de mesas que puede albergar nuestro local), debemos considerar que la cantidad de rotaciones que se puedan suscitar estarán relacionadas directamente con la etapa evolutiva del local, los distintos horarios y días (la demanda fluctúa los días de semana respecto de los fines de semana) y las distintas estaciones del año.

Hemos estimado demandas mínima, normal y por encima de esta última considerando los distintos horarios/ momentos del día, así como también de acuerdo a las distintas épocas del año. Según investigaciones del mercado gastronómico, en cuestiones de meses del año, los potenciales consumidores consumen más en los meses de Septiembre a Diciembre, presentando ciertos picos de demanda en vacaciones de invierno.

En cuanto a días de semana, debemos decir que los potenciales consumidores consumen más los días Jueves a Domingo, y que los restantes días la demanda fluctúa y oscila en niveles inferiores a los estimados para los días anteriormente mencionados.

En cuanto a horarios, es importante destacar el hecho de que nuestra propuesta particular está enfocada en un “Bar/Confitería”, por lo que la mayor cantidad de “personas” que concurrirán a nuestro local lo harán principalmente en horarios de la tarde/noche. (Las estimaciones respectivas se encuentran detalladas en las páginas 136 y 137)

Nuestros objetivos comerciales estarán focalizados en incrementar la demanda desde el primer año al quinto año en más del 30% respecto al primero.

Por otro lado, se pretende llegar a un total de Ventas Netas que superen o igualen los \$10.000.000 al último año de proyección del plan de negocios, de forma tal de que nos permita generar una rentabilidad considerable junto con un plazo de recupero de inversión en el corto/mediano plazo.

✓ **Producto**

○ *Propuesta Entretenimiento – Pase a la zona de Juegos*

Como hemos explicado anteriormente, nuestra propuesta de valor se basa en ofrecer a nuestros clientes un lugar donde encuentren un servicio que integra dos conceptos: una propuesta gastronómica (la cual, como detallaremos más adelante en el desarrollo de nuestro trabajo) estará conformada por un menú amplio y variado en lo que respecta a productos de confitería, café/bar y minutas simples. Junto con dicha propuesta, el servicio integrará una zona de juegos para los más pequeños, que se adaptará a las necesidades, deseos y preferencias de cada uno de los niños, siendo acorde a las distintas etapas del proceso de desarrollo.

En primer lugar, describiremos dicha zona de juegos y sus respectivas divisiones según las distintas edades.

- "Plaza Blanda": de 2 a 4 años, con juegos que incentiven el desarrollo de la comprensión sensorial/motora (por ejemplo, a través de juegos de encastre juegos de encastre, peluches, legos grandes, entre otros).
- "Aventuras": 5 a 7 años con distintas "estaciones": estación de pintura (donde los niños podrán crear sus propios bocetos con crayones o pinturas en mesitas pequeñas destinadas para tal fin), estación de canto (a través de un mini-karaoke que será utilizado por turnos), estación baile (a través juegos que utilizan la tecnología para detectar movimientos y que de tal manera los niños puedan divertirse de una forma más creativa y distintas), estación "armar con ladrillos" (donde los niños podrán crear sus propios diseños a través de los clásicos juegos que permiten los "legos"), entre otros.
- "Fantasia": de 8 a 12 años con "estaciones" más tecnológicas (jugar en las distintas computadoras por turnos coordinados por los animadores de este sector, juegos con Wii, Karaoke, estación "moda" para las niñas – donde podrán maquillarse con pinturas artísticas ayudadas por las animadoras- "estación metegol" para que por turnos los niños puedan jugar con dicho elemento, entre otros). Como podemos observar, ofrecemos juegos entretenidos y acordes a la edad establecida en este parámetro.

Para ingresar a la zona de juegos, el recepcionista será el encargado de consultar si el mismo accederá en el momento en que ingresan a *Rayuela*, y es allí donde el mencionado empleado colocará un precinto de papel en su muñeca que le permitirá ingresar a la sala de juegos que le corresponda por edad. Luego de allí, los padres y/o la animadora de la sala específica, acompañará al niño a ingresar a la misma.

El precio que se cobrará para ingresar a la zona de juegos (es decir, el pase a la misma) ascenderá a los **\$35** por niño – sin restricción de horario-, sin incluir la consumición.

Es importante destacar que buscamos que los juegos y entretenimientos que utilicen los niños, se renueven y/o actualicen de acuerdo a las distintas "modas" que se presenten para que los niños siempre se sientan atraídos por concurrir a la zona de juegos y de tal manera, evitar el "aburrimiento" que podría llegar a causarles si sus padres son clientes recurrentes.

- *Propuesta Gastronómica*

En cuanto a la propuesta gastronómica, como mencionamos anteriormente, proponemos un menú amplio y variado, teniendo en cuenta que no somos un restaurant. Ahora bien, al considerar que el horario de apertura de *Rayuela – Bar & Juegos-* es de **08.00 a 20.00 hs de Lunes a Domingo**, es importante destacar que queríamos ofrecer un menú variado (propuesta de bebidas frías, infusiones, salados, dulces, entre otros) de forma tal que nuestros clientes puedan concurrir al lugar en cualquier horario del día y que encuentren una oferta adecuada para dicho momento.

A continuación, exponemos debajo el menú que ofreceremos en Rayuela.

- *Propuesta de Bebidas Frías*

Bebidas	Descripción	Precio Final c/IVA
Línea Coca Cola		
Coca Cola	237 cc (vidrio)	\$ 12
Coca Cola Light	237 cc (vidrio)	\$ 12
Coca Cola Zero	237 cc (vidrio)	\$ 12
Sprite	237 cc (vidrio)	\$ 12
Fanta	237 cc (vidrio)	\$ 12
Aquarius	500 cc	\$ 14
Línea Danone		
Villavicencio	500 cc	\$ 13
Villavicencio con gas	500 cc	\$ 15
Cervezas		
Quilmes	1 L	\$ 26
Quilmes Lata	354 cc	\$ 19
Exprimidos		
Naranja	300 cc	\$ 22
Pomelo	300 cc	\$ 22

- Propuesta de Tortas y Dulces

Tortas	Tamaño	Precio Final c/IVA
Mousse	Grande	\$ 130.90
Brownie	Grande	\$ 84.00
Rogel	Grande	\$ 84.00
Havanet	Grande	\$ 84.00
Ricota	Grande	\$ 78.75
Lemon pie	Grande	\$ 73.50
Coco	Grande	\$ 73.50

Cuadrados de Torta	Tamaño	Precio Final - c/IVA
Mousse	Pequeña	\$ 20.00
Brownie	Pequeña	\$ 16.50
Rogel	Pequeña	\$ 16.50
Havanet	Pequeña	\$ 16.50
Ricota	Pequeña	\$ 16.50
Lemon pie	Pequeña	\$ 16.50
Coco	Pequeña	\$ 16.50

Delicatessen/Masas/Medialunas	Precio Final - c/IVA
Cookies chocolate	\$ 7
Cookies frutas secas	\$ 9
Cupcakes	\$ 14
Muffins	\$ 16
Alfajorcito	\$ 4
Medialuna Manteca	\$ 6.00
Medialuna Grasa	\$ 5.00

- *Propuesta “Saladitos”*

<i>Sandwiches - Pan árabe</i>	<i>Precio Final - c/IVA</i>
Mediterráneo	\$ 31
Vegetariano	\$ 31
Jamón y queso completo	\$ 27
Pollo	\$ 32
Atún	\$ 35

- *Propuesta Empanadas*

<i>Empanadas</i>	<i>Precio Final c/IVA</i>
Empanadas carne suave	\$ 12
Empanadas carne cuchillo	\$ 12
Jamón	\$ 10
Pollo	\$ 10
Humita	\$ 10
Acelga y Queso	\$ 10

- *Propuesta Pizzas*

<i>Pizzas</i>	<i>Precio con IVA</i>
Mozzarella	\$ 75
Mozzarella y Jamón	\$ 80
Jamón y Morrón	\$ 90
Fugazzeta	\$ 90

- *Propuesta “Patitas de pollo” y Papas Fritas*

Presentaciones Patitas	Precio final c/IVA
Presentación de 6 patitas por plato	\$ 17
Presentación de 23 patitas - para compartir / Rinde 4 porciones	\$ 66

Papas Mc Cain	Precio final c/IVA
Porción de papas	\$ 15

- *Propuesta Hamburguesas y Milanesas de Pollo*

Hamburguesas	Precio Final c/IVA
Hamburguesa “simple” Good Mark	\$ 12

Milanesas	Precio Final c/IVA
Milanesas de Pollo	\$ 38

- *Propuesta Ensaladas*

Ensaladas	Precio Final c/IVA
Mexicana	\$ 38
Americana	\$ 32
De la huerta	\$ 30
Cesar	\$ 34
Caprese	\$ 30

- *Propuesta Cafetería*

Cafetería	Precio Final -c/IVA
Café chico 75 cc	\$ 10
Café mediano 125 cc	\$ 14
Café taza (grande) 220 cc	\$ 16
Café con Leche 125 cc	\$ 13
Café con Leche 220 cc	\$ 23
Café Americano	\$ 14
Submarino	\$ 25
Té – Taza 125 cc	\$ 11
Cindor Chocolate	\$ 16

- *Características del local*

En cuanto al local donde estamos ubicados, es importante detallar sus características, ya que junto con el servicio que ofrecemos –tanto a nivel gastronómico como entretenimientos- será nuestra “carta de presentación” al cliente y es un punto de relevante ante la decisión del mismo de ingresar al local. En principio debemos hablar de la luminosidad del lugar. Como dijimos previamente, estaremos ubicados en una esquina, que como podremos ver en la foto panorámica que presentamos a continuación, gracias a sus amplias vidrieras, permite que ingrese abundante luz natural en las dos plantas del negocio. Además, por otro lado, poseemos reflectores en la parte externa de nuestro local, lo cual nos permitirá contar captar aún más la atención de nuestros posibles clientes por la noche.

Actualmente, el local cuenta con rejas desmontables a lo largo de toda la vidriera, con excepción de la puerta principal –ubicada en la esquina de Av. Cabildo- sobre la cual se encuentra una persiana que brinda mayor seguridad durante el momento del día en que nuestro local se encuentre cerrado.

A continuación presentamos una foto del local en la actualidad, para que se pueda apreciar la vista externa del mismo.



Foto tomada en Esquina Quesada, Altura Cabildo 3000 – Día Sábado 13.00 hs.

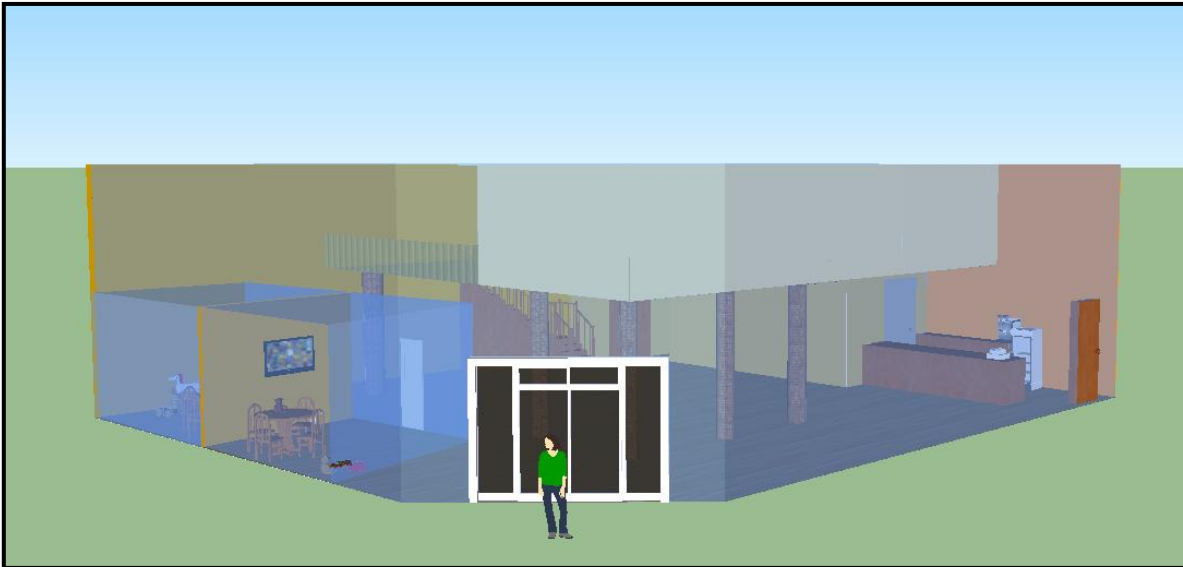
Por otro lado, es importante destacar que el local alquilado ya cuenta con un sistema de aire central.

En lo que respecta a la estructura del local, debemos decir que cuenta con un piso en la planta baja y un entrepiso aptos para uso gastronómico y de entretenimientos. En principio debemos decir que, al visitar el local, hemos observado que el mismo se encuentra en óptimas condiciones (incluyendo el hecho de que cuenta con el sistema de aire acondicionado central que mencionamos anteriormente) también debemos decir que a nivel estructural (paredes, escalera, cocina superior, divisiones internas, columnas, baños) se encuentra en excelentes condiciones. Por otro lado, es importante destacar el hecho de que el local posee vastas instalaciones eléctricas en ambos pisos, lo cual nos será de gran utilidad no sólo para los elementos eléctricos necesarios en el área de cocina, sino también para los artefactos destinados para el entretenimiento de los niños (por ejemplo, televisores LCD, X-Box, Karaoke, entre otros). Además, recordemos que instalaremos televisores pequeños en el local de forma tal de que los padres puedan seguir un control de sus hijos en las zonas de juegos en caso de que la mesa donde se encuentren ubicados no permita tener una visión óptima de dicho sector.

En suma, más allá de las refacciones que debamos realizar, contamos con una base importante para comenzar el proyecto.

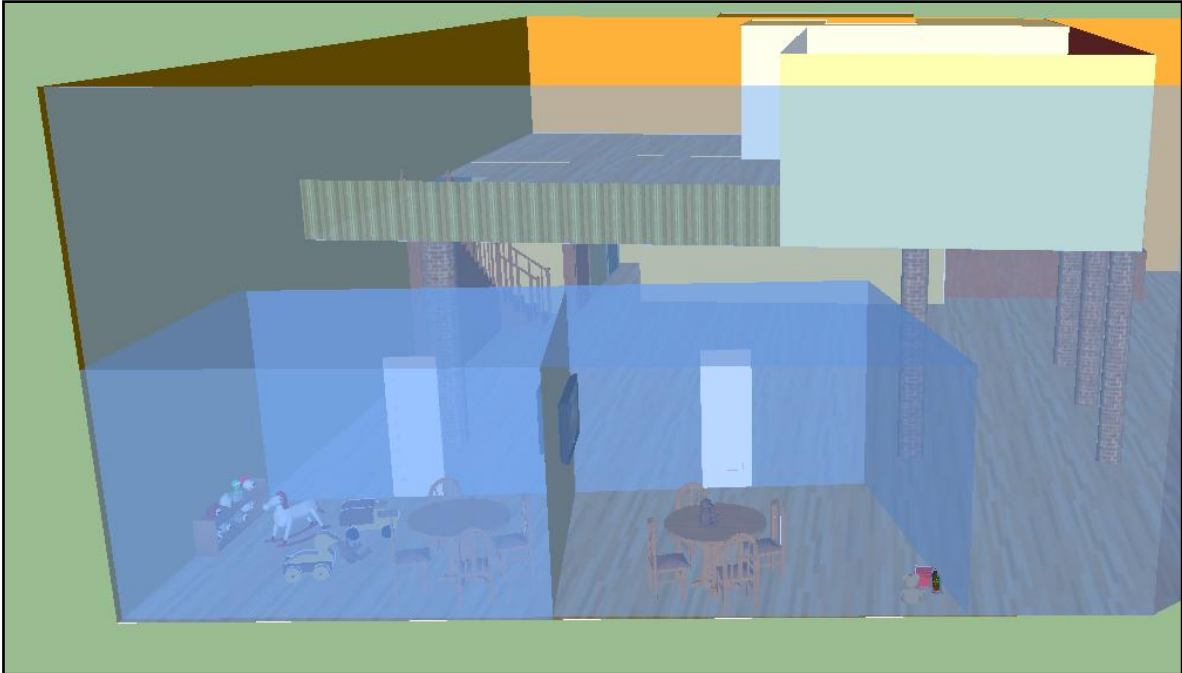
Ahora bien, como enunciábamos anteriormente, en la planta baja del local es importante destacar el hecho de que el frente en su totalidad se encuentra totalmente vidriado, lo cual favorece a la visibilidad del mismo ya que las personas que se encuentran caminando por la zona o aquellas que circulen por la Avenida en transporte, podrán observar las dimensiones del lugar y, adicionalmente, la disposición de los sectores (ejemplo, sector mesas/salas de juegos). Al mismo tiempo, el hecho de que la planta baja se encuentre vidriada, permite contar con la luz del día, agregándole un estilo más cálido a Rayuela. No obstante, instalaremos luces artificiales tanto en la parte interna del local como en la parte externa, de forma tal de provocar mayor atención por parte de los consumidores potenciales.

A continuación, presentamos un croquis de *Rayuela-Bar & Juegos*- donde se podrá observar cómo será el frente del mismo, luego de las refacciones que haremos para adecuarlo a la propuesta de valor que queremos ofrecer.



Ahora bien, de acuerdo a la disposición de los sectores, debemos decir que en la planta baja encontramos a la izquierda de la puerta principal, con el sector de la zona de juegos para los niños más pequeños, es decir las salas de de 2 a 4 años y de 5 a 7 años. Las mismas, como dijimos anteriormente, se encontrarán vidriadas de forma tal de que los padres que se encuentren ubicados en el sector de mesas de la planta baja puedan estar viendo a sus hijos. Como hemos mencionado anteriormente, para mayor tranquilidad y para aquellos padres que se encuentren sentados en sectores donde la perspectiva de las salas no sea adecuada, contaremos con cámaras que presentarán imágenes de las salas donde los niños se encuentren y variarán 60 segundos por sala.

A continuación, exponemos un croquis de cómo se podrá apreciar desde el exterior, el sector del local donde se encuentran dispuestas las salas para los más pequeños (*es importante aclarar que sumado a lo dicho, desde la perspectiva desde la cual presentamos el siguiente croquis, se podrá observar en gran parte el interior del local*).



A continuación, exponemos adicionalmente un croquis representativo de lo que sería la vista interna de las salas de los más pequeños en planta baja. Nuestro objetivo es que pueda comprenderse de mejor forma la manera en que las mismas estarán dispuestas, entendiéndose que las mismas se encontrarán vidriadas como hemos mencionado a lo largo del plan de negocios.



A su vez, a la izquierda de la puerta principal –entre ésta última y las salas de juegos- se encontrará instalado un mostrador pequeño donde se ubicará el recepcionista, encargado de ubicar a los comensales en las mesas y al mismo tiempo de consultar si los niños que ingresan entrarán en la zona de juegos en ese momento. En caso de ser así, se les colocará un precinto de papel en su muñeca que les permitirá ingresar a dicha zona. En el mostrador pequeño es preciso aclarar, que el recepcionista poseerá una computadora la cual poseerá instalado el software gastronómico (es preciso aclarar que la empresa que nos provee el Software Gastronómico nos brinda dos computadoras con el sistema instalado).

Por otro lado, a la derecha de la puerta principal y en dirección hacia el fondo del local, encontraremos el mostrador donde se exhibirán las tortas que ofrecemos en nuestro menú, y las delicatessen/masas. A su vez, el mismo poseerá un lugar determinado para ubicar la caja registradora y la computadora restante que poseerá instalado el software gastronómico. Detrás de dicho mostrador, se encontrará un mueble que tendrá como finalidad, tener al alcance las máquinas de uso recurrente, como por ejemplo, la cafetera y el microondas. Adicionalmente, próximo a este mostrador que poseerá los elementos mencionados, se dispondrá una heladera vertical que exhibirá las bebidas/gaseosas que ofrecemos en el menú.

El mencionado mostrador poseerá acceso directo a la cocina donde se encontrarán los equipos/máquinas de mayor dimensión tales como la heladera para conservar los congelados que nos brinden nuestros proveedores (por ejemplo, las medialunas) y el horno trifásico, donde se realizará el descongelamiento y cocción de los mismos. Adicionalmente, allí tendremos la cocina con la correspondiente campana tipo spar, entre otros artefactos.

Adicionalmente, en la planta baja se disponen parte de la cantidad total de mesas que poseeremos en el local. Por otro lado, es importante destacar el hecho de que se encontrará en este piso, por una cuestión de habilitaciones, un baño para discapacitados con los requerimientos que el mismo posee (estos serán detallados luego). En el mismo piso encontramos un sector donde los empleados podrán colocarse los atuendos necesarios para realizar sus actividades y donde tendrán lugar para guardar sus uniformes. Este espacio se encuentra próximo al baño de discapacitados mencionado.

A continuación, presentamos un croquis representativo de la planta baja, visto desde la calle Quesada.



Sumado a lo descrito anteriormente, es importante destacar que la escalera (la cual se encuentra cercana al baño de discapacitados y al cuarto donde los empleados podrán colocarse el atuendo necesario para el desarrollo de sus tareas) es amplia y posee adhesivos antideslizantes en sus escalones de forma tal de evitar accidentes. Presentamos a continuación, una representación de la misma próxima al baño y al cuarto de uniformes.



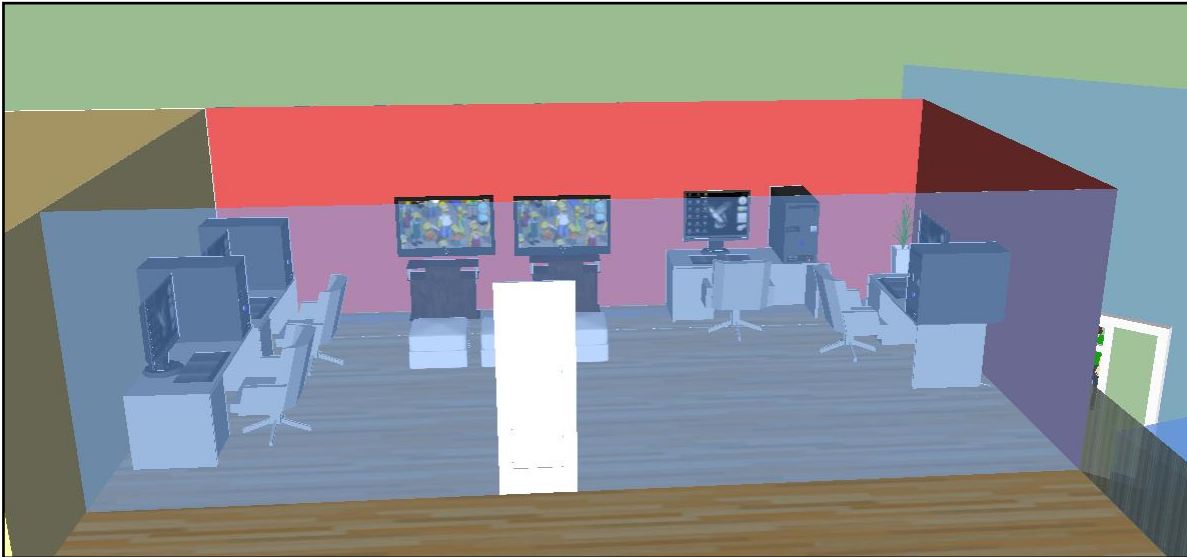
En la planta superior (más pequeña que la planta baja) instalaremos la zona de juegos para niños más grandes (de 8 a 12 años) y una cantidad inferior de mesas –comparadas con las que se encuentran en la parte inferior del local-. En este piso se encuentran los baños de damas y caballeros (dos para cada sexo) y un baño para el personal. A su vez, se encuentra en este entrepiso un depósito que se encuentra frente a los mencionados baños.

En el entrepiso se encontrará además la sala de juegos para niños más grandes que se encuentren en el rango de edades de 8 a 12 años con los juegos/entretenimientos específicos acordes a dicho parámetro.

A continuación, exponemos un croquis representativo desde una perspectiva cenital del local, de forma de entender mejor la disposición de los sectores en el entrepiso.



Exponemos a continuación, un croquis representativo de la vista interna de la sala de juegos de 8 a 12 años en el entresiso. Como podemos observar, la misma al igual que las salas para los más pequeños, se encuentra vidriada.



Es importante destacar que la estética del lugar, acompaña a la propuesta que estamos ofreciendo. La misma se encuentra basada en colores tierra, maíz, combinado con pisos de madera, de forma tal de lograr ese estilo cálido para nuestros consumidores puedan percibir un lugar agradable para permanecer un tiempo prolongado consumiendo mientras sus hijos se encuentran entretenidos en la zona de juegos (las cuales a su vez, mantendrán el estilo cálido característico del lugar).

✓ **Precio**

Como hemos detallado anteriormente los precios –tanto del menú con la oferta gastronómica, así como también del pase a la zona de juegos que deberán abonar los niños que ingresen a la misma- describiremos a continuación la estrategia que llevaremos a cabo en lo que respecta a esta variable.

Para determinar la estrategia de precios que decidimos llevar a cabo en Rayuela, realizamos una investigación de mercado al efectuar comparaciones en lo que respecta a precios determinados por los locales gastronómicos en general y particularmente, aquellos que se encuentran ubicados en la misma zona geográfica que *Rayuela*. Es decir, determinamos precios los cuales el mercado está dispuesto a pagar considerando que la zona donde estamos ubicados posee un mayor porcentaje de clientes potenciales con poder adquisitivo superior al poder adquisitivo promedio de la Ciudad de Buenos Aires (aquí nos encontramos haciendo referencia no sólo al barrio de Nuñez, el cual es el barrio donde Rayuela se encuentra instalado, sino que además estamos refiriéndonos a los restantes barrios sobre los cuales pretendemos focalizar nuestros esfuerzos para captar mercado). Es decir, hemos considerado como una condición significativa el hecho de que el segmento al cual estamos apuntando se encuentra en un nivel socio-económico que cuenta con el poder adquisitivo suficiente para pagar por un precio ligeramente elevado de la media.

Como hemos detallado anteriormente, el menú que ofrecemos es amplio y variado y como se ha podido observar los precios son acordes a los que se encuentran actualmente en el mercado. Ahora bien, como hemos aclarado, los precios se encuentran determinados de acuerdo no sólo a lo que el mercado está dispuesto a pagar, sino también teniendo en consideración el hecho de que nos encontramos apuntando a un segmento de clase media / media-alta dentro de una zona geográfica que posee un ingreso per cápita familiar (IPCF) mayor que el promedio de la Ciudad- como hemos detallado-.

No obstante, como hemos descripto en el ítem de la variable "Producto", más allá del menú gastronómico, el pase a la zona de juegos para los niños que se encuentren entre las edades de 2 a 12 años, ascenderá a un monto de \$35 sin restricción de horario. Es importante aclarar que la consumición de los niños se deberá abonar aparte de dicho pase a la zona de juegos. Consideramos que dicho precio se encuentra acorde a lo que el mercado puede pagar, ya que estamos ofreciendo un valor agregado a nuestros clientes, que guarda relación con el hecho de que el hecho de que el servicio que ofrecemos se adecúa a las distintas necesidades/preferencias específicas de cada etapa de la niñez. Sumado a lo dicho, el hecho de que no haya límites de horario lo decidimos en principio por lo siguiente: el tiempo promedio estimado de consumición de una familia tipo que concurra al lugar es de aproximadamente 2 horas. En caso de que el niño quiera disfrutar de un tiempo más prolongado en la zona de entretenimientos, podrá tener impacto en la demanda de consumiciones por parte de los padres que esperan a sus hijos- es decir, mayores pedidos-.

Adicionalmente, es necesario aclarar, que dado que nuestros costos en el rubro gastronómico son significativos (comprendemos que los drivers de los costos operativos/fijos que poseemos mensualmente, corresponden principalmente al personal y alquiler) debemos poder generar un margen considerable de ganancias de forma tal de acelerar el tiempo de recupero de nuestra inversión total. Es por ello que en términos generales el margen de ganancia que hemos aplicado es de un 60%.

En suma, la estrategia que llevaremos a cabo estará basada en una oferta a precios ligeramente altos, los cuales denotan nuestra diferenciación en el mercado y hace referencia a un servicio de calidad.

✓ Comunicación

Nuestro plan de comunicación se focalizará en transmitir a nuestros clientes el hecho de que el servicio que estamos ofreciendo sugiere una diferenciación con respecto a otros. Buscamos que nuestros potenciales clientes se sientan atraídos al entender que nuestra propuesta se adapta específicamente a las necesidades, deseos y preferencias tanto de los adultos como de los más pequeños. Pretendemos que nuestro público a atender, comprenda a través de nuestros mensajes publicitarios que le ofrecemos una solución integral para resolver el dilema de la indecisión a la hora de elegir un lugar para entretenerse y distraerse tanto padres como el hijos, sin que los primeros deban rescindir del goce de un momento agradable para poder cubrir la necesidad de atención exclusiva que les reclaman los niños.

Para lograr dar a conocer nuestra propuesta de valor tal como hemos descrito, decidimos no realizar inversiones en tercerización de esta actividad, sino que hemos decidido de acuerdo a nuestros conocimientos en materia de marketing, poder llevar adelante la campaña de publicidad a través de distintos medios que permitan la captación de una mayor porción de mercado.

Los medios a través de los cuales vamos a efectuar la publicidad serán:

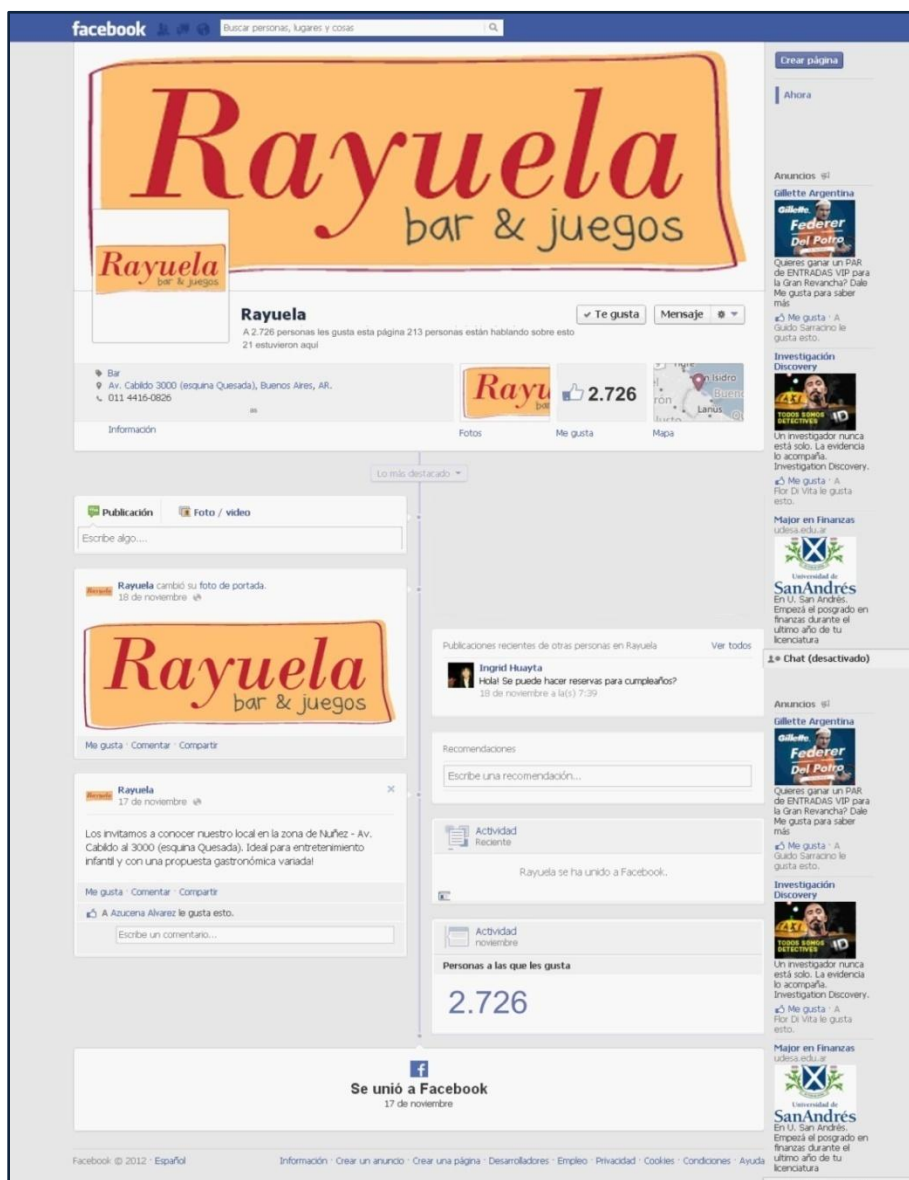
- Publicidad On-Line

En principio crearemos una cuenta en Facebook para promocionar nuestro local. Esto no hará que incurramos en costo alguno, ya que hasta el momento abrir cuentas en Facebook es gratuito.

Consideramos que hoy en día esta red social es un gran aporte para lograr captar mayor cantidad de clientes.

La dirección de Facebook que poseeremos será la siguiente:
www.facebook.com/rayuelabaryjuegos.

A continuación, presentamos el formato del usuario Rayuela en la mencionada red social (*la cantidad de personas que clickearon “Me gusta”, “Estuvieron aquí” y “Están hablando de esto” es simplemente a modo de ilustración – no representan datos reales*).



-Publicidad gráfica

Pretendemos publicitar a través de folletos y de un diario zonal (“Mi Belgrano”).

En el caso de los folletos/flyers hemos contactado a la imprenta “**Bemase – Artes Gráficas**” para la realización de los mismos. Esta empresa se encuentra ubicada en el barrio de Almagro. Hemos consultado por la realización de 5.000 folletos de tamaño 10 cm. x 15 cm, a color tanto en el frente como en el dorso de dicho folleto, en papel ilustración de 130 gramos (lo cual determina que la calidad del papel es óptima). El costo por dichos folletos será de **\$450** (estamos aprovechando una promoción). A dicho monto, habrá que adicionar **\$50**, por el costo que representa el envío desde el barrio de Almagro a Nuñez –donde estaremos ubicados-.

La publicidad mediante este medio se realizará de forma trimestral.

En lo que respecta a la publicación en el diario zonal – “Mi Belgrano” (incluye la zona de Belgrano, Nuñez y Colegiales), es preciso decir que el mismo se imprime de forma gráfica, alcanzado una tirada de 8000 ejemplares que se distribuyen en domicilios particulares y en comercios. Sumado a lo anterior, el diario zonal “Mi Belgrano” ofrece un aviso central en la sección gastronómica en este caso en particular, en el sitio Web que poseen (www.mibelgrano.com.ar) y un banner en la misma y en el Newsletter que envían vía mail a 6000 personas. De esta manera, pretendemos tener un mayor alcance y de tal manera, lograr mayor conocimiento de nuestro negocio y lograr mayor conversión de clientes potenciales a clientes activos.

Decidimos publicitar nuestro local mediante un aviso de 5 cm. x 12 cm. a color en el diario mencionado. El costo por publicitar durante 3 meses, es de **\$865**.

- Publicidad radial

En cuanto a la publicidad radial, hemos decidido difundir nuestra propuesta de valor mediante las siguientes radios:

Frecuencia AM

- Radio La Red:
 - Programa: “*Ciudad Gotik con Jorge Rial*” cuya tarifa bruta es de **\$180** (incluye IVA) por segundo. Se elige este programa debido a que se encuentra en un horario importante en lo que respecta a audiencia, como

es de 9.00 am a 12.00 am, de Lunes a Viernes. Con un anuncio estimado de 30 segundos, tenemos un total de **\$5.400**. El pago será mensual.

Frecuencia FM

- Radio FM 105.5 40 Principales
 - Programa: Radio Fórmula: De 10 am a 13 pm. Lunes a Viernes: Tarifa Bruta incluido IVA asciende a un total de **\$88**. El total por 30 segundos, asciende a **\$2.640**. El pago es mensual.

Gastos de Publicidad proyectado a 1 año

Concepto		ene-13	feb-13	mar-13	abr-13	may-13	jun-13	jul-13	ago-13	sep-13	oct-13	nov-13	dic-13
Publicidad Gráfica	Folletos Imprenta	\$ 500			\$ 500			\$ 500			\$ 500		
	Diario Zonal (*)	\$ 865			\$ 865			\$ 865			\$ 865		
Publicidad Online	Facebook	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Publicidad Radial	Radio AM	\$ 5,400	\$ 5,400	\$ 5,400	\$ 5,400	\$ 5,400	\$ 5,400	\$ 5,400	\$ 5,400	\$ 5,400	\$ 5,400	\$ 5,400	\$ 5,400
	Radio FM	\$ 2,640	\$ 2,640	\$ 2,640	\$ 2,640	\$ 2,640	\$ 2,640	\$ 2,640	\$ 2,640	\$ 2,640	\$ 2,640	\$ 2,640	\$ 2,640
Total estimado anual		\$ 9,405	\$ 8,040	\$ 8,040	\$ 9,405	\$ 8,040	\$ 8,040	\$ 9,405	\$ 8,040	\$ 8,040	\$ 9,405	\$ 8,040	\$ 8,040

(*) Importante aclaración: los avisos publicitarios que se realizan vía el diario "Mi Belgrano" son en medio gráfico y online. En este caso, consideramos los costos dentro de la categoría "Gráfica", ya que el diario nos ofrece el adicional de la publicación online y como banner en newsletters, incluido en el mismo precio.

✓ Localización – Distribución

En lo que respecta a la zona donde estaremos ubicados, como hemos mencionado anteriormente, la hemos elegido por varias características positivas que nos favorecerán en el desarrollo del negocio.

En principio, estamos ubicados en una zona meramente comercial - gran cantidad de locales gastronómicos, tiendas de ropa para grandes y chicos, jugueterías, entre otros)- lo cual atrae a gran cantidad de clientes potenciales. Por otro lado, la facilidad de accesos es óptima para que concurren un significativo número de consumidores a nuestro negocio (estamos emplazados sobre una avenida; existen importante cantidad de avenidas cercanas que permiten que el trayecto sea más corto y rápido; estamos a metros del subte "D"; gran cantidad de colectivos que poseen paradas sobre la misma cuadra y aledaños).

En lo que respecta a distribución de la publicidad que realizaremos, debemos decir las estrategias de marketing que realizaremos estarán focalizadas en las zonas donde pretendemos llegar a los clientes para que éstos se acerquen a nuestro local y consuman el servicio que ofrecemos – lo dicho está relacionado con la distribución de folletos, ya que se realizará en la delimitación geográfica que hemos determinado para focalizar las actividades para captar mayor mercado-.

Es decir, si bien la publicidad radial y online no está enfocada a un sector en particular de la Capital Federal (ya que se entiende que tiene un alcance masivo), consideramos que será la forma de llegada al consumidor más directa y atractiva que permitirán que nuestra propuesta sea conocida.

El hecho de difundir nuestra propuesta de valor en radios que apuntan a un público más infantil, está fundamentado en que consideramos que hoy en día muchos niños tienen un gran poder de influencia en las decisiones que efectúan los padres en lo que respecta a salidas/paseos familiares.

Plan de Operaciones

- **Procesos**

Recordamos que el rubro dentro del cual está basado nuestro plan de negocios es “Servicios”, por lo cual no contamos con procesos típicos de manufactura o fabricación de un producto en particular, exceptuando ciertos procesos necesarios para la oferta gastronómica.

Es por ello que a continuación, detallaremos todos los procesos necesarios

PROCESOS PRINCIPALES	¿QUÉ SE OBTIENE?	¿CÓMO?	¿CUÁNDO?	¿CON QUÉ Y CUÁNTO?	¿CON QUIÉN Y CUÁNTO?
Preparación de café	Café	A través de máquinas de café, donde se colocará el mismo antes de su elaboración. El empleado deberá colocar la tasa donde se introducirá la infusión debajo de la boca de salida de la expendedora.	Se llevará a cabo cuando se solicite el pedido de café por parte del cliente.	Se utilizarán café (La cantidad dependerá del tamaño de taza que el cliente haya solicitado). Se procesan a través de la máquina de café	Se necesitará la labor de un empleado. El tiempo que llevará realizar este proceso será de aproximadamente 5 minutos.

				correspondiente.	
Calentamiento de leche	Leche caliente	Se utiliza la máquina de café. A la hora de necesitar leche caliente por determinado pedido de nuestros clientes el empleado deberá colocar la medida de leche que corresponde al pedido en una jarra. Luego, mediante un tubo que se encuentra en el lateral de la cafetera, se calienta la misma.	Se llevará a cabo cuando se solicite el pedido de café con leche, submarino, té con leche, u otra mezcla especial de infusión.	Leche. La cantidad a utilizar, dependerá del pedido que haya efectuado el cliente y el tamaño de la taza. Se utiliza para el calentamiento de la misma, una jarra – como elemento que sirve de recipiente-y la máquina de café.	Se necesitará la labor de un empleado. El tiempo que llevará realizar este proceso será de aproximadamente 5 minutos.
Elaboración jugos exprimidos	Jugos	Se utiliza una exprimidora de cítricos. El empleado deberá colocar la fruta a exprimir (naranja o pomelo) en la parte superior del electrodoméstico, coloca el recipiente donde se introducirá la bebida y luego presiona el botón correspondiente para comenzar con el proceso de exprimido.	Cuando se solicite el pedido por parte de los clientes.	Jugo exprimido de naranja o de pomelo. La cantidad de cítricos a utilizar, dependerá de la cantidad de pedidos que se hayan realizado.	Se necesitará la labor de un empleado. El tiempo que llevará realizar este proceso será de aproximadamente 8 minutos.
Elaboración Café con Leche	Café con Leche	Se combinan los procesos de elaboración de café con el de calentamiento de leche. Una vez obtenido el café, se vierte el contenido de la jarra que posee la leche caliente con la medida determinada para esta infusión.	Cuando se solicite el pedido por parte de los clientes.	Café. Leche (y la jarra donde se procede a calentar la misma). La cantidad dependerá de la medida	Se deberá contar con la labor de un empleado. Se tardarán aproximadamente 5 minutos.

Elaboración Submarino	Submarino	Se procederá al calentamiento de leche (anteriormente descrito) junto con la adición de una barra de chocolate águila que se colocará en el borde del plato donde se colocará el recipiente con la bebida respectiva.	Cuando se solicite el pedido por parte de los clientes.	Leche (y la jarra donde se procede a calentar la misma con la máquina de café). 1 barra de chocolate águila por pedido de Submarino. Una taza o recipiente.	Se deberá contar con la labor de un empleado. Se tardarán aproximadamente 8 minutos.
Descongelamiento y cocción de Facturas	Medialunas grasa y manteca	Por el hecho de obtener los productos congelados por parte de nuestros proveedores, el único proceso que se deberá llevar a cabo en relación a las facturas, es su calentamiento en el horno pastelero. El descongelamiento se deberá realizar a una temperatura de 120°. La cocción a 180°.	En el horario de la mañana (para tener listas las mismas para ofrecer como desayuno) y en el horario de la tarde (para ofrecer rápidamente con la merienda).	Horno Trifásico. Planchas para colocar las facturas a calentar.	Se deberá contar con la labor de un empleado. Se tardará aproximadamente 6 minutos para el descongelamiento de las facturas y 10 minutos para la cocción.
Descongelamiento y cocción de pizzas	Pizzas	Por el hecho de obtener los productos congelados por parte de nuestros proveedores, el proceso que deberemos llevar a cabo es el calentamiento de las pizzas en el horno pizzeria.	En el momento que lo solicite el cliente.	Horno Trifásico. Planchas para colocar las pizzas.	Se deberá contar con la labor de un empleado. Tiempo estimado: entre 15 y 20 minutos.
Freír "Patitas de Pollo"	"Patitas de Pollo"	Se utilizará una freidora.	En el momento que lo solicite el cliente.	Freidora. Aceite.	Se precisa contar con la labor de un empleado por turno. El tiempo del proceso es de aproximadamente 8 minutos.
Freír Milanesas de Pollo	"Milanesas de Pollo"	Se utilizará una freidora.	En el momento que lo solicite el cliente.	Freidora. Aceite.	Se precisa contar con la labor de un empleado por turno. El tiempo del proceso es de aproximadamente

					8/10 minutos.
Atención de mesas	Servicio de atención	El mozo deberá acercarse a la mesa donde se encuentre ubicado el cliente	Se deberá realizar a medida que ingresen clientes al local y a medida que los mismos realicen pedidos correspondientes.	-	Se deberá contar con la labor de mozos. Los tiempos de atención dependerán de los pedidos que realicen los clientes.
Guía y animación para los niños	Entretenimiento para niños / Garantía para padres que sus hijos se encuentran atendidos y divertidos.	Los animadores recibirán a los niños que ingresen junto con sus padres a la zona de juegos dividida por edad. Los animadores son los encargados en armar los circuitos por turnos para la utilización de juegos (en especial para los más grandes) y en la inducción de los más pequeños al sector determinado, mostrándoles los juegos con los cuales podrán entretenerse.	Esta actividad se deberá realizar al momento en que los niños se dirijan al sector por edad y durante todo el tiempo en que allí se encuentren.	Se deberá contar con los juegos correspondientes a cada sector.	Se deberá contar con la presencia de animadores. El tiempo promedio que estimamos que el niño permanecerá en el sectores de 2 horas. De todas maneras, como hemos mencionado anteriormente, no existe una restricción horaria para permanecer en la zona de juegos.
Recepción y ubicación dentro del local de Mercadería	La recepción de la mercadería correspondiente para la preparación/elaboración de oferta gastronómica.	Se procederá a recibir la mercadería y ubicarla en cocina y depósito.	Se deberá realizar en el horario de la mañana, antes de horario de apertura para clientes. La frecuencia diaria/semanal depende del tipo de mercadería a recibir.	En lo que respecta a la mercadería que se recibe, deberá estar colocada en paquetes o en canastos que faciliten el traslado. De todas formas, esta condición será determinada por el proveedor.	Se deberá contar con la colaboración de empleados del local, junto con la colaboración de los encargados de la distribución de los productos de nuestros proveedores.
Limpieza de baños	Ambientes aseados e higiénicos.	Se procederá a realizar una limpieza general de baños y de mesas.	La limpieza general en baños se deberá realizar dos veces por día – en el caso de los baños exclusivos para clientes-. En el caso de la	Se deberá contar con elementos de limpieza.	En el caso de la limpieza de baños, contaremos con un servicio tercerizado que se encargará de realizarla y en el caso de limpieza de mesas, la deberá

			limpieza de mesas se deberá realizar constantemente, esto quiere decir, que se realizará al retirarse el cliente del local.		realizar cada mozo de acuerdo al sector de mesas que tenga asignado cada uno de los mismos.
Lavado de Vajilla y utensilios de cocina.	Aseo de vajillas y utensilios	Se deberá proceder a higienizar tanto los utensilios y vajillas utilizadas en la cocina como también de aquellos que utilizan los clientes.	La frecuencia depende del requerimiento de dicho proceso.	Se realizará con elementos destinados a higienizar los elementos enunciados.	Se deberá contar con la labor de un empleado por turno (lavacopas).
Limpieza periódica de Máquinas y Equipamiento	Higienización de máquinas y equipamiento.	Se deberá higienizar constantemente tanto la máquina de café, como la tostadora, heladera y horno, de forma tal de evitar la posible contaminación de alimentos.	Periódicamente.	Se deberá contar con elementos de limpieza.	El servicio tercerizado de limpieza se encargará de realizar esta tarea.
Facturación	Registro de cobros	Se deberán registrar todas las ventas – en efectivo o crédito-.	Cuando el cliente solicite la cuenta luego de su pedido.	Se deberá contar con caja registradora, servicio POSNET.	Un empleado por turno estará a cargo de este proceso (cajero).
Pago a proveedores	Pago a proveedores	Se deberán realizar los pagos correspondientes a los proveedores recurrentes (los de mercaderías). Al inicio del desarrollo del negocio también se deberá efectuar al pago a aquellos proveedores de mobiliarios, equipamientos, máquinas, entre otros.	Depende el plazo que cada proveedor establezca.	Básicamente, se deberá contar con la solvencia necesaria para afrontar estas obligaciones.	Como socios de la SRL, nosotros nos encargaremos de realizar los correspondientes pagos a aquellos proveedores de mobiliarios, equipamientos, máquinas, entre otros. El encargado del negocio se encargará del pago a proveedores recurrentes (mercaderías e

					insumos).
Recepción de clientes	Recibir a los clientes e indicarles mesa y sector que le corresponde por edad a los niños/as que ingresen junto con ellos.	Se deberá recibir al cliente en la puerta de entrada principal para ubicarlos en la mesa que se encuentre disponible y se les colocará a los niños una insignia con su nombre y el número de mesas donde estarán sentados sus padres, para poder ubicarlos correctamente.	Se deberá realizar al momento en el que el cliente ingrese al local.	-	Se contará con dos empleados que se encarguen de ubicar a los clientes en las mesas.
Pago de alquiler y expensas	Pago de alquiler a la Inmobiliaria "Beit"	Se deberá efectuar el pago del alquiler en la inmobiliaria.	Se deberá realizar el pago los días del 1 al 5 de cada mes.	Se deberá efectuar a través de un depósito en la cuenta bancaria de la inmobiliaria.	Como socios, deberemos realizar este pago nosotros mismos.
Liquidación de sueldos	Se deberá proceder a realizar la liquidación de sueldos respectiva para cada uno de nuestros empleados.	Se deberá realizar la liquidación de sueldos.	Se deberá realizar la liquidación de sueldos todos los meses.	Se deberá efectuar con los recibos correspondientes para cada uno de los empleados y con copia para que quede a la Sociedad.	La tarea será realizada por la contadora pública que trabajará para nosotros.
Pago de sueldos	Pago de sueldos	Se deberá realizar el correspondiente pago de los sueldos, luego de la liquidación de los mismos.	Se deberá realizar el pago de sueldos todos los meses del 1 al 5 de cada mes.	Se deberá efectuar con los recibos correspondientes.	La tarea la realizaremos nosotros por ser socios de la sociedad.

Es importante destacar que para las tareas que guarden relación con las actividades meramente gastronómicas y las referencias a limpieza, no precisaremos contar con un empleado por proceso, sino que al tener en consideración que el tiempo de preparación, por ejemplo, de una infusión es mínimo, no es necesario que haya encargados específicos para desarrollar cada tarea en particular. Si no, que por el contrario, siguiendo una organización de acuerdo a la cantidad de pedidos que se efectúen en un momento determinado, un mismo empleado podrá realizar la

preparación de varios pedidos distintos sin que esto resulte un impedimento para la eficiente atención de las mesas.

Las operaciones “críticas” que demandarán mayor atención por nuestra parte no sólo guardan relación con las actividades específicas que demanda el hecho de brindar una oferta gastronómica, sino que una de las actividades donde debemos tener mayor foco de atención es aquella que incluye la atención en las mesas, de forma tal que la misma sea eficiente. Es decir que los tiempos de demora en la entrega de los productos que los clientes han elegido, sean mínimos y que se reduzca el margen de error en las órdenes efectuadas. De esta forma logramos que el cliente reciba un servicio de atención óptimo y al mismo tiempo nos diferenciamos no sólo por el concepto de nuestra propuesta de valor mejorada de otras ya existentes pero al mismo tiempo única, sino también por el hecho de lograr que el cliente que asiste a nuestro local pueda encontrar en nosotros un servicio integral que priorice la atención en él y en sus necesidades.

Ahora bien, por otro lado consideramos que todas las actividades que están íntimamente ligadas a la preparación de infusiones y expedición de, por ejemplo, minutas también serán actividades críticas, por lo cual se deberá prestar especial atención a las mismas de forma tal de lograr mayor eficiencia y evitar tiempos de espera en el cliente.

✓ **Tipo de producción**

El tipo de producción que desempeñaremos, si bien entendemos que no producimos algo en particular, sino que nuestra propuesta de valor está basada en servicios, corresponde a un tipo de producción por **“Pedido o Unitaria”**. Consideramos que nuestra producción estará bajo ese rótulo, debido a que trataremos de atender los pedidos que soliciten nuestros clientes y la consecuente preparación de los mismos. Además, es importante aclarar que representa una gran dificultad realizar estimaciones de la demanda, en lo que respecta a cuánto de la oferta gastronómica que ofrecemos será consumido, por lo que debemos ser más analíticos en lo que respecta a los pedidos que realicemos a nuestros proveedores de forma tal de evitar grandes desperdicios o mercadería inmovilizada. Sumado a lo anterior, nuestro tipo de producción será unitaria o por pedido debido a que poseemos gran diversidad de productos (en nuestra oferta gastronómica) y la preparación de cada uno de ellos implica un proceso determinado distinto a otro.

Por otro lado, para la realización de cada uno de los pedidos, la capacidad de producción es importante debido a que dependemos de las máquinas que poseamos y la capacidad que cada una de ellas posea. Con esto nos referimos a, por ejemplo, la capacidad de la heladera de albergar una cantidad considerable de bandejas con productos congelados, la capacidad de las máquinas de café – poseeremos una que tenga la capacidad de realizar dos cafés simultáneamente y cuya elaboración sea rápida, permitiendo una frecuencia mayor de preparación de infusiones-, capacidad de calentamiento del horno convector, entre otros. Al mismo tiempo, dependemos íntimamente de la cantidad de empleados que poseemos, entre los cuales se encuentran los mozos que serán los responsables de registrar el pedido que soliciten los clientes y transmitirlo a los encargados de la preparación de los mismos, de la cantidad de empleados que se encarguen efectivamente de la preparación/elaboración de los pedidos, etc.

✓ **Recursos Materiales**

En cuanto a los recursos materiales que necesitaremos a lo largo del desarrollo de nuestras actividades (nos referimos principalmente a la mercadería) debemos considerar lo siguiente:

- Al tratarse de productos congelados -en su mayoría- y al hacerse pedidos en grandes volúmenes, la frecuencia del pedido será semanalmente.
- En cuanto a los insumos, al igual que los productos congelados, serán comprados y/o pedidos en grandes volúmenes, por lo cual la frecuencia de pedido o el punto de re-orden será con la misma frecuencia que los primeros (semanalmente).

A continuación, exponemos un presupuesto estimado en lo que respecta al equipamiento y mobiliario necesario para la prestación de servicios.

Las siguientes tablas resultan en parte, los detalles del Excel que luego expondremos en nuestro Plan Financiero.

Equipos de Cocina

Equipos y máquinas Cocina	Descripción	Cantidad	Costo	Costos sin IVA	Costos con IVA
<i>Cafetera Industrial</i>	<i>Elaboración de café - Calentamiento de leche - Calentamiento de agua</i>	1	\$ 9,550.00	\$ 9,550.00	\$ 11,555.50
<i>Exprimidora</i>	<i>Exprimir cítricos (naranja y pomelo)</i>	1	\$ 234.00	\$ 193.39	\$ 234.00
<i>Heladera tipo industrial</i>	<i>Mantenimiento y conservación de alimentos</i>	1	\$ 6,300.00	\$ 6,300.00	\$ 7,623.00
<i>Heladera exhibidora vertical para bebidas</i>	<i>Mantenimiento de bebidas frescas</i>	1	\$ 3,554.00	\$ 2,937.19	\$ 3,554.00
<i>Cocina con horno</i>	<i>Descongelamiento / Cocción y calentamiento de alimentos</i>	1	\$ 5,136.59	\$ 4,245.12	\$ 5,136.59
<i>Horno convector trifásico</i>	<i>Descongelamiento / Cocción y calentamiento de alimentos</i>	1	\$ 9,350.00	\$ 9,350.00	\$ 11,313.50
<i>Microondas</i>	<i>Descongelamiento / Calentamiento de alimentos</i>	1	\$ 1,104.99	\$ 913.21	\$ 1,104.99
<i>Tostador eléctrico</i>	<i>Tostador</i>	1	\$ 949.00	\$ 949.00	\$ 1,148.29
<i>Mostrador</i>	<i>Mostrador exhibidor de tortas/delicatessen - medialunas listas para consumir</i>	1	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00	\$ 14,520.00
<i>Mesada mostrador</i>	<i>Mesada para colocar elementos/artefactos de uso recurrente</i>	1	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,420.00
<i>Mesadas acero inoxidable</i>	<i>Mobiliario que sirve para apoyar ciertos elementos de cocina, preparar ciertos platos, entre otros.</i>	1	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,815.00
<i>Campana Gastronómica SPAR</i>	<i>Cumple con la función de extracción de vapor y olores / Higieniza el ambiente de la cocina, para conservar los alimentos y evitar posibles contaminaciones.</i>	1	\$ 2,095.00	\$ 1,731.40	\$ 2,095.00
Total equipos y máquinas cocina				\$ 51,669.31	\$ 62,519.87

Equipos Sector Juegos & Administrativo

Concepto	Cantidad	Función que desempeña	Costo Unitario S/IVA	Costo Unitario c/ IVA	Costo sin IVA	Costo con IVA
<i>X Box 360 Slim + Kinect + Juego + 2 Joystick + HDMI+ 220 v.</i>	2	Entretenimiento	\$ 2,851.24	\$ 3,450.00	\$ 5,702.48	\$ 6,900.00
<i>TV LCD + Monitor BGH 32 HD</i>	4	Para entretenimiento en las salas de los niños	\$ 2,172.73	\$ 2,629.00	\$ 8,690.91	\$ 10,516.00
<i>Cámaras de seguridad</i>	4	Servirán para monitorear las salas de los niños	\$ 1,344.00	\$ 1,626.24	\$ 5,376.00	\$ 10,516.00
<i>Equipo de Karaoke Profesional + Micrófono</i>	1	Entretenimiento	\$ 3,046.08	\$ 3,685.76	\$ 3,046.08	\$ 3,685.76
<i>PC & Instalación Wi Fi - Redes (*)</i>	4	Entretenimiento para niños y padres	\$ 4,068.46	\$ 4,922.84	\$ 16,273.84	\$ 19,691.35
<i>Televisor Samsung 29" Slim Fat</i>	4	Televisores para ver imágenes de las salas de los niños	\$ 1,400.83	\$ 1,695.00	\$ 5,603.31	\$ 6,780.00
Total					\$ 44,692.62	\$ 58,089.11

(*) Aclaraciones Anexo PC & Instalación Wi Fi - Redes

Instalación WIFI (*)		
Parte	Modelo	Precio
Router	Linksys E2500 802.11n	\$ 560
Cable	Cable Utp Glc Doble Vaina Negra Exterior 305 Mts	\$ 390
Instalación y accesorios	Cablecanal, paso de cable, armado de ficha	\$ 300
Fichas RJ45	x 4	\$ 20
Configuración	Configuración de contraseña, seguridad y alcance	\$ 200
Total Instalación Wi - Fi		\$ 1,470

Instalación Red LAN		
Parte	Modelo	Precio
Switch	Cisco Sf100-d 8 Puertos	\$ 230
Cable	(Adquirido en el presupuesto anterior)	\$ 0
Instalación	Pasado de cables y configuración en PC's	\$ 300
Total Instalación Red LAN		\$ 530

Equipos			
PC	Dual Core/4gb/500gb	\$ 2,500	\$ 10,000
Windows	Licencia Windows Starter	\$ 312	\$ 1,249
Office	Licencia Office Home X4 PC	\$ 425	\$ 425
Instalacion y configuracion	Clonado de discos	\$ 600	\$ 600
Total Equipos			\$ 12,274

Precio total por instalacion de redes	\$ 2,000
Precio total por instalacion de redes y pcs	\$ 14,274
Total	\$ 16,274

Es importante tener a bien el hecho de contabilizar el Software Gastronómico que instalaremos para poder llevar un correcto manejo del sector de las mesas, con las cuentas y pedidos solicitados por los clientes para poder lograr un proceso eficiente. A continuación, presentamos el presupuesto de un Software Gastronómico solicitado a la empresa **Diner-Omnisoft**. La mencionada empresa nos ofrece una opción con equipos touch screen All in One integrados.

Software Gastronómico	Precio Unitario	Cantidad	Precio Total
<i>ELO 15e1 Touch computer integrada 15" Garantía 2 años</i>	\$ 5,400.00	2	\$ 10,800.00
<i>Impresoras de comanda Hasar PT-250 térmicas , protocolo Ethernet para 1 en Cocina , 1 en Caja</i>	\$ 2,100.00	2	\$ 4,200.00
<i>Impresor Fiscal Hasar 441/F</i>	\$ 4,050.00	1	\$ 4,050.00
<i>Cables de red x 100 mts , armado de cables , Router ,Switch , armado de Red, Configuración de red , Configuración de equipos.</i>	\$ 980.00	1	\$ 980.00
<i>Licencias Windows XP Pro (Opcional)</i>	\$ 800.00	2	\$ 1,600.00
<i>Licencia DINER Premium hasta 3 puestos</i>	\$ 2,800.00	1	\$ 2,800.00
Total			\$ 24,430.00

Mobiliario: Juegos en General

Concepto	Cantidad	Función que desempeña	Costo Unitario c/ IVA	Precio c/ IVA	Precio s/ IVA
<i>Juego para X Box 1</i>	1	Entretenimiento	\$ 228.00	\$ 228.00	\$ 188.43
<i>Juego para X Box 2</i>	1	Entretenimiento	\$ 269.00	\$ 269.00	\$ 222.31
<i>Juego de Baile</i>	1	Entretenimiento	\$ 299.00	\$ 299.00	\$ 247.11
<i>Cubos de encaje</i>	2	Entretenimiento	\$ 54.90	\$ 109.80	\$ 90.74
<i>Elefante encastre</i>	2	Entretenimiento	\$ 65.00	\$ 65.00	\$ 53.72
<i>Casa de encastre didáctica</i>	1	Entretenimiento	\$ 239.50	\$ 239.50	\$ 197.93
<i>Órgano Xilofón</i>	1	Entretenimiento	\$ 199.00	\$ 199.00	\$ 164.46
<i>Bolitas de tela x 3</i>	2	Entretenimiento	\$ 94.90	\$ 189.80	\$ 156.86
<i>Mis Ladrillos Pre-Escolar</i>	1	Entretenimiento	\$ 119.00	\$ 119.00	\$ 98.35
<i>Mis Ladrillos Avanzado</i>	1	Entretenimiento	\$ 229.00	\$ 229.00	\$ 189.26
<i>Muñecos Madagascar</i>	2	Entretenimiento	\$ 279.00	\$ 279.00	\$ 230.58
<i>Mesita Plástico + 2 sillas (bebés)</i>	4	Entretenimiento	\$ 619.00	\$ 2,476.00	\$ 2,046.28
<i>Mesa PC</i>	4	Entretenimiento	\$ 450.00	\$ 1,800.00	\$ 1,487.60
<i>Silla PC</i>	4	Entretenimiento	\$ 419.00	\$ 1,676.00	\$ 1,385.12
<i>Puf para sector niños</i>	3	Entretenimiento	\$ 75.00	\$ 225.00	\$ 185.95
<i>Metegol</i>	1	Entretenimiento	\$ 11,000.00	\$ 11,000.00	\$ 9,090.91
<i>Maquillaje Artístico (caja 6 colores)</i>	10	Entretenimiento	\$ 39.00	\$ 390.00	\$ 322.31
Total				\$ 19,793.10	\$ 16,357.93

Mobiliario: Sillas & Mesas en general

Mobiliario	Cantidad	Función que desempeña	Costo Unitario	Costo sin IVA	IVA	Costo total c/ IVA
<i>Sillas</i>	240	Confort y comodidad para clientes	\$ 192.00	\$ 46,080.00	\$ 9,676.80	\$ 55,756.80
<i>Mesas</i>	120	Comodidad para clientes	\$ 500.00	\$ 60,000.00	\$ 12,600.00	\$ 72,600.00
<i>Banqueta mostrador</i>	2	Comodidad para cajero	\$ 499.00	\$ 998.00	\$ 209.58	\$ 1,207.58
<i>Teléfono</i>	2	Comunicación	\$ 98.00	\$ 196.00	\$ 41.16	\$ 237.16
<i>Mostrador Recepción</i>	1	Mobiliario que	\$ 826.45	\$ 826.45	\$ 173.55	\$ 1,000.00
Total				\$ 107,274.00	\$ 22,527.54	\$ 129,801.54

Vajillas & Utensilios

Concepto	Cantidad	Función que desempeña	Precio Unitario s/IVA	Precios totales s/ IVA	Precios totales c/ IVA
<i>Cucharita Café</i>	300	Utensilio	\$ 6.00	\$ 1,800.00	\$ 2,178.00
<i>Tenedores (Pack 12 unidades)</i>	30	Utensilio	\$ 64.00	\$ 1,920.00	\$ 2,323.20
<i>Cuchillos</i>	30	Utensilio	\$ 64.00	\$ 1,920.00	\$ 2,323.20
<i>Jarrita Café Porcelana</i>	300	Utensilio	\$ 21.00	\$ 6,300.00	\$ 7,623.00
<i>Vaso Vidrio 300 cc</i>	250	Utensilio	\$ 7.00	\$ 1,750.00	\$ 2,117.50
<i>Plato café Porcelana</i>	300	Utensilio	\$ 9.00	\$ 2,700.00	\$ 3,267.00
<i>Plato Playo Principal</i>	300	Utensilio	\$ 23.00	\$ 6,900.00	\$ 8,349.00
<i>Tasa té gastronómica blanca</i>	50	Utensilio	\$ 15.00	\$ 750.00	\$ 907.50
<i>Tasa café 75 cc. Blanca</i>	150	Utensilio	\$ 11.00	\$ 1,650.00	\$ 1,996.50
<i>Bandeja mozo acero inoxidable 42 cm. de diámetro</i>	15	Utensilio	\$ 110.00	\$ 1,650.00	\$ 1,996.50
<i>Cubiertos para niños (set cuchara, tenedor, cuchillo)</i>	100	Utensilio	\$ 15.00	\$ 1,500.00	\$ 1,815.00
<i>Canasto Freidor</i>	1	Freidora de "Patitas de Pollo" y de Papas fritas	\$ 162.00	\$ 162.00	\$ 196.02
<i>Cesto Gastronómico</i>	1	Recipiente para depositar residuos	\$ 331.00	\$ 331.00	\$ 400.51
<i>Caceloras</i>	2	Recipiente que servirá para realizar diferentes tipos de cocciones cuando se requiera.	\$ 95.00	\$ 190.00	\$ 229.90
<i>Caceloras</i>	1	Recipiente de mayor tamaño que el anterior, que servirá para realizar diferentes tipos de cocciones cuando se requiera.	\$ 113.00	\$ 113.00	\$ 136.73
<i>Olla</i>	1	Para realizar distintos tipos de cocciones.	\$ 133.00	\$ 133.00	\$ 160.93

<i>Cuchillo cocinero</i>	2	Cuchillo que se utilizará para realizar determinados cortes, por ejemplo, en tostados.	\$ 164.00	\$ 328.00	\$ 396.88
<i>Afilador</i>	1	Para mantener los cuchillos en perfectas condiciones para emplear en la cocina.	\$ 38.00	\$ 38.00	\$ 45.98
<i>Fuentes</i>	10	Recipientes que servirán para colocar las diferentes porciones de papas fritas que se soliciten	\$ 48.00	\$ 480.00	\$ 580.80
<i>Jarros</i>	2	Para colocar distintos tipos de insumos.	\$ 26.00	\$ 52.00	\$ 62.92
<i>Pizzera</i>	50	Recipiente circular que servirá para colocar las pizzas que se soliciten.	\$ 28.00	\$ 1,400.00	\$ 1,694.00
<i>Planchas</i>	2	Para realizar la cocción de las hamburguesas, por ejemplo.	\$ 105.00	\$ 210.00	\$ 254.10
<i>Sacafuentes</i>	4	Para retirar las fuentes que llevan las medialunas o pizzas en el horno.	\$ 18.00	\$ 72.00	\$ 87.12
<i>Sartén</i>	2	Puede utilizarse para freír las patitas de pollo y/o papas fritas.	\$ 132.00	\$ 264.00	\$ 319.44
<i>Espatulas</i>	3	Para retirar las patitas de pollo o papas fritas en caso de que se realicen con la sartén.	\$ 15.00	\$ 45.00	\$ 54.45
<i>Frascos</i>	10	Recipientes que se utilizan para resguardar allí insumos para poder	\$ 18.00	\$ 180.00	\$ 217.80
<i>"Pala"</i>	5	Su utilidad se basa en ser un utensilio de ayuda para servir porciones de pizza.	\$ 25.00	\$ 125.00	\$ 151.25

<i>Servilletero</i>	70	Recipiente colocado en cada mesa que servirá para que los clientes puedan servirse de servilletas	\$ 13.00	\$ 910.00	\$ 1,101.10
<i>Ensaladeras</i>	40	Recipiente para colocar las ensaladas.	\$ 11.00	\$ 440.00	\$ 532.40
<i>Alcuza de aceite, vinagre, sal y pimienta en set de 4</i>	40	Juego de recipientes que contiene los elementos necesarios para condimentar los platos que se sirven en nuestro local.	\$ 32.00	\$ 1,280.00	\$ 1,548.80
<i>Recipiente Azúcar/edulcorante</i>	60	Recipiente que es utilizado para colocar los "sobrecitos" que contienen azúcar y edulcorante para endulzar las infusiones calientes	\$ 10.00	\$ 600.00	\$ 726.00
Totales				\$ 36,193	\$ 43,794

De acuerdo a la cantidad de empleados con los cuales contamos en nuestro local, hemos realizado un presupuesto estimado de lo que refiere a uniformes (delantales, pantalones, zapatos, etc.) que deberán utilizar los mismos para estar acorde a la imagen que queremos otorgar como negocio y al mismo tiempo de acuerdo a las normativas de higiene que se deberán tener en consideración en lo que respecta a la cocina.

Presentamos a continuación, dicho presupuesto estipulado:

Uniforme empleados				
Concepto	Cantidad	Función que desempeña	Costo Unitario c/IVA	Costo Total c/IVA
<i>Pantalones</i>	12	Pantalón de Chef - comodidad para realizar actividad	\$ 152	\$ 1,824
<i>Chaquetas</i>	12	Chaqueta de Chef - comodidad para desarrollar actividad	\$ 211	\$ 2,532
<i>Delantales</i>	20	Uniforme que deberán complementar con ropa propia – camisa y pantalón de vestir - para mozos mostrador y de salón.	\$ 108	\$ 2,160
<i>Zuecos</i>	14	Zueco hecho en cuero, anti-bacteria, con suela antideslizante	\$ 375	\$ 5,250
<i>Remeras Estampadas (*)</i>	50	Remeras que deberán utilizar las empleadas que se encuentren en el sector de Juegos para niños – que deberán complementar con un jean y zapatillas	\$ 25.60	\$ 1,280
Total				\$ 13,046

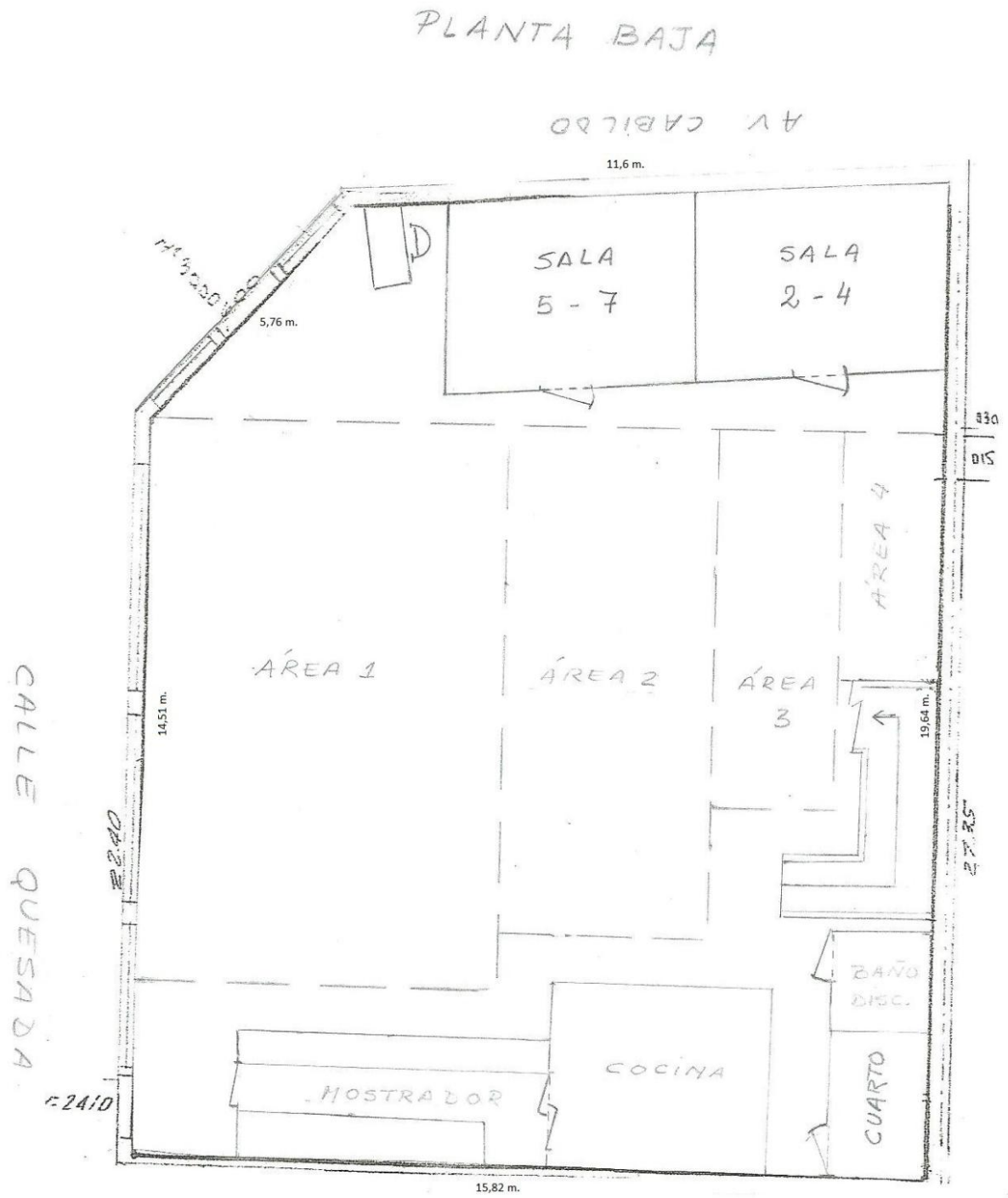
(*) Las remeras estampadas conviene comprarlas en gran cantidad, de forma tal de lograr una deducción en el costo.

✓ Recursos humanos necesarios

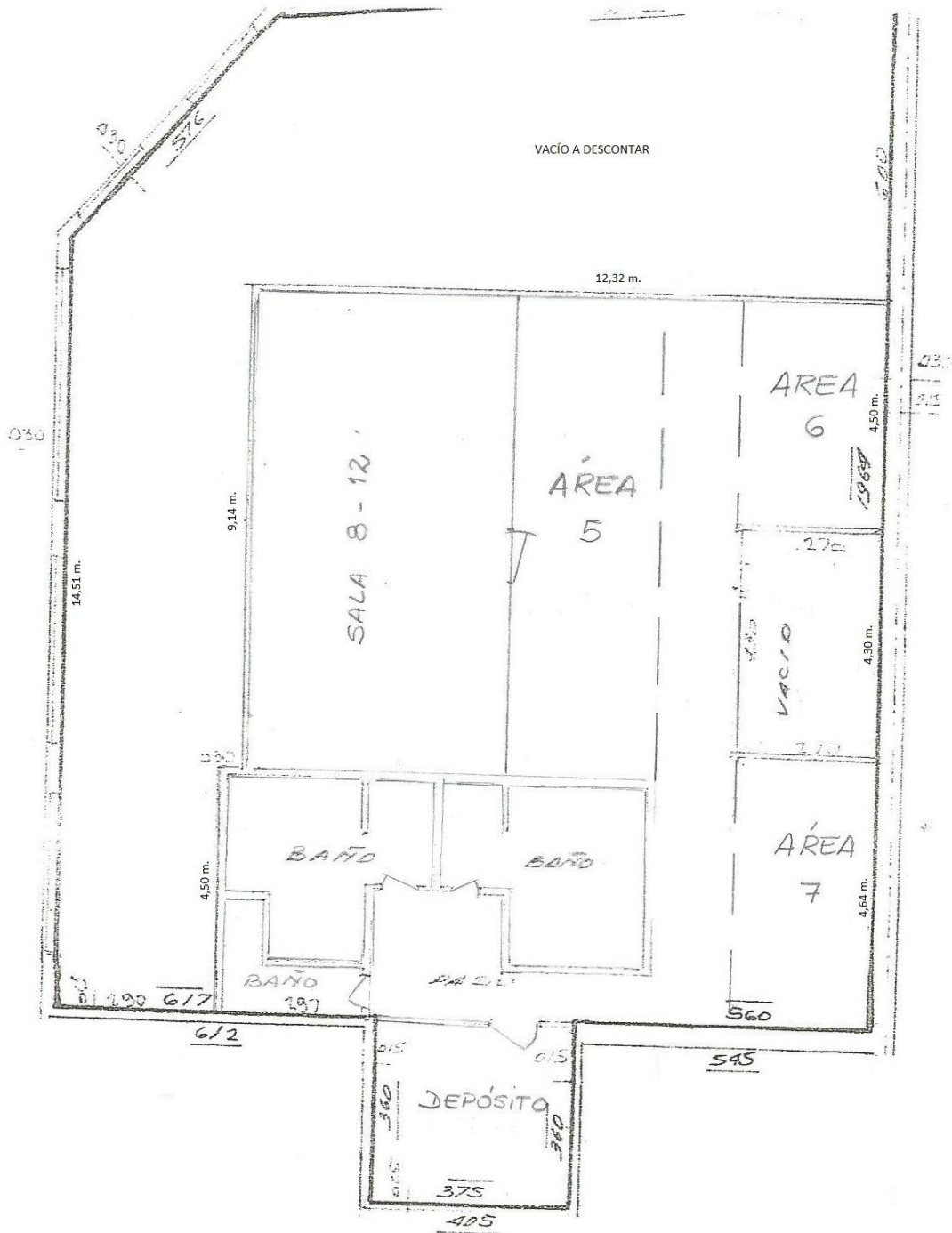
Tarea a realizar	Número de personas requeridas	Número de horas	Turnos	Calificación Requerida
Recepción de clientes	1 recepcionista por turno	8 horas por turno	2	Experiencia previa en actividad similar
Atención de mesas	4 mozos de salón por turno.	8 horas por turno	2	Experiencia previa en actividad similar
Preparación de pedidos a mozo	1 mozo mostrador por turno	8 horas por turno	2	Experiencia previa en actividad similar
Preparación y elaboración de determinados platos a servir	1 Sandwichero/Minutero por turno	8 horas por turno	2	Experiencia previa en actividad similar
Lavado de Vajilla y utensilios	1 Lavacopas por turno	8 horas por turno	2	No se requiere de experiencia previa
Control de correcta atención de mesas y en determinadas ocasiones ayuda en entrega de pedidos / Recepción de mercaderías – compras de mercaderías	1 encargado por turno	8 horas por turno	2	Se requiere experiencia previa en actividad similar.

▪ Lay Out

- Planta Baja



- Primer piso



Escala “cm” a “m”

La escala que se ha utilizado es la siguiente: 0,83 cm = 1 metro.

Los planos, tal como hemos mencionado, han sido elaborados a escala y como podemos observar, hemos trazado líneas imaginarias que representan áreas determinadas donde estarán ubicadas las mesas, de forma tal de lograr realizar un cálculo más preciso.

A continuación, detallaremos con detalle cada una de las áreas/sectores que se encuentran determinadas para el local en sí.

- Planta Baja y Primer piso

✓ Áreas

En principio, es necesario aclarar que las mesas se encontrarán dispuestas sobre los espacios denominados “Áreas”.

El área 1, como se denomina en el plano, posee un total de 75,18 m² aproximadamente.

El área 2, posee un total de 38,69 m² aproximadamente.

El área 3, posee un total de 17,58 m² aproximadamente.

El área 4, posee un total de 8,79 m² aproximadamente.

El área 5, posee un total de 26,16 m² aproximadamente.

El área 6, posee un total de 11,68 m² aproximadamente.

El área 7, posee un total de 13,35 m² aproximadamente.

Por lo tanto, en total poseemos un total de 191,43 m² en lo que respecta al sector “Mesas”.

Considerando los espacios entre las mesas que deberán establecerse para comodidad tanto de clientes como de mozos, podemos decir que tenemos la posibilidad de ubicar 120 mesas de 60 cm. x 60 cm., dispuestas en formas de pares, conformando un total de 60 mesas. Las sillas que se ubicarán por cada una de las 60 mesas serán de 4, con lo que determinamos que la capacidad máxima del local es de 240 personas – en lo que respecta a espacio y disposición de mobiliario-.

- En Planta Baja

✓ **Área Recepción**

En la planta baja podemos observar que a la derecha de la entrada principal –desde la perspectiva de la vista cenital del plano- nos encontramos con un pequeño mostrador donde se recibirá a los clientes y en donde se recibirá a los niños para ubicarlos, según su edad, en el sector de juegos correspondiente.

✓ **Área Cocina - Mostrador**

En planta baja se encontrará ubicada la cocina principal (donde se encontrarán el horno convector, la heladera para mantener los alimentos congelados, mesada y bacha, entre otros). La misma poseerá conexión directa con el mostrador/barra.

✓ **Área Baño Discapitados**

En planta baja también se ubicará un baño para discapitados, reglamentario por ley, el cual tiene dimensiones de 2 metros x 2 metros. Estará equipado correctamente de acuerdo a las necesidades de las personas con movilidad reducida.

✓ **Área “Cuarto de Uniformes”**

En planta baja encontraremos un cuarto destinado a depositar los uniformes de los empleados que posee un total aproximado de 2,63 m².

✓ **Zona de Juegos - Salas de 2-4 / 5-7 años**

En la planta baja encontraremos la zona de juegos para los niños más pequeños dentro del parámetro de edad establecido. Las salas que responden con estas condiciones son las correspondientes a las edades comprendidas entre 2 y 4 años y entre 5 y 7 años.

- Primer Piso

✓ **Área "Baños Damas-Caballeros-Personal" (Primer piso)**

En planta alta encontramos los baños para damas y caballeros (dos para cada sexo) y adicionalmente, encontramos a la izquierda desde la perspectiva cenital del plano, un baño de dimensiones menores para el personal.

✓ **Área Depósito**

En el primer piso encontraremos un área de depósito que se requiere por reglamentación y habilitación, para almacenar allí lo necesario en cuanto a lo que se necesita en la operatoria del negocio.

✓ **Zona de Juegos - Salas de 8-12 años**

En el primer piso encontraremos el sector de juegos para niños más grandes, donde se encontrarán dispuestas las computadoras, X-Box, Metegol, entre otros juegos determinados para tal edad.

- **Infraestructura Física**

- **Sector Mesas**

<u>Sector Mesas</u>					
<i>Superficie</i>	<i>Altura</i>	<i>Requerimientos Ambientales (*)</i>	<i>Requerimientos específicos (**)</i>	<i>Normas a cumplir (***)</i>	<i>Necesidades futuras</i>
191.43 m ²	3 metros	<p>Se cumplen con los requerimientos ambientales que guardan relación con la altura que deberá presentar el local por ser de tipo gastronómico.</p> <p>Se cumplen con requisitos de iluminación.</p> <p>Ventilación Central</p> <p>Medios de salida no bloqueados - paso libre</p> <p>Prohibición de fumar</p>	<p>Indicaciones de Salida/Escaleras claras y visibles</p> <p>Mobiliario y acondicionamiento en infraestructura apropiado</p>	<p>Código de Edificación</p> <p>Normas de seguridad e higiene</p> <p>Normas de ventilación e iluminación</p> <p>Ley Antitabaco 26.687</p> <p>Ley 11.748 (Prohibición Venta Bebida Alcohólica a menores de 18 años)</p>	No se observan necesidades futuras por el momento.

- Requerimientos Ambientales (*) – Detalle de los requerimientos enunciados

Cumplimos con los requerimientos ambientales que establecen la altura que deberá presentar el local, por tratarse de uno con características de tipo gastronómicas – como lo hemos anunciado anteriormente-.

En cuanto a la iluminación, debemos considerar que al ser este tipo de local uno categorizado como “tercera clase”, cumplimos con el requerimiento ambiental que hace referencia a la luz que recibirá el local. Como lo indican las disposiciones del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, el local recibirá la luz del día y en nuestro caso particular, esto se cumple correctamente debido a que poseemos – tal como lo enunciamos anteriormente- grandes ventanales (en lo que respecta a medidas que refieren a ancho y alto de los mismos) que permitirán durante el día, que la zona del sector mesas pueda estar iluminada cálidamente. Por otro lado, también poseemos sistemas de iluminación artificial en este sector, direccionadas hacia las mesas.

Al mismo tiempo, y si bien poseemos un sistema de ventilación central, éste se alimenta de aire que proviene del espacio urbano, con lo cual cumplimos con otra de las disposiciones establecidas por el Gobierno de CABA.

En cuanto a los medios de salida, como ampliaremos en el siguiente punto, tanto sean las escaleras como las dos salidas con las que cuenta el local, no deberán estar bloqueadas o restringidas para su utilización, de forma tal de propiciar una mejor evacuación en caso de que se produzca un imponderable.

Por otro lado, no se permitirá fumar en el local ni se venderán bebidas alcohólicas a menores de 18 años.

- Requerimientos específicos () - Detalle de los requerimientos enunciados**

Será preciso contar con indicaciones de las salidas que posea el local en el sector de las mesas. En nuestro caso particular, contamos con dos salidas. La principal, que sirve también como entrada, y una segunda salida lateral. Además, deberemos señalar correctamente la localización de las escaleras que permiten el acceso al primer piso y el descenso a la planta baja. Tanto las puertas como dicha escalera, no deben estar obstaculizadas como dijimos anteriormente.

En cuanto a los requerimientos específicos que caracterizarán el sector “mesas” en sí, serán las mesas y sillas correspondientes donde los clientes podrán disfrutar de nuestra oferta gastronómica.

En cuanto a los pisos, entendemos que por una cuestión de higiene no podremos utilizar en este sector pisos alfombrados, por lo cual, los mismos serán recubiertos mediante piso flotante lo cual facilitará el aseo del mismo y será invulnerable a roedores, tal como lo indica la reglamentación correspondiente.

En cuanto a las mesas, utilizaremos una medida estándar de 60 cm. x 60 cm. (teniendo en cuenta que la mayoría de las mesas estarán ubicadas de forma tal de que las mismas se encuentren dispuestas de a dos) y los asientos de las sillas serán fáciles de limpiar, de forma tal de evitar la acumulación de suciedad.

Se respetarán los espacios entre las mesas y sillas, permitiendo mayor comodidad para el paso de clientes y de mozos que trasladen los pedidos.

Como la zona de mesas estará distribuida entre la planta baja y el primer piso, le corresponde a la zona “sector mesas” la escalera que conecta ambos pisos. La misma ya cumple con los requerimientos específicos que establece el Código de Habilitaciones y Permisos. El pasamanos se encuentra ubicado correctamente, perfectamente anclado y de forma tal que no se produzca una discontinuidad en el desplazamiento de la mano. Además, contamos con un descanso intermedio. Como un elemento adicional, y por comprender que las escaleras serán usadas también por niños, las escaleras cuentan en sus escalones con bandas anti-deslizables de forma tal de resguardar la seguridad de nuestros clientes.

Se deberán identificar claramente las salidas del local a través de carteles que lo indiquen (en ambas salidas enunciadas en el punto anterior).

- Normas a cumplir (*)- Detalle de los requerimientos enunciados**

Las que guardan relación con los requerimientos ambientales y específicos anteriormente enunciados, detallados en el Código de Edificación provisto por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y las normas determinadas por las habilitaciones que se precisan de acuerdo al local que estamos desarrollando (entre ellas: normas de seguridad, higiene, medios de salida – en este

caso escaleras y puertas principales de acceso y salida-, normas de iluminación y ventilación, entre otras).

Se deberá cumplir con la Ley Anti-tabaco N° 26.687. Además, se deberá cumplir con la ley 11.748, que prohíbe la venta de bebidas alcohólicas a menores de 18 años.

○ **Zona Juegos**

<u>Sector Zona de Juegos</u>					
<i>Superficie</i>	<i>Altura</i>	<i>Requerimientos Ambientales (*)</i>	<i>Requerimientos específicos (**)</i>	<i>Normas a cumplir (***)</i>	<i>Necesidades futuras</i>
Planta Baja (2 salas de Juegos) = 34,17 m ² aprox. Primer Piso = 45,96 m ² aprox.	En la planta baja la altura será de aproximadamente 3 metros (contamos desde el piso hasta el techo que será realizado en vidrio para preservar la acústica, elevando la altura a los 3 metros mencionados). Además, en el primer piso también será de 3 metros (del primer piso al techo).	Ventilación adecuada Minimización de ruidos que perturben zona de mesas Requerimientos luz natural	Higiene constante del sector Mobiliario / Estructuras que no generen riesgos para niños	Juguetes: Normas IRAM Código de edificación	No se observan necesidades futuras por el momento.

- **Requerimientos Ambientales (*)** – Detalle de los requerimientos enunciados

Al igual que el “Sector Mesas”, contamos con la ventilación que se solicita posea el local en general. Si bien cada sector dividido por edad se encontrará delimitado por vidrios que permitirán minimizar los ruidos, el espacio destinado para los niños se encontrará correctamente ventilado gracias a nuestro sistema de ventilación central que hemos mencionado anteriormente.

En cuanto a la iluminación, debemos decir que la misma cumplirá con los requerimientos ya mencionados que hacen referencia a la necesidad de poseer iluminación natural. Es decir, las zonas de juegos –tanto para los niños más pequeños como para los más grandes- estarán sectorizadas mediante paneles de vidrio, lo cual facilitará el acceso de la luz natural que ingresa al local gracias a los amplios ventanales que el mismo posee. De dicha manera, se logrará el aprovechamiento de luz y junto con ello, contaremos con luz artificial en cada sector.

- Requerimientos específicos () - Detalle de los requerimientos enunciados**

No existe al momento un decreto que especifique un requerimiento en particular que se deba cumplir para este sector. Ahora bien, sí podemos tener en cuenta que las paredes del sector (vidrio) deberán ser fáciles de limpiar. Al mismo tiempo, debemos considerar que el piso del sector también deberá facilitar el aseo y que en el caso de la zona de juegos para los más pequeños (sala de 2 a 4 años y la sala de 5 a 7), deberán tener el piso recubierto por un material que resguarda la seguridad de los más pequeños de forma tal de amortiguar posibles golpes que puedan sufrir (el llamado “piso de goma”).

- Normas a cumplir (*)- Detalle de los requerimientos enunciados**

En cuanto a los requerimientos específicos, debemos decir que ya que en estas zonas de juegos contaremos con, valga la redundancia, juegos infantiles –excluyendo los juegos infantiles electrónicos- tenemos en consideración que los mismos deberán cumplir con las normas IRAM de Seguridad de Juguetes (que incluyen que los juguetes cumplan con ciertas normas en cuanto a sus componentes no tóxicos, características de inflamabilidad, entre otros).

Por otro lado, también se deberán cumplir con las normas o requerimientos que se encuentran establecidos en el Código de Edificación y a los requerimientos exigidos por habilitación según el tipo de local que estamos desarrollando, ya mencionadas anteriormente cuando detallamos el “Sector Mesas”.

○ **Recepción**

<u>Recepción</u>					
<i>Superficie</i>	<i>Altura</i>	<i>Requerimientos Ambientales</i>	<i>Requerimientos específicos</i>	<i>Normas a cumplir</i>	<i>Necesidades futuras</i>
Teniendo en consideración que la zona donde se encontrará la recepción es en un lateral respecto de la entrada principal, la superficie es reducida, aproximadamente 2,5 m ² .	Por encontrarse próximo a la puerta principal del local, se encuentra en la zona donde la altura es de 6 metros.	Los mismos requerimientos que posee el sector mesas, serán aplicables en este sector.	No existe al momento un requerimiento específico en este sector	Código de edificación	No se observan necesidades futuras por el momento.

○ **Sector Cocina**

<u>Sector Cocina</u>					
<i>Superficie</i>	<i>Altura</i>	<i>Requerimientos Ambientales (*)</i>	<i>Requerimientos específicos (**)</i>	<i>Normas a cumplir (***)</i>	<i>Necesidades futuras</i>
10,41 m ² aproximadamente.	3 metros	Exclusivo fin gastronómico Iluminación particular Desodorización - campana tipo "spar" Paredes impermeables (azulejos)	Mesadas de acero inoxidable Higienización de máquinas y equipos periódica (Ejemplo: heladera industrial) Conservación adecuada de materia prima Facilidad de aseo respecto del mobiliario	Código Alimentario	No se observan necesidades futuras por el momento.

- **Requerimientos Ambientales (*)** – Detalle de los requerimientos enunciados

De acuerdo a lo que se encuentra enunciado en el Código Alimentario, el sector de la cocina no debe estar destinado a un uso distinto por el cual fue preparado.

Como en nuestro caso en particular, la ubicación de la cocina no poseemos una conexión directa con el exterior, no poseemos una luz natural. Pero como lo dispone el código alimentario, en caso de necesitar luz artificial (lo cual corresponde con nuestra situación) lo debemos realizar de forma tal que sea lo más similar posible a la luz natural.

En lo que respecta a la desodorización del lugar, se deberá considerar el hecho de establecer una campana por encima de la cocina de forma tal de que succionen los posibles olores y/o vapores que emanen de la preparación de alimentos.

Por otro lado, las paredes deberán ser “impermeables” es decir, deberán estar recubiertas de azulejos blancos de forma tal de facilitar el aseo de las mismas y mantener de esta forma, la higiene del lugar.

- **Requerimientos específicos (**)** - Detalle de los requerimientos enunciados

Poseeremos una mesa de acero inoxidable, permitida según ordenanzas dentro del Código Alimentario. La superficie de esta mesa será lisa y con sus patas rectas. Esto servirá de forma tal de facilitar el aseo de esta superficie. Dichas disposiciones estarán relacionadas con las normas de higiene necesaria para la manipulación de alimentos correcta, de forma tal de evitar contaminarlos.

La heladera industrial que poseemos para el mantenimiento de los alimentos congelados, deberá ser higienizada de forma recurrente de forma tal evitar la acumulación de suciedad.

Los alimentos que no se encuentren envasados (como por ejemplo el caso de las tortas) deberán estar resguardados de la acción del medio ambiente mediante heladeras refrigeradas que permitan su mantenimiento.

En caso de mantener las materias primas en recipientes originales, debe garantizarse su correcta conservación o deberán colocarse en recipientes cuyo material sea inoxidable con tapa y que permita el fácil aseo.

Los empleados que se encuentren trabajando en la cocina deberán utilizar uniformes de color claro.

La maquinaria que se utilice para, por ejemplo, preparar las infusiones, deberán ser desinfectada con agua hirviendo o vapor de agua, tal como lo indica el Código Alimentario.

En el caso de los jugos que preparamos, el Código Alimentario exige la posesión de exprimidores de acero inoxidable, lo cual ya lo contabilizamos dentro de la inversión en utensilios y vajilla.

Entendemos también, que el espacio destinado a la cocina no debe tener un acceso directo a un espacio sanitario o de depósito de forma tal de evitar la posible contaminación de alimentos. Es por ello que el acceso a la cocina del local es directo.

- **Normas a cumplir (***)**- Detalle de los requerimientos enunciados

Se deberá cumplir con el Código Alimentario que determina el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (que incluye además la ley anti-tabaco – no se podrá fumar en lugares de preparación/elaboración de comida-, mencionada anteriormente).

○ **Sector Barra Mostrador**

<u>Sector Mostrador</u>					
<i>Superficie</i>	<i>Altura</i>	<i>Requerimientos Ambientales (*)</i>	<i>Requerimientos específicos (**)</i>	<i>Normas a cumplir (***)</i>	<i>Necesidades futuras</i>
9,91 m ²	3 metros	Libre paso para mozos Ventilación e iluminación	No se exige un requerimiento en particular Cumplir con Ley Antitabaco Ley prohibición de Venta de Alcohol a menores de edad	Código de Edificación Ley Antitabaco Ley prohibición de venta de alcohol a menores de 18 años	No se observan necesidades futuras por el momento.

- **Requerimientos Ambientales (*)** – Detalle de los requerimientos enunciados

Básicamente debemos resguardar el hecho de que este espacio destinado al mostrador/barra no obstruya el paso para mozos ni para clientes. De esta forma, se puede lograr un eficiente lay out en la expedición y entrega de pedidos al sector mesas.

Es aplicable aquí también, los requerimientos que refieren a ventilación e iluminación mencionados anteriormente.

- Requerimientos específicos () - Detalle de los requerimientos enunciados**

No existe al momento un requerimiento específico de este sector en particular. Sin embargo, son aplicables también –ya que se encuentra dispuesto junto con el sector mesas- los requerimientos básicos que incluyen: correcta señalización de salidas de emergencia, la Ley Anti-Tabaco y la ley de prohibición de ventas de alcohol a menores de 18 años.

○ **Baños Damas & Caballeros**

<u>Sector Baños Damas & Caballeros</u>					
<i>Superficie</i>	<i>Altura</i>	<i>Requerimientos Ambientales</i>	<i>Requerimientos específicos</i>	<i>Normas a cumplir</i>	<i>Necesidades futuras</i>
Superficie total de los dos baños = 22.90 m ² aproximadamente. La mitad de los mismos corresponden al baño de damas y la mitad restante al de caballeros	3 metros	<p>Independencia del sector cocina (por cuestiones de prevención de contaminación de alimentos).</p> <p>Correcta desodorización</p> <p>Higienización 2 veces por día.</p> <p>Ventilación apropiada</p>	<p>Luz artificial que permita la correcta visualización / Luz de emergencia ante cualquier eventualidad</p> <p>Mobiliario en óptimas condiciones</p>	Código de Edificación	No se observan necesidades futuras por el momento.

○ **Baño para discapacitados**

<u>Sector Baño Discapacitados</u>					
<i>Superficie</i>	<i>Altura</i>	<i>Requerimientos Ambientales</i>	<i>Requerimientos específicos (**)</i>	<i>Normas a cumplir</i>	<i>Necesidades futuras</i>
Superficie Total = 4m ²	3 metros	<p>Independencia del sector cocina (por cuestiones de prevención de contaminación de alimentos).</p> <p>Higienización 2 veces por día.</p> <p>Ventilación apropiada</p> <p>Luz artificial y luz de emergencia</p>	<p>Puerta amplia para facilitar el acceso / Apertura externa</p> <p>Mobiliario especial - inodoro, lavabo, pasamanos</p>	Código de Edificación - especificaciones discapacitados	No se observan necesidades futuras por el momento.

- **Requerimientos específicos (**)** - Detalle de los requerimientos enunciados

Más allá de la superficie reglamentaria, existen otra serie de disposiciones que exige la ley, tales como que la puerta de acceso al sanitario especial, posea una puerta que abra por fuera del mismo, de forma tal que facilite el acceso para personas con movilidad reducida que deban disponer de una silla de ruedas o de bastones.

El inodoro deberá estar colocado en un lateral del espacio, de forma tal de permitir el acceso directo y rápido del discapacitado.

En el mismo lugar, se deberá incluir un lavabo pequeño y en la pared más cercana al inodoro un "pasamanos" que sirva de sostén para dichas personas.

Deberá contar con luz artificial que permita la correcta visualización y con luz de emergencia.

○ **Baño del personal**

<u>Sector Baño Personal</u>					
Superficie	Altura	Requerimientos Ambientales	Requerimientos específicos	Normas a cumplir	Necesidades futuras
3.17 m ²	3 metros	Independencia del sector cocina (por cuestiones de prevención de contaminación de alimentos). Higienización 1 vez por día. Ventilación apropiada Luz artificial y luz de emergencia	Mobiliario en óptimas condiciones	Código de Edificación	No se observan necesidades futuras por el momento.

○ **Depósito**

<u>Sector Depósito</u>					
Superficie	Altura	Requerimientos Ambientales	Requerimientos específicos (**)	Normas a cumplir	Necesidades futuras
13,5 m ²	3 metros	Desagüe cloacal Desodorización adecuada Higienización periódica	Paredes impermeables de fácil aseo (revestidas de azulejos) Compartimentos individuales	Código de Edificación	No se observan necesidades futuras por el momento.

- **Requerimientos específicos (**)** - Detalle de los requerimientos enunciados

Las paredes deben ser impermeables para el fácil aseo (pueden estar revestidas de azulejos).

Puede estar compartimentado (un sector para basura, otro para envases vacíos, entre otros).

- **Cocheras (no se encuentran específicas en el plano, ya que son cocheras que se encuentran dentro del edificio)**– Son exigibles 2 módulos de estacionamiento como mínimo para la correcta habilitación del local.

Sector Cocheras					
Superficie	Altura	Requerimientos Ambientales	Requerimientos específicos	Normas a cumplir	Necesidades futuras
15 m ² (superficie total que representa dos módulos de estacionamiento en cocheras)	3 metros	No existen por el momento reglamentaciones ambientales en materia de cocheras o garajes.	No existen por el momento reglamentaciones ambientales en materia de cocheras o garajes.	Código de Edificación Según habilitaciones debemos tener como mínimo dos módulos de estacionamiento -tal como poseemos-.	No se observan necesidades futuras por el momento.

Total de Superficie de Áreas

Sector	M²
Mesas	191.43
Salón de Juegos PB	34.17
Salón de Juegos Primer Piso	45.96
Recepción	2.5
Cocina	10.41
Mostrador	9.91
Baños Damas & Caballeros	22.9
Baño Discapacitados	4
Baño Personal	3.17
Depósito	13.5
Cocheras	15
Total Superficie	352.95

✓ Localización

Como hemos mencionado anteriormente, la localización de nuestro local fue determinada básicamente por varios factores, a saber:

- La Avenida Cabildo (principalmente sobre la altura donde estará ubicado el negocio) es un eje comercial importante, lo cual genera un atractivo importante que determina la gran afluencia de personas que concurren a esta zona.
- Facilidad de accesos: Como dijimos en el punto anterior, en la zona existe una gran afluencia de clientes y uno de los factores clave para que esto ocurra es el hecho de que los mismos poseen facilidad de accesos (como hemos descripto anteriormente en el “Plan de Marketing”, los mismos pueden acceder a nuestro local mediante variadas opciones de medios de transporte – abundante líneas de colectivo que transitan por la zona, el subte “D” que se encuentra a una cuadra del lugar, amplias avenidas, entre otros-.)
- En Capital Federal no se encuentra, al momento, un lugar que se ajuste tan precisamente a las necesidades y deseos del segmento al cual estamos apuntando (padres en pareja o solteros con hijos). Por lo cual, estamos realizando una propuesta de valor en una zona donde actualmente existen pocos lugares que ofrecen un servicio tal en lo que respecta a su carácter de “integral”, combinando una amplia y variada oferta gastronómica junto con el valor agregado de proponer un ambiente propicio para el entretenimiento de los más pequeños y para que los padres puedan disfrutar al mismo tiempo.

La infraestructura sobre la cual estaremos ubicados (el local) será un local alquilado a la inmobiliaria “**Beit**”, ubicada en la calle Guayra 2345 (Nuñez).

Como hemos mencionado anteriormente, nos hemos reunido con personal de la inmobiliaria para poder conocer el local y sus instalaciones, de forma tal de corroborar que el mismo se encontraba apto para la utilización y, principalmente, para determinar si el mismo se adaptaba (en dimensiones y distribución de espacios) a lo que estábamos buscando.

El local se encuentra instalado sobre Avenida Cabildo (intersección Quesada), a una cuadra de Avenida Congreso. Las condiciones del mismo son óptimas (como hemos descripto a lo largo del plan de negocios) y sus espacios condicen con la búsqueda que estábamos realizando.

Si bien se deberán efectuar ciertas refacciones, las mismas estarán principalmente focalizadas en lo que respecta a la división de las dos salas de juegos para niños que vidriadas y adicionalmente la construcción de una pared para la división de la cocina respecto del cuarto destinado para que los empleados cambien sus uniformes. Por otro lado, se deberá llevar a cabo la instalación del mobiliario para un baño destinado para uso por parte de discapacitados, ya que es requerimiento por habilitación el hecho de poseer un sanitario con tal característica en la planta baja (debiéndose tener en cuenta los requerimientos específicos para el mismo).

Sumado a lo dicho, es importante aclarar que se deberá llevar a cabo la correspondiente instalación del mobiliario del baño del personal, ya que si bien el espacio determinado para dicho cuarto posee las instalaciones adecuadas para instalar un sanitario, es necesario acondicionarlo con el mobiliario adecuado, lo cual se incluye dentro de las refacciones. En cuanto a los baños para caballeros y damas, el mobiliario que se encuentra actualmente se encuentra en óptimo estado, por lo tanto no será necesario comprar mobiliario nuevo así como tampoco es necesario realizar refacciones en cuanto a instalaciones sanitarias.

Es importante tener en consideración, que las refacciones incluyen cambio del piso actual, pintar el local en su totalidad, entre otros (*Hacia el final del plan de negocios en cuestión presentaremos un anexo con los detalles de los costos de dichas refacciones*).

En suma, debemos decir que refacciones que deberán realizarse, si bien representan una suma de dinero considerable, no están relacionadas con arreglos/modificaciones en la infraestructura del local, lo cual es importante destacar por el hecho de que el lugar donde estaremos ubicados se encuentra en excelentes condiciones tanto a nivel de estructura del local en sí como así también de las instalaciones que posee en su interior.

- ***Determinación de plazos***

Como bien dijimos anteriormente, debemos realizar ciertas refacciones en el local que representarán no sólo inversión económica sino también en tiempo. Luego que el arquitecto realice los trámites para la habilitación del local – es decir, que esté en marcha la habilitación

previa-, se procederán a efectuar las refacciones e instalaciones necesarias para adaptar el local tal como lo precisamos para comenzar con la prestación de servicios, lo cual incluye: cambio de piso, división de las áreas de juegos mediante vidrios, construcción de baño de discapacitados y correcta adecuación del mismo según normas de habilitación previamente mencionadas, instalación de mobiliario del sanitario del personal, y pintar el local en su totalidad.

El trámite concreto de habilitación dura aproximadamente un mes. Consideramos apropiado que las reformas se realicen durante ese período, para poder utilizar el mencionado plazo de tiempo destinándolo exclusivamente a todas las tareas necesarias para adaptar al local a la propuesta de “Rayuela”. Ahora bien, dichas refacciones –según hemos averiguado con el gestor y arquitecto el cual llevará adelante las tareas de refacción- se prolongarán por lo menos entre 30 y 45 días más. Luego de las refacciones efectuadas, el local estará listo para comenzar a instalar el mobiliario y el equipamiento necesario para la correcta prestación del servicio. Nos referimos a lo siguiente:

- Acondicionamiento de cocina: instalación de heladera industrial, horno trifásico, instalación de la campana gastronómica tipo “spar”- entre otros.
- Acondicionamiento de sector mostrador: instalación de barra de mostrador, instalación una mesada detrás de mostrador para colocar allí las máquinas/equipos de uso recurrente (por ejemplo, cafetera y microondas), heladera vertical exhibidora, entre otros.
- Acondicionamiento zona de juegos: instalación de televisores en cada sala, instalación de cámaras de seguridad en las mismas (que estarán conectadas a su vez a los monitores que se encuentran dispuestos en el sector mesas a lo largo del local), instalación de PC’s en la sala de niños más grandes, instalación de X-Box, colocación de mobiliario en general (mesas y sillas para niños, metegol, sillones pequeños, entre otros).
- Acondicionamiento en sector mesas: colocación de sillas y mesas en general, instalación de televisores que permitan observar a sus hijos, entre otros.

Una vez que se han realizado las refacciones e instalaciones correspondientes, el local estará listo para su funcionamiento. Por lo tanto, la apertura del local podrá realizarse aproximadamente a los 60 o 75 días a partir del momento en que comenzaron las mencionadas refacciones.

- **Determinación de la capacidad**

En cuanto a la capacidad de nuestro local, debemos decir que el local que hemos alquilado posee grandes dimensiones para atender el mercado al cual estamos focalizando nuestros servicios.

A continuación, presentamos en la siguiente tabla una estimación de la capacidad máxima diaria del local.

<i>Máximo de personas que pueden ingresar</i>	240	<i>personas</i>
<i>Horas promedio de ocupación mesas</i>	2	<i>horas</i>
<i>Cantidad de horas de apertura</i>	16	<i>horas</i>
<i>Capacidad del Local</i>	1920	<i>personas</i>

Las estimaciones que hemos realizado están relacionadas principalmente con la cantidad de mesas que se disponen en el interior de “Rayuela”. De tal forma, el máximo de personas que podrán ingresar en una misma rotación a nuestro local asciende a 240 personas (lo cual se encuentra relacionado directamente con la cantidad de mesas que podrán disponerse en el local – 120 mesas colocadas en pares, formando un total de 60 mesas con espacio para 4 personas -4 sillas-).

Ahora bien, es importante destacar el hecho de que la cantidad de horas promedio que hemos estimado que nuestros clientes permanezcan en el local, es de 2 horas aproximadamente.

En cuanto a la cantidad de horas que el local permanecerá abierto es de 8 de la mañana a 12 de la noche, con lo cual, serán 16 horas en total en las que Rayuela se encontrará abierto. En el caso de un hipotético máximo, entendemos que tenemos capacidad para que se presenten 8 rotaciones diarias, arrojando un total de 1920 personas posibles de concurrir al local en un día.

Es importante aclarar que nuestra capacidad máxima es significativa. Ahora bien, entendemos que si bien estamos preparados para albergar a tal cantidad de personas, no se atenderá a la misma todos los días, ya que la demanda fluctúa dependiendo del horario (por ejemplo, habrá mayor demanda en el horario de tarde/noche durante la semana que durante el horario de la mañana, entre otros), dependiendo de los distintos días de la semana y fines de semana (por ejemplo, los días sábados y domingos se presentará mayor demanda que en los restantes días, debido a que contamos con que los potenciales clientes dispongan de más tiempo para pasear/disfrutar. Por otro lado, la demanda fluctuará dependiendo además de las distintas épocas del año – generalmente en el mercado gastronómico la demanda se incrementa, por ejemplo, en los últimos meses del año-.

Por lo mencionado, entendemos que nuestra capacidad nos permite cubrir una demanda significativa, pero que de todas formas estamos determinando un hipotético máximo de cantidad de personas que podrán concurrir al local diariamente, comprendiendo a la vez el hecho de que la demanda no es estable, sino que presenta fluctuaciones constantemente.

Es importante considerar cómo afectaría a Rayuela el hecho de una reducción en nuestra capacidad relacionada directamente con el tamaño del local. Debemos decir que en principio no provocará grandes disminuciones en nuestras ventas, debido a que debemos tener en cuenta que nuestro servicio –en lo que respecta a la oferta gastronómica- es expeditivo y permitirá varias rotaciones diarias. Ahora bien, podrá tener un impacto negativo desde la misma óptica, ya que provocarán demoras en la atención de los clientes.

Por otro lado, el hecho de incrementar nuestra capacidad en lo que respecta a dimensiones del local es una imposibilidad que se nos presenta, debido a que no somos dueños de la propiedad, sino inquilinos. Si bien nos encontramos aptos para realizar refacciones de acuerdo al contrato de copropiedad y al contrato de alquiler, no podemos disponer de más espacio del que se nos ofrece. Consideramos que las dimensiones que presentamos al momento son las apropiadas para abastecer el mercado al cual apuntamos.

- ***Determinación de stocks***

En lo que respecta a la determinación de stocks, deberemos tener en consideración que al ser un local gastronómico, nuestros pedidos serán recurrentes.

En lo que respecta al pedido de medialunas congeladas, al poder conservarse por un tiempo prolongado (el máximo es de 4 meses), los pedidos serán realizados quincenalmente dependiendo de la fluctuación de la demanda de este producto que se presente en determinados momentos. Los pedidos deberán ser realizados en grandes volúmenes y esto será posible gracias a las dimensiones de la cocina que permiten albergar una gran heladera que permita almacenar una cantidad considerable de “planchas gastronómicas” (recipientes donde se colocan alimentos) con los mencionados congelados.

En cuanto a los pedidos de congelados que refieren a patitas de pollo, milanesas de pollo congeladas o pizzas listas para la cocción, su pedido será semanal aunque también dependerá de las fluctuaciones de la demanda.

Por otro lado, en cuanto a pedido de ensaladas y sándwiches se deberá realizar diariamente de forma tal de conservar la calidad de los productos de forma adecuada.

En cuanto a las tortas y delicatessen, dependiendo de la demanda que se presente de los mencionados productos, se realizarán pedidos diarios y/o con plazos de hasta dos días. Los volúmenes que se requerirán dependerán a su vez, del momento de la semana en el cual nos encontremos. Es decir, por ejemplo, para los Lunes, Martes y Miércoles los pedidos serán menores respecto a los pedidos que se hagan para el resto de los días donde la demanda incrementa considerablemente (principalmente los fines de semana).

Los pedidos y/o compras de insumos se realizarán de forma semanal, asegurándonos de que los volúmenes que se compran sean significativos de forma tal de poder abastecer la demanda.

Ahora bien, en lo que respecta al sector entretenimientos debemos decir aclarar el hecho de que existen ciertos elementos que se encontrarán disponibles para que los niños utilicen, tales como maquillajes, crayones, pinturas, hojas, entre otros. Los pedidos que se llevarán a cabo en lo que respecta a los mencionados elementos se realizarán de forma mensual y se conservarán en el depósito del local, de manera de estar provistos ante cualquier situación no prevista.

✓ **Gastos operativos**

En lo que respecta a los gastos operativos necesarios para el correcto funcionamiento de Rayuela, debemos considerar lo siguiente:

- **Gastos Luz y Teléfono**

Para determinar los montos de este tipo de gastos, se ha realizado una estimación de los mismos.

En el caso de la luz, la estimación que hemos efectuado luego de preguntar el monto que se abona en un restaurant/bar de características similares, es de aproximadamente **\$3.000** mensuales.

En el caso del teléfono, considerando una línea control, es de aproximadamente **\$120**.

- ***Gastos Gas***

Al igual que con los gastos de luz y teléfono, se ha efectuado una estimación comparando con restaurantes/bares con características similares. La estimación ascendió a un total de **\$500** mensualmente.

- ***Gastos de Internet y Cable***

De acuerdo a consultas realizadas a “Cablevisión”, el monto al cual ascenderían estos gastos sería un total de **\$260** mensuales.

- ***Honorarios Contadora***

En lo que respecta a los honorarios que nos cobrará la contadora pública (Dra. Ingrid Noemí Huayta), ascenderán a un total de \$1500 mensuales. Estos montos corresponderán a las liquidaciones correspondientes de sueldos, presentación de DDJJ, entre otros.

- ***ABL***

De acuerdo a la estimación del impuesto de Alumbrado, Barrido y Limpieza (ABL), debemos considerar este gasto de forma mensual. El monto asciende a un total de **\$1.150**

- ***Alquiler y expensas***

Debemos considerar el alquiler y expensas que debemos abonar mensualmente. El monto al cual asciende es de un total de **\$ 42.148,76** (sin IVA).

- ***Servicio tercerizado limpieza***

Al no contratar empleados para que se encarguen de esta tarea, dependemos de un servicio de outsourcing de limpieza para que desarrolle esta labor. Considerando a un empleado para realizar la misma, la empresa que nos brinda el servicio nos cobrará – en cifras estimadas- un total de **\$3500**.

- ***Compra de Matafuegos***

Si bien será considerado como un gasto de apertura, hemos considerado importante el hecho de detallar la adquisición de Matafuegos para cumplir con las normas de habilitación de un local las características que presentamos.

Los mismos, según normas de seguridad, deberán ser dispuestos en el local cada 15 metros de espacio horizontal libre.

Con lo cual, colocaremos en la planta baja 4 matafuegos de tipo ABC por 5 kg., cuyo costo asciende a **\$210** cada uno. En la cocina de planta baja, debemos tener dos matafuegos de tipo ABC y CO2, por 5 kg. El costo del ABC asciende a \$210; el costo por el CO2 es de **\$1.100**.

En la planta alta, en la zona de atención al público, deberán colocarse 2 extintores de tipo ABC, con los mismos costos enunciados anteriormente. Al tener una pequeña cocina en dicha planta, también debemos adicionar el costo por dos extintores (uno ABC y otro CO2 por 5 kg. cada uno) ascendiendo a un total de **\$1.310**.

- ***Revisión/Recarga Matafuegos***

Es importante destacar que hemos tenido en cuenta que anualmente se deberá realizar un chequeo del estado de los matafuegos y en ciertas ocasiones se deberá realizar una recarga necesaria para el correcto funcionamiento del negocio. La previsión que hemos estimado es de un total de **\$3.000**.

- ***Rotura Vajilla***

Si bien hemos considerado la compra de vajillas como inversión, debemos tener en cuenta el hecho de que es probable de que la vajilla sufra roturas y deba ser repuesta. La previsión que hemos estimado anual es de **\$3.000**.

- ***Uniformes empleados***

Si bien hemos considerado a la compra de uniformes de empleados como un **“Gasto de Apertura”** necesario para comenzar el desarrollo de nuestras actividades, hemos estimado la reposición de los mismos en forma anual. La estimación es de **\$13.046**.

- ***Seguro Local***

Hemos averiguado cuál es el monto al cual asciende el pago por un seguro del local en un restaurant/bar con características similares a las nuestras y el monto que hemos estimado asciende a un total de **\$500**.

- ***Seguro ART empleados***

Dentro de la clasificación de gastos operativos, hemos incluido el seguro que debemos pagar en forma mensual para la Aseguradora de Riesgo de Trabajo (ART) por cada empleado que trabaja para Rayuela.

A continuación, exponemos los montos que se deberán abonar por empleado.

- La siguiente tabla expone los montos hasta el segundo año inclusive de desarrollo de las actividades.

Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Total
<i>Encargado</i>	2	\$ 149.20	\$ 298.40
<i>Cajero</i>	2	\$ 149.20	\$ 298.40
<i>Recepcionista</i>	2	\$ 149.20	\$ 298.40
<i>Mozo salón</i>	8	\$ 149.20	\$ 1,193.60
<i>Mozo mostrador</i>	2	\$ 149.20	\$ 298.40
<i>Sandwichero/Minutero</i>	2	\$ 149.20	\$ 298.40
<i>Lavacopas</i>	2	\$ 149.20	\$ 298.40
<i>Ayudante de cocina</i>	2	\$ 149.20	\$ 298.40
<i>Empleadas sector juegos</i>	6	\$ 132.29	\$ 793.74
Total Mensual			\$ 4,076.14
Total Anual			\$ 48,913.68

- La siguiente tabla expone los montos a partir del tercer año, ya que a partir de dicho momento se incrementa la cantidad de empleados.

Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Total
<i>Encargado</i>	2	\$ 149.20	\$ 298.40
<i>Cajero</i>	2	\$ 149.20	\$ 298.40
<i>Recepcionista</i>	2	\$ 149.20	\$ 298.40
<i>Mozo salón</i>	10	\$ 149.20	\$ 1,492.00
<i>Mozo mostrador</i>	2	\$ 149.20	\$ 298.40
<i>Sandwichero/Minutero</i>	2	\$ 149.20	\$ 298.40
<i>Lavacopas</i>	3	\$ 149.20	\$ 447.60
<i>Ayudante de cocina</i>	2	\$ 149.20	\$ 298.40
<i>Empleadas sector juegos</i>	8	\$ 132.29	\$ 1,058.32
Total Mensual			\$ 4,788.32
Total Anual			\$ 57,459.84

✓ **Inversiones**

Como hemos enunciado anteriormente, el local que utilizaremos para brindar nuestro servicio será alquilado, por lo tanto, no estamos invirtiendo en la compra de un local, sino que por lo contrario estamos arrendando.

Ahora bien, consideramos que las inversiones serán significativas en lo que respecta a equipos y maquinarias necesarias para llevar adelante un correcto desarrollo de la actividad.

Como hemos detallado anteriormente en el ítem “Recursos Materiales” a través de tablas con los costos unitarios de cada elemento/artefacto, presentamos a continuación una tabla que posee los costos totales que representa los Equipos según su categoría (ya sean Equipos de “Cocina” o de “Sector Juegos y Administrativos”) o por ejemplo, los costos totales que representa el Mobiliario en general, de acuerdo a cada categoría (Sillas y mesas, Juegos para la zona de entretenimiento o bien, la categoría de Vajillas y Utensilios).

Equipos	
<i>Cocina</i>	\$ 49,669
<i>Sector Juegos & Adm</i>	\$ 44,693
Mobiliario	
<i>Sillas y mesas</i>	\$ 107,274
<i>Juegos en general</i>	\$ 16,358
<i>Vajilla & Utensilios</i>	\$ 36,193

Para mayor detalle, dirigirse al ítem “Recursos Materiales”.

✓ **Gastos Puesta en Marcha**

Como hemos enunciado al comienzo de nuestro plan de negocios, debemos tener en cuenta que se deberán soportar ciertos gastos que están relacionados directamente con la apertura del local.

Entre los cuales encontramos a:

- **Gastos de Constitución de Sociedad -**

Se encuentran explícitos al comienzo del plan de negocios de Rayuela, cuando hemos descripto y enumerado aquellos formularios, dictámenes, tasas, publicaciones –entre otros- necesarios para llevar adelante la constitución de la SRL de forma correcta.

A continuación, exponemos a modo de resumen, la tabla con los datos detallados de cada costo en que debemos incurrir.

<u>Gastos de Apertura</u>	
<u>Constitución SRL</u>	
<i>Formulario "B"</i>	\$ 75.00
<i>Formulario "H"</i>	\$ 250.00
<i>Publicación en Boletín Oficial</i>	\$ 790.00
<i>Tasa Ret. De Servicios</i>	\$ 30.00
<i>Honorarios Contadora</i>	\$ 2,848.00
<i>Seguro de Caución</i>	\$ 591.00
<i>Personas No Exp. Políticamente</i>	\$ 360.00
<i>Honorarios Escribano</i>	\$ 700.00
<i>Total Constitución SRL</i>	\$ 5,644.00

- **Gastos de Habilitación**

Al igual que los gastos de constitución de SRL, los gastos de habilitación del local se encuentran descriptos al inicio de nuestro Plan de Negocios, donde hemos detallado los pasos que deberán llevarse a cabo para realizar la mencionada a fin de que se lleve a cabo el correcto funcionamiento/desarrollo del negocio en cuestión.

Adjuntamos la tabla de datos con los costos en los que se debe incurrir relacionados con la habilitación a modo de síntesis.

<u>Gastos de Apertura</u>	
<u>Habilitación Local</u>	
<i>Escritura de Habilitación -Escribano</i>	\$ 730.00
<i>Timbrado</i>	\$ 1,098.00
<i>Impacto Ambiental</i>	\$ 50.00
<i>Honorarios Arquitecto</i>	\$ 6,000.00
Total Habilitación Local	\$ 7,878.00

- **Gastos de Reformas**

Tal como hemos enunciado anteriormente, se deberán realizar ciertas modificaciones para acondicionar el local de forma tal de que el mismo se adecúe a la propuesta de valor que pretendemos ofrecer a nuestros clientes.

A continuación, exponemos un cuadro con los costos necesarios a incurrir en lo que respecta a dichas reformas.

<u>Gastos de Apertura</u>	
<u>Reformas</u>	
Concepto	Costo
<i>Refacción e instalación baños</i>	\$ 15,000
<i>Pintura</i>	\$ 9,000
<i>Modificación pisos</i>	\$ 12,000
<i>Marquesina</i>	\$ 7,000
<i>Instalación eléctricas y gas</i>	\$ 12,000
<i>División y adecuación sectores niños</i>	\$ 15,000
<i>Arreglo exterior</i>	\$ 10,000
Total Reformas	\$ 80,000.00

- ***Comisión Inmobiliaria***

Debemos tener en cuenta, que a la hora de realizar el contrato de alquiler con la Inmobiliaria Beit, ésta última determinará una determinada tasa a aplicar sobre un monto establecido que representará la comisión por dicha operación.

En este caso en particular, la inmobiliaria determinó una tasa de 1,5% a aplicar sobre el total del monto del alquiler con IVA (\$50.000) a tres años.

Por lo tanto, el total que dicha tasa representa es de **\$27.000**.

- ***Depósito Alquiler***

Como un gasto de apertura adicional, pero que representa una suma significativa, estará relacionado con el depósito que se deberá realizar.

En este caso en particular, la inmobiliaria “Beit” nos ha informado que el mismo representa dos meses de alquiler, con lo cual el monto asciende a un total de **\$100.000**.

- ***Otros***

Adicionalmente, como gastos de apertura debemos contabilizar la compra de la caja registradora que será indispensable para realizar los cobros a nuestros clientes.

Por otro lado, la compra de matafuegos necesaria para el correcto desarrollo del negocio y para cumplir con las normas de habilitación del local.

Consideramos necesaria la inversión en un Software Gastronómico que permita efectuar una correcta y eficiente atención hacia nuestros clientes y que permite un mejor manejo de los tiempos y recursos.

Por último, consideramos como gasto de apertura al uniforme que deberán llevar los empleados de Rayuela –detallados anteriormente-.

<u>Gastos de Apertura</u>	
<u>Otros</u>	
Concepto	Costo
<i>Caja Registradora</i>	\$ 4,250
<i>Matafuegos</i>	\$ 3,880
<i>Software Gastronómico</i>	\$ 24,430
<i>Uniforme empleados</i>	\$ 13,046
Total	\$ 45,606.00

Plan de Recursos Humanos

Debemos tener en cuenta que según la legislación, nuestro local –por el servicio que ofrece- se encuadra dentro de la categoría de “B” (dos copas). Es decir, contamos con personal de mostrador y salón que atiende a los clientes que se encuentran ingresando. Dicho personal se encontrará vestido con uniforme acorde a las funciones que realice y se brindará un servicio de alta calidad – no sólo en lo que respecta a los productos sino también al servicio que se le ofrece al cliente en cuanto a atención del mismo -. La mencionada categoría en la cual estamos encuadrados no permite el despacho de comidas preparadas calientes, sólo minutas – que es exactamente lo que nosotros ofrecemos-. Es por ello que no poseemos cocinero dentro de la estructura que presentamos, sino que podemos desarrollar nuestras actividades de forma correcta y bajo normas legales con la contratación de un sandwichero/minutero y ayudante de cocina que efectúen las tareas determinadas.

A continuación, exponemos las categorías de los empleados que se encuentran dentro de la estructura que hemos establecido.

- Administrativo

PUESTO DE TRABAJO	TAREAS / RESPONSABILIDADES	NIVEL DE RESULTADOS	HABILIDADES TÉCNICAS	PERFIL	REMUNERACIÓN BRUTA
Encargado	Control de que los pedidos de los clientes se cumplan en tiempo y forma; guía de los clientes que ingresan hacia sus respectivas mesas, entre otros.	Excelencia en desempeño de labor.	Experiencia previa en actividad similar. Conocimientos básicos de administración y contabilidad.	Responsabilidad Trato cordial Edad: entre 30 y 50 años Sexo masculino	\$ 4,027
Cajero	Responsable de caja	Excelencia en desempeño de labor.	Experiencia previa en actividad similar. Conocimientos básicos de administración y contabilidad.	Responsabilidad y honestidad a la hora de realizar su labor. Edad: entre 25 y 35 años. Sexo indistinto	\$ 4,027
Recepcionista	Será el encargado de recibir y hacer de guía a los clientes que ingresen al local, ubicando a los mismos en las mesas disponibles.	Excelencia en desempeño de labor.	Experiencia previa en actividad similar. Amabilidad y cordialidad.	Presencia. Amabilidad y cordialidad. Edad: entre 25 y 35 años. Sexo masculino	\$ 4,331

- Operativo

CONDICIONES DE TRABAJO	PUESTO DE TRABAJO	TAREAS O FUNCIONES	NIVEL DE RENDIMIENTO ESPERADO	HABILIDADES TÉCNICAS	REMUNERACIÓN
Deberá trabajar 8 horas diarias, teniendo dos francos semanales de forma rotativa. Seguro ART, y sueldo determinado por convenio FEHGRA – UTHGRA.	Mozo de piso/salón	Entrega de pedidos solicitados por clientes en el piso – Preparación de infusiones	Excelencia en desempeño de labor.	Experiencia previa en actividad similar.	\$4.331
Deberá trabajar 8 horas diarias, teniendo dos francos semanales de forma rotativa. Seguro ART, y sueldo determinado por convenio FEHGRA – UTHGRA.	Mozo mostrador	Ayuda a la preparación de los pedidos al mozo de piso/salón	Excelencia en desempeño de labor.	Experiencia previa en actividad similar.	\$ 3.499
Deberá trabajar 8 horas diarias, teniendo dos francos semanales de forma rotativa. Seguro ART, y sueldo determinado por convenio FEHGRA – UTHGRA.	Sandwicher o minuterero	Elaboración/preparación de sándwiches y minutas varias	Excelencia en desempeño de labor.	Experiencia previa en actividad similar.	\$ 3.871
Deberá trabajar 8 horas diarias, teniendo dos francos semanales de forma rotativa. Seguro ART,	Lavacopas	Lavado de vajillas y utensilios	Excelencia en desempeño de labor.	Experiencia previa en actividad similar.	\$ 3.363

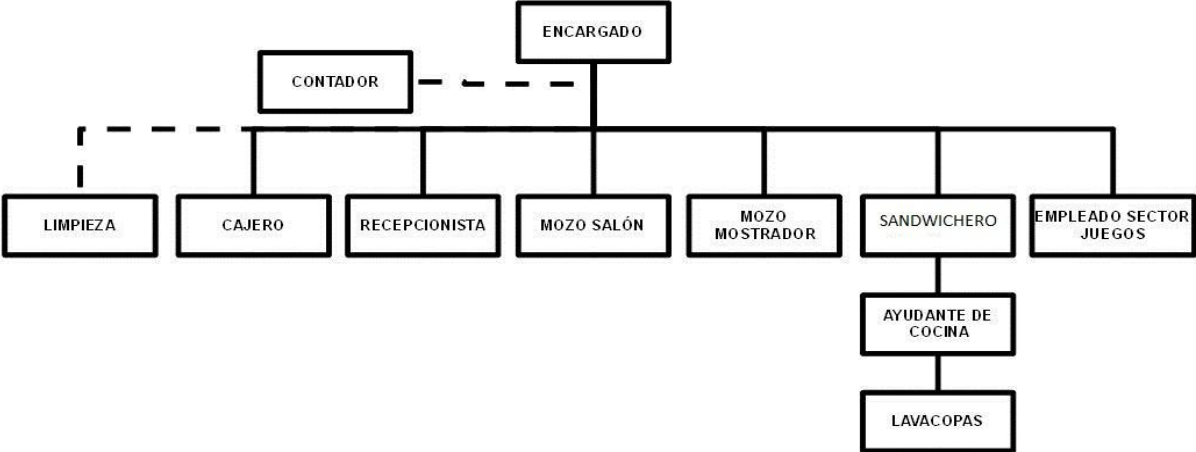
y sueldo determinado por convenio FEHGRA – UTHGRA.					
Deberá trabajar 8 horas diarias, teniendo dos francos semanales de forma rotativa. Seguro ART, y sueldo determinado por convenio FEHGRA – UTHGRA.	Ayudante de cocina	Elaboración/preparación de ciertos platos	Excelencia en desempeño de labor.	Experiencia previa en actividad similar	\$ 3.720
Deberá trabajar 8 horas diarias, teniendo dos francos semanales de forma rotativa. Seguro ART, y sueldo determinado por convenio de Empleados de Comercio	Empleadas sector juegos	Cuidado y guía de niños en los juegos respectivos a cada edad	Excelencia en desempeño de labor.	No será excluyente el hecho de haber tenido experiencia en actividad similar, pero en caso de poseerlo, será valorado.	\$ 5.073

En cuanto a los planes de capacitación, no los consideramos para el personal que nosotros seleccionamos, ya que nuestra búsqueda estará focalizada en reclutar candidatos que cuenten con experiencia previa en actividades similares. Esto resultará beneficioso en lo que respecta a la implementación de arduos procesos de capacitación que puedan demandar gran cantidad de tiempo.

Ahora bien, tenemos en consideración la realización de un manual de procedimientos que los empleados deberán conocer y que se comprometen con nosotros al cumplimiento de ese reglamento por escrito, en cuanto a seguridad e higiene, calidad de servicio, conducta apropiada, confidencialidad, entre otras.

Consideramos que la mejor forma de reclutamiento de personal es externa, a través de avisos clasificados en diarios y en Zona Jobs, de forma tal de ampliar nuestras alternativas de opción a la hora de seleccionar al mejor personal.

A continuación, exponemos el organigrama respectivo de *Rayuela- Bar & Juegos*-.



Es importante aclarar que los **dos primeros años** de desarrollo del negocio la estructura se mantendrá de la manera descrita en el organigrama con la siguiente cantidad total de empleados (sin división por turno):

Categoría	Cantidad
<i>Encargado</i>	2
<i>Cajero</i>	2
<i>Recepcionista</i>	2
<i>Mozo salón</i>	8
<i>Mozo mostrador</i>	2
<i>Sandwichero/Minutero</i>	2
<i>Lavacopas</i>	2
<i>Ayudante de cocina</i>	2
<i>Empleadas sector juegos</i>	6
Total	28

A continuación, presentamos la cantidad total de empleados a partir del tercer año de desarrollo del negocio, ya que hemos contabilizado un incremento para poder atender a una demanda creciente.

Categoría	Cantidad
<i>Encargado</i>	2
<i>Cajero</i>	2
<i>Recepcionista</i>	2
<i>Mozo salón</i>	10
<i>Mozo mostrador</i>	2
<i>Sandwichero/Minutero</i>	2
<i>Lavacopas</i>	3
<i>Ayudante de cocina</i>	2
<i>Empleadas sector juegos</i>	8
Total	33

Plan Financiero

Exponemos a continuación, el plan financiero estipulado para *“Rayuela –Bar & Juegos –“* en un escenario neutral. Debajo de las tablas que se adjuntan con datos económicos y financieros, se encontrarán los detalles y comentarios para comprender las decisiones que se toman en la proyección del plan de negocios a 5 años.

Presupuesto de Ventas – Escenario Neutral

	1º M	2º M	3º M	4º M	5º M	6º M	7º M	8º M	9º M	10º M	11º M	12º M	1º AÑO
Unidades a Vender													
Ticket por persona media mañana	900	945	992	1042	1094	1149	1195	1242	1292	1344	1398	1453	14,045
Ticket por persona promedio almuerzo	1100	1210	1331	1464	1611	1772	1949	2046	2148	2256	2369	2487	21,742
Ticket por persona promedio tarde	1500	1800	2160	2592	3110	3732	4292	4722	4958	5206	5466	5739	45,277
Ticket por persona promedio Noche	1300	1365	1433	1505	1580	1659	1742	1812	1884	1960	2038	2120	20,398
Precio de Vta. Unit.													
Precio promedio por ticket por pers. mañana	\$ 49	\$ 49	\$ 49	\$ 49	\$ 49	\$ 49	\$ 49	\$ 49	\$ 49	\$ 49	\$ 49	\$ 49	\$ 49
Precio promedio por ticket por pers. almuerzo	\$ 72	\$ 72	\$ 72	\$ 72	\$ 72	\$ 72	\$ 72	\$ 72	\$ 72	\$ 72	\$ 72	\$ 72	\$ 72
Precio promedio por ticket por pers. tarde	\$ 55	\$ 55	\$ 55	\$ 55	\$ 55	\$ 55	\$ 55	\$ 55	\$ 55	\$ 55	\$ 55	\$ 55	\$ 55
Precio promedio por ticket por pers. noche	\$ 81	\$ 81	\$ 81	\$ 81	\$ 81	\$ 81	\$ 81	\$ 81	\$ 81	\$ 81	\$ 81	\$ 81	\$ 81
Ventas (Brutas)	\$ 310,450	\$ 342,308	\$ 378,629	\$ 420,172	\$ 467,835	\$ 522,686	\$ 575,163	\$ 613,738	\$ 642,357	\$ 672,325	\$ 703,706	\$ 736,565	\$ 6,385,934
IVA 21%	\$ 65,195	\$ 71,885	\$ 79,512	\$ 88,236	\$ 98,245	\$ 109,764	\$ 120,784	\$ 128,885	\$ 134,895	\$ 141,188	\$ 147,778	\$ 154,679	\$ 1,341,046
Ventas (Netas)	\$ 375,645	\$ 414,192	\$ 458,141	\$ 508,408	\$ 566,081	\$ 632,450	\$ 695,948	\$ 742,623	\$ 777,252	\$ 813,514	\$ 851,484	\$ 891,244	\$ 7,726,980
Vtas. al Ctdo. (60%)	\$ 225,387	\$ 248,515	\$ 274,885	\$ 305,045	\$ 339,648	\$ 379,470	\$ 417,569	\$ 445,574	\$ 466,351	\$ 488,108	\$ 510,890	\$ 534,747	\$ 4,636,188
Vtas. a 30 ds. (40%)	\$ 150,258	\$ 165,677	\$ 183,256	\$ 203,363	\$ 226,432	\$ 252,980	\$ 278,379	\$ 297,049	\$ 310,901	\$ 325,405	\$ 340,593	\$ 356,498	\$ 3,090,792
Recupero de Cartera	\$ -	\$ 150,258	\$ 165,677	\$ 183,256	\$ 203,363	\$ 226,432	\$ 252,980	\$ 278,379	\$ 297,049	\$ 310,901	\$ 325,405	\$ 340,593	\$ 2,734,294
Ingresos Efectivos	\$ 225,387	\$ 398,773	\$ 440,561	\$ 488,301	\$ 543,012	\$ 605,902	\$ 670,548	\$ 723,953	\$ 763,401	\$ 799,009	\$ 836,296	\$ 875,340	\$ 7,370,482
Ctas. por Cobrar	\$ 150,258	\$ 165,677	\$ 183,256	\$ 203,363	\$ 226,432	\$ 252,980	\$ 278,379	\$ 297,049	\$ 310,901	\$ 325,405	\$ 340,593	\$ 356,498	\$ 356,498
	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO								
Unidades a Vender													
Ticket por persona media-mañana	14045	14748	15485	16105	16749								
Ticket por persona promedio almuerzo	21742	23916	25112	26117	27161								
Ticket por persona promedio tarde	45277	52069	57275	60139	62545								
Ticketpor persona promedio Noche	20398	23458	25803	27094	28177								
Precio de Vta. Unit.													
Precio promedio por ticket mañana	\$ 49	\$ 49	\$ 49	\$ 49	\$ 49								
Precio promedio por ticket almuerzo	\$ 72	\$ 72	\$ 72	\$ 72	\$ 72								
Precio promedio por ticket tarde	\$ 55	\$ 55	\$ 55	\$ 55	\$ 55								
Precio promedio por ticket noche	\$ 81	\$ 81	\$ 81	\$ 81	\$ 81								
Ventas (Brutas)	\$ 6,385,934	\$ 7,208,458	\$ 7,807,073	\$ 8,171,758	\$ 8,498,629								
IVA 21%	\$ 1,341,046	\$ 1,513,776	\$ 1,639,485	\$ 1,716,069	\$ 1,784,712								
Ventas (Netas)	\$ 7,726,980	\$ 8,722,235	\$ 9,446,558	\$ 9,887,828	\$ 10,283,341								
Vtas. al Ctdo. (60%)	\$ 4,636,188	\$ 5,233,341	\$ 5,667,935	\$ 5,932,697	\$ 6,170,004								
Vtas. a 30 ds. (40%)	\$ 3,090,792	\$ 3,488,894	\$ 3,778,623	\$ 3,955,131	\$ 4,113,336								
Recupero de Cartera	\$ 2,734,294	\$ 3,554,650	\$ 3,754,479	\$ 3,940,422	\$ 4,100,152								
Ingresos Efectivos	\$ 7,370,482	\$ 8,787,991	\$ 9,422,414	\$ 9,873,119	\$ 10,270,157								
Ctas. por Cobrar	\$ 356,498	\$ 290,741	\$ 314,885	\$ 329,594	\$ 342,778	0.0000							

Presupuesto Compras – Escenario Neutral

	<u>1º M</u>	<u>2º M</u>	<u>3º M</u>	<u>4º M</u>	<u>5º M</u>	<u>6º M</u>	<u>7º M</u>	<u>8º M</u>	<u>9º M</u>	<u>10º M</u>	<u>11º M</u>	<u>12º M</u>	<u>1º AÑO</u>	
Ticket por pers. media mañana	900	945	992	1,042	1,094	1,149	1,195	1,242	1,292	1,344	1,398	1,453	14,045	-
Ticket promedio por pers. almuerzo	1,100	1,210	1,331	1,464	1,611	1,772	1,949	2,046	2,148	2,256	2,369	2,487	21,742	-
Ticket promedio por pers. tarde	1,500	1,800	2,160	2,592	3,110	3,732	4,292	4,722	4,958	5,206	5,466	5,739	45,277	-
Ticket promedio por pers. noche	1,300	1,365	1,433	1,505	1,580	1,659	1,742	1,812	1,884	1,960	2,038	2,120	20,398	-
Costo Unitario														
Costo Promedio Ticket por pers. media mañana	\$ 19.60	\$ 19.60	\$ 19.60	\$ 19.60	\$ 19.60	\$ 19.60	\$ 19.60	\$ 19.60	\$ 19.60	\$ 19.60	\$ 19.60	\$ 19.60	\$ 19.60	\$ 19.60
Costo Promedio Ticket por pers. almuerzo	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80
Costo Promedio Ticket por pers. tarde	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00
Costo Promedio Ticket por pers. noche	\$ 32.20	\$ 32.20	\$ 32.20	\$ 32.20	\$ 32.20	\$ 32.20	\$ 32.20	\$ 32.20	\$ 32.20	\$ 32.20	\$ 32.20	\$ 32.20	\$ 32.20	\$ 32.20
Gastos de Insumos	\$ 124,180	\$ 136,923	\$ 151,452	\$ 168,069	\$ 187,134	\$ 209,074	\$ 230,065	\$ 245,495	\$ 256,943	\$ 268,930	\$ 281,482	\$ 294,626	\$ 2,554,374	-
IVA 21%	\$ 26,078	\$ 28,754	\$ 31,805	\$ 35,294	\$ 39,298	\$ 43,906	\$ 48,314	\$ 51,554	\$ 53,958	\$ 56,475	\$ 59,111	\$ 61,871	\$ 536,418	-
Gs. de Insumos (c/IVA)	\$ 150,258	\$ 165,677	\$ 183,256	\$ 203,363	\$ 226,432	\$ 252,980	\$ 278,379	\$ 297,049	\$ 310,901	\$ 325,405	\$ 340,593	\$ 356,498	\$ 3,090,792	-
Pago de Ctdo. (70%)	\$ 105,180	\$ 115,974	\$ 128,279	\$ 142,354	\$ 158,503	\$ 177,086	\$ 194,865	\$ 207,934	\$ 217,631	\$ 227,784	\$ 238,415	\$ 249,548	\$ 2,163,554	-
Pago a Plazos (30%)	\$ 45,077	\$ 49,703	\$ 54,977	\$ 61,009	\$ 67,930	\$ 75,894	\$ 83,514	\$ 89,115	\$ 93,270	\$ 97,622	\$ 102,178	\$ 106,949	\$ 927,238	-
Pagos Vencidos		\$ 45,077	\$ 49,703	\$ 54,977	\$ 61,009	\$ 67,930	\$ 75,894	\$ 83,514	\$ 89,115	\$ 93,270	\$ 97,622	\$ 102,178	\$ 820,288	-
Egresos Efectivos	\$ 105,180	\$ 161,051	\$ 177,983	\$ 197,331	\$ 219,512	\$ 245,016	\$ 270,759	\$ 291,448	\$ 306,745	\$ 321,054	\$ 336,037	\$ 351,726	\$ 2,983,843	-
Cuentas por pagar	\$ 45,077	\$ 49,703	\$ 54,977	\$ 61,009	\$ 67,930	\$ 75,894	\$ 83,514	\$ 89,115	\$ 93,270	\$ 97,622	\$ 102,178	\$ 106,949	\$ 106,949	-
	<u>1º AÑO</u>	<u>2º AÑO</u>	<u>3º AÑO</u>	<u>4º AÑO</u>	<u>5º AÑO</u>									
Ticket media mañana	14,045	14,748	15,485	16,105	16,749									
Ticket almuerzo	21,742	23,916	25,112	26,117	27,161									
Ticket tarde	45,277	52,069	57,275	60,139	62,545									
Ticket noche	20,398	23,458	25,803	27,094	28,177									
Costo Unitario														
Costo Ticket media mañana	\$ 19.60	\$ 19.60	\$ 19.60	\$ 19.60	\$ 19.60									
Costo Ticket almuerzo	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80									
Costo Ticket tarde	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00									
Costo Ticket noche	\$ 32.20	\$ 32.20	\$ 32.20	\$ 32.20	\$ 32.20									
Gastos de Insumos	\$ 2,554,374	\$ 2,878,692	\$ 3,117,669	\$ 3,263,285	\$ 3,393,816									
IVA 21%	\$ 536,418	\$ 604,525	\$ 654,710	\$ 685,290	\$ 712,701									
Gs. de Insumos (c/IVA)	\$ 3,090,792	\$ 3,483,217	\$ 3,772,379	\$ 3,948,574	\$ 4,106,517									
Pago de Ctdo. (70%)	\$ 2,163,554	\$ 2,438,252	\$ 2,640,665	\$ 2,764,002	\$ 2,874,562									
Pago a Plazos (30%)	\$ 927,238	\$ 1,044,965	\$ 1,131,714	\$ 1,184,572	\$ 1,231,955									
Pagos Vencidos	\$ 820,288	\$ 1,064,834	\$ 1,124,485	\$ 1,180,167	\$ 1,228,007									
Egresos Efectivos	\$ 2,983,843	\$ 3,503,086	\$ 3,765,150	\$ 3,944,169	\$ 4,102,569									
Cuentas por pagar	\$ 106,949	\$ 87,080	\$ 94,309	\$ 98,714	\$ 102,663	-0.0000								

Presupuesto Personal – Escenario Neutral

	<u>1º M</u>	<u>2º M</u>	<u>3º M</u>	<u>4º M</u>	<u>5º M</u>	<u>6º M</u>	<u>7º M</u>	<u>8º M</u>	<u>9º M</u>	<u>10º M</u>	<u>11º M</u>	<u>12º M</u>	<u>1º AÑO</u>			
Encargado	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	Encargado	\$ 4,027
Cajero	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	Cajero	\$ 4,027
Recepcionista	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	Recepcionista	\$ 4,331
Mozo salón	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	Mozo salón	\$ 4,331
Mozo mostrador	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	Mozo mostrador	\$ 3,499
Sandwichero/Minutero	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	Sandwichero/Minutero	\$ 3,871
Lavacopas	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	Lavacopas	\$ 3,363
Ayudante de cocina	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	Ayudante de cocina	\$ 3,720
Empleadas sector juegos	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	Empleadas sector juegos	\$ 5,073
Sueldos Brutos	\$ 118,759	\$ 118,759	\$ 118,759	\$ 118,759	\$ 118,759	\$ 178,139	\$ 118,759	\$ 118,759	\$ 118,759	\$ 118,759	\$ 118,759	\$ 118,759	\$ 178,139	\$ 1,543,867		
Encargado	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 12,081	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 12,081	\$ 104,702		
Cajero	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 12,081	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 12,081	\$ 104,702		
Recepcionista	\$ 8,662	\$ 8,662	\$ 8,662	\$ 8,662	\$ 8,662	\$ 12,993	\$ 8,662	\$ 8,662	\$ 8,662	\$ 8,662	\$ 8,662	\$ 8,662	\$ 12,993	\$ 112,606		
Mozo salón	\$ 34,648	\$ 34,648	\$ 34,648	\$ 34,648	\$ 34,648	\$ 51,972	\$ 34,648	\$ 34,648	\$ 34,648	\$ 34,648	\$ 34,648	\$ 34,648	\$ 51,972	\$ 450,424		
Mozo mostrador	\$ 6,998	\$ 6,998	\$ 6,998	\$ 6,998	\$ 6,998	\$ 10,497	\$ 6,998	\$ 6,998	\$ 6,998	\$ 6,998	\$ 6,998	\$ 6,998	\$ 10,497	\$ 90,974		
Sandwichero/Minutero	\$ 7,742	\$ 7,742	\$ 7,742	\$ 7,742	\$ 7,742	\$ 11,613	\$ 7,742	\$ 7,742	\$ 7,742	\$ 7,742	\$ 7,742	\$ 7,742	\$ 11,613	\$ 100,646		
Ayudante de cocina	\$ 7,440	\$ 7,440	\$ 7,440	\$ 7,440	\$ 7,440	\$ 11,160	\$ 7,440	\$ 7,440	\$ 7,440	\$ 7,440	\$ 7,440	\$ 7,440	\$ 11,160	\$ 96,720		
Lavacopas	\$ 6,726	\$ 6,726	\$ 6,726	\$ 6,726	\$ 6,726	\$ 10,089	\$ 6,726	\$ 6,726	\$ 6,726	\$ 6,726	\$ 6,726	\$ 6,726	\$ 10,089	\$ 87,438		
Empleadas sector juegos	\$ 30,435	\$ 30,435	\$ 30,435	\$ 30,435	\$ 30,435	\$ 45,653	\$ 30,435	\$ 30,435	\$ 30,435	\$ 30,435	\$ 30,435	\$ 30,435	\$ 45,653	\$ 395,655		
Aportes (20%)	\$ 23,752	\$ 23,752	\$ 23,752	\$ 23,752	\$ 23,752	\$ 35,628	\$ 23,752	\$ 23,752	\$ 23,752	\$ 23,752	\$ 23,752	\$ 23,752	\$ 35,628	\$ 308,773		
Contribuciones (30%)	\$ 35,628	\$ 35,628	\$ 35,628	\$ 35,628	\$ 35,628	\$ 53,442	\$ 35,628	\$ 35,628	\$ 35,628	\$ 35,628	\$ 35,628	\$ 35,628	\$ 53,442	\$ 463,160		
Sueldo Neto	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 142,511	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 142,511	\$ 1,235,094		
Sueldo Neto Venc.	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 142,511	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 142,511	\$ 1,235,094		
Sueldo Neto por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		
Cargas Sociales	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 89,069	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 89,069	\$ 771,934		
Cargas Soc. Vencidas	\$ -	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 89,069	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 89,069	\$ 682,864		
Cargas Soc. por pagar	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 89,069	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 89,069	\$ 89,069		

Presupuesto Personal – Escenario Neutral (continuación)

	<u>1º AÑO</u>	<u>2º AÑO</u>	<u>3º AÑO</u>	<u>4º AÑO</u>	<u>5º AÑO</u>
Encargado	2	2	2	2	2
Cajero	2	2	2	2	2
Recepcionista	2	2	2	2	2
Mozo salón	8	8	10	10	10
Mozo mostrador	2	2	2	2	2
Sandwichero/Minutero	2	2	2	2	2
Ayudante de cocina	2	2	3	3	3
Lavacopas	2	2	2	2	2
Empleadas sector juegos	6	6	8	8	8
Sueldos Brutos	\$ 1,543,867	\$ 1,543,867	\$ 1,836,718	\$ 1,836,718	\$ 1,836,718
Encargado	\$ 104,702	\$ 104,702	\$ 104,702	\$ 104,702	\$ 104,702
Cajero	\$ 104,702	\$ 104,702	\$ 104,702	\$ 104,702	\$ 104,702
Recepcionista	\$ 112,606	\$ 112,606	\$ 112,606	\$ 112,606	\$ 112,606
Mozo salón	\$ 450,424	\$ 450,424	\$ 563,030	\$ 563,030	\$ 563,030
Mozo mostrador	\$ 90,974	\$ 90,974	\$ 90,974	\$ 90,974	\$ 90,974
Sandwichero/Minutero	\$ 100,646	\$ 100,646	\$ 100,646	\$ 100,646	\$ 100,646
Ayudante de cocina	\$ 96,720	\$ 96,720	\$ 145,080	\$ 145,080	\$ 145,080
Lavacopas	\$ 87,438	\$ 87,438	\$ 87,438	\$ 87,438	\$ 87,438
Empleadas sector juegos	\$ 395,655	\$ 395,655	\$ 527,540	\$ 527,540	\$ 527,540
Aportes (20%)	\$ 308,773	\$ 308,773	\$ 367,344	\$ 367,344	\$ 367,344
Contribuciones (30%)	\$ 463,160	\$ 463,160	\$ 551,015	\$ 551,015	\$ 551,015
Sueldo Neto	\$ 1,235,094	\$ 1,235,094	\$ 1,469,374	\$ 1,469,374	\$ 1,469,374
Sueldo Neto Venc.	\$ 1,235,094	\$ 1,235,094	\$ 1,469,374	\$ 1,469,374	\$ 1,469,374
Sueldo Neto por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cargas Sociales	\$ 771,934	\$ 771,934	\$ 918,359	\$ 918,359	\$ 918,359
Cargas Soc. Vencidas	\$ 682,864	\$ 771,934	\$ 918,359	\$ 918,359	\$ 918,359
Cargas Soc. por pagar	\$ 89,069	\$ 89,069	\$ 89,069	\$ 89,069	\$ 89,069

Presupuesto Gastos Operativos – Escenario Neutral

	<u>1º M</u>	<u>2º M</u>	<u>3º M</u>	<u>4º M</u>	<u>5º M</u>	<u>6º M</u>	<u>7º M</u>	<u>8º M</u>	<u>9º M</u>	<u>10º M</u>	<u>11º M</u>	<u>12º M</u>	<u>1º AÑO</u>
Gastos Luz y teléfono	\$ 3,120	\$ 3,120	\$ 3,120	\$ 3,120	\$ 3,120	\$ 3,120	\$ 3,120	\$ 3,120	\$ 3,120	\$ 3,120	\$ 3,120	\$ 3,120	\$ 37,440
Gastos Gas	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 6,000
Gastos de Internet y Cable	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 3,120
Honorarios contadora	\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 18,000
ABL	\$ 1,150	\$ 1,150	\$ 1,150	\$ 1,150	\$ 1,150	\$ 1,150	\$ 1,150	\$ 1,150	\$ 1,150	\$ 1,150	\$ 1,150	\$ 1,150	\$ 13,800
Alquiler y expensas	\$ 42,148.76	\$ 42,148.76	\$ 42,148.76	\$ 42,148.76	\$ 42,148.76	\$ 42,148.76	\$ 42,148.76	\$ 42,148.76	\$ 42,148.76	\$ 42,148.76	\$ 42,148.76	\$ 42,148.76	\$ 505,785
Servicio tercerizado limpieza	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 42,000
Revisión/Recarga Matafuegos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3,000
Rotura Vajilla	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3,000
Uniformes empleados	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 13,046
Seguro Local	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 6,000
Seguro ART empleados	\$ 4,076	\$ 4,076	\$ 4,076	\$ 4,076	\$ 4,076	\$ 4,076	\$ 4,076	\$ 4,076	\$ 4,076	\$ 4,076	\$ 4,076	\$ 4,076	\$ 48,914
Posnet (4%)	\$ 12,418	\$ 13,692	\$ 15,145	\$ 16,807	\$ 18,713	\$ 20,907	\$ 23,007	\$ 24,550	\$ 25,694	\$ 26,893	\$ 28,148	\$ 29,463	\$ 255,437
II.BB. (3%)	\$ 9,314	\$ 10,269	\$ 11,359	\$ 12,605	\$ 14,035	\$ 15,681	\$ 17,255	\$ 18,412	\$ 19,271	\$ 20,170	\$ 21,111	\$ 22,097	\$ 191,578
Gastos de Operación	\$ 78,486	\$ 80,716	\$ 83,259	\$ 86,167	\$ 89,503	\$ 93,343	\$ 97,016	\$ 99,717	\$ 101,720	\$ 103,818	\$ 106,014	\$ 127,360	\$ 1,147,120
IVA 21%	\$ 13,470	\$ 13,738	\$ 14,043	\$ 14,392	\$ 14,792	\$ 15,253	\$ 15,694	\$ 16,018	\$ 16,258	\$ 16,510	\$ 16,773	\$ 21,049	\$ 187,988
IVA 27%	\$ 1,048	\$ 1,048	\$ 1,048	\$ 1,048	\$ 1,048	\$ 1,048	\$ 1,048	\$ 1,048	\$ 1,048	\$ 1,048	\$ 1,048	\$ 1,048	\$ 12,571
Gs. Operac. (c/IVA)	\$ 93,004	\$ 95,502	\$ 98,349	\$ 101,606	\$ 105,343	\$ 109,643	\$ 113,758	\$ 116,782	\$ 119,026	\$ 121,375	\$ 123,835	\$ 149,457	\$ 1,347,680
Gs. Operac. Venc.	\$ 77,613	\$ 94,546	\$ 97,260	\$ 100,360	\$ 103,913	\$ 107,998	\$ 112,183	\$ 115,625	\$ 118,167	\$ 120,476	\$ 122,894	\$ 148,471	\$ 1,319,505
Gs. Operac. por pagar	\$ 15,391	\$ 16,347	\$ 17,436	\$ 18,683	\$ 20,113	\$ 21,758	\$ 23,333	\$ 24,490	\$ 25,348	\$ 26,247	\$ 27,189	\$ 28,175	\$ 28,175

Presupuesto Gastos Operativos – Escenario Neutral (continuación)

	<u>1º AÑO</u>	<u>2º AÑO</u>	<u>3º AÑO</u>	<u>4º AÑO</u>	<u>5º AÑO</u>	
Gastos Luz	\$ 37,440	\$ 37,440	\$ 37,440	\$ 37,440	\$ 37,440	
Gastos Telefonía	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	
Gastos de Internet y Cable	\$ 3,120	\$ 3,120	\$ 3,120	\$ 3,120	\$ 3,120	
Honorarios contador	\$ 18,000	\$ 18,000	\$ 18,000	\$ 18,000	\$ 18,000	
ABL	\$ 13,800	\$ 13,800	\$ 13,800	\$ 13,800	\$ 13,800	
Alquiler y expensas	\$ 505,785	\$ 505,785	\$ 505,785	\$ 505,785	\$ 505,785	
Servicio Tercerizado de Limpieza	\$ 42,000	\$ 42,000	\$ 42,000	\$ 42,000	\$ 42,000	
Recarga Matafuegos	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	
Rotura Vajilla	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	
Uniformes empleados	\$ 13,046	\$ 13,046	\$ 13,046	\$ 13,046	\$ 13,046	
Seguro Local	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	
Seguro ART empleados	\$ 48,914	\$ 48,914	\$ 57,460	\$ 57,460	\$ 57,460	
Posnet (4%)	\$ 255,437	\$ 288,338	\$ 312,283	\$ 326,870	\$ 339,945	
II.BB. (3%)	\$ 191,578	\$ 216,254	\$ 234,212	\$ 245,153	\$ 254,959	
Gastos de Operación	\$ 1,147,120	\$ 1,204,697	\$ 1,255,146	\$ 1,280,674	\$ 1,303,555	
IVA 21%	\$ 187,988	\$ 194,897	\$ 201,721	\$ 204,784	\$ 207,530	
IVA 27%	\$ 12,571	\$ 12,571	\$ 12,571	\$ 12,571	\$ 12,571	
Gs. Operac. (c/IVA)	\$ 1,347,680	\$ 1,412,166	\$ 1,469,438	\$ 1,498,029	\$ 1,523,656	
Gs. Operac. Venc.	\$ 1,319,505	\$ 1,377,973	\$ 1,467,941	\$ 1,497,117	\$ 1,522,839	
Gs. Operac. por pagar	\$ 28,175	\$ 62,368	\$ 63,864	\$ 64,776	\$ 65,593	0.00

Presupuesto Gastos de Comercialización y Administración – Escenario Neutral

	<u>1º M</u>	<u>2º M</u>	<u>3º M</u>	<u>4º M</u>	<u>5º M</u>	<u>6º M</u>	<u>7º M</u>	<u>8º M</u>	<u>9º M</u>	<u>10º M</u>	<u>11º M</u>	<u>12º M</u>	<u>1º AÑO</u>
Gastos Bancarios	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 2,400
Gastos librería & precintos	\$ 3,300	\$ 3,300	\$ 3,300	\$ 3,300	\$ 3,300	\$ 3,300	\$ 3,300	\$ 3,300	\$ 3,300	\$ 3,300	\$ 3,300	\$ 3,300	\$ 39,600
Gastos comercialización	\$ 9,405	\$ 8,040	\$ 8,040	\$ 9,405	\$ 8,040	\$ 8,040	\$ 9,405	\$ 8,040	\$ 8,040	\$ 9,405	\$ 8,040	\$ 8,040	\$ 101,940
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos de Adm. & Vtas.	\$ 12,905	\$ 11,540	\$ 11,540	\$ 12,905	\$ 11,540	\$ 11,540	\$ 12,905	\$ 11,540	\$ 11,540	\$ 12,905	\$ 11,540	\$ 11,540	\$ 143,940
IVA 21%	\$ 2,710	\$ 2,423	\$ 2,423	\$ 2,710	\$ 2,423	\$ 2,423	\$ 2,710	\$ 2,423	\$ 2,423	\$ 2,710	\$ 2,423	\$ 2,423	\$ 30,227
Gs. de Adm. & Vtas. (c/IVA)	\$ 15,615	\$ 13,963	\$ 13,963	\$ 15,615	\$ 13,963	\$ 13,963	\$ 15,615	\$ 13,963	\$ 13,963	\$ 15,615	\$ 13,963	\$ 13,963	\$ 174,167
Gs. Adm. & Vtas. Venc.	\$ 15,615	\$ 13,963	\$ 13,963	\$ 15,615	\$ 13,963	\$ 13,963	\$ 15,615	\$ 13,963	\$ 13,963	\$ 15,615	\$ 13,963	\$ 13,963	\$ 174,167
Gs. Adm. & Vtas. por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

	<u>1º AÑO</u>	<u>2º AÑO</u>	<u>3º AÑO</u>	<u>4º AÑO</u>	<u>5º AÑO</u>
Gastos Bancarios	\$ 2,400	\$ 2,400	\$ 2,400	\$ 2,400	\$ 2,400
Gastos librería & precintos	\$ 39,600	\$ 41,580	\$ 42,827	\$ 43,684	\$ 44,558
Gastos comercialización	\$ 101,940	\$ 101,940	\$ 101,940	\$ 107,037	\$ 110,248
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos de Adm. & Vtas.	\$ 143,940	\$ 145,920	\$ 147,167	\$ 153,121	\$ 157,206
IVA 21%	\$ 30,227	\$ 30,643	\$ 30,905	\$ 32,155	\$ 33,013
Gs. de Adm. & Vtas. (c/IVA)	\$ 174,167	\$ 176,563	\$ 178,073	\$ 185,276	\$ 190,219
Gs. Adm. & Vtas. Venc.	\$ 174,167	\$ 176,563	\$ 178,073	\$ 185,276	\$ 190,219
Gs. Adm. & Vtas. por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Presupuesto de Inversión – Escenario Neutral

PRESUPUESTO DE INVERSION						GASTOS DE APERTURA					INV. INICIAL C.T.N.		
	AÑO "0"					AÑO "2"							
	Cant.	\$/u	Monto	IVA	TOTAL	Cant.	\$/u	Monto	IVA	TOTAL			Monto
Equipos													
Cocina	1	51,669	51,669	10,851	62,520	0	-	-	-	-	Efectivo Inicial	443,813	
Sector Juegos y Adm.	1	44,693	44,693	9,385	54,078	0	-	-	-	-	Inv. Inicial M.P.		
		-	-	-	-	0	-	-	-	-	Inv. Inicial P.T.		
		-	-	-	-	0	-	-	-	-	Inv. Inicial Merc.		
		-	-	-	-	0	-	-	-	-	Cuentas por Pagar	-	
		-	-	-	-	0	-	-	-	-	Inversión Inicial en CTN	443,813	
		96,362	20,236	116,598									
Muebles y Útiles													
Sillas&Mesas	1	107,274	107,274	22,528	129,802	0	-	-	-	-			
Juegos en general	1	16,358	16,358	3,435	19,793	0	-	-	-	-			
Vajilla&Utensilios	1	36,193	36,193	7,601	43,794	0	-	-	-	-			
		159,825	33,564	193,389									
Inmuebles													
Terreno	0	-	-	-	-	0	-	-	-	-			
Edificio	0	-	-	-	-	0	-	-	-	-			
		-	-	-	-								
Inv. Activos Fijos		256,187	53,800	309,987									

Presupuesto de Amortización y Depreciación – Escenario Neutral

		<u>V.I.</u>	<u>D/A</u>	<u>D/A Ac.</u>	<u>V.F.</u>
Equipos	0	96,362	-	-	96,362
(3 años)	1	96,362	32,121	32,121	64,241
	2	64,241	32,121	64,242	32,120
	3	32,120	32,121	96,363	-1
	4	-1	-	96,363	-1
	5	-1	-	96,363	-1
Muebles y Útiles	0	159,825	-	-	159,825
(5 años)	1	159,825	31,965	31,965	127,860
	2	127,860	31,965	63,930	95,895
	3	95,895	31,965	95,895	63,930
	4	63,930	31,965	127,860	31,965
	5	<u>31,965</u>	<u>31,965</u>	<u>159,825</u>	<u>-0</u>
Inmuebles	0	-	-	-	-
(50 años)	1	-	-	-	-
	2	-	-	-	-
	3	-	-	-	-
	4	-	-	-	-
	5	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>

IVA – Escenario Neutral

	<u>Ap</u>	<u>1º M</u>	<u>2º M</u>	<u>3º M</u>	<u>4º M</u>	<u>5º M</u>	<u>6º M</u>	<u>7º M</u>	<u>8º M</u>	<u>9º M</u>	<u>10º M</u>	<u>11º M</u>	<u>12º M</u>	<u>1º AÑO</u>
Débito Fiscal	\$ -	\$ 65,195	\$ 71,885	\$ 79,512	\$ 88,236	\$ 98,245	\$ 109,764	\$ 120,784	\$ 128,885	\$ 134,895	\$ 141,188	\$ 147,778	\$ 154,679	\$ 1,341,046
Crédito Fiscal	\$ 53,800	\$ 43,305	\$ 45,962	\$ 49,319	\$ 53,444	\$ 57,561	\$ 62,629	\$ 67,765	\$ 71,043	\$ 73,687	\$ 76,743	\$ 79,356	\$ 86,392	\$ 767,205
Saldo Técnico A Favor Ant.	\$ -	\$ 53,800	\$ 31,911	\$ 5,989	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 53,800
Saldo Técnico A Favor Contr.	\$ 53,800	\$ 31,911	\$ 5,989	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Saldo Técnico A Favor AFIP	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 24,205	\$ 34,792	\$ 40,684	\$ 47,135	\$ 53,019	\$ 57,842	\$ 61,208	\$ 64,446	\$ 68,423	\$ 68,287	\$ 520,041
Pago DD.JJ. IVA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 24,205	\$ 34,792	\$ 40,684	\$ 47,135	\$ 53,019	\$ 57,842	\$ 61,208	\$ 64,446	\$ 68,423	\$ 451,754
IVA por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 24,205	\$ 34,792	\$ 40,684	\$ 47,135	\$ 53,019	\$ 57,842	\$ 61,208	\$ 64,446	\$ 68,423	\$ 68,287	\$ 68,287
														-
	<u>Ap</u>	<u>1º AÑO</u>	<u>2º AÑO</u>	<u>3º AÑO</u>	<u>4º AÑO</u>	<u>5º AÑO</u>								
Débito Fiscal	\$ -	\$ 1,341,046	\$ 1,513,776	\$ 1,639,485	\$ 1,716,069	\$ 1,784,712								
Crédito Fiscal	\$ 53,800	\$ 767,205	\$ 842,637	\$ 899,907	\$ 934,800	\$ 965,815								
Saldo Técnico A Favor Ant.	\$ -	\$ 53,800	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -								
Saldo Técnico A Favor Contr.	\$ 53,800	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -								
Saldo Técnico A Favor AFIP	\$ -	\$ 520,041	\$ 671,139	\$ 739,578	\$ 781,269	\$ 818,897								
Pago DD.JJ. IVA	\$ -	\$ 451,754	\$ 683,498	\$ 733,874	\$ 777,795	\$ 815,762								
IVA por pagar	\$ -	\$ 68,287	\$ 55,928	\$ 61,632	\$ 65,106	\$ 68,241	-							

Impuestos a las Ganancias – Escenario Neutral

	AP	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO
	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
Imp. Gcias. Del período	\$ -	\$ -164,285	\$ -317,813	\$ -292,345	\$ -369,243
CF x Quebr. Imp. Gcias. Per. Ant.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. Pagos a Cta.	\$ -	\$ -	\$ 164,286	\$ 153,527	\$ 138,818
Imp. Gcias. CF	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Saldo DDJJ Gcias. A FAVOR	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Saldo DDJJ Gcias. A PAGAR	\$ -	\$ 164,285	\$ 153,527	\$ 138,818	\$ 230,425
	0				

	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
1º M	\$ -	\$ -	\$ 13,690	\$ 12,794	\$ 11,568
2º M	\$ -	\$ -	\$ 13,690	\$ 12,794	\$ 11,568
3º M	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
4º M	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
5º M	\$ -	\$ 41,071	\$ 38,382	\$ 34,704	\$ 57,606
6º M	\$ -	\$ 13,690	\$ 12,794	\$ 11,568	\$ 19,202
7º M	\$ -	\$ 13,690	\$ 12,794	\$ 11,568	\$ 19,202
8º M	\$ -	\$ 13,690	\$ 12,794	\$ 11,568	\$ 19,202
9º M	\$ -	\$ 13,690	\$ 12,794	\$ 11,568	\$ 19,202
10º M	\$ -	\$ 13,690	\$ 12,794	\$ 11,568	\$ 19,202
11º M	\$ -	\$ 13,690	\$ 12,794	\$ 11,568	\$ 19,202
12º M	\$ -	\$ 13,690	\$ 12,794	\$ 11,568	\$ 19,202
Anticipos pagados	\$ -	\$ 136,905	\$ 155,320	\$ 141,269	\$ 215,157
Credito x Anticipos	\$ -	\$ 136,905	\$ 127,939	\$ 115,682	\$ 192,021

MES EN QUE SE
CONFECIONA LA
DDJJ DE GANANCIAS

MES EN QUE SE PAGA EL SALDO DE LA
DDJJ DE GANANCIAS (EN CASO DE QUE
ARROJE SALDO A FAVOR DE LA AFIP)

Presupuesto de Caja – Escenario Neutral

Cashflow Proyectado	Ap	1º M	2º M	3º M	4º M	5º M	6º M	7º M	8º M	9º M	10º M	11º M	12º M	1º AÑO
SDO. INICIAL CAJA	\$ -	\$ 390,013	\$ 321,984	\$ 296,810	\$ 293,779	\$ 290,183	\$ 306,627	\$ 302,978	\$ 343,758	\$ 439,269	\$ 551,565	\$ 677,834	\$ 822,403	\$ 390,013
(+) Aportes Socios	\$ 700,000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Cobranzas	\$ -	\$ 225,387	\$ 398,773	\$ 440,561	\$ 488,301	\$ 543,012	\$ 605,902	\$ 670,548	\$ 723,953	\$ 763,401	\$ 799,009	\$ 836,296	\$ 875,340	\$ 7,370,482
TOTAL INGRESOS	\$ 700,000	\$ 225,387	\$ 398,773	\$ 440,561	\$ 488,301	\$ 543,012	\$ 605,902	\$ 670,548	\$ 723,953	\$ 763,401	\$ 799,009	\$ 836,296	\$ 875,340	\$ 7,370,482
(-) Gastos Arranque	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Inv. Act. Fijos	\$ 309,987	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Pagos a Proveedores	\$ -	\$ 105,180	\$ 161,051	\$ 177,983	\$ 197,331	\$ 219,512	\$ 245,016	\$ 270,759	\$ 291,448	\$ 306,745	\$ 321,054	\$ 336,037	\$ 351,726	\$ 2,983,843
(-) Otros Pagos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Sueldos Netos	\$ -	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 142,511	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 142,511	\$ 1,235,094
Cargas Sociales	\$ -	\$ -	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 89,069	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 682,864
Gastos Operación	\$ -	\$ 77,613	\$ 94,546	\$ 97,260	\$ 100,360	\$ 103,913	\$ 107,998	\$ 112,183	\$ 115,625	\$ 118,167	\$ 120,476	\$ 122,894	\$ 148,471	\$ 1,319,505
Gastos Adm. & Vtas.	\$ -	\$ 15,615	\$ 13,963	\$ 13,963	\$ 15,615	\$ 13,963	\$ 13,963	\$ 15,615	\$ 13,963	\$ 13,963	\$ 15,615	\$ 13,963	\$ 13,963	\$ 174,167
DDJJ IVA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 24,205	\$ 34,792	\$ 40,684	\$ 47,135	\$ 53,019	\$ 57,842	\$ 61,208	\$ 64,446	\$ 68,423	\$ 451,754
DD.JJ. Imp. Gcias	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. Pagos a Cta.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Dividendos Distribuidos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL EGRESOS	\$ 309,987	\$ 293,416	\$ 423,947	\$ 443,592	\$ 491,898	\$ 526,567	\$ 609,551	\$ 629,769	\$ 628,442	\$ 651,105	\$ 672,740	\$ 691,727	\$ 784,474	\$ 6,847,227
SDO. FINAL CAJA	\$ 390,013	\$ 321,984	\$ 296,810	\$ 293,779	\$ 290,183	\$ 306,627	\$ 302,978	\$ 343,758	\$ 439,269	\$ 551,565	\$ 677,834	\$ 822,403	\$ 913,269	\$ 913,269

	Ap	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
SDO. INICIAL CAJA	\$ -	\$ 390,013	\$ 913,269	\$ 1,590,902	\$ 2,004,837	\$ 2,563,703
(+) Aportes Socios	\$ 700,000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Cobranzas	\$ -	\$ 7,370,482	\$ 8,787,991	\$ 9,422,414	\$ 9,873,119	\$ 10,270,157
TOTAL INGRESOS	\$ 700,000	\$ 7,370,482	\$ 8,787,991	\$ 9,422,414	\$ 9,873,119	\$ 10,270,157
(-) Gastos Arranque	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Inv. Act. Fijos	\$ 309,987	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Pagos a Proveedores	\$ -	\$ 2,983,843	\$ 3,503,086	\$ 3,765,150	\$ 3,944,169	\$ 4,102,569
(-) Otros Pagos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Sueldos Netos	\$ -	\$ 1,235,094	\$ 1,235,094	\$ 1,469,374	\$ 1,469,374	\$ 1,469,374
Cargas Sociales	\$ -	\$ 682,864	\$ 771,934	\$ 918,359	\$ 918,359	\$ 918,359
Gastos Operación	\$ -	\$ 1,319,505	\$ 1,377,973	\$ 1,467,941	\$ 1,497,117	\$ 1,522,839
Gastos Adm. & Vtas.	\$ -	\$ 174,167	\$ 176,563	\$ 178,073	\$ 185,276	\$ 190,219
DDJJ IVA	\$ -	\$ 451,754	\$ 683,498	\$ 733,874	\$ 777,795	\$ 815,762
DD.JJ. Imp. Gcias	\$ -	\$ -	\$ 164,285	\$ 153,527	\$ 138,818	\$ 230,425
Imp. Gcias. Pagos a Cta.	\$ -	\$ -	\$ 136,905	\$ 155,320	\$ 141,269	\$ 215,157
Dividendos Distribuidos	\$ -	\$ -	\$ 61,020	\$ 166,861	\$ 242,074	\$ 330,807
TOTAL EGRESOS	\$ 309,987	\$ 6,847,227	\$ 8,110,358	\$ 9,008,480	\$ 9,314,253	\$ 9,795,511
SDO. FINAL CAJA	\$ 390,013	\$ 913,269	\$ 1,590,902	\$ 2,004,837	\$ 2,563,703	\$ 3,038,349

Estado de Resultados Proyectado – Escenario Neutral

<u>Cuadro Económico Proyectado</u>	<u>Ap</u>	<u>1º AÑO</u>	<u>2º AÑO</u>	<u>3º AÑO</u>	<u>4º AÑO</u>	<u>5º AÑO</u>
Ventas	\$ -	\$ 6,385,934	\$ 7,208,458	\$ 7,807,073	\$ 8,171,758	\$ 8,498,629
(-) Costo de Ventas	\$ -	\$ 2,554,374	\$ 2,878,692	\$ 3,117,669	\$ 3,263,285	\$ 3,393,816
CONTR. MRG.	\$ -	\$ 3,831,560	\$ 4,329,767	\$ 4,689,405	\$ 4,908,474	\$ 5,104,813
Gastos Arranque	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos Personal	\$ -	\$ 2,007,027	\$ 2,007,027	\$ 2,387,733	\$ 2,387,733	\$ 2,387,733
Gastos Operación	\$ -	\$ 1,147,120	\$ 1,204,697	\$ 1,255,146	\$ 1,280,674	\$ 1,303,555
Gs. Adm. & Vtas.	\$ -	\$ 143,940	\$ 145,920	\$ 147,167	\$ 153,121	\$ 157,206
EBITDA	\$ -	\$ 533,473	\$ 972,123	\$ 899,358	\$ 1,086,945	\$ 1,256,319
Depr/Amort. Act. Fijos	\$ -	\$ 64,086	\$ 64,086	\$ 64,086	\$ 31,965	\$ 31,965
EBIT	\$ -	\$ 469,387	\$ 908,037	\$ 835,272	\$ 1,054,980	\$ 1,224,354
Impuesto a las Ganancias	\$ -	\$ -164,285	\$ -317,813	\$ -292,345	\$ -369,243	\$ -428,524
RDO. NETO	\$ -	\$ 305,102	\$ 590,224	\$ 542,927	\$ 685,737	\$ 795,830
		<u>1º AÑO</u>	<u>2º AÑO</u>	<u>3º AÑO</u>	<u>4º AÑO</u>	<u>5º AÑO</u>
Dividendos Distribuidos		\$ -	\$ 61,020	\$ 166,861	\$ 242,074	\$ 330,807
% de distribución	20%					

Balance Proyectado – Escenario Neutral

<u>Balance Proyectado</u>	<u>Ap</u>	<u>1º AÑO</u>	<u>2º AÑO</u>	<u>3º AÑO</u>	<u>4º AÑO</u>	<u>5º AÑO</u>
ACTIVO						
Disponibilidades	\$ 390,013	\$ 913,269	\$ 1,590,902	\$ 2,004,837	\$ 2,563,703	\$ 3,038,349
Cuentas por cobrar	\$ -	\$ 356,498	\$ 290,741	\$ 314,885	\$ 329,594	\$ 342,778
Materias Primas	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Mercaderías	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Crédito Fiscal IVA	\$ 53,800	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. CF x Quebrantos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. CF	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. Pagos a Cta.	\$ -	\$ -	\$ 136,905	\$ 127,939	\$ 115,682	\$ 192,021
Activo Corriente	\$ 443,813	\$ 1,269,767	\$ 2,018,548	\$ 2,447,662	\$ 3,008,978	\$ 3,573,148
Activos Fijos (netos)	\$ 256,187	\$ 192,101	\$ 128,015	\$ 63,929	\$ 31,964	\$ -1
Gastos Organización	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Activo No Corriente	\$ 256,187	\$ 192,101	\$ 128,015	\$ 63,929	\$ 31,964	\$ -1
	\$ 700,000	\$ 1,461,867	\$ 2,146,563	\$ 2,511,590	\$ 3,040,942	\$ 3,573,147
PASIVO						
Cuentas por pagar	\$ -	\$ 106,949	\$ 87,080	\$ 94,309	\$ 98,714	\$ 102,663
Cargas Sociales por pagar	\$ -	\$ 89,069	\$ 89,069	\$ 89,069	\$ 89,069	\$ 89,069
Gs. Operac. por pagar	\$ -	\$ 28,175	\$ 62,368	\$ 63,864	\$ 64,776	\$ 65,593
IVA por pagar	\$ -	\$ 68,287	\$ 55,928	\$ 61,632	\$ 65,106	\$ 68,241
Imp. Gcias. por pagar	\$ -	\$ 164,285	\$ 317,813	\$ 292,345	\$ 369,243	\$ 428,524
Pasivo Corriente	\$ -	\$ 456,766	\$ 612,258	\$ 601,220	\$ 686,908	\$ 754,090
Pasivo No Corriente	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ 456,766	\$ 612,258	\$ 601,220	\$ 686,908	\$ 754,090
PATRIMONIO NETO						
Capital Social	\$ 700,000	\$ 700,000	\$ 700,000	\$ 700,000	\$ 700,000	\$ 700,000
Rdos. Acum.	\$ -	\$ 305,102	\$ 834,305	\$ 1,210,371	\$ 1,654,034	\$ 2,119,057
	\$ 700,000	\$ 1,005,102	\$ 1,534,305	\$ 1,910,371	\$ 2,354,034	\$ 2,819,057
Diferencia de Balanceo	-	-	-	-	-	-

Presupuesto Capital de Trabajo – Escenario Neutral

	<u>Apertura</u>	<u>1º AÑO</u>	<u>2º AÑO</u>	<u>3º AÑO</u>	<u>4º AÑO</u>	<u>5º AÑO</u>
Activo Corriente						
Cuentas por cobrar	\$ -	\$ 356,498	\$ 290,741	\$ 314,885	\$ 329,594	\$ 342,778
Materias Primas	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Mercaderías	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Crédito Fiscal IVA	\$ 53,800	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. CF x Quebrantos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. CF	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. Pagos a Cta.	\$ -	\$ -	\$ 136,905	\$ 127,939	\$ 115,682	\$ 192,021
	\$ 53,800	\$ 356,498	\$ 427,646	\$ 442,825	\$ 445,276	\$ 534,799
Pasivo Corriente						
Cuentas por pagar	\$ -	\$ 106,949	\$ 87,080	\$ 94,309	\$ 98,714	\$ 102,663
Cargas Sociales por pagar	\$ -	\$ 89,069	\$ 89,069	\$ 89,069	\$ 89,069	\$ 89,069
Gs. Operac. por pagar	\$ -	\$ 28,175	\$ 62,368	\$ 63,864	\$ 64,776	\$ 65,593
IVA por pagar	\$ -	\$ 68,287	\$ 55,928	\$ 61,632	\$ 65,106	\$ 68,241
Imp. Gcias. por pagar	\$ -	\$ 164,285	\$ 317,813	\$ 292,345	\$ 369,243	\$ 428,524
	\$ -	\$ 456,766	\$ 612,258	\$ 601,220	\$ 686,908	\$ 754,090
CTN	\$ 53,800	\$ -100,268	\$ -184,612	\$ -158,395	\$ -241,633	\$ -219,291
VAR. CTN		\$ 154,068	\$ 84,344	\$ -26,217	\$ 83,238	\$ -22,342

Cash Flow Activos – Escenario Neutral

	Ap	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
Cash-flow Operativo						
E.B.I.T.	\$ -	\$ 469,387	\$ 908,037	\$ 835,272	\$ 1,054,980	\$ 1,224,354
Depr/Amort.	\$ -	\$ 64,086	\$ 64,086	\$ 64,086	\$ 31,965	\$ 31,965
Gastos Organización	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. a las Gcias.	\$ -	\$ -164,285	\$ -317,813	\$ -292,345	\$ -369,243	\$ -428,524
	\$ -	\$ 369,188	\$ 654,310	\$ 607,013	\$ 717,702	\$ 827,795
Variación C.T.N.						
Inv. Inicial en C.T.N.	\$ -443,813					
Var. C.T.N.	\$ -	\$ 154,068	\$ 84,344	\$ -26,217	\$ 83,238	\$ -22,342
	\$ -443,813	\$ 154,068	\$ 84,344	\$ -26,217	\$ 83,238	\$ -22,342
Inv. en Act. Fijos						
Inv. Inicial en Act. Fijos	\$ -256,187	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros Desembolsos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ -256,187	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Dividendos distrib.	\$ -	\$ -	\$ -61,020	\$ -166,861	\$ -242,074	\$ -330,807
Cash-flow de los Activos	\$ -700,000	\$ 523,256	\$ 677,633	\$ 413,935	\$ 558,866	\$ 474,646
Valor Terminal	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,467,088
Cash-flow Activos (V.T.)	\$ -700,000	\$ 523,256	\$ 677,633	\$ 413,935	\$ 558,866	\$ 1,941,734
Factor de descuento	1.0000	0.7692	0.5917	0.4552	0.3501	0.2693
Cash-flow Activos (desc.)	\$ -700,000	\$ 402,504	\$ 400,967	\$ 188,409	\$ 195,674	\$ 522,965
CFA - (CF-CI)	\$ -	\$ -	\$ 0	\$ -0	\$ 0	\$ -
VAN:	\$ 1,010,519					
TIR:	83%					
PAYBACK:	1.26	años				
PAYBACK DESCONTADO:	1.74	años				
					r=	30.00%
					r_p=	35.00%
					g_(n+1)=	2.00%

Punto de Equilibrio – Escenario Neutral

	<u>1º AÑO</u>	<u>2º AÑO</u>	<u>3º AÑO</u>	<u>4º AÑO</u>	<u>5º AÑO</u>
COSTOS VARIABLES					
C.M.V.	\$ 2,554,374	\$ 2,878,692	\$ 3,117,669	\$ 3,263,285	\$ 3,393,816
II.BB. (3%)	\$ 191,578	\$ 216,254	\$ 234,212	\$ 245,153	\$ 254,959
	\$ 2,745,952	\$ 3,094,946	\$ 3,351,881	\$ 3,508,437	\$ 3,648,775
COSTOS FIJOS					
Gastos Personal	\$ 2,007,027	\$ 2,007,027	\$ 2,387,733	\$ 2,387,733	\$ 2,387,733
Gastos Operación (sin IIBB)	\$ 955,542	\$ 988,443	\$ 1,020,934	\$ 1,035,521	\$ 1,048,596
Gs. Adm. & Vtas.	\$ 143,940	\$ 145,920	\$ 147,167	\$ 153,121	\$ 157,206
Depr/Amort. Act. Fijos	\$ 64,086	\$ 64,086	\$ 64,086	\$ 31,965	\$ 31,965
	\$ 3,170,595	\$ 3,205,476	\$ 3,619,921	\$ 3,608,341	\$ 3,625,500
COSTO TOTAL	\$ 5,916,547	\$ 6,300,422	\$ 6,971,801	\$ 7,116,778	\$ 7,274,275
Cantidad de Productos Vendidos	20,398	23,458	25,803	27,094	28,177
PTO. EQ. ECON. (unidades)	17,768	18,279	20,966	20,964	21,064
PTO. EQ. ECON. (pesos)	\$ 5,562,448	\$ 5,617,229	\$ 6,343,382	\$ 6,323,066	\$ 6,353,136
PTO. EQ. EFVO. (unidades)	17,408	17,914	20,595	20,779	20,878
PTO. EQ. EFVO. (pesos)	\$ 5,450,016	\$ 5,504,925	\$ 6,231,080	\$ 6,267,053	\$ 6,297,122
Colchón de efectivo	\$ 258,876	\$ 261,783	\$ 296,320	\$ 298,031	\$ 299,461

Detalles y referencias - Presupuesto Ventas Proyectas – Escenario Neutral

Es importante destacar el hecho de que hemos realizado una estimación de las ventas representadas como “Ticket por persona”. De tal manera, hemos realizado proyecciones de la demanda a 5 años.

La demanda estimada durante los primeros meses, como se puede observar, es inferior a la que podemos abastecer ya que hemos considerado que al estar ingresando en un mercado “nuevo”, el crecimiento será escalonado en forma gradual, ya que debemos lograr posicionamiento en el mercado logrando que el mismo nos conozca y por consiguiente, captar mayor porcentaje de mercado.

Para determinar tanto los crecimientos de la demanda de acuerdo a los distintos horarios como así también de las distintas épocas del año, hemos considerado lo siguiente:

- **Días de Semana**

- Lunes – Demanda Media
- Martes – Disminución de Demanda
- Miércoles – Demanda Baja
- Jueves – Incremento de Demanda
- Viernes – Demanda Media/Alta
- Sábado – Demanda Alta
- Domingo – Demanda Alta

Las estimaciones de la demanda se encuentran basadas en datos proporcionados por el mercado gastronómico. Es decir, los días Lunes a Miércoles es habitual que por una cuestión de obligaciones laborales y/o por contar con menos cantidad de tiempo para disfrutar, la gente no concurra de forma significativa al lugar comparando esta estimación con las que se efectuaron para los días próximos al fin de semana al igual que para éste último.

A partir de los días Jueves a Viernes la demanda comienza a incrementar. Esto resulta posible ya que la gente comúnmente comienza a tener más tiempo para salir/disfrutar teniendo en consideración que el fin de semana se encuentra próximo.

Los picos de demanda de los locales gastronómicos, como se conoce, se focalizan los fines de semana.

En cuanto a los horarios, basándonos en locales gastronómicos y en estimaciones propias, hemos determinado lo siguiente:

- **Horarios**

- Media Mañana (de 8 a 11 hs aproximadamente) – Demanda Baja (Niños que concurren al colegio por la mañana durante la semana – existe menos probabilidad de que concurren al establecimiento en compañía de sus padres. No obstante, consideramos que en la mayoría de los casos en este horario se acercarán adultos solos para un desayuno individual).

- Almuerzo (de 11.30 a 15 hs) – Aumento de Demanda – Contamos con que una cantidad importante de niños comience a concurrir en estos horarios.

- Tarde (de 16 a 19.30 hs) – Demanda Alta – Cantidad significativa de niños que concurren al local en compañía de sus padres para disfrutar de una tarde de entretenimientos.

- Noche (de 20 a 00.00 hs) – Demanda Media/Alta – Durante la semana consideramos que será menor la cantidad de niños que concurrirá al establecimiento en compañía de sus padres porque estos contarán con menor disponibilidad de tiempo para llevarlos, por ejemplo. En el caso de los fines de semana, creemos que este horario será foco de demanda porque generalmente padres e hijos salen a pasear ya que no poseen restricciones horarias.

De acuerdo con los cálculos efectuados de acuerdo a la capacidad máxima de nuestro local, hemos confeccionado las siguientes estimaciones teniendo en consideración las proyecciones mencionadas en lo que respecta a incrementos o disminuciones de demanda que afecta directamente a las ventas diarias/mensuales del negocio.

Cálculo estimado de demanda

Máximo de personas que pueden ingresar	240	personas
Horas promedio de ocupación mesas	2	horas
Cantidad de horas de apertura	16	horas
Capacidad del Local	1920	personas

(Considerando 8 rotaciones al día)

Máximo hipotético semanal	Máximo hipotético Mensual	Máximo hipotético Anual
13440	53760	645120

Estamos considerando 8 rotaciones por día (máximo)

Considerando lo siguiente:

- * Iniciación del proyecto
- * Días de semana con menor captación de personas
- * Diferentes turnos
- * Fluctuaciones debido a distinta época del año

Total por día

Días de Semana	%	Personas	Cantidad de Rotaciones
Lunes	20%	384	1
Martes	15%	288	1
Miércoles	10%	192	1
Jueves	15%	288	1
Viernes	30%	576	2
Sábado	70%	1344	5
Domingo	50%	960	3

Horarios

Días de Semana	Media Mañana 5%	Almuerzo 25%	Tarde 50%	Noche 20%	Total
Lunes	19	96	192	77	384
Martes	14	72	144	58	288
Miércoles	10	48	96	38	192
Jueves	14	72	144	58	288
Viernes	29	144	288	115	576
Sábado	67	336	672	269	1344
Domingo	48	240	480	192	960

Primer año

Meses	Total	% Mensual
Enero	4800	9%
Febrero	5320	10%
Marzo	5917	11%
Abril	6603	12%
Mayo	7395	14%
Junio	8312	15%
Julio	9178	17%
Agosto	9822	18%
Septiembre	10282	19%
Octubre	10765	20%
Noviembre	11270	21%
Diciembre	11799	22%

Aclaraciones

Los porcentajes que se han manejado de acuerdo a los distintos horarios (media mañana / almuerzo / tarde / noche) tienen relación con estimaciones realizadas de acuerdo a posibles crecimientos a lo largo del año. Al comenzar el año estimamos una demanda relativamente baja, ya que es época de vacaciones. A lo largo del año -teniendo en cuenta que es el primer año del proyecto- la demanda crece. El mayor crecimiento se observa en el horario de la tarde/noche.

En lo que respecta a estimaciones de “Precios” por pedido que realizan las personas en promedio, hemos realizado estimaciones por horario, determinando menús distintos de acuerdo a los distintos momentos del día.

A continuación, adjuntamos los cálculos que hemos efectuado para que se comprendan de mejor manera las estimaciones realizadas.

Menús Promedio

Media-mañana por persona

Adulto	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Café Grande	1	14	14
Medialunas x 3	3	6	18
Total			32

Niño	Cantidad	Precio unitario	Precio Total
Leche Cindor	1	16	16
Cookie	1	7	7
Alfajorcitos	2	4	8
Pase	1	35	35
Total			66

Promedio Media-Mañana por persona \$ 49.00

Almuerzo por persona

Adulto	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Gaseosa	1	12	12
Ensalada	1	30	30
Milanesa de Pollo	1	38	38
Total			80

Niño	Cantidad	Precio unitario	Precio Total
Gaseosa	1	12	12
Patitas de pollo	1	17	17
Pase	1	35	35
Total			64

Promedio Almuerzo por persona \$ 72.00

Tarde por persona

Adulto	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Café con Leche grande	1	23	23
Porción Torta Mousse	1	22	22
Total			45

Niño	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Cindor	1	16	16
Cookie	2	7	14
Pase	1	35	35
Total			65

Promedio Almuerzo por persona \$ 55.00

Noche por persona

Adulto	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Cerveza	1	19	19
Empanadas	4	12	48
Café chico	1	10	10
Alfajorcitos	2	4	8
Total			85

Niño	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Gaseosa	1	14	14
Hamburguesa	1	12	12
Papas Fritas	1	15	15
Pase	1	35	35
Total			76

Promedio Noche por persona \$ 80.50

- Crecimientos estimados

Los crecimientos que se han determinado en lo que respecta a la demanda para el primer año, están relacionados con el incremento en lo que respecta a posicionamiento, ya que hemos estimado que al transcurrir los meses y gracias a las estrategias de comercialización, podremos capturar mayor porcentaje de mercado y de tal forma lograr mayor conversión de clientes potenciales en activos.

El mayor crecimiento estimado en lo que respecta a horarios, lo consideramos por la tarde y noche considerando que es donde podremos lograr que mayor cantidad de clientes concurran a nuestro local.

Detalles y Referencias Presupuesto Compras – Escenario Neutral

En cuanto a las compras, debemos decir lo siguiente. En primer lugar hemos averiguado que en la industria gastronómica se maneja un porcentaje de costos de mercaderías que representan un **40%**. Si bien comprendemos que la mayoría de los productos que ofrecemos en Rayuela poseen Mark Up elevado (considerando las diferentes categorías de productos: por ejemplo, la categoría de Café e Infusiones es la que presenta el Mark Up más elevado llegando a multiplicar en diez veces el costo del producto debido a su costo mínimo), hemos considerado dicho porcentaje representativo del costo en un 40% debido a que ***debemos considerar los costos que se encuentran incluidos indirectamente en cada uno de los productos***, como por ejemplo: Mozos, posibles desperdicios de producto, costos fijos en que se debe incurrir como por ejemplo alquiler, impuestos, entre otros.

Dichos costos indirectos representan un costo elevado en la industria gastronómica y la forma de poder solventarlos es determinando un margen de ganancia significativo que lo permita.

A continuación, exponemos las siguientes tablas donde se podrán observar los costos unitarios de cada producto con el precio final estimado por nosotros.

Bebidas	Descripción	Unidad	Costo por Pack s/IVA	Costo por Pack c/ IVA	Costo Unitario s/IVA	Precio Final
Línea Coca Cola						
Coca Cola	237 cc (vidrio)	Pack 12	\$ 35.00	\$ 42.35	\$ 2.92	\$ 12
Coca Cola Light	237 cc (vidrio)	Pack 12	\$ 35.00	\$ 42.35	\$ 2.92	\$ 12
Coca Cola Zero	237 cc (vidrio)	Pack 12	\$ 35.00	\$ 42.35	\$ 2.92	\$ 12
Sprite	237 cc (vidrio)	Pack 12	\$ 35.00	\$ 42.35	\$ 2.92	\$ 12
Fanta	237 cc (vidrio)	Pack 12	\$ 35.00	\$ 42.35	\$ 2.92	\$ 12
Aquarius	500 cc	Pack 6	\$ 25.00	\$ 30.25	\$ 4.17	\$ 14
Línea Danone						
Villavicencio	500 cc	Pack 12	\$ 46.00	\$ 55.66	\$ 3.83	\$ 13
Villavicencio con gas	500 cc	Pack 12	\$ 41.00	\$ 49.61	\$ 3.42	\$ 15
Cervezas						
Quilmes	1 L	Pack 12	\$ 93.00	\$ 112.53	\$ 7.75	\$ 26
Quilmes Lata	354 cc	Pack 24	\$ 105.00	\$ 127.05	\$ 4.38	\$ 19

Cafetería	Tamaño	Costo Unitario s/IVA	Costo Unitario	Precio Final -c/IVA
Café	Chico - 75 cc	\$ 0.72	\$ 0.87	\$ 10.00
Café	Mediano - 125 cc	\$ 1.26	\$ 1.52	\$ 14.00
Café	Grande - 220 cc	\$ 2.16	\$ 2.61	\$ 16.00
Café con Leche	Mediano - 125 cc	\$ 1.01	\$ 1.22	\$ 13.00
Café con Leche	Grande - 220 cc	\$ 1.71	\$ 2.07	\$ 23.00
Café Americano	Mediano - 125 cc	\$ 1.26	\$ 1.52	\$ 14.00
Submarino	Vaso 300 cc	\$ 2.30	\$ 2.78	\$ 25.00
Té	Tasa 125 cc	\$ 1.00	\$ 1.21	\$ 11.00
Cindor Chocolate	Cartón Individual	\$ 5.17	\$ 6.26	\$ 16.00

Exprimidos	Costo Unitario por Fruta sin IVA	Costo Unitario por Fruta con IVA	Precio Final c/IVA
Naranja	\$ 0.83	\$ 1.01	\$ 22.00
Pomelo	\$ 0.63	\$ 0.76	\$ 22.00

Tortas	Tamaño	Costo Unitario s/ IVA	Costo Unitario c/ IVA	Precio Final c/IVA
<i>Mousse</i>	Grande	\$ 63.64	\$ 77.00	\$ 130.90
<i>Brownie</i>	Grande	\$ 46.28	\$ 56.00	\$ 84.00
<i>Rogel</i>	Grande	\$ 46.28	\$ 56.00	\$ 84.00
<i>Havanet</i>	Grande	\$ 46.28	\$ 56.00	\$ 84.00
<i>Ricota</i>	Grande	\$ 43.39	\$ 52.50	\$ 78.75
<i>Lemon pie</i>	Grande	\$ 40.50	\$ 49.00	\$ 73.50
<i>Coco</i>	Grande	\$ 40.50	\$ 49.00	\$ 73.50

Cuadrados de Torta	Tamaño	Costo Unitario s/ IVA	Costo Unitario c/IVA	Precio Final - c/IVA
Mousse	Pequeña	\$ 9.09	\$ 11.00	\$ 22.00
Brownie	Pequeña	\$ 7.44	\$ 9.00	\$ 16.50
Rogel	Pequeña	\$ 7.44	\$ 9.00	\$ 16.50
Havanet	Pequeña	\$ 7.44	\$ 9.00	\$ 16.50
Ricota	Pequeña	\$ 7.44	\$ 9.00	\$ 16.50
Lemon pie	Pequeña	\$ 7.44	\$ 9.00	\$ 16.50
Coco	Pequeña	\$ 7.44	\$ 9.00	\$ 16.50

Delicatessen	Costo Unitario s/IVA	Costo Unitario c/IVA	Precio Final - c/IVA
Cookies chocolate	\$ 2.89	\$ 3.50	\$ 7
Cookies frutas secas	\$ 3.72	\$ 4.50	\$ 9
Cupcakes	\$ 5.79	\$ 7.00	\$ 14
Muffins	\$ 4.05	\$ 4.90	\$ 16
Alfajorcito	\$ 3.31	\$ 4.00	\$ 4

Medialunas	Costo Unitario sin IVA	Costo Unitario con IVA	Precio Final c/IVA
Medialuna Manteca	\$ 1.25	\$ 1.51	\$ 6.00
Medialuna Grasa	\$ 1.00	\$ 1.21	\$ 5.00

Empanadas	Costo Unitario sin IVA	Costo Unitario con IVA	Precio Final c/IVA
Empanadas carne suave	\$ 2.75	\$ 3.33	\$ 12.00
Empanadas carne cuchillo	\$ 2.75	\$ 3.33	\$ 12.00
Jamón	\$ 2.75	\$ 3.33	\$ 10.00
Pollo	\$ 2.75	\$ 3.33	\$ 10.00
Humita	\$ 2.75	\$ 3.33	\$ 10.00
Acelga y Queso	\$ 2.75	\$ 3.33	\$ 10.00

Pizzas	Costo Unitario s/IVA	Costo Unitario	Precio con IVA
Mozzarella	\$ 13.10	\$ 15.85	\$ 75.00
Mozzarella y Jamón	\$ 13.10	\$ 15.85	\$ 80.00
Jamón y Morrón	\$ 37.02	\$ 44.80	\$ 90.00
Fugazzeta	\$ 37.02	\$ 44.80	\$ 90.00

Hamburguesas	Costo Unitario sin IVA	Costo Unitario con IVA	Precio Final c/IVA
Hamburguesas Good Mark	\$ 4.75	\$ 5.75	\$ 12.00

Milanesas	Costo Unitario s/IVA	Precio Final c/IVA
Milanesas de Pollo	\$20/ kg	\$ 38

Presentaciones Patitas	Costo Unitario s/IVA	Costo Unitario	Precio final c/IVA
Presentación de 6 patitas por plato	\$ 3.90	\$ 4.72	\$ 17.00
Presentación de 23 patitas - para compartir / Rinde 4 porciones	\$ 15.00	\$ 18.15	\$ 66.00

Papas Mc Cain	Costo Unitario s/IVA	Costo Unitario	Precio final c/IVA
Porción de papas	\$ 3.34	\$ 4.04	\$ 15.00

Sandwiches - Pan árabe	Costo Unitario s/IVA	Costo Unitario c/IVA	Precio Final - c/IVA
Mediterráneo	\$ 13.22	\$ 16.00	\$ 31
Vegetariano	\$ 13.22	\$ 16.00	\$ 31
Jamón y queso completo	\$ 11.57	\$ 14.00	\$ 27
Pollo	\$ 13.22	\$ 16.00	\$ 32
Atún	\$ 14.05	\$ 17.00	\$ 35

Ensaladas	Costo Unitario sin IVA	Costo Unitario con IVA	Precio Final c/IVA
Mexicana	\$ 15.87	\$ 19.20	\$ 38.00
Americana	\$ 11.57	\$ 14.00	\$ 32.00
De la huerta	\$ 13.31	\$ 16.10	\$ 30.00
Cesar	\$ 14.46	\$ 17.50	\$ 31.76
Caprese	\$ 13.31	\$ 16.10	\$ 30.00

Como podemos observar, el Mark Up de cada uno de los productos varía conforme a los mismos y si bien a en un comienzo pueden resultar “muy significativos”, debemos tener en cuenta lo dicho anteriormente en lo que respecta a costos indirectos en dichos productos. En consecuencia, el mark up general se reduce en un 40% -media estimada por comparación entre locales gastronómicos.

Presupuesto Personal – Detalles

Como hemos podido observar, los sueldos correspondientes al personal que conforma la estructura de la empresa están actualizados según el convenio FEHGRA (Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la Rep. Arg) –UTHGRA (Unión de Trabajadores del Turismo, Hoteleros y Gastronómicos de la República Argentina).

La cantidad de empleados estipulada, responde al total de la nómina por los dos turnos completos. Es importante aclarar en cuanto a los turnos que los mismos son rotativos. Se buscará que la mayor cantidad de mozos se concentre en el horario de la tarde/noche los días de semana lo cual indica que se deberán organizar horarios entre los mencionados para coordinar de la manera más eficiente posible.

Durante los dos primeros años de desarrollo la nómina de empleados se mantuvo constante en un total de 28 empleados. Ahora bien, comprendiendo incrementos en la demanda, creímos adecuado realizar un incremento en la cantidad de mozos de salón y empleadas/os del sector juegos de forma tal de poder abastecer a la misma y conforme a ello, ofrecer un servicio de calidad.

Dicho aumento en la cantidad de empleados provoca un impacto levemente negativo en la ganancia de los años restantes. No obstante, al considerar incrementos realistas de la demanda (considerando realistas a un incremento no exponencial, sino más bien conservador en cuando a crecimiento de la misma), se logra obtener un resultado favorable para Rayuela.

Presupuesto Gastos Operativos – Detalles

Como lo hemos detallado anteriormente, los gastos operativos corresponden a los conceptos que se encuentran en la tabla detallado y se podrá encontrar la descripción de los mismos en las páginas 102 a 106.

Detalles y Referencias Presupuesto Gastos Comercialización y Administración – Escenario Neutral

Dentro de estos gastos incluimos los Gastos Bancarios que representan el costo del alquiler del dispositivo Posnet de cobranzas.

En cuanto a los Gastos de Comercialización son los que se encuentran descriptos desde la página 57 a 60. Se ha considerado un incremento moderado a partir del año 3, con la objetivo de una

inversión en marketing significativa de forma tal de mantener el posicionamiento en el mercado y/o captar mayor market share.

En cuanto a los gastos de librería se contemplan aquellas compras en este rubro que estén relacionadas con lo meramente administrativo (ejemplo: rollo de tickets, lapiceras, talonarios de facturas, entre otros) así como también aquello que guarda relación con los gastos específicos de la zona de juegos (entre ellos: hojas, lápices, crayones, marcadores, témperas, entre otros). En cuanto a los precintos, estamos contabilizando a las pulseras de papel que se les colocará en las muñecas a los niños para que puedan ingresar a la zona de juegos.

Adjuntamos un detalle de los mencionados gastos para el primer año:

<i>Gastos Librería & Precintos</i>													
Concepto	1°M	2°M	3°M	4°M	5°M	6°M	7°M	8°M	9°M	10°M	11°M	12°M	1°AÑO
<i>Librería</i>	\$ 800	\$ 800	\$ 800	\$ 800	\$ 800	\$ 800	\$ 800	\$ 800	\$ 800	\$ 800	\$ 800	\$ 800	\$ 9,600
<i>Precintos</i>	\$ 2,500	\$ 2,500	\$ 2,500	\$ 2,500	\$ 2,500	\$ 2,500	\$ 2,500	\$ 2,500	\$ 2,500	\$ 2,500	\$ 2,500	\$ 2,500	\$ 30,000
Total	\$ 3,300	\$ 3,300	\$ 3,300	\$ 3,300	\$ 3,300	\$ 3,300	\$ 3,300	\$ 3,300	\$ 3,300	\$ 3,300	\$ 3,300	\$ 3,300	\$ 39,600

Hemos considerado a lo largo de la proyección de los 5 años, incrementos moderados en dichos costos relacionados con incrementos de demanda.

Detalles y Referencias Presupuesto Inversión – Escenario Neutral

En lo que refiere a presupuesto de inversión, como hemos detallado en “Recursos Materiales” (desde la página 68 a 77) y en ítem “Inversión” y “Gastos de Apertura” (páginas 107-111), incluimos a las compras que debemos efectuar en lo que respecta a maquinarias, equipos, mobiliario, entre otros. Así como también, aquellas compras/gastos que se deberán efectuar antes del desarrollo del negocio para que el mismo funcione correctamente.

Para más detalles, observar las páginas mencionadas.

Inversión Inicial

Consideramos que la inversión inicial que debemos efectuar para poder llevar adelante el negocio (**\$700.000**) es significativa. Sin embargo, debemos considerar el hecho de que debemos realizar una inversión importante en lo que respecta a Activos Fijos (mobiliarios, equipos, máquinas, etc.), así como también gastos de apertura que se deberán tener en cuenta para que el negocio funcione correctamente (constitución de sociedad, reformas pertinentes para adecuar el local a la propuesta de valor que deseamos, entre otros).

No obstante, de acuerdo a lo que se puede observar en el Presupuesto Proyectado de Caja debemos contar con un colchón de efectivo de una suma considerable. Este hecho contribuye a fundamentar una inversión importante, pero garantiza un retorno sobre la misma que puede considerarse atractivo.

VAN – TIR – Plazo de Recupero

La propuesta considerada en un escenario neutral se puede considerar como atractiva, debido a que presentamos un VAN positivo de \$ 1.010.519, una TIR de 83%, y un plazo de recupero de 1 año y 3 meses, con un Payback Ajustado de 1 año y 9 meses.

Análisis de Sensibilidad – Escenario Pesimista

Para realizar un análisis de sensibilidad que permita evaluar distintos escenarios sobre los cuales debemos tener que llevar adelante nuestro proyecto, hemos realizado modificaciones en la variable “Demanda” estimando una cantidad inferior respecto al escenario neutral y por otro lado, una cantidad superior.

A continuación, exponemos el Escenario Pesimista, basado en estimaciones de Demanda 10% inferior a la Demanda del Escenario Neutral.

Presupuesto de Compras Proyectado – Escenario Pesimista

	<u>1º M</u>	<u>2º M</u>	<u>3º M</u>	<u>4º M</u>	<u>5º M</u>	<u>6º M</u>	<u>7º M</u>	<u>8º M</u>	<u>9º M</u>	<u>10º M</u>	<u>11º M</u>	<u>12º M</u>	<u>1º AÑO</u>	
Ticket por pers. media mañana	810	851	893	938	985	1,034	1,075	1,118	1,163	1,209	1,258	1,308	12,641	-
Ticket promedio por pers. almuerzo	990	1,089	1,198	1,318	1,449	1,594	1,754	1,842	1,934	2,030	2,132	2,238	19,568	-
Ticket promedio por pers. tarde	1,350	1,620	1,944	2,333	2,799	3,359	3,863	4,249	4,462	4,685	4,919	5,165	40,749	-
Ticket promedio por pers. noche	1,170	1,229	1,290	1,354	1,422	1,493	1,568	1,631	1,696	1,764	1,834	1,908	18,358	-
Costo Unitario														-
Costo Promedio Ticket por pers. media mañana	\$ 19.60	\$ 19.60	\$ 19.60	\$ 19.60	\$ 19.60	\$ 19.60	\$ 19.60	\$ 19.60	\$ 19.60	\$ 19.60	\$ 19.60	\$ 19.60	\$ 19.60	
Costo Promedio Ticket por pers. almuerzo	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80	
Costo Promedio Ticket por pers. tarde	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	
Costo Promedio Ticket por pers. noche	\$ 32.20	\$ 32.20	\$ 32.20	\$ 32.20	\$ 32.20	\$ 32.20	\$ 32.20	\$ 32.20	\$ 32.20	\$ 32.20	\$ 32.20	\$ 32.20	\$ 32.20	
Gastos de Insumos	\$ 111,762	\$ 123,231	\$ 136,306	\$ 151,262	\$ 168,421	\$ 188,167	\$ 207,059	\$ 220,946	\$ 231,249	\$ 242,037	\$ 253,334	\$ 265,164	\$ 2,298,936	-
IVA 21%	\$ 23,470	\$ 25,878	\$ 28,624	\$ 31,765	\$ 35,368	\$ 39,515	\$ 43,482	\$ 46,399	\$ 48,562	\$ 50,828	\$ 53,200	\$ 55,684	\$ 482,777	-
Gs. de Insumos (c/IVA)	\$ 135,232	\$ 149,109	\$ 164,931	\$ 183,027	\$ 203,789	\$ 227,682	\$ 250,541	\$ 267,344	\$ 279,811	\$ 292,865	\$ 306,534	\$ 320,848	\$ 2,781,713	-
Pago de Ctdo. (70%)	\$ 94,662	\$ 104,376	\$ 115,452	\$ 128,119	\$ 142,652	\$ 159,377	\$ 175,379	\$ 187,141	\$ 195,868	\$ 205,005	\$ 214,574	\$ 224,594	\$ 1,947,199	-
Pago a Plazos (30%)	\$ 40,570	\$ 44,733	\$ 49,479	\$ 54,908	\$ 61,137	\$ 68,305	\$ 75,162	\$ 80,203	\$ 83,943	\$ 87,859	\$ 91,960	\$ 96,254	\$ 834,514	-
Pagos Vencidos		\$ 40,570	\$ 44,733	\$ 49,479	\$ 54,908	\$ 61,137	\$ 68,305	\$ 75,162	\$ 80,203	\$ 83,943	\$ 87,859	\$ 91,960	\$ 738,259	-
Egresos Efectivos	\$ 94,662	\$ 144,946	\$ 160,184	\$ 177,598	\$ 197,560	\$ 220,514	\$ 243,683	\$ 262,303	\$ 276,071	\$ 288,949	\$ 302,433	\$ 316,554	\$ 2,685,458	-
Cuentas por pagar	\$ 40,570	\$ 44,733	\$ 49,479	\$ 54,908	\$ 61,137	\$ 68,305	\$ 75,162	\$ 80,203	\$ 83,943	\$ 87,859	\$ 91,960	\$ 96,254	\$ 96,254	-
	<u>1º AÑO</u>	<u>2º AÑO</u>	<u>3º AÑO</u>	<u>4º AÑO</u>	<u>5º AÑO</u>									
Ticket media mañana	12,641	13,273	13,937	14,494	15,074									
Ticket almuerzo	19,568	21,525	22,601	23,505	24,445									
Ticket tarde	40,749	46,862	51,548	54,125	56,290									
Ticket noche	18,358	21,112	23,223	24,384	25,360									
Costo Unitario														
Costo Ticket media mañana	\$ 19.60	\$ 19.60	\$ 19.60	\$ 19.60	\$ 19.60									
Costo Ticket almuerzo	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80									
Costo Ticket tarde	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00									
Costo Ticket noche	\$ 32.20	\$ 32.20	\$ 32.20	\$ 32.20	\$ 32.20									
Gastos de Insumos	\$ 2,298,936	\$ 2,590,823	\$ 2,805,902	\$ 2,936,956	\$ 3,054,434									
IVA 21%	\$ 482,777	\$ 544,073	\$ 589,239	\$ 616,761	\$ 641,431									
Gs. de Insumos (c/IVA)	\$ 2,781,713	\$ 3,134,895	\$ 3,395,141	\$ 3,553,717	\$ 3,695,866									
Pago de Ctdo. (70%)	\$ 1,947,199	\$ 2,194,427	\$ 2,376,599	\$ 2,487,602	\$ 2,587,106									
Pago a Plazos (30%)	\$ 834,514	\$ 940,469	\$ 1,018,542	\$ 1,066,115	\$ 1,108,760									
Pagos Vencidos	\$ 738,259	\$ 958,351	\$ 1,012,036	\$ 1,062,151	\$ 1,105,206									
Egresos Efectivos	\$ 2,685,458	\$ 3,152,777	\$ 3,388,635	\$ 3,549,753	\$ 3,692,312									
Cuentas por pagar	\$ 96,254	\$ 78,372	\$ 84,879	\$ 88,843	\$ 92,397									-0.0000

Presupuesto Personal – Escenario Pesimista

	<u>1º M</u>	<u>2º M</u>	<u>3º M</u>	<u>4º M</u>	<u>5º M</u>	<u>6º M</u>	<u>7º M</u>	<u>8º M</u>	<u>9º M</u>	<u>10º M</u>	<u>11º M</u>	<u>12º M</u>	<u>1º AÑO</u>		
Encargado	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	Encargado	\$ 4,027
Cajero	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	Cajero	\$ 4,027
Recepcionista	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	Recepcionista	\$ 4,331
Mozo salón	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	Mozo salón	\$ 4,331
Mozo mostrador	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	Mozo mostrador	\$ 3,499
Sandwichero/Minutero	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	Sandwichero/Minutero	\$ 3,871
Lavacopas	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	Lavacopas	\$ 3,363
Ayudante de cocina	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	Ayudante de cocina	\$ 3,720
Empleadas sector juegos	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	Empleadas sector juegos	\$ 5,073
Sueldos Brutos	\$ 118,759	\$ 118,759	\$ 118,759	\$ 118,759	\$ 118,759	\$ 178,139	\$ 118,759	\$ 118,759	\$ 118,759	\$ 118,759	\$ 118,759	\$ 178,139	\$ 1,543,867		-
Encargado	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 12,081	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 12,081	\$ 104,702		-
Cajero	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 12,081	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 12,081	\$ 104,702		-
Recepcionista	\$ 8,662	\$ 8,662	\$ 8,662	\$ 8,662	\$ 8,662	\$ 12,993	\$ 8,662	\$ 8,662	\$ 8,662	\$ 8,662	\$ 8,662	\$ 12,993	\$ 112,606		-
Mozo salón	\$ 34,648	\$ 34,648	\$ 34,648	\$ 34,648	\$ 34,648	\$ 51,972	\$ 34,648	\$ 34,648	\$ 34,648	\$ 34,648	\$ 34,648	\$ 51,972	\$ 450,424		-
Mozo mostrador	\$ 6,998	\$ 6,998	\$ 6,998	\$ 6,998	\$ 6,998	\$ 10,497	\$ 6,998	\$ 6,998	\$ 6,998	\$ 6,998	\$ 6,998	\$ 10,497	\$ 90,974		-
Sandwichero/Minutero	\$ 7,742	\$ 7,742	\$ 7,742	\$ 7,742	\$ 7,742	\$ 11,613	\$ 7,742	\$ 7,742	\$ 7,742	\$ 7,742	\$ 7,742	\$ 11,613	\$ 100,646		-
Ayudante de cocina	\$ 7,440	\$ 7,440	\$ 7,440	\$ 7,440	\$ 7,440	\$ 11,160	\$ 7,440	\$ 7,440	\$ 7,440	\$ 7,440	\$ 7,440	\$ 11,160	\$ 96,720		-
Lavacopas	\$ 6,726	\$ 6,726	\$ 6,726	\$ 6,726	\$ 6,726	\$ 10,089	\$ 6,726	\$ 6,726	\$ 6,726	\$ 6,726	\$ 6,726	\$ 10,089	\$ 87,438		-
Empleadas sector juegos	\$ 30,435	\$ 30,435	\$ 30,435	\$ 30,435	\$ 30,435	\$ 45,653	\$ 30,435	\$ 30,435	\$ 30,435	\$ 30,435	\$ 30,435	\$ 45,653	\$ 395,655		-
Aportes (20%)	\$ 23,752	\$ 23,752	\$ 23,752	\$ 23,752	\$ 23,752	\$ 35,628	\$ 23,752	\$ 23,752	\$ 23,752	\$ 23,752	\$ 23,752	\$ 35,628	\$ 308,773		-
Contribuciones (30%)	\$ 35,628	\$ 35,628	\$ 35,628	\$ 35,628	\$ 35,628	\$ 53,442	\$ 35,628	\$ 35,628	\$ 35,628	\$ 35,628	\$ 35,628	\$ 53,442	\$ 463,160		-
Sueldo Neto	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 142,511	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 142,511	\$ 1,235,094		-
Sueldo Neto Venc.	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 142,511	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 142,511	\$ 1,235,094		-
Sueldo Neto por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		-
Cargas Sociales	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 89,069	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 89,069	\$ 771,934		-
Cargas Soc. Vencidas	\$ -	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 89,069	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 682,864		-
Cargas Soc. por pagar	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 89,069	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 89,069	\$ 89,069		-

Presupuesto Personal – Escenario Pesimista (continuación)

	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
Encargado	2	2	2	2	2
Cajero	2	2	2	2	2
Recepcionista	2	2	2	2	2
Mozo salón	8	8	8	9	9
Mozo mostrador	2	2	2	2	2
Sandwichero/Minutero	2	2	2	2	2
Ayudante de cocina	2	2	2	2	2
Lavacopas	2	2	2	2	2
Empleadas sector juegos	6	6	6	8	8
Sueldos Brutos	\$ 1,543,867	\$ 1,543,867	\$ 1,543,867	\$ 1,732,055	\$ 1,732,055
Encargado	\$ 104,702	\$ 104,702	\$ 104,702	\$ 104,702	\$ 104,702
Cajero	\$ 104,702	\$ 104,702	\$ 104,702	\$ 104,702	\$ 104,702
Recepcionista	\$ 112,606	\$ 112,606	\$ 112,606	\$ 112,606	\$ 112,606
Mozo salón	\$ 450,424	\$ 450,424	\$ 450,424	\$ 506,727	\$ 506,727
Mozo mostrador	\$ 90,974	\$ 90,974	\$ 90,974	\$ 90,974	\$ 90,974
Sandwichero/Minutero	\$ 100,646	\$ 100,646	\$ 100,646	\$ 100,646	\$ 100,646
Ayudante de cocina	\$ 96,720	\$ 96,720	\$ 96,720	\$ 96,720	\$ 96,720
Lavacopas	\$ 87,438	\$ 87,438	\$ 87,438	\$ 87,438	\$ 87,438
Empleadas sector juegos	\$ 395,655	\$ 395,655	\$ 395,655	\$ 527,540	\$ 527,540
Aportes (20%)	\$ 308,773	\$ 308,773	\$ 308,773	\$ 346,411	\$ 346,411
Contribuciones (30%)	\$ 463,160	\$ 463,160	\$ 463,160	\$ 519,617	\$ 519,617
Sueldo Neto	\$ 1,235,094	\$ 1,235,094	\$ 1,235,094	\$ 1,385,644	\$ 1,385,644
Sueldo Neto Venc.	\$ 1,235,094	\$ 1,235,094	\$ 1,235,094	\$ 1,385,644	\$ 1,385,644
Sueldo Neto por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cargas Sociales	\$ 771,934	\$ 771,934	\$ 771,934	\$ 866,028	\$ 866,028
Cargas Soc. Vencidas	\$ 682,864	\$ 771,934	\$ 771,934	\$ 866,028	\$ 866,028
Cargas Soc. por pagar	\$ 89,069	\$ 89,069	\$ 89,069	\$ 89,069	\$ -

Presupuesto Gastos Operativos – Escenario Pesimista

	1º M	2º M	3º M	4º M	5º M	6º M	7º M	8º M	9º M	10º M	11º M	12º M	1º AÑO
Gastos Luz y teléfono	\$ 3,120	\$ 3,120	\$ 3,120	\$ 3,120	\$ 3,120	\$ 3,120	\$ 3,120	\$ 3,120	\$ 3,120	\$ 3,120	\$ 3,120	\$ 3,120	\$ 37,440
Gastos Gas	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 6,000
Gastos de Internet y Cable	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 3,120
Honorarios contador	\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 18,000
ABL	\$ 1,150	\$ 1,150	\$ 1,150	\$ 1,150	\$ 1,150	\$ 1,150	\$ 1,150	\$ 1,150	\$ 1,150	\$ 1,150	\$ 1,150	\$ 1,150	\$ 13,800
Alquiler y expensas	\$ 42,148.76	\$ 42,148.76	\$ 42,148.76	\$ 42,148.76	\$ 42,148.76	\$ 42,148.76	\$ 42,148.76	\$ 42,148.76	\$ 42,148.76	\$ 42,148.76	\$ 42,148.76	\$ 42,148.76	\$ 505,785
Servicio tercerizado limpieza	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 42,000
Revisión/Recarga Matafuegos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3,000
Rotura Vajilla	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3,000
Uniformes empleados	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 13,046
Seguro Local	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 6,000
Seguro ART empleados	\$ 4,076	\$ 4,076	\$ 4,076	\$ 4,076	\$ 4,076	\$ 4,076	\$ 4,076	\$ 4,076	\$ 4,076	\$ 4,076	\$ 4,076	\$ 4,076	\$ 48,914
Posnet (4%)	\$ 11,176	\$ 12,323	\$ 13,631	\$ 15,126	\$ 16,842	\$ 18,817	\$ 20,706	\$ 22,095	\$ 23,125	\$ 24,204	\$ 25,333	\$ 26,516	\$ 229,894
II.BB. (3%)	\$ 8,382	\$ 9,242	\$ 10,223	\$ 11,345	\$ 12,632	\$ 14,113	\$ 15,529	\$ 16,571	\$ 17,344	\$ 18,153	\$ 19,000	\$ 19,887	\$ 172,420
Gastos de Operación	\$ 76,313	\$ 78,320	\$ 80,609	\$ 83,226	\$ 86,229	\$ 89,684	\$ 92,990	\$ 95,420	\$ 97,223	\$ 99,111	\$ 101,088	\$ 122,205	\$ 1,102,419
IVA 21%	\$ 13,209	\$ 13,450	\$ 13,725	\$ 14,039	\$ 14,399	\$ 14,814	\$ 15,210	\$ 15,502	\$ 15,718	\$ 15,945	\$ 16,182	\$ 20,430	\$ 182,624
IVA 27%	\$ 1,048	\$ 1,048	\$ 1,048	\$ 1,048	\$ 1,048	\$ 1,048	\$ 1,048	\$ 1,048	\$ 1,048	\$ 1,048	\$ 1,048	\$ 1,048	\$ 12,571
Gs. Operac. (c/IVA)	\$ 90,570	\$ 92,818	\$ 95,381	\$ 98,312	\$ 101,675	\$ 105,545	\$ 109,248	\$ 111,970	\$ 113,989	\$ 116,104	\$ 118,318	\$ 143,682	\$ 1,297,614
Gs. Operac. Venc.	\$ 76,110	\$ 91,958	\$ 94,400	\$ 97,190	\$ 100,388	\$ 104,064	\$ 107,831	\$ 110,929	\$ 113,217	\$ 115,295	\$ 117,471	\$ 142,795	\$ 1,271,649
Gs. Operac. por pagar	\$ 14,460	\$ 15,320	\$ 16,301	\$ 17,422	\$ 18,709	\$ 20,190	\$ 21,607	\$ 22,649	\$ 23,421	\$ 24,230	\$ 25,078	\$ 25,965	\$ 25,965

Presupuesto Gastos Operativos – Escenario Pesimista (continuación)

	<u>1º AÑO</u>	<u>2º AÑO</u>	<u>3º AÑO</u>	<u>4º AÑO</u>	<u>5º AÑO</u>	
Gastos Luz	\$ 37,440	\$ 37,440	\$ 37,440	\$ 37,440	\$ 37,440	
Gastos Telefonía	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	
Gastos de Internet y Cable	\$ 3,120	\$ 3,120	\$ 3,120	\$ 3,120	\$ 3,120	
Honorarios contador	\$ 18,000	\$ 18,000	\$ 18,000	\$ 18,000	\$ 18,000	
ABL	\$ 13,800	\$ 13,800	\$ 13,800	\$ 13,800	\$ 13,800	
Alquiler y expensas	\$ 505,785	\$ 505,785	\$ 505,785	\$ 505,785	\$ 505,785	
Servicio Tercerizado de Limpieza	\$ 42,000	\$ 42,000	\$ 42,000	\$ 42,000	\$ 42,000	
Recarga Matafuegos	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	
Rotura Vajilla	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	
Uniformes empleados	\$ 13,046	\$ 13,046	\$ 13,046	\$ 13,046	\$ 13,046	
Seguro Local	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	
Seguro ART empleados	\$ 48,914	\$ 48,914	\$ 57,460	\$ 57,460	\$ 57,460	
Posnet (4%)	\$ 229,894	\$ 259,504	\$ 281,055	\$ 294,183	\$ 305,951	
II.BB. (3%)	\$ 172,420	\$ 194,628	\$ 210,791	\$ 220,637	\$ 229,463	
Gastos de Operación	\$ 1,102,419	\$ 1,154,238	\$ 1,200,497	\$ 1,223,472	\$ 1,244,065	
IVA 21%	\$ 182,624	\$ 188,842	\$ 195,163	\$ 197,920	\$ 200,391	
IVA 27%	\$ 12,571	\$ 12,571	\$ 12,571	\$ 12,571	\$ 12,571	
Gs. Operac. (c/IVA)	\$ 1,297,614	\$ 1,355,651	\$ 1,408,230	\$ 1,433,963	\$ 1,457,027	
Gs. Operac. Venc.	\$ 1,271,649	\$ 1,321,051	\$ 1,406,883	\$ 1,433,142	\$ 1,456,291	
Gs. Operac. por pagar	\$ 25,965	\$ 60,565	\$ 61,912	\$ 62,733	\$ 63,468	0.00

Presupuesto Comercialización y Administración – Escenario Pesimista

	<u>1º M</u>	<u>2º M</u>	<u>3º M</u>	<u>4º M</u>	<u>5º M</u>	<u>6º M</u>	<u>7º M</u>	<u>8º M</u>	<u>9º M</u>	<u>10º M</u>	<u>11º M</u>	<u>12º M</u>	<u>1º AÑO</u>
Gastos Bancarios	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 2,400
Gastos librería & precintos	\$ 3,300	\$ 3,300	\$ 3,300	\$ 3,300	\$ 3,300	\$ 3,300	\$ 3,300	\$ 3,300	\$ 3,300	\$ 3,300	\$ 3,300	\$ 3,300	\$ 39,600
Gastos comercialización	\$ 9,405	\$ 8,040	\$ 8,040	\$ 9,405	\$ 8,040	\$ 8,040	\$ 9,405	\$ 8,040	\$ 8,040	\$ 9,405	\$ 8,040	\$ 8,040	\$ 101,940
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos de Adm. & Vtas.	\$ 12,905	\$ 11,540	\$ 11,540	\$ 12,905	\$ 11,540	\$ 11,540	\$ 12,905	\$ 11,540	\$ 11,540	\$ 12,905	\$ 11,540	\$ 11,540	\$ 143,940
IVA 21%	\$ 2,710	\$ 2,423	\$ 2,423	\$ 2,710	\$ 2,423	\$ 2,423	\$ 2,710	\$ 2,423	\$ 2,423	\$ 2,710	\$ 2,423	\$ 2,423	\$ 30,227
Gs. de Adm. & Vtas. (c/IVA)	\$ 15,615	\$ 13,963	\$ 13,963	\$ 15,615	\$ 13,963	\$ 13,963	\$ 15,615	\$ 13,963	\$ 13,963	\$ 15,615	\$ 13,963	\$ 13,963	\$ 174,167
Gs. Adm. & Vtas. Venc.	\$ 15,615	\$ 13,963	\$ 13,963	\$ 15,615	\$ 13,963	\$ 13,963	\$ 15,615	\$ 13,963	\$ 13,963	\$ 15,615	\$ 13,963	\$ 13,963	\$ 174,167
Gs. Adm. & Vtas. por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
													-

	<u>1º AÑO</u>	<u>2º AÑO</u>	<u>3º AÑO</u>	<u>4º AÑO</u>	<u>5º AÑO</u>
Gastos Bancarios	\$ 2,400	\$ 2,400	\$ 2,400	\$ 2,400	\$ 2,400
Gastos librería & precintos	\$ 39,600	\$ 41,580	\$ 42,827	\$ 43,684	\$ 44,558
Gastos comercialización	\$ 101,940	\$ 101,940	\$ 101,940	\$ 107,037	\$ 110,248
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos de Adm. & Vtas.	\$ 143,940	\$ 145,920	\$ 147,167	\$ 153,121	\$ 157,206
IVA 21%	\$ 30,227	\$ 30,643	\$ 30,905	\$ 32,155	\$ 33,013
Gs. de Adm. & Vtas. (c/IVA)	\$ 174,167	\$ 176,563	\$ 178,073	\$ 185,276	\$ 190,219
Gs. Adm. & Vtas. Venc.	\$ 174,167	\$ 176,563	\$ 178,073	\$ 185,276	\$ 190,219
Gs. Adm. & Vtas. por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
					-

Presupuesto de Inversión – Escenario Pesimista

PRESUPUESTO DE INVERSION						GASTOS DE APERTURA			INV. INICIAL C.T.N.							
	AÑO "0"					AÑO "2"					Monto	IVA	TOTAL			
	Cant.	\$/u	Monto	IVA	TOTAL	Cant.	\$/u	Monto	IVA	TOTAL						
Equipos																
Cocina	1	51,669	51,669	10,851	62,520	0	-	-	-	-	5,644	-	5,644	Efectivo Inicial	543,813	
Sector Juegos y Adm.	1	44,693	44,693	9,385	54,078	0	-	-	-	-	7,878	-	7,878	Inv. Inicial M.P.		
		-	-	-	-	0	-	-	-	-	80,000	16,800	96,800	Inv. Inicial P.T.		
											27,000	5,670	32,670	Inv. Inicial Merc.		
											100,000	21,000	121,000	Cuentas por Pagar	- 0	
											Otros	45,606	9,577	55,183	Inversión Inicial en CTN	543,813
		96,362	20,236	116,598								266,128	53,047	319,175		
Muebles y Útiles																
Sillas&Mesas	1	107,274	107,274	22,528	129,802	0	-	-	-	-						
Juegos en general	1	16,358	16,358	3,435	19,793	0	-	-	-	-						
Vajilla&Utensilios	1	36,193	36,193	7,601	43,794	0	-	-	-	-						
		159,825	33,564	193,389												
Inmuebles																
Terreno	0	-	-	-	-	0	-	-	-	-						
Edificio	0	-	-	-	-	0	-	-	-	-						
Inv. Activos Fijos		256,187	53,800	309,987												

Presupuesto de Amortización y Depreciación – Escenario Pesimista

		<u>V.I.</u>	<u>D/A</u>	<u>D/A Ac.</u>	<u>V.F.</u>
Equipos	0	96,362	-	-	96,362
(3 años)	1	96,362	32,121	32,121	64,241
	2	64,241	32,121	64,242	32,120
	3	32,120	32,121	96,363	-1
	4	-1	-	96,363	-1
	5	-1	-	96,363	-1
Muebles y Útiles	0	159,825	-	-	159,825
(5 años)	1	159,825	31,965	31,965	127,860
	2	127,860	31,965	63,930	95,895
	3	95,895	31,965	95,895	63,930
	4	63,930	31,965	127,860	31,965
	5	<u>31,965</u>	<u>31,965</u>	<u>159,825</u>	<u>-0</u>
Inmuebles	0	-	-	-	-
(50 años)	1	-	-	-	-
	2	-	-	-	-
	3	-	-	-	-
	4	-	-	-	-
	5	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>

IVA – Escenario Pesimista

	<u>Ap</u>	<u>1º M</u>	<u>2º M</u>	<u>3º M</u>	<u>4º M</u>	<u>5º M</u>	<u>6º M</u>	<u>7º M</u>	<u>8º M</u>	<u>9º M</u>	<u>10º M</u>	<u>11º M</u>	<u>12º M</u>	<u>1º AÑO</u>
Débito Fiscal	\$ -	\$ 58,675	\$ 64,696	\$ 71,561	\$ 79,412	\$ 88,421	\$ 98,788	\$ 108,706	\$ 115,996	\$ 121,406	\$ 127,069	\$ 133,000	\$ 139,211	\$ 1,206,942
Crédito Fiscal	\$ 53,800	\$ 40,437	\$ 42,800	\$ 45,820	\$ 49,561	\$ 53,238	\$ 57,800	\$ 62,450	\$ 65,372	\$ 67,752	\$ 70,530	\$ 72,853	\$ 79,586	\$ 708,199
Saldo Técnico A Favor Ant.	\$ -	\$ 53,800	\$ 35,562	\$ 13,665	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 53,800
Saldo Técnico A Favor Contr.	\$ 53,800	\$ 35,562	\$ 13,665	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Saldo Técnico A Favor AFIP	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 12,076	\$ 29,851	\$ 35,182	\$ 40,988	\$ 46,255	\$ 50,625	\$ 53,654	\$ 56,539	\$ 60,147	\$ 59,625	\$ 444,942
Pago DD.JJ. IVA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 12,076	\$ 29,851	\$ 35,182	\$ 40,988	\$ 46,255	\$ 50,625	\$ 53,654	\$ 56,539	\$ 60,147	\$ 385,317
IVA por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 12,076	\$ 29,851	\$ 35,182	\$ 40,988	\$ 46,255	\$ 50,625	\$ 53,654	\$ 56,539	\$ 60,147	\$ 59,625	\$ 59,625
														-0.00

	<u>Ap</u>	<u>1º AÑO</u>	<u>2º AÑO</u>	<u>3º AÑO</u>	<u>4º AÑO</u>	<u>5º AÑO</u>
Débito Fiscal	\$ -	\$ 1,206,942	\$ 1,362,399	\$ 1,475,537	\$ 1,544,462	\$ 1,606,241
Crédito Fiscal	\$ 53,800	\$ 708,199	\$ 776,130	\$ 827,878	\$ 859,407	\$ 887,406
Saldo Técnico A Favor Ant.	\$ -	\$ 53,800	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Saldo Técnico A Favor Contr.	\$ 53,800	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Saldo Técnico A Favor AFIP	\$ -	\$ 444,942	\$ 586,269	\$ 647,659	\$ 685,055	\$ 718,834
Pago DD.JJ. IVA	\$ -	\$ 385,317	\$ 597,038	\$ 642,543	\$ 681,939	\$ 716,019
IVA por pagar	\$ -	\$ 59,625	\$ 48,856	\$ 53,972	\$ 57,088	\$ 59,903
						-

Impuestos a las Ganancias – Escenario Pesimista

	AP	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO
	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
Imp. Gcias. Del período	\$ -	\$ -45,826	\$ -183,932	\$ -280,590	\$ -265,089
CF x Quebr. Imp. Gcias. Per. Ant.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. Pagos a Cta.	\$ -	\$ -	\$ 45,826	\$ 138,105	\$ 142,485
Imp. Gcias. CF	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Saldo DDJJ Gcias. A FAVOR	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Saldo DDJJ Gcias. A PAGAR	\$ -	\$ 45,826	\$ 138,105	\$ 142,485	\$ 122,604
	0				

	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
1º M	\$ -	\$ -	\$ 3,819	\$ 11,509	\$ 11,874
2º M	\$ -	\$ -	\$ 3,819	\$ 11,509	\$ 11,874
3º M	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
4º M	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
5º M	\$ -	\$ 11,457	\$ 34,526	\$ 35,621	\$ 30,651
6º M	\$ -	\$ 3,819	\$ 11,509	\$ 11,874	\$ 10,217
7º M	\$ -	\$ 3,819	\$ 11,509	\$ 11,874	\$ 10,217
8º M	\$ -	\$ 3,819	\$ 11,509	\$ 11,874	\$ 10,217
9º M	\$ -	\$ 3,819	\$ 11,509	\$ 11,874	\$ 10,217
10º M	\$ -	\$ 3,819	\$ 11,509	\$ 11,874	\$ 10,217
11º M	\$ -	\$ 3,819	\$ 11,509	\$ 11,874	\$ 10,217
12º M	\$ -	\$ 3,819	\$ 11,509	\$ 11,874	\$ 10,217
Anticipos pagados	\$ -	\$ 38,189	\$ 122,725	\$ 141,755	\$ 125,917
Credito x Anticipos	\$ -	\$ 38,189	\$ 115,088	\$ 118,738	\$ 102,170

MES EN QUE SE
CONFECIONA LA
DDJJ DE GANANCIAS

MES EN QUE SE PAGA EL SALDO DE LA
DDJJ DE GANANCIAS (EN CASO DE QUE
ARROJE SALDO A FAVOR DE LA AFIP)

Presupuesto de Caja – Escenario Pesimista

Cashflow Proyectado	Ap	1º M	2º M	3º M	4º M	5º M	6º M	7º M	8º M	9º M	10º M	11º M	12º M	1º AÑO
SDO. INICIAL CAJA	\$ -	\$ 490,013	\$ 411,466	\$ 365,108	\$ 338,679	\$ 321,284	\$ 313,845	\$ 283,542	\$ 294,841	\$ 358,561	\$ 437,359	\$ 528,569	\$ 636,441	\$ 490,013
(+) Aportes Socios	\$ 800,000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Cobranzas	\$ -	\$ 202,848	\$ 358,896	\$ 396,505	\$ 439,471	\$ 488,710	\$ 545,312	\$ 603,494	\$ 651,557	\$ 687,060	\$ 719,108	\$ 752,666	\$ 787,806	\$ 6,633,434
TOTAL INGRESOS	\$ 800,000	\$ 202,848	\$ 358,896	\$ 396,505	\$ 439,471	\$ 488,710	\$ 545,312	\$ 603,494	\$ 651,557	\$ 687,060	\$ 719,108	\$ 752,666	\$ 787,806	\$ 6,633,434
(-) Gastos Arranque	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Inv. Act. Fijos	\$ 309,987	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Pagos a Proveedores	\$ -	\$ 94,662	\$ 144,946	\$ 160,184	\$ 177,598	\$ 197,560	\$ 220,514	\$ 243,683	\$ 262,303	\$ 276,071	\$ 288,949	\$ 302,433	\$ 316,554	\$ 2,685,458
(-) Otros Pagos	\$ -	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 142,511	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 142,511	\$ 1,235,094
Sueldos Netos	\$ -	\$ -	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 89,069	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 682,864
Cargas Sociales	\$ -	\$ 76,110	\$ 91,958	\$ 94,400	\$ 97,190	\$ 100,388	\$ 104,064	\$ 107,831	\$ 110,929	\$ 113,217	\$ 115,295	\$ 117,471	\$ 142,795	\$ 1,271,649
Gastos Operación	\$ -	\$ 15,615	\$ 13,963	\$ 13,963	\$ 15,615	\$ 13,963	\$ 13,963	\$ 15,615	\$ 13,963	\$ 13,963	\$ 15,615	\$ 13,963	\$ 13,963	\$ 174,167
Gastos Adm. & Vtas.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 12,076	\$ 29,851	\$ 35,182	\$ 40,988	\$ 46,255	\$ 50,625	\$ 53,654	\$ 56,539	\$ 60,147	\$ 385,317
DDJJ IVA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
DD.JJ. Imp. Gcias	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. Pagos a Cta.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Dividendos Distribuidos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL EGRESOS	\$ 309,987	\$ 281,395	\$ 405,254	\$ 422,934	\$ 456,866	\$ 496,150	\$ 575,615	\$ 592,194	\$ 587,837	\$ 608,262	\$ 627,899	\$ 644,793	\$ 735,350	\$ 6,434,550
SDO. FINAL CAJA	\$ 490,013	\$ 411,466	\$ 365,108	\$ 338,679	\$ 321,284	\$ 313,845	\$ 283,542	\$ 294,841	\$ 358,561	\$ 437,359	\$ 528,569	\$ 636,441	\$ 688,898	\$ 688,898

	Ap	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
SDO. INICIAL CAJA	\$ -	\$ 490,013	\$ 688,898	\$ 1,242,596	\$ 1,756,844	\$ 2,086,861
(+) Aportes Socios	\$ 800,000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Cobranzas	\$ -	\$ 6,633,434	\$ 7,909,192	\$ 8,480,173	\$ 8,885,807	\$ 9,243,141
TOTAL INGRESOS	\$ 800,000	\$ 6,633,434	\$ 7,909,192	\$ 8,480,173	\$ 8,885,807	\$ 9,243,141
(-) Gastos Arranque	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Inv. Act. Fijos	\$ 309,987	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Pagos a Proveedores	\$ -	\$ 2,685,458	\$ 3,152,777	\$ 3,388,635	\$ 3,549,753	\$ 3,692,312
(-) Otros Pagos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Sueldos Netos	\$ -	\$ 1,235,094	\$ 1,235,094	\$ 1,235,094	\$ 1,385,644	\$ 1,385,644
Cargas Sociales	\$ -	\$ 682,864	\$ 771,934	\$ 771,934	\$ 866,028	\$ 866,028
Gastos Operación	\$ -	\$ 1,271,649	\$ 1,321,051	\$ 1,406,883	\$ 1,433,142	\$ 1,456,291
Gastos Adm. & Vtas.	\$ -	\$ 174,167	\$ 176,563	\$ 178,073	\$ 185,276	\$ 190,219
DDJJ IVA	\$ -	\$ 385,317	\$ 597,038	\$ 642,543	\$ 681,939	\$ 716,019
DD.JJ. Imp. Gcias	\$ -	\$ -	\$ 45,826	\$ 138,105	\$ 142,485	\$ 122,604
Imp. Gcias. Pagos a Cta.	\$ -	\$ -	\$ 38,189	\$ 122,725	\$ 141,755	\$ 125,917
Dividendos Distribuidos	\$ -	\$ -	\$ 17,021	\$ 81,934	\$ 169,767	\$ 234,275
TOTAL EGRESOS	\$ 309,987	\$ 6,434,550	\$ 7,355,493	\$ 7,965,926	\$ 8,555,789	\$ 8,789,309
SDO. FINAL CAJA	\$ 490,013	\$ 688,898	\$ 1,242,596	\$ 1,756,844	\$ 2,086,861	\$ 2,540,693

Estado de Resultados – Escenarios Pesimista

<u>Cuadro Económico Proyectado</u>	<u>Ap</u>	<u>1º AÑO</u>	<u>2º AÑO</u>	<u>3º AÑO</u>	<u>4º AÑO</u>	<u>5º AÑO</u>
Ventas	\$ -	\$ 5,747,341	\$ 6,487,612	\$ 7,026,366	\$ 7,354,582	\$ 7,648,766
(-) Costo de Ventas	\$ -	\$ 2,298,936	\$ 2,590,823	\$ 2,805,902	\$ 2,936,956	\$ 3,054,434
CONTR. MRG.	\$ -	\$ 3,448,404	\$ 3,896,790	\$ 4,220,464	\$ 4,417,626	\$ 4,594,331
Gastos Arranque	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos Personal	\$ -	\$ 2,007,027	\$ 2,007,027	\$ 2,007,027	\$ 2,251,672	\$ 2,251,672
Gastos Operación	\$ -	\$ 1,102,419	\$ 1,154,238	\$ 1,200,497	\$ 1,223,472	\$ 1,244,065
Gs. Adm. & Vtas.	\$ -	\$ 143,940	\$ 145,920	\$ 147,167	\$ 153,121	\$ 157,206
EBITDA	\$ -	\$ 195,019	\$ 589,605	\$ 865,773	\$ 789,362	\$ 941,390
Depr/Amort. Act. Fijos	\$ -	\$ 64,086	\$ 64,086	\$ 64,086	\$ 31,965	\$ 31,965
EBIT	\$ -	\$ 130,933	\$ 525,519	\$ 801,687	\$ 757,397	\$ 909,425
Impuesto a las Ganancias	\$ -	\$ -45,826	\$ -183,932	\$ -280,590	\$ -265,089	\$ -318,299
RDO. NETO	\$ -	\$ 85,106	\$ 341,587	\$ 521,097	\$ 492,308	\$ 591,126
		<u>1º AÑO</u>	<u>2º AÑO</u>	<u>3º AÑO</u>	<u>4º AÑO</u>	<u>5º AÑO</u>
Dividendos Distribuidos		\$ -	\$ 17,021	\$ 81,934	\$ 169,767	\$ 234,275
% de distribución	20%					

Balance Proyectado – Escenario Pesimista

Balance Proyectado	Ap	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
ACTIVO						
Disponibilidades	\$ 490,013	\$ 688,898	\$ 1,242,596	\$ 1,756,844	\$ 2,086,861	\$ 2,540,693
Cuentas por cobrar	\$ -	\$ 320,848	\$ 261,667	\$ 283,397	\$ 296,635	\$ 308,500
Materias Primas	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Mercaderias	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Crédito Fiscal IVA	\$ 53,800	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. CF x Quebrantos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. CF	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. Pagos a Cta.	\$ -	\$ -	\$ 38,189	\$ 115,088	\$ 118,738	\$ 102,170
Activo Corriente	\$ 543,813	\$ 1,009,745	\$ 1,542,452	\$ 2,155,328	\$ 2,502,234	\$ 2,951,363
Activos Fijos (netos)	\$ 256,187	\$ 192,101	\$ 128,015	\$ 63,929	\$ 31,964	\$ -1
Gastos Organización	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Activo No Corriente	\$ 256,187	\$ 192,101	\$ 128,015	\$ 63,929	\$ 31,964	\$ -1
	\$ 800,000	\$ 1,201,846	\$ 1,670,467	\$ 2,219,257	\$ 2,534,198	\$ 2,951,362
PASIVO						
Cuentas por pagar	\$ -	\$ 96,254	\$ 78,372	\$ 84,879	\$ 88,843	\$ 92,397
Cargas Sociales por pagar	\$ -	\$ 89,069	\$ 89,069	\$ 89,069	\$ 89,069	\$ 89,069
Gs. Operac. por pagar	\$ -	\$ 25,965	\$ 60,565	\$ 61,912	\$ 62,733	\$ 63,468
IVA por pagar	\$ -	\$ 59,625	\$ 48,856	\$ 53,972	\$ 57,088	\$ 59,903
Imp. Gcias. por pagar	\$ -	\$ 45,826	\$ 183,932	\$ 280,590	\$ 265,089	\$ 318,299
Pasivo Corriente	\$ -	\$ 316,740	\$ 460,795	\$ 570,423	\$ 562,822	\$ 623,136
Pasivo No Corriente	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ 316,740	\$ 460,795	\$ 570,423	\$ 562,822	\$ 623,136
PATRIMONIO NETO						
Capital Social	\$ 800,000	\$ 800,000	\$ 800,000	\$ 800,000	\$ 800,000	\$ 800,000
Rdos. Acum.	\$ -	\$ 85,106	\$ 409,672	\$ 848,834	\$ 1,171,376	\$ 1,528,227
	\$ 800,000	\$ 885,106	\$ 1,209,672	\$ 1,648,834	\$ 1,971,376	\$ 2,328,227
Diferencia de Balanceo	-	-	-	-	-	-

Capital de Trabajo – Escenario Pesimista

	Apertura	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
Activo Corriente						
Cuentas por cobrar	\$ -	\$ 320,848	\$ 261,667	\$ 283,397	\$ 296,635	\$ 308,500
Materias Primas	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Mercaderias	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Crédito Fiscal IVA	\$ 53,800	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. CF x Quebrantos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. CF	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. Pagos a Cta.	\$ -	\$ -	\$ 38,189	\$ 115,088	\$ 118,738	\$ 102,170
	\$ 53,800	\$ 320,848	\$ 299,856	\$ 398,484	\$ 415,373	\$ 410,670
Pasivo Corriente						
Cuentas por pagar	\$ -	\$ 96,254	\$ 78,372	\$ 84,879	\$ 88,843	\$ 92,397
Cargas Sociales por pagar	\$ -	\$ 89,069	\$ 89,069	\$ 89,069	\$ 89,069	\$ 89,069
Gs. Operac. por pagar	\$ -	\$ 25,965	\$ 60,565	\$ 61,912	\$ 62,733	\$ 63,468
IVA por pagar	\$ -	\$ 59,625	\$ 48,856	\$ 53,972	\$ 57,088	\$ 59,903
Imp. Gcias. por pagar	\$ -	\$ 45,826	\$ 183,932	\$ 280,590	\$ 265,089	\$ 318,299
	\$ -	\$ 316,740	\$ 460,795	\$ 570,423	\$ 562,822	\$ 623,136
CTN	\$ 53,800	\$ 4,108	\$ -160,939	\$ -171,938	\$ -147,449	\$ -212,466
VAR. CTN		\$ 49,692	\$ 165,047	\$ 10,999	\$ -24,489	\$ 65,016

Cash Flow Activos – Escenario Pesimista

	Ap	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO																								
Cash-flow Operativo																														
E.B.I.T.	\$ -	\$ 130,933	\$ 525,519	\$ 801,687	\$ 757,397	\$ 909,425																								
Depr/Amort.	\$ -	\$ 64,086	\$ 64,086	\$ 64,086	\$ 31,965	\$ 31,965																								
Gastos Organización	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -																								
Imp. a las Gcias.	\$ -	\$ -45,826	\$ -183,932	\$ -280,590	\$ -265,089	\$ -318,299																								
	\$ -	\$ 149,192	\$ 405,673	\$ 585,183	\$ 524,273	\$ 623,091																								
Variación C.T.N.																														
Inv. Inicial en C.T.N.	\$ -543,813																													
Var. C.T.N.	\$ -	\$ 49,692	\$ 165,047	\$ 10,999	\$ -24,489	\$ 65,016																								
	\$ -543,813	\$ 49,692	\$ 165,047	\$ 10,999	\$ -24,489	\$ 65,016																								
Inv. en Act. Fijos																														
Inv. Inicial en Act. Fijos	\$ -256,187	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -																								
Otros Desembolsos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -																								
	\$ -256,187	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -																								
Dividendos distrib.	\$ -	\$ -	\$ -17,021	\$ -81,934	\$ -169,767	\$ -234,275																								
Cash-flow de los Activos	\$ -800,000	\$ 198,884	\$ 553,699	\$ 514,247	\$ 330,018	\$ 453,832																								
Valor Terminal	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,402,754																								
Cash-flow Activos (V.T.)	\$ -800,000	\$ 198,884	\$ 553,699	\$ 514,247	\$ 330,018	\$ 1,856,586																								
Factor de descuento	1.0000	0.7692	0.5917	0.4552	0.3501	0.2693																								
Cash-flow Activos (desc.)	\$ -800,000	\$ 152,988	\$ 327,633	\$ 234,068	\$ 115,548	\$ 500,033																								
CFA - (CF-CI)	\$ -	\$ -0	\$ -	\$ -0	\$ -	\$ -																								
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20%;">VAN:</td> <td style="width: 20%;">\$ 530,270</td> <td style="width: 20%;"></td> <td style="width: 20%;"></td> <td style="width: 20%;"></td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>TIR:</td> <td>52%</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>PAYBACK:</td> <td>2.09</td> <td>años</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>PAYBACK DESCONTADO:</td> <td>3.74</td> <td>años</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>							VAN:	\$ 530,270					TIR:	52%					PAYBACK:	2.09	años				PAYBACK DESCONTADO:	3.74	años			
VAN:	\$ 530,270																													
TIR:	52%																													
PAYBACK:	2.09	años																												
PAYBACK DESCONTADO:	3.74	años																												
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20%;"></td> <td style="width: 20%;"></td> <td style="width: 20%;"></td> <td style="width: 20%;"></td> <td style="width: 20%;">r=</td> <td>30.00%</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>r_p=</td> <td>35.00%</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>g_(n+1)=</td> <td>2.00%</td> </tr> </table>											r=	30.00%					r_p=	35.00%					g_(n+1)=	2.00%						
				r=	30.00%																									
				r_p=	35.00%																									
				g_(n+1)=	2.00%																									

Punto de Equilibrio – Escenario Pesimista

	<u>1º AÑO</u>	<u>2º AÑO</u>	<u>3º AÑO</u>	<u>4º AÑO</u>	<u>5º AÑO</u>
COSTOS VARIABLES					
C.M.V.	\$ 2,298,936	\$ 2,590,823	\$ 2,805,902	\$ 2,936,956	\$ 3,054,434
II.BB. (3%)	\$ 172,420	\$ 194,628	\$ 210,791	\$ 220,637	\$ 229,463
	\$ 2,471,356	\$ 2,785,451	\$ 3,016,693	\$ 3,157,594	\$ 3,283,897
COSTOS FIJOS					
Gastos Personal	\$ 2,007,027	\$ 2,007,027	\$ 2,007,027	\$ 2,251,672	\$ 2,251,672
Gastos Operación (sin IIBB)	\$ 929,998	\$ 959,609	\$ 989,706	\$ 1,002,834	\$ 1,014,602
Gs. Adm. & Vtas.	\$ 143,940	\$ 145,920	\$ 147,167	\$ 153,121	\$ 157,206
Depr/Amort. Act. Fijos	\$ 64,086	\$ 64,086	\$ 64,086	\$ 31,965	\$ 31,965
	\$ 3,145,052	\$ 3,176,642	\$ 3,207,986	\$ 3,439,592	\$ 3,455,444
COSTO TOTAL	\$ 5,616,408	\$ 5,962,093	\$ 6,224,679	\$ 6,597,185	\$ 6,739,341
Cantidad de Productos Vendidos	18,358	21,112	23,223	24,384	25,360
PTO. EQ. ECON. (unidades)	17,624	18,115	18,580	19,984	20,076
PTO. EQ. ECON. (pesos)	\$ 5,517,634	\$ 5,566,701	\$ 5,621,527	\$ 6,027,360	\$ 6,055,138
PTO. EQ. EFVO. (unidades)	17,265	17,750	18,209	19,798	19,890
PTO. EQ. EFVO. (pesos)	\$ 5,405,203	\$ 5,454,397	\$ 5,509,225	\$ 5,971,346	\$ 5,999,124
Colchón de efectivo	\$ 256,747	\$ 259,380	\$ 261,992	\$ 283,969	\$ 285,290

Conclusiones y detalles de Escenario Pesimista

Como hemos podido observar, en el escenario en cuestión se ha estimado una demanda inferior a la neutral por un 10%. Esta modificación ha tenido un impacto significativo en nuestras ventas estimadas y por consiguiente, hemos tomado ciertas decisiones a lo largo del desarrollo de la proyección.

En principio debemos decir que la inversión inicial que se requeriría en este caso será de \$800.000 en vez de \$700.000. Es importante destacar dicho incremento ya que en caso de ser inferior a la enunciada, no contaríamos con un saldo final de caja.

En lo que respecta a la estructura de personal, se ha mantenido la nómina constante hasta el 4to año, donde se ha decidido realizar un incremento inferior al estipulado en el Escenario Neutral, elevando la cantidad de empleados 31. El incremento en los empleados se debe a que se considera, pese a ser inferior a la neutral, que la demanda ha crecido a lo largo de los años y deberíamos abastecerla correctamente.

En lo que respecta a demás variables, se ha intentando mantener la mayoría de ellas constantes considerando que muchos de los gastos que se consideraban en el escenario neutral, deberán incurrirse en el pesimista.

Como hemos podido observar, pese a que la demanda es inferior a la que estimamos vamos a poseer, la propuesta continúa siendo atractiva, ya que presenta un VAN positivo de \$530.270, con una Tasa Interna de Retorno de 52% y el plazo de recupero es de 2 años y 11 meses; Payback ajustado de 3 años y 9 meses.

Análisis de sensibilidad – Optimista

Para estimar un escenario optimista, hemos decidido realizar una modificación en la demanda que consistió en incrementar la misma un 10% por encima de la estimación realizada para el escenario neutral.

A continuación, presentamos el plan financiero para un escenario optimista.

Presupuesto de Ventas Proyectadas – Escenario Optimista

	<u>1º M</u>	<u>2º M</u>	<u>3º M</u>	<u>4º M</u>	<u>5º M</u>	<u>6º M</u>	<u>7º M</u>	<u>8º M</u>	<u>9º M</u>	<u>10º M</u>	<u>11º M</u>	<u>12º M</u>	<u>1º AÑO</u>
Unidades a Vender													
Ticket por persona media mañana	990	1040	1091	1146	1203	1264	1314	1367	1421	1478	1537	1599	15,450
Ticket por persona promedio almuerzo	1210	1331	1464	1611	1772	1949	2144	2251	2363	2481	2606	2736	23,916
Ticket por persona promedio tarde	1650	1980	2376	2851	3421	4106	4722	5194	5453	5726	6012	6313	49,805
Ticket por persona promedio Noche	1430	1502	1577	1655	1738	1825	1916	1993	2073	2156	2242	2332	22,438
Precio de Vta. Unit.													
Precio promedio por ticket por pers. mañana	\$ 49	\$ 49	\$ 49	\$ 49	\$ 49	\$ 49	\$ 49	\$ 49	\$ 49	\$ 49	\$ 49	\$ 49	\$ 49
Precio promedio por ticket por pers. almuerzo	\$ 72	\$ 72	\$ 72	\$ 72	\$ 72	\$ 72	\$ 72	\$ 72	\$ 72	\$ 72	\$ 72	\$ 72	\$ 72
Precio promedio por ticket por pers. tarde	\$ 55	\$ 55	\$ 55	\$ 55	\$ 55	\$ 55	\$ 55	\$ 55	\$ 55	\$ 55	\$ 55	\$ 55	\$ 55
Precio promedio por ticket por pers. noche	\$ 81	\$ 81	\$ 81	\$ 81	\$ 81	\$ 81	\$ 81	\$ 81	\$ 81	\$ 81	\$ 81	\$ 81	\$ 81
Ventas (Brutas)	\$ 341,495	\$ 376,538	\$ 416,492	\$ 462,189	\$ 514,619	\$ 574,954	\$ 632,680	\$ 675,112	\$ 706,593	\$ 739,558	\$ 774,076	\$ 810,222	\$ 7,024,527
IVA 21%	\$ 71,714	\$ 79,073	\$ 87,463	\$ 97,060	\$ 108,070	\$ 120,740	\$ 132,863	\$ 141,773	\$ 148,385	\$ 155,307	\$ 162,556	\$ 170,147	\$ 1,475,151
Ventas (Netas)	\$ 413,209	\$ 455,611	\$ 503,955	\$ 559,249	\$ 622,689	\$ 695,695	\$ 765,542	\$ 816,885	\$ 854,978	\$ 894,865	\$ 936,632	\$ 980,369	\$ 8,499,678
Vtas. al Ctdo. (60%)	\$ 247,925	\$ 273,367	\$ 302,373	\$ 335,549	\$ 373,613	\$ 417,417	\$ 459,325	\$ 490,131	\$ 512,987	\$ 536,919	\$ 561,979	\$ 588,221	\$ 5,099,807
Vtas. a 30 ds. (40%)	\$ 165,284	\$ 182,245	\$ 201,582	\$ 223,700	\$ 249,076	\$ 278,278	\$ 306,217	\$ 326,754	\$ 341,991	\$ 357,946	\$ 374,653	\$ 392,147	\$ 3,399,871
Recupero de Cartera	\$ -	\$ 165,284	\$ 182,245	\$ 201,582	\$ 223,700	\$ 249,076	\$ 278,278	\$ 306,217	\$ 326,754	\$ 341,991	\$ 357,946	\$ 374,653	\$ 3,007,724
Ingresos Efectivos	\$ 247,925	\$ 438,650	\$ 484,618	\$ 537,131	\$ 597,313	\$ 666,492	\$ 737,603	\$ 796,348	\$ 839,741	\$ 878,910	\$ 919,925	\$ 962,874	\$ 8,107,531
Ctas. por Cobrar	\$ 165,284	\$ 182,245	\$ 201,582	\$ 223,700	\$ 249,076	\$ 278,278	\$ 306,217	\$ 326,754	\$ 341,991	\$ 357,946	\$ 374,653	\$ 392,147	\$ 392,147
	<u>1º AÑO</u>	<u>2º AÑO</u>	<u>3º AÑO</u>	<u>4º AÑO</u>	<u>5º AÑO</u>								
Unidades a Vender													
Ticket por persona media-mañana	15450	16223	17034	17715	18424								
Ticket por persona promedio almuerzo	23916	26308	27623	28728	29878								
Ticket por persona promedio tarde	49805	57275	63003	66153	68799								
Ticket por persona promedio Noche	22438	25803	28384	29803	30995								
Precio de Vta. Unit.													
Precio promedio por ticket mañana	\$ 49	\$ 49	\$ 49	\$ 49	\$ 49								
Precio promedio por ticket almuerzo	\$ 72	\$ 72	\$ 72	\$ 72	\$ 72								
Precio promedio por ticket tarde	\$ 55	\$ 55	\$ 55	\$ 55	\$ 55								
Precio promedio por ticket noche	\$ 81	\$ 81	\$ 81	\$ 81	\$ 81								
Ventas (Brutas)	\$ 7,024,527	\$ 7,929,304	\$ 8,587,780	\$ 8,988,934	\$ 9,348,491								
IVA 21%	\$ 1,475,151	\$ 1,665,154	\$ 1,803,434	\$ 1,887,676	\$ 1,963,183								
Ventas (Netas)	\$ 8,499,678	\$ 9,594,458	\$ 10,391,214	\$ 10,876,610	\$ 11,311,675								
Vtas. al Ctdo. (60%)	\$ 5,099,807	\$ 5,756,675	\$ 6,234,729	\$ 6,525,966	\$ 6,787,005								
Vtas. a 30 ds. (40%)	\$ 3,399,871	\$ 3,837,783	\$ 4,156,486	\$ 4,350,644	\$ 4,524,670								
Recupero de Cartera	\$ 3,007,724	\$ 3,910,115	\$ 4,129,927	\$ 4,334,464	\$ 4,510,168								
Ingresos Efectivos	\$ 8,107,531	\$ 9,666,790	\$ 10,364,656	\$ 10,860,430	\$ 11,297,173								
Ctas. por Cobrar	\$ 392,147	\$ 319,815	\$ 346,374	\$ 362,554	\$ 377,056	0.0000							

Presupuesto Compras – Escenario Optimista

	<u>1º M</u>	<u>2º M</u>	<u>3º M</u>	<u>4º M</u>	<u>5º M</u>	<u>6º M</u>	<u>7º M</u>	<u>8º M</u>	<u>9º M</u>	<u>10º M</u>	<u>11º M</u>	<u>12º M</u>	<u>1º AÑO</u>	
Ticket por pers. media mañana	990	1,040	1,091	1,146	1,203	1,264	1,314	1,367	1,421	1,478	1,537	1,599	15,450	-
Ticket promedio por pers. almuerzo	1,210	1,331	1,464	1,611	1,772	1,949	2,144	2,251	2,363	2,481	2,606	2,736	23,916	-
Ticket promedio por pers. tarde	1,650	1,980	2,376	2,851	3,421	4,106	4,722	5,194	5,453	5,726	6,012	6,313	49,805	-
Ticket promedio por pers. noche	1,430	1,502	1,577	1,655	1,738	1,825	1,916	1,993	2,073	2,156	2,242	2,332	22,438	-
Costo Unitario														-
Costo Promedio Ticket por pers. media mañana	\$ 19.60	\$ 19.60	\$ 19.60	\$ 19.60	\$ 19.60	\$ 19.60	\$ 19.60	\$ 19.60	\$ 19.60	\$ 19.60	\$ 19.60	\$ 19.60	\$ 19.60	\$ 19.60
Costo Promedio Ticket por pers. almuerzo	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80
Costo Promedio Ticket por pers. tarde	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00
Costo Promedio Ticket por pers. noche	\$ 32.20	\$ 32.20	\$ 32.20	\$ 32.20	\$ 32.20	\$ 32.20	\$ 32.20	\$ 32.20	\$ 32.20	\$ 32.20	\$ 32.20	\$ 32.20	\$ 32.20	\$ 32.20
Gastos de Insumos	\$ 136,598	\$ 150,615	\$ 166,597	\$ 184,876	\$ 205,848	\$ 229,982	\$ 253,072	\$ 270,045	\$ 282,637	\$ 295,823	\$ 309,630	\$ 324,089	\$ 2,809,811	-
IVA 21%	\$ 28,686	\$ 31,629	\$ 34,985	\$ 38,824	\$ 43,228	\$ 48,296	\$ 53,145	\$ 56,709	\$ 59,354	\$ 62,123	\$ 65,022	\$ 68,059	\$ 590,060	-
Gs. de Insumos (c/IVA)	\$ 165,284	\$ 182,245	\$ 201,582	\$ 223,700	\$ 249,076	\$ 278,278	\$ 306,217	\$ 326,754	\$ 341,991	\$ 357,946	\$ 374,653	\$ 392,147	\$ 3,399,871	-
Pago de Ctdo. (70%)	\$ 115,699	\$ 127,571	\$ 141,107	\$ 156,590	\$ 174,353	\$ 194,794	\$ 214,352	\$ 228,728	\$ 239,394	\$ 250,562	\$ 262,257	\$ 274,503	\$ 2,379,910	-
Pago a Plazos (30%)	\$ 49,585	\$ 54,673	\$ 60,475	\$ 67,110	\$ 74,723	\$ 83,483	\$ 91,865	\$ 98,026	\$ 102,597	\$ 107,384	\$ 112,396	\$ 117,644	\$ 1,019,961	-
Pagos Vencidos	\$	\$ 49,585	\$ 54,673	\$ 60,475	\$ 67,110	\$ 74,723	\$ 83,483	\$ 91,865	\$ 98,026	\$ 102,597	\$ 107,384	\$ 112,396	\$ 902,317	-
Egresos Efectivos	\$ 115,699	\$ 177,156	\$ 195,781	\$ 217,064	\$ 241,463	\$ 269,517	\$ 297,835	\$ 320,593	\$ 337,420	\$ 353,159	\$ 369,641	\$ 386,899	\$ 3,282,227	-
Cuentas por pagar	\$ 49,585	\$ 54,673	\$ 60,475	\$ 67,110	\$ 74,723	\$ 83,483	\$ 91,865	\$ 98,026	\$ 102,597	\$ 107,384	\$ 112,396	\$ 117,644	\$ 117,644	-
	<u>1º AÑO</u>	<u>2º AÑO</u>	<u>3º AÑO</u>	<u>4º AÑO</u>	<u>5º AÑO</u>									
Ticket media mañana	15,450	16,223	17,034	17,715	18,424									
Ticket almuerzo	23,916	26,308	27,623	28,728	29,878									
Ticket tarde	49,805	57,275	63,003	66,153	68,799									
Ticket noche	22,438	25,803	28,384	29,803	30,995									
Costo Unitario														
Costo Ticket media mañana	\$ 19.60	\$ 19.60	\$ 19.60	\$ 19.60	\$ 19.60									
Costo Ticket almuerzo	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80									
Costo Ticket tarde	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00									
Costo Ticket noche	\$ 32.20	\$ 32.20	\$ 32.20	\$ 32.20	\$ 32.20									
Gastos de Insumos	\$ 2,809,811	\$ 3,166,561	\$ 3,429,435	\$ 3,589,613	\$ 3,733,198									
IVA 21%	\$ 590,060	\$ 664,978	\$ 720,181	\$ 753,819	\$ 783,971									
Gs. de Insumos (c/IVA)	\$ 3,399,871	\$ 3,831,539	\$ 4,149,617	\$ 4,343,432	\$ 4,517,169									
Pago de Ctdo. (70%)	\$ 2,379,910	\$ 2,682,077	\$ 2,904,732	\$ 3,040,402	\$ 3,162,018									
Pago a Plazos (30%)	\$ 1,019,961	\$ 1,149,462	\$ 1,244,885	\$ 1,303,030	\$ 1,355,151									
Pagos Vencidos	\$ 902,317	\$ 1,171,317	\$ 1,236,933	\$ 1,298,184	\$ 1,350,807									
Egresos Efectivos	\$ 3,282,227	\$ 3,853,395	\$ 4,141,665	\$ 4,338,586	\$ 4,512,826									
Cuentas por pagar	\$ 117,644	\$ 95,788	\$ 103,740	\$ 108,586	\$ 112,929	0.0000								

Presupuesto Personal – Escenario Optimista

	<u>1º M</u>	<u>2º M</u>	<u>3º M</u>	<u>4º M</u>	<u>5º M</u>	<u>6º M</u>	<u>7º M</u>	<u>8º M</u>	<u>9º M</u>	<u>10º M</u>	<u>11º M</u>	<u>12º M</u>	<u>1º AÑO</u>		
Encargado	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	Encargado	\$ 4,027
Cajero	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	Cajero	\$ 4,027
Recepcionista	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	Recepcionista	\$ 4,331
Mozo salón	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	Mozo salón	\$ 4,331
Mozo mostrador	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	Mozo mostrador	\$ 3,499
Sandwichero/Minutero	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	Sandwichero/Minutero	\$ 3,871
Lavacopas	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	Lavacopas	\$ 3,363
Ayudante de cocina	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	Ayudante de cocina	\$ 3,720
Empleadas sector juegos	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	Empleadas sector juegos	\$ 5,073
Sueldos Brutos	\$ 118,759	\$ 118,759	\$ 118,759	\$ 118,759	\$ 118,759	\$ 178,139	\$ 118,759	\$ 118,759	\$ 118,759	\$ 118,759	\$ 118,759	\$ 178,139	\$ 1,543,867		-
Encargado	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 12,081	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 12,081	\$ 104,702		-
Cajero	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 12,081	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 8,054	\$ 12,081	\$ 104,702		-
Recepcionista	\$ 8,662	\$ 8,662	\$ 8,662	\$ 8,662	\$ 8,662	\$ 12,993	\$ 8,662	\$ 8,662	\$ 8,662	\$ 8,662	\$ 8,662	\$ 12,993	\$ 112,606		-
Mozo salón	\$ 34,648	\$ 34,648	\$ 34,648	\$ 34,648	\$ 34,648	\$ 51,972	\$ 34,648	\$ 34,648	\$ 34,648	\$ 34,648	\$ 34,648	\$ 51,972	\$ 450,424		-
Mozo mostrador	\$ 6,998	\$ 6,998	\$ 6,998	\$ 6,998	\$ 6,998	\$ 10,497	\$ 6,998	\$ 6,998	\$ 6,998	\$ 6,998	\$ 6,998	\$ 10,497	\$ 90,974		-
Sandwichero/Minutero	\$ 7,742	\$ 7,742	\$ 7,742	\$ 7,742	\$ 7,742	\$ 11,613	\$ 7,742	\$ 7,742	\$ 7,742	\$ 7,742	\$ 7,742	\$ 11,613	\$ 100,646		-
Ayudante de cocina	\$ 7,440	\$ 7,440	\$ 7,440	\$ 7,440	\$ 7,440	\$ 11,160	\$ 7,440	\$ 7,440	\$ 7,440	\$ 7,440	\$ 7,440	\$ 11,160	\$ 96,720		-
Lavacopas	\$ 6,726	\$ 6,726	\$ 6,726	\$ 6,726	\$ 6,726	\$ 10,089	\$ 6,726	\$ 6,726	\$ 6,726	\$ 6,726	\$ 6,726	\$ 10,089	\$ 87,438		-
Empleadas sector juegos	\$ 30,435	\$ 30,435	\$ 30,435	\$ 30,435	\$ 30,435	\$ 45,653	\$ 30,435	\$ 30,435	\$ 30,435	\$ 30,435	\$ 30,435	\$ 45,653	\$ 395,655		-
Aportes (20%)	\$ 23,752	\$ 23,752	\$ 23,752	\$ 23,752	\$ 23,752	\$ 35,628	\$ 23,752	\$ 23,752	\$ 23,752	\$ 23,752	\$ 23,752	\$ 35,628	\$ 308,773		-
Contribuciones (30%)	\$ 35,628	\$ 35,628	\$ 35,628	\$ 35,628	\$ 35,628	\$ 53,442	\$ 35,628	\$ 35,628	\$ 35,628	\$ 35,628	\$ 35,628	\$ 53,442	\$ 463,160		-
Sueldo Neto	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 142,511	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 142,511	\$ 1,235,094		-
Sueldo Neto Venc.	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 142,511	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 142,511	\$ 1,235,094		-
Sueldo Neto por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		-
Cargas Sociales	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 89,069	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 89,069	\$ 771,934		-
Cargas Soc. Vencidas	\$ -	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 89,069	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 682,864		-
Cargas Soc. por pagar	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 89,069	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 89,069	\$ 89,069		-

Presupuesto Personal – Escenario Optimista (continuación)

	<u>1º AÑO</u>	<u>2º AÑO</u>	<u>3º AÑO</u>	<u>4º AÑO</u>	<u>5º AÑO</u>
Encargado	2	2	2	2	2
Cajero	2	2	2	2	2
Recepcionista	2	2	2	2	2
Mozo salón	8	8	10	11	11
Mozo mostrador	2	2	2	2	2
Sandwichero/Minutero	2	2	2	2	2
Ayudante de cocina	2	2	3	3	3
Lavacopas	2	2	2	2	2
Empleadas sector juegos	6	6	8	9	9
Sueldos Brutos	\$ 1,543,867	\$ 1,543,867	\$ 1,836,718	\$ 1,958,964	\$ 1,958,964
Encargado	\$ 104,702	\$ 104,702	\$ 104,702	\$ 104,702	\$ 104,702
Cajero	\$ 104,702	\$ 104,702	\$ 104,702	\$ 104,702	\$ 104,702
Recepcionista	\$ 112,606	\$ 112,606	\$ 112,606	\$ 112,606	\$ 112,606
Mozo salón	\$ 450,424	\$ 450,424	\$ 563,030	\$ 619,333	\$ 619,333
Mozo mostrador	\$ 90,974	\$ 90,974	\$ 90,974	\$ 90,974	\$ 90,974
Sandwichero/Minutero	\$ 100,646	\$ 100,646	\$ 100,646	\$ 100,646	\$ 100,646
Ayudante de cocina	\$ 96,720	\$ 96,720	\$ 145,080	\$ 145,080	\$ 145,080
Lavacopas	\$ 87,438	\$ 87,438	\$ 87,438	\$ 87,438	\$ 87,438
Empleadas sector juegos	\$ 395,655	\$ 395,655	\$ 527,540	\$ 593,483	\$ 593,483
Aportes (20%)	\$ 308,773	\$ 308,773	\$ 367,344	\$ 391,793	\$ 391,793
Contribuciones (30%)	\$ 463,160	\$ 463,160	\$ 551,015	\$ 587,689	\$ 587,689
Sueldo Neto	\$ 1,235,094	\$ 1,235,094	\$ 1,469,374	\$ 1,567,171	\$ 1,567,171
Sueldo Neto Venc.	\$ 1,235,094	\$ 1,235,094	\$ 1,469,374	\$ 1,567,171	\$ 1,567,171
Sueldo Neto por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cargas Sociales	\$ 771,934	\$ 771,934	\$ 918,359	\$ 979,482	\$ 979,482
Cargas Soc. Vencidas	\$ 682,864	\$ 771,934	\$ 918,359	\$ 979,482	\$ 979,482
Cargas Soc. por pagar	\$ 89,069	\$ 89,069	\$ 89,069	\$ 89,069	\$ 89,069

Presupuesto Gastos Operativos – Escenario Optimista

	1º M	2º M	3º M	4º M	5º M	6º M	7º M	8º M	9º M	10º M	11º M	12º M	1º AÑO
Gastos Luz y teléfono	\$ 3,120	\$ 3,120	\$ 3,120	\$ 3,120	\$ 3,120	\$ 3,120	\$ 3,120	\$ 3,120	\$ 3,120	\$ 3,120	\$ 3,120	\$ 3,120	\$ 37,440
Gastos Gas	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 6,000
Gastos de Internet y Cable	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 3,120
Honorarios contador	\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 18,000
ABL	\$ 1,150	\$ 1,150	\$ 1,150	\$ 1,150	\$ 1,150	\$ 1,150	\$ 1,150	\$ 1,150	\$ 1,150	\$ 1,150	\$ 1,150	\$ 1,150	\$ 13,800
Alquiler y expensas	\$ 42,148.76	\$ 42,148.76	\$ 42,148.76	\$ 42,148.76	\$ 42,148.76	\$ 42,148.76	\$ 42,148.76	\$ 42,148.76	\$ 42,148.76	\$ 42,148.76	\$ 42,148.76	\$ 42,148.76	\$ 505,785
Servicio tercerizado limpieza	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 42,000
Revisión/Recarga Matafuegos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3,000
Rotura Vajilla	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3,000
Uniformes empleados	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 13,046
Seguro Local	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 6,000
Seguro ART empleados	\$ 4,076	\$ 4,076	\$ 4,076	\$ 4,076	\$ 4,076	\$ 4,076	\$ 4,076	\$ 4,076	\$ 4,076	\$ 4,076	\$ 4,076	\$ 4,076	\$ 48,914
Posnet (4%)	\$ 13,660	\$ 15,062	\$ 16,660	\$ 18,488	\$ 20,585	\$ 22,998	\$ 25,307	\$ 27,004	\$ 28,264	\$ 29,582	\$ 30,963	\$ 32,409	\$ 280,981
II.BB. (3%)	\$ 10,245	\$ 11,296	\$ 12,495	\$ 13,866	\$ 15,439	\$ 17,249	\$ 18,980	\$ 20,253	\$ 21,198	\$ 22,187	\$ 23,222	\$ 24,307	\$ 210,736
Gastos de Operación	\$ 80,660	\$ 83,113	\$ 85,909	\$ 89,108	\$ 92,778	\$ 97,002	\$ 101,042	\$ 104,013	\$ 106,216	\$ 108,524	\$ 110,940	\$ 132,516	\$ 1,191,822
IVA 21%	\$ 13,731	\$ 14,025	\$ 14,361	\$ 14,745	\$ 15,185	\$ 15,692	\$ 16,177	\$ 16,533	\$ 16,798	\$ 17,075	\$ 17,364	\$ 21,668	\$ 193,352
IVA 27%	\$ 1,048	\$ 1,048	\$ 1,048	\$ 1,048	\$ 1,048	\$ 1,048	\$ 1,048	\$ 1,048	\$ 1,048	\$ 1,048	\$ 1,048	\$ 1,048	\$ 12,571
Gs. Operac. (c/IVA)	\$ 95,438	\$ 98,185	\$ 101,318	\$ 104,900	\$ 109,011	\$ 113,741	\$ 118,267	\$ 121,593	\$ 124,062	\$ 126,646	\$ 129,352	\$ 155,232	\$ 1,397,745
Gs. Operac. Venc.	\$ 79,115	\$ 97,134	\$ 100,119	\$ 103,529	\$ 107,438	\$ 111,931	\$ 116,535	\$ 120,321	\$ 123,117	\$ 125,657	\$ 128,317	\$ 154,147	\$ 1,367,361
Gs. Operac. por pagar	\$ 16,322	\$ 17,374	\$ 18,572	\$ 19,943	\$ 21,516	\$ 23,326	\$ 25,058	\$ 26,331	\$ 27,275	\$ 28,264	\$ 29,300	\$ 30,384	\$ 30,384

Presupuesto Gastos Operativos – Escenario Optimista (continuación)

	<u>1º AÑO</u>	<u>2º AÑO</u>	<u>3º AÑO</u>	<u>4º AÑO</u>	<u>5º AÑO</u>	
Gastos Luz	\$ 37,440	\$ 37,440	\$ 37,440	\$ 37,440	\$ 37,440	
Gastos Telefonía	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	
Gastos de Internet y Cable	\$ 3,120	\$ 3,120	\$ 3,120	\$ 3,120	\$ 3,120	
Honorarios contador	\$ 18,000	\$ 18,000	\$ 18,000	\$ 18,000	\$ 18,000	
ABL	\$ 13,800	\$ 13,800	\$ 13,800	\$ 13,800	\$ 13,800	
Alquiler y expensas	\$ 505,785	\$ 505,785	\$ 505,785	\$ 505,785	\$ 505,785	
Servicio Tercerizado de Limpieza	\$ 42,000	\$ 42,000	\$ 42,000	\$ 42,000	\$ 42,000	
Recarga Matafuegos	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	
Rotura Vajilla	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	
Uniformes empleados	\$ 13,046	\$ 13,046	\$ 13,046	\$ 13,046	\$ 13,046	
Seguro Local	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	
Seguro ART empleados	\$ 48,914	\$ 48,914	\$ 57,460	\$ 57,460	\$ 57,460	
Posnet (4%)	\$ 280,981	\$ 317,172	\$ 343,511	\$ 359,557	\$ 373,940	
II.BB. (3%)	\$ 210,736	\$ 237,879	\$ 257,633	\$ 269,668	\$ 280,455	
Gastos de Operación	\$ 1,191,822	\$ 1,255,156	\$ 1,309,796	\$ 1,337,876	\$ 1,363,045	
IVA 21%	\$ 193,352	\$ 200,953	\$ 208,278	\$ 211,648	\$ 214,668	
IVA 27%	\$ 12,571	\$ 12,571	\$ 12,571	\$ 12,571	\$ 12,571	
Gs. Operac. (c/IVA)	\$ 1,397,745	\$ 1,468,680	\$ 1,530,645	\$ 1,562,096	\$ 1,590,285	
Gs. Operac. Venc.	\$ 1,367,361	\$ 1,434,894	\$ 1,528,999	\$ 1,561,093	\$ 1,589,386	
Gs. Operac. por pagar	\$ 30,384	\$ 64,170	\$ 65,816	\$ 66,819	\$ 67,718	-0.00

Presupuesto Gastos Comercialización y Administración – Escenario Optimista

	<u>1º M</u>	<u>2º M</u>	<u>3º M</u>	<u>4º M</u>	<u>5º M</u>	<u>6º M</u>	<u>7º M</u>	<u>8º M</u>	<u>9º M</u>	<u>10º M</u>	<u>11º M</u>	<u>12º M</u>	<u>1º AÑO</u>
Gastos Bancarios	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 2,400
Gastos librería & precintos	\$ 3,300	\$ 3,300	\$ 3,300	\$ 3,300	\$ 3,300	\$ 3,300	\$ 3,300	\$ 3,300	\$ 3,300	\$ 3,300	\$ 3,300	\$ 3,300	\$ 39,600
Gastos comercialización	\$ 9,405	\$ 8,040	\$ 8,040	\$ 9,405	\$ 8,040	\$ 8,040	\$ 9,405	\$ 8,040	\$ 8,040	\$ 9,405	\$ 8,040	\$ 8,040	\$ 101,940
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos de Adm. & Vtas.	\$ 12,905	\$ 11,540	\$ 11,540	\$ 12,905	\$ 11,540	\$ 11,540	\$ 12,905	\$ 11,540	\$ 11,540	\$ 12,905	\$ 11,540	\$ 11,540	\$ 143,940
IVA 21%	\$ 2,710	\$ 2,423	\$ 2,423	\$ 2,710	\$ 2,423	\$ 2,423	\$ 2,710	\$ 2,423	\$ 2,423	\$ 2,710	\$ 2,423	\$ 2,423	\$ 30,227
Gs. de Adm. & Vtas. (c/IVA)	\$ 15,615	\$ 13,963	\$ 13,963	\$ 15,615	\$ 13,963	\$ 13,963	\$ 15,615	\$ 13,963	\$ 13,963	\$ 15,615	\$ 13,963	\$ 13,963	\$ 174,167
Gs. Adm. & Vtas. Venc.	\$ 15,615	\$ 13,963	\$ 13,963	\$ 15,615	\$ 13,963	\$ 13,963	\$ 15,615	\$ 13,963	\$ 13,963	\$ 15,615	\$ 13,963	\$ 13,963	\$ 174,167
Gs. Adm. & Vtas. por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
													-
	<u>1º AÑO</u>	<u>2º AÑO</u>	<u>3º AÑO</u>	<u>4º AÑO</u>	<u>5º AÑO</u>								
Gastos Bancarios	\$ 2,400	\$ 2,400	\$ 2,400	\$ 2,400	\$ 2,400								
Gastos librería & precintos	\$ 39,600	\$ 41,580	\$ 42,827	\$ 43,684	\$ 44,558								
Gastos comercialización	\$ 101,940	\$ 101,940	\$ 101,940	\$ 107,037	\$ 110,248								
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -								
Gastos de Adm. & Vtas.	\$ 143,940	\$ 145,920	\$ 147,167	\$ 153,121	\$ 157,206								
IVA 21%	\$ 30,227	\$ 30,643	\$ 30,905	\$ 32,155	\$ 33,013								
Gs. de Adm. & Vtas. (c/IVA)	\$ 174,167	\$ 176,563	\$ 178,073	\$ 185,276	\$ 190,219								
Gs. Adm. & Vtas. Venc.	\$ 174,167	\$ 176,563	\$ 178,073	\$ 185,276	\$ 190,219								
Gs. Adm. & Vtas. por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -								-

Presupuesto de Inversión – Escenario Optimista

PRESUPUESTO DE INVERSION	AÑO "0"					AÑO "2"				
	Cant.	\$/u	Monto	IVA	TOTAL	Cant.	\$/u	Monto	IVA	TOTAL
	Equipos									
Cocina	1	51,669	51,669	10,851	62,520	0	-	-	-	-
Sector Juegos y Adm.	1	44,693	44,693	9,385	54,078	0	-	-	-	-
		-	-	-	-	0	-	-	-	-
		96,362	20,236	116,598						
Muebles y Útiles										
Sillas&Mesas	1	107,274	107,274	22,528	129,802	0	-	-	-	-
Juegos en general	1	16,358	16,358	3,435	19,793	0	-	-	-	-
Vajilla&Utensilios	1	36,193	36,193	7,601	43,794	0	-	-	-	-
		159,825	33,564	193,389						
Inmuebles										
Terreno	0	-	-	-	-	0	-	-	-	-
Edificio	0	-	-	-	-	0	-	-	-	-
		-	-	-	-					
Inv. Activos Fijos		256,187	53,800	309,987						

GASTOS DE APERTURA			INV. INICIAL C.T.N.	
	Monto	IVA	TOTAL	
Constitución SRL	5,644	-	5,644	Efectivo Inicial 443,813
Habilitación	7,878	-	7,878	Inv. Inicial M.P.
Reformas	80,000	16,800	96,800	Inv. Inicial P.T.
Comisión Inmobiliaria	27,000	5,670	32,670	Inv. Inicial Merc.
Depósito Alquiler	100,000	21,000	121,000	Cuentas por Pagar - 0
Otros	45,606	9,577	55,183	Inversión Inicial en CTN 443,813
	266,128	53,047	319,175	

Presupuesto Amortización y Depreciación – Escenario Optimista

		<u>V.I.</u>	<u>D/A</u>	<u>D/A Ac.</u>	<u>V.F.</u>
Equipos	0	96,362	-	-	96,362
(3 años)	1	96,362	32,121	32,121	64,241
	2	64,241	32,121	64,242	32,120
	3	32,120	32,121	96,363	-1
	4	-1	-	96,363	-1
	5	-1	-	96,363	-1
Muebles y Útiles	0	159,825	-	-	159,825
(5 años)	1	159,825	31,965	31,965	127,860
	2	127,860	31,965	63,930	95,895
	3	95,895	31,965	95,895	63,930
	4	63,930	31,965	127,860	31,965
	5	<u>31,965</u>	<u>31,965</u>	<u>159,825</u>	<u>-0</u>
Inmuebles	0	-	-	-	-
(50 años)	1	-	-	-	-
	2	-	-	-	-
	3	-	-	-	-
	4	-	-	-	-
	5	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>

IVA – Escenario Optimista

	Ap	1º M	2º M	3º M	4º M	5º M	6º M	7º M	8º M	9º M	10º M	11º M	12º M	1º AÑO
Débito Fiscal	\$ -	\$ 71,714	\$ 79,073	\$ 87,463	\$ 97,060	\$ 108,070	\$ 120,740	\$ 132,863	\$ 141,773	\$ 148,385	\$ 155,307	\$ 162,556	\$ 170,147	\$ 1,475,151
Crédito Fiscal	\$ 53,800	\$ 46,174	\$ 49,125	\$ 52,817	\$ 57,326	\$ 61,884	\$ 67,459	\$ 73,079	\$ 76,714	\$ 79,622	\$ 82,955	\$ 85,858	\$ 93,197	\$ 826,211
Saldo Técnico A Favor Ant.	\$ -	\$ 53,800	\$ 28,260	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 53,800
Saldo Técnico A Favor Contr.	\$ 53,800	\$ 28,260	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Saldo Técnico A Favor AFIP	\$ -	\$ -	\$ 1,688	\$ 34,646	\$ 39,734	\$ 46,186	\$ 53,281	\$ 59,783	\$ 65,060	\$ 68,762	\$ 72,352	\$ 76,698	\$ 76,949	\$ 595,139
Pago DD.JJ. IVA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,688	\$ 34,646	\$ 39,734	\$ 46,186	\$ 53,281	\$ 59,783	\$ 65,060	\$ 68,762	\$ 72,352	\$ 76,698	\$ 518,190
IVA por pagar	\$ -	\$ -	\$ 1,688	\$ 34,646	\$ 39,734	\$ 46,186	\$ 53,281	\$ 59,783	\$ 65,060	\$ 68,762	\$ 72,352	\$ 76,698	\$ 76,949	\$ 76,949
														-

	Ap	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
Débito Fiscal	\$ -	\$ 1,475,151	\$ 1,665,154	\$ 1,803,434	\$ 1,887,676	\$ 1,963,183
Crédito Fiscal	\$ 53,800	\$ 826,211	\$ 909,145	\$ 971,936	\$ 1,010,193	\$ 1,044,224
Saldo Técnico A Favor Ant.	\$ -	\$ 53,800	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Saldo Técnico A Favor Contr.	\$ 53,800	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Saldo Técnico A Favor AFIP	\$ -	\$ 595,139	\$ 756,009	\$ 831,498	\$ 877,483	\$ 918,959
Pago DD.JJ. IVA	\$ -	\$ 518,190	\$ 769,957	\$ 825,208	\$ 873,650	\$ 915,503
IVA por pagar	\$ -	\$ 76,949	\$ 63,001	\$ 69,291	\$ 73,124	\$ 76,580
						-

Impuestos a las Ganancias – Escenario Optimista

	AP	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO
	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
Imp. Gcias. Del período	\$ -	\$ -282,745	\$ -451,694	\$ -437,347	\$ -465,397
CF x Quebr. Imp. Gcias. Per. Ant.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. Pagos a Cta.	\$ -	\$ -	\$ 282,745	\$ 168,949	\$ 268,398
Imp. Gcias. CF	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Saldo DDJJ Gcias. A FAVOR	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Saldo DDJJ Gcias. A PAGAR	\$ -	\$ 282,745	\$ 168,949	\$ 268,398	\$ 197,000

0

	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
1º M	\$ -	\$ -	\$ 23,562	\$ 14,079	\$ 22,366
2º M	\$ -	\$ -	\$ 23,562	\$ 14,079	\$ 22,366
3º M	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
4º M	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
5º M	\$ -	\$ 70,686	\$ 42,237	\$ 67,099	\$ 49,250
6º M	\$ -	\$ 23,562	\$ 14,079	\$ 22,366	\$ 16,417
7º M	\$ -	\$ 23,562	\$ 14,079	\$ 22,366	\$ 16,417
8º M	\$ -	\$ 23,562	\$ 14,079	\$ 22,366	\$ 16,417
9º M	\$ -	\$ 23,562	\$ 14,079	\$ 22,366	\$ 16,417
10º M	\$ -	\$ 23,562	\$ 14,079	\$ 22,366	\$ 16,417
11º M	\$ -	\$ 23,562	\$ 14,079	\$ 22,366	\$ 16,417
12º M	\$ -	\$ 23,562	\$ 14,079	\$ 22,366	\$ 16,417
Anticipos pagados	\$ -	\$ 235,620	\$ 187,915	\$ 251,823	\$ 208,899
Credito x Anticipos	\$ -	\$ 235,620	\$ 140,791	\$ 223,665	\$ 164,166

MES EN QUE SE
CONFECCIONA LA
DDJJ DE GANANCIAS

MES EN QUE SE PAGA EL SALDO DE LA
DDJJ DE GANANCIAS (EN CASO DE QUE
ARROJE SALDO A FAVOR DE LA AFIP)

Cash Flow Proyectado – Escenario Optimista

Cashflow Proyectado	Ap	1º M	2º M	3º M	4º M	5º M	6º M	7º M	8º M	9º M	10º M	11º M	12º M	1º AÑO
SDO. INICIAL CAJA	\$ -	\$ 390,013	\$ 332,502	\$ 328,512	\$ 347,192	\$ 359,082	\$ 399,410	\$ 422,415	\$ 492,675	\$ 619,976	\$ 765,770	\$ 927,099	\$ 1,108,365	\$ 390,013
(+) Aportes Socios	\$ 700,000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Cobranzas	\$ -	\$ 247,925	\$ 438,650	\$ 484,618	\$ 537,131	\$ 597,313	\$ 666,492	\$ 737,603	\$ 796,348	\$ 839,741	\$ 878,910	\$ 919,925	\$ 962,874	\$ 8,107,531
TOTAL INGRESOS	\$ 700,000	\$ 247,925	\$ 438,650	\$ 484,618	\$ 537,131	\$ 597,313	\$ 666,492	\$ 737,603	\$ 796,348	\$ 839,741	\$ 878,910	\$ 919,925	\$ 962,874	\$ 8,107,531
(-) Gastos Arranque	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Inv. Act. Fijos	\$ 309,987	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Pagos a Proveedores	\$ -	\$ 115,699	\$ 177,156	\$ 195,781	\$ 217,064	\$ 241,463	\$ 269,517	\$ 297,835	\$ 320,593	\$ 337,420	\$ 353,159	\$ 369,641	\$ 386,899	\$ 3,282,227
(-) Otros Pagos														
Sueños Netos	\$ -	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 142,511	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 95,007	\$ 142,511	\$ 1,235,094
Cargas Sociales	\$ -	\$ -	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 89,069	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 59,380	\$ 682,864
Gastos Operación	\$ -	\$ 79,115	\$ 97,134	\$ 100,119	\$ 103,529	\$ 107,438	\$ 111,931	\$ 116,535	\$ 120,321	\$ 123,117	\$ 125,657	\$ 128,317	\$ 154,147	\$ 1,367,361
Gastos Adm. & Vtas.	\$ -	\$ 15,615	\$ 13,963	\$ 13,963	\$ 15,615	\$ 13,963	\$ 13,963	\$ 15,615	\$ 13,963	\$ 13,963	\$ 15,615	\$ 13,963	\$ 13,963	\$ 174,167
DDJJ IVA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,688	\$ 34,646	\$ 39,734	\$ 46,186	\$ 53,281	\$ 59,783	\$ 65,060	\$ 68,762	\$ 72,352	\$ 76,698	\$ 518,190
DD.JJ. Imp. Gcias	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. Pagos a Cta.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Dividendos Distribuidos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL EGRESOS	\$ 309,987	\$ 305,436	\$ 442,640	\$ 465,938	\$ 525,242	\$ 556,984	\$ 643,488	\$ 667,343	\$ 669,047	\$ 693,947	\$ 717,580	\$ 738,660	\$ 833,598	\$ 7,259,904
SDO. FINAL CAJA	\$ 390,013	\$ 332,502	\$ 328,512	\$ 347,192	\$ 359,082	\$ 399,410	\$ 422,415	\$ 492,675	\$ 619,976	\$ 765,770	\$ 927,099	\$ 1,108,365	\$ 1,237,640	\$ 1,237,640

	Ap	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
SDO. INICIAL CAJA	\$ -	\$ 390,013	\$ 1,237,640	\$ 2,039,209	\$ 2,733,536	\$ 3,204,614
(+) Aportes Socios	\$ 700,000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Cobranzas	\$ -	\$ 8,107,531	\$ 9,666,790	\$ 10,364,656	\$ 10,860,430	\$ 11,297,173
TOTAL INGRESOS	\$ 700,000	\$ 8,107,531	\$ 9,666,790	\$ 10,364,656	\$ 10,860,430	\$ 11,297,173
(-) Gastos Arranque	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Inv. Act. Fijos	\$ 309,987	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Pagos a Proveedores	\$ -	\$ 3,282,227	\$ 3,853,395	\$ 4,141,665	\$ 4,338,586	\$ 4,512,826
(-) Otros Pagos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Sueños Netos	\$ -	\$ 1,235,094	\$ 1,235,094	\$ 1,469,374	\$ 1,567,171	\$ 1,567,171
Cargas Sociales	\$ -	\$ 682,864	\$ 771,934	\$ 918,359	\$ 979,482	\$ 979,482
Gastos Operación	\$ -	\$ 1,367,361	\$ 1,434,894	\$ 1,528,999	\$ 1,561,093	\$ 1,589,386
Gastos Adm. & Vtas.	\$ -	\$ 174,167	\$ 176,563	\$ 178,073	\$ 185,276	\$ 190,219
DDJJ IVA	\$ -	\$ 518,190	\$ 769,957	\$ 825,208	\$ 873,650	\$ 915,503
DD.JJ. Imp. Gcias	\$ -	\$ -	\$ 282,745	\$ 168,949	\$ 268,398	\$ 197,000
Imp. Gcias. Pagos a Cta.	\$ -	\$ -	\$ 235,620	\$ 187,915	\$ 251,823	\$ 208,899
Dividendos Distribuidos	\$ -	\$ -	\$ 105,019	\$ 251,788	\$ 363,873	\$ 463,960
TOTAL EGRESOS	\$ 309,987	\$ 7,259,904	\$ 8,865,221	\$ 9,670,330	\$ 10,389,352	\$ 10,624,445
SDO. FINAL CAJA	\$ 390,013	\$ 1,237,640	\$ 2,039,209	\$ 2,733,536	\$ 3,204,614	\$ 3,877,342

Estado de Resultados Proyectado – Escenario Optimista

<u>Cuadro Económico Proyectado</u>	<u>Ap</u>	<u>1º AÑO</u>	<u>2º AÑO</u>	<u>3º AÑO</u>	<u>4º AÑO</u>	<u>5º AÑO</u>
Ventas	\$ -	\$ 7,024,527	\$ 7,929,304	\$ 8,587,780	\$ 8,988,934	\$ 9,348,491
(-) Costo de Ventas	\$ -	\$ 2,809,811	\$ 3,166,561	\$ 3,429,435	\$ 3,589,613	\$ 3,733,198
CONTR. MRG.	\$ -	\$ 4,214,716	\$ 4,762,743	\$ 5,158,345	\$ 5,399,321	\$ 5,615,294
Gastos Arranque	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos Personal	\$ -	\$ 2,007,027	\$ 2,007,027	\$ 2,387,733	\$ 2,546,653	\$ 2,546,653
Gastos Operación	\$ -	\$ 1,191,822	\$ 1,255,156	\$ 1,309,796	\$ 1,337,876	\$ 1,363,045
Gs. Adm. & Vtas.	\$ -	\$ 143,940	\$ 145,920	\$ 147,167	\$ 153,121	\$ 157,206
EBITDA	\$ -	\$ 871,928	\$ 1,354,640	\$ 1,313,649	\$ 1,361,671	\$ 1,548,390
Depr/Amort. Act. Fijos	\$ -	\$ 64,086	\$ 64,086	\$ 64,086	\$ 31,965	\$ 31,965
EBIT	\$ -	\$ 807,842	\$ 1,290,554	\$ 1,249,563	\$ 1,329,706	\$ 1,516,425
Impuesto a las Ganancias	\$ -	\$ -282,745	\$ -451,694	\$ -437,347	\$ -465,397	\$ -530,749
RDO. NETO	\$ -	\$ 525,097	\$ 838,860	\$ 812,216	\$ 864,309	\$ 985,676
		<u>1º AÑO</u>	<u>2º AÑO</u>	<u>3º AÑO</u>	<u>4º AÑO</u>	<u>5º AÑO</u>
Dividendos Distribuidos		\$ -	\$ 105,019	\$ 251,788	\$ 363,873	\$ 463,960
% de distribución	20%					

Balance Proyectado – Escenario Optimista

Balance Proyectado	Ap	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
ACTIVO						
Disponibilidades	\$ 390,013	\$ 1,237,640	\$ 2,039,209	\$ 2,733,536	\$ 3,204,614	\$ 3,877,342
Cuentas por cobrar	\$ -	\$ 392,147	\$ 319,815	\$ 346,374	\$ 362,554	\$ 377,056
Materias Primas	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Mercaderías	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Crédito Fiscal IVA	\$ 53,800	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. CF x Quebrantos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. CF	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. Pagos a Cta.	\$ -	\$ -	\$ 235,620	\$ 140,791	\$ 223,665	\$ 164,166
Activo Corriente	\$ 443,813	\$ 1,629,788	\$ 2,594,645	\$ 3,220,700	\$ 3,790,833	\$ 4,418,564
Activos Fijos (netos)	\$ 256,187	\$ 192,101	\$ 128,015	\$ 63,929	\$ 31,964	\$ -1
Gastos Organización	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Activo No Corriente	\$ 256,187	\$ 192,101	\$ 128,015	\$ 63,929	\$ 31,964	\$ -1
	\$ 700,000	\$ 1,821,889	\$ 2,722,660	\$ 3,284,629	\$ 3,822,797	\$ 4,418,563
PASIVO						
Cuentas por pagar	\$ -	\$ 117,644	\$ 95,788	\$ 103,740	\$ 108,586	\$ 112,929
Cargas Sociales por pagar	\$ -	\$ 89,069	\$ 89,069	\$ 89,069	\$ 89,069	\$ 89,069
Gs. Operac. por pagar	\$ -	\$ 30,384	\$ 64,170	\$ 65,816	\$ 66,819	\$ 67,718
IVA por pagar	\$ -	\$ 76,949	\$ 63,001	\$ 69,291	\$ 73,124	\$ 76,580
Imp. Gcias. por pagar	\$ -	\$ 282,745	\$ 451,694	\$ 437,347	\$ 465,397	\$ 530,749
Pasivo Corriente	\$ -	\$ 596,792	\$ 763,722	\$ 765,263	\$ 802,995	\$ 877,045
Pasivo No Corriente	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ 596,792	\$ 763,722	\$ 765,263	\$ 802,995	\$ 877,045
PATRIMONIO NETO						
Capital Social	\$ 700,000	\$ 700,000	\$ 700,000	\$ 700,000	\$ 700,000	\$ 700,000
Rdos. Acum.	\$ -	\$ 525,097	\$ 1,258,938	\$ 1,819,366	\$ 2,319,802	\$ 2,841,518
	\$ 700,000	\$ 1,225,097	\$ 1,958,938	\$ 2,519,366	\$ 3,019,802	\$ 3,541,518
Diferencia de Balanceo	-	-	-	-	-	0.00

Capital De Trabajo – Escenario Optimista

	Apertura	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
Activo Corriente						
Cuentas por cobrar	\$ -	\$ 392,147	\$ 319,815	\$ 346,374	\$ 362,554	\$ 377,056
Materias Primas	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Mercaderias	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Crédito Fiscal IVA	\$ 53,800	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. CF x Quebrantos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. CF	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. Pagos a Cta.	\$ -	\$ -	\$ 235,620	\$ 140,791	\$ 223,665	\$ 164,166
	\$ 53,800	\$ 392,147	\$ 555,436	\$ 487,165	\$ 586,218	\$ 541,222
Pasivo Corriente						
Cuentas por pagar	\$ -	\$ 117,644	\$ 95,788	\$ 103,740	\$ 108,586	\$ 112,929
Cargas Sociales por pagar	\$ -	\$ 89,069	\$ 89,069	\$ 89,069	\$ 89,069	\$ 89,069
Gs. Operac. por pagar	\$ -	\$ 30,384	\$ 64,170	\$ 65,816	\$ 66,819	\$ 67,718
IVA por pagar	\$ -	\$ 76,949	\$ 63,001	\$ 69,291	\$ 73,124	\$ 76,580
Imp. Gcias. por pagar	\$ -	\$ 282,745	\$ 451,694	\$ 437,347	\$ 465,397	\$ 530,749
	\$ -	\$ 596,792	\$ 763,722	\$ 765,263	\$ 802,995	\$ 877,045
CTN	\$ 53,800	\$ -204,644	\$ -208,286	\$ -278,098	\$ -216,777	\$ -335,823
VAR. CTN		\$ 258,444	\$ 3,642	\$ 69,812	\$ -61,322	\$ 119,046

Cash Flow Activos – Escenario Optimista

	Ap	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO																				
Cash-flow Operativo																										
E.B.I.T.	\$ -	\$ 807,842	\$ 1,290,554	\$ 1,249,563	\$ 1,329,706	\$ 1,516,425																				
Depr/Amort.	\$ -	\$ 64,086	\$ 64,086	\$ 64,086	\$ 31,965	\$ 31,965																				
Gastos Organización	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -																				
Imp. a las Gcias.	\$ -	\$ -282,745	\$ -451,694	\$ -437,347	\$ -465,397	\$ -530,749																				
	\$ -	\$ 589,183	\$ 902,946	\$ 876,302	\$ 896,274	\$ 1,017,641																				
Variación C.T.N.																										
Inv. Inicial en C.T.N.	\$ -443,813																									
Var. C.T.N.	\$ -	\$ 258,444	\$ 3,642	\$ 69,812	\$ -61,322	\$ 119,046																				
	\$ -443,813	\$ 258,444	\$ 3,642	\$ 69,812	\$ -61,322	\$ 119,046																				
Inv. en Act. Fijos																										
Inv. Inicial en Act. Fijos	\$ -256,187	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -																				
Otros Desembolsos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -																				
	\$ -256,187	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -																				
Dividendos distrib.	\$ -	\$ -	\$ -105,019	\$ -251,788	\$ -363,873	\$ -463,960																				
Cash-flow de los Activos	\$ -700,000	\$ 847,627	\$ 801,569	\$ 694,326	\$ 471,079	\$ 672,727																				
Valor Terminal	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2,079,339																				
Cash-flow Activos (V.T.)	\$ -700,000	\$ 847,627	\$ 801,569	\$ 694,326	\$ 471,079	\$ 2,752,066																				
Factor de descuento	1.0000	0.7692	0.5917	0.4552	0.3501	0.2693																				
Cash-flow Activos (desc.)	\$ -700,000	\$ 652,021	\$ 474,301	\$ 316,034	\$ 164,938	\$ 741,211																				
CFA - (CF-CI)	\$ -	\$ -0	\$ 0	\$ -	\$ -0	\$ -0																				
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20%;">VAN:</td> <td style="width: 20%;">\$ 1,648,505</td> <td style="width: 20%;"></td> <td style="width: 20%;">r=</td> <td style="width: 20%;">30.00%</td> </tr> <tr> <td>TIR:</td> <td>118%</td> <td></td> <td>r_p=</td> <td>35.00%</td> </tr> <tr> <td>PAYBACK:</td> <td>0.83</td> <td>años</td> <td>g_(n+1)=</td> <td>2.00%</td> </tr> <tr> <td>PAYBACK DESCONTADO:</td> <td>1.10</td> <td>años</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>							VAN:	\$ 1,648,505		r=	30.00%	TIR:	118%		r_p=	35.00%	PAYBACK:	0.83	años	g_(n+1)=	2.00%	PAYBACK DESCONTADO:	1.10	años		
VAN:	\$ 1,648,505		r=	30.00%																						
TIR:	118%		r_p=	35.00%																						
PAYBACK:	0.83	años	g_(n+1)=	2.00%																						
PAYBACK DESCONTADO:	1.10	años																								

Punto de Equilibrio – Escenario Optimista

	<u>1º AÑO</u>	<u>2º AÑO</u>	<u>3º AÑO</u>	<u>4º AÑO</u>	<u>5º AÑO</u>
COSTOS VARIABLES					
C.M.V.	\$ 2,809,811	\$ 3,166,561	\$ 3,429,435	\$ 3,589,613	\$ 3,733,198
II.BB. (3%)	\$ 210,736	\$ 237,879	\$ 257,633	\$ 269,668	\$ 280,455
	\$ 3,020,547	\$ 3,404,440	\$ 3,687,069	\$ 3,859,281	\$ 4,013,652
COSTOS FIJOS					
Gastos Personal	\$ 2,007,027	\$ 2,007,027	\$ 2,387,733	\$ 2,546,653	\$ 2,546,653
Gastos Operación (sin IIBB)	\$ 981,086	\$ 1,017,277	\$ 1,052,162	\$ 1,068,208	\$ 1,082,591
Gs. Adm. & Vtas.	\$ 143,940	\$ 145,920	\$ 147,167	\$ 153,121	\$ 157,206
Depr/Amort. Act. Fijos	\$ 64,086	\$ 64,086	\$ 64,086	\$ 31,965	\$ 31,965
	\$ 3,196,139	\$ 3,234,310	\$ 3,651,149	\$ 3,799,947	\$ 3,818,414
COSTO TOTAL	\$ 6,216,686	\$ 6,638,750	\$ 7,338,218	\$ 7,659,228	\$ 7,832,066
Cantidad de Productos Vendidos	22,438	25,803	28,384	29,803	30,995
PTO. EQ. ECON. (unidades)	17,911	18,444	21,147	22,077	22,185
PTO. EQ. ECON. (pesos)	\$ 5,607,261	\$ 5,667,757	\$ 6,398,105	\$ 6,658,827	\$ 6,691,188
PTO. EQ. EFVO. (unidades)	17,552	18,078	20,775	21,892	21,999
PTO. EQ. EFVO. (pesos)	\$ 5,494,830	\$ 5,555,453	\$ 6,285,803	\$ 6,602,813	\$ 6,635,174
Colchón de efectivo	\$ 261,004	\$ 264,185	\$ 298,922	\$ 313,998	\$ 315,537

Conclusiones y Detalles Escenario Optimista

Como hemos podido observar, las estimaciones realizadas para confeccionar el escenario optimista han estado basadas en un incremento de la demanda por un 10% encima de la demanda estimada neutral. Esto posee un claro impacto positivo en la rentabilidad del negocio, permitiendo un plazo de recuero de inversión proyectado a corto plazo con un retorno de la misma significativo.

Estamos refiriéndonos a un VAN positivo de \$1.648.505, con una TIR de 118% y plazo de recuero de 10 meses y un Payback ajustado de 1 año y 1 mes.

Comprendiendo el mencionado aumento de la demanda, hemos tomado ciertas decisiones respecto a por ejemplo, la nómina de empleados que poseemos bajo nuestra estructura. Se ha decidido realizar incrementos a partir del año 3 de desarrollo del negocio, ascendiendo gradualmente en dicho incremento, de forma tal de abastecer la creciente demanda estimada.

Debemos aclarar que la capacidad del local puede tolerar tamaña demanda así como también el personal –y sus incrementos a lo largo de los años- estarán en óptimas condiciones para abastecer la misma.

✓ **Plan de contingencia**

Si bien hemos analizado detalladamente la propuesta de negocio de Rayuela, y como hemos podido observar la misma resulta rentable, es importante tener en cuenta posibles alternativas en caso de que el negocio no funcione de la manera planeada.

Es decir, en el caso de que surjan imponderables no considerados dentro de los posibles escenarios que afecten en forma negativa al desarrollo del negocio, hemos considerado posibles alternativas que se podrán llevar a cabo con el fin de obtener mejores resultados.

En primer lugar, hemos considerado la opción de reestructurar el negocio convirtiéndolo en un restaurante tradicional, ya que por lo que hemos investigado para llevar adelante nuestro proyecto, la industria gastronómica ofrece rentabilidad –no en forma exponencial- pero constante todos los años.

Por otro lado, hemos considerado la opción de que en caso de que el negocio no funcione, vender el mismo como fondo de comercio. Dicha acción resulta posible debido a que poseemos una estructura independiente en lo que respecta al personal que debe poseer el negocio. Es decir, nos referimos principalmente, al hecho de que como socios estamos ofreciendo la venta de un fondo de comercio con una estructura de personal definida y completa, una propuesta clara y definida con equipamiento y mobiliario nuevo – en óptimas condiciones-.

ANEXOS

- Presentación de Menú

Bebidas y Cafés

Bebidas frías y calientes

Café chico 75cc	10.00
Café mediano 125cc	14.00
Café taza 220cc	16.00
Café con leche 125cc	13.00
Café grande con leche 220cc	23.00
Café Americano	14.00
Submarino	25.00
Té	
<i>Green Hills / Boldo manzanilla cedrón Cachamai</i>	11.00
Agua mineral Villavicencio 237cc	13.00
Agua mineral Villavicencio con gas 237cc	15.00
Coca-Cola / Sprite / Light / Zero 237cc	12.00
Fanta / Sprite	12.00
Cerveza	
Línea Quilmes presentación 1l.	26.00
Cerveza	
Línea Quilmes presentación lata	19.00
Agua Saborizada Aquarius	
Agua Saborizada manzana, durazno, naranja, pomelo 500cc	14.00
Cindor individual	16.00
Jugo de naranja	22.00



Tortas y Dulces

Masas, tortas, delicatessen

Porción

Mousse	20.00
Brownie	16.50
Havanette	16.50
Rogel	16.50
Torta de Ricota	16.50
Lemon Pie	16.50
Torta de Coco	16.50

Completa

Mousse	130.90
Brownie	84.00
Havanete	84.00
Rogel	84.00
Torta de Ricota	78.75
Lemon Pie	73.50
Torta de Coco	73.50

Tortas y Dulces

Masas, tortas, delicatessen

Cookies de Chocolate

Finas galletitas de chocolate con chispas	7.00
---	------

Cookies de Frutas Secas

Galletitas con nueces avellanas y almendras	9.00
---	------

Cupcakes

Chocolate y frutilla, Vainilla y frutilla	14.00
---	-------

Muffins

De vainilla y crema	16.00
---------------------	-------

Alfajorcito

Maicena y dulce de leche	4.00
--------------------------	------

Medialunas

Manteca	6.00
---------	------

Medialunas

Grasa	5.00
-------	------

Sandwiches

Salados

Vegetariano

Lechuga, pannedro, tomate, rucula, lechuga colorada	31.00
---	-------

Mediterraneo

muzzarella, lechuga, tomate, queso rallado	31.00
--	-------

Jamón y queso completo

Jamón, queso, lechuga, tomate, cebolla, pepino	27.00
--	-------

Pollo

Pollo, queso, tomate, cebolla,	32.00
--------------------------------	-------

Atún

Atún, lechuga, tomate, cebolla	35.00
--------------------------------	-------

Empanadas

Al horno

Empanada carne suave

Came suave	12.00
------------	-------

Empanada a cuchillo

A cuchillo	12.00
------------	-------

Empanada de pollo

Pollo	10.00
-------	-------

Empanada de humita

Choclo y salsa blanca	10.00
-----------------------	-------

Empanada de J&Q

Jamón y queso	10.00
---------------	-------

Empanada de acelga y queso

Acelga fresca y queso	10.00
-----------------------	-------

Pizzas y entradas

Para compartir

Mozzarella	75.00
Muzzarella y Jamón	80.00
Jamón y Morrón	90.00
Fugazzetta	90.00

Patitas de pollo individual Porcion individual	17.00
Patitas de pollo Grande Porcion para 4	66.00
Papas fritas Porcion para 2	15.00

Hamburguesa GoodMark	12.00
--------------------------------	-------

Milanesa de pollo	38.00
--------------------------	-------

Ensaladas

Ensaladas

Mexicana Picante, lechuga, tomate, queso	38.00
--	-------

Americana Queso azul, lechuga, tomate, cebolla	32.00
--	-------

De la huerta Pollo, lechuga colorada, tomate, nueces	30.00
--	-------

Caprese Queso muzzarella, lechuga, tomate	30.00
---	-------

Cesar Queso rallado, tomate, lechuga	34.00
--	-------

Rayuela
bar & juegos

Ofrece la posibilidad de *entretenimiento para chicos* y un lugar ideal para que los *padres puedan distenderse*, disfrutando de una *propuesta gastronómica variada*.

3 salas de juegos

2 a 4 años 5 a 7 años 8 a 12 años

¡CON JUEGOS EXCLUSIVOS
ACORDE A CADA EDAD!

¡Vení a conocernos!

**Av. Cabildo 3000
(esquina Quesada)**

Lunes a domingo de 8 a 0.00 hs
 www.facebook.com/rayuelabaryjuegos

Rayuela bar & juegos



¿Qué es **Rayuela** ? bar & juegos

- SRL
- Bar/ Café
- Sectores Exclusivos para niños con juegos acorde a cada edad: 2-4; 5-7; 8-12 años
- Ambiente cálido y tranquilo para los padres con servicio Wi Fi – División sector de juegos de sector mesas
- Personal exclusivo para guiar, acompañar y entretener a los niños en la zona de juegos



¿Por qué **Rayuela** ? bar & juegos

- Deseo emergente en mercado en crecimiento – Padres buscan un lugar de entretenimientos para niños combinado con lugar de disfrute para los primeros.
- Propuesta “mejorada” que se adecúa al deseo de consumidores potenciales
- Integración de dos conceptos – gastronómico & entretenimientos
- Competidores no directos (Mc Donalds – Burger King) – Ofrecemos propuesta diferenciada e innovadora



Inversión Inicial, TIR & Payback

- *Considerando el tipo de proyecto que estamos proponiendo en estimaciones neutrales, los siguientes son los datos económicos de relevancia:*

	<i>Pesimista</i>	<i>NEUTRAL</i>	<i>Optimista</i>
<i>Inversión Inicial</i>	\$800,000	\$700,000	\$700,000
<i>VAN</i>	\$530.270	\$1.010.519	\$1.648.505
<i>TIR</i>	52%	83%	118%
<i>Payback</i>	2 años y 11 meses	1 año y 3 meses	10 meses
<i>Payback Ajustado</i>	3 años y 9 meses	1 año y 9 meses	1 año y 1 mes



Ubicación

Zona de Nuñez (norte de Capital Federal) → Nivel Socioeconómico medio – medio/alto

Barrios donde focalizaremos búsqueda de clientes



- *Afluencia de consumidores potenciales*
- *Facilidad de acceso*
- *Av. Cabildo → Eje comercial*



Segmento

- **Padres con 1 o más hijos**
- **Padres separados con 1 o más hijos / Padre soltero con 1 o más hijos**
- **Padres workaholic con 1 o más hijos**

-Niños entre 0 y 12 años

✓ 2 - 4 años – “Plaza Blanda”

✓ 5 - 7 años – “Aventuras”

✓ 8 - 12 años – “Fantasía”



Rayuela
del 80 al 90

Estrategia de Comunicación

• Gráfica

- Flyers (Diseño Propio – Editorial “Bemase”)
- Diario “Mi Belgrano” (también versión on-line)

• Radial

- Publicidad en “Ciudad Gotik”
- Publicidad en “40 principales”

• On-Line



& Diario “Mi Belgrano”

Rayuela
del 80 al 90



Rayuela

A 2.726 personas les gusta esta página 213 personas están hablando sobre esto
21 estuvieron aquí

Te gusta Mensaje

Bar
Av. Cabildo 3000 (esquina Quesada), Buenos Aires, AR.
011 4416-0826



2.726



Información

Fotos

Me gusta

Mapa

Lo más destacado

Publicación Foto / video

Escribe algo...

Rayuela cambió su foto de portada.
18 de noviembre



Me gusta · Comentar · Compartir

Rayuela
17 de noviembre

Los invitamos a conocer nuestro local en la zona de Nuñez - Av. Cabildo al 3000 (esquina Quesada). Ideal para entretenimiento infantil y con una propuesta gastronómica variada!

Me gusta · Comentar · Compartir

A Azucena Alvarez le gusta esto.

Escribe un comentario...

Publicaciones recientes de otras personas en Rayuela Ver todos

Ingrid Huayta
Hola! Se puede hacer reservas para cumpleaños?
18 de noviembre a la(s) 7:39

Recomendaciones

Escribe una recomendación...

Actividad Reciente

Rayuela se ha unido a Facebook.

Actividad noviembre

Personas a las que les gusta

2.726



Se unió a Facebook
17 de noviembre

Crear página

Ahora

Anuncios



Quieres ganar un PAR de ENTRADAS VIP para la Gran Revancha? Dale Me gusta para saber más

Me gusta · A Guido Sarracino le gusta esto.

Investigación Discovery



Un investigador nunca está solo. La evidencia lo acompaña. Investigation Discovery.

Me gusta · A Flor Di Vita le gusta esto.

Majors en Finanzas



Chat (desactivado)

Anuncios



Quieres ganar un PAR de ENTRADAS VIP para la Gran Revancha? Dale Me gusta para saber más

Me gusta · A Guido Sarracino le gusta esto.

Investigación Discovery



Un investigador nunca está solo. La evidencia lo acompaña. Investigation Discovery.

Me gusta · A Flor Di Vita le gusta esto.

Majors en Finanzas



Menú – Pase Juegos



• Menú de Bar/Café

- *Bebidas Frías / Infusiones calientes*
- *Tortas & Dulces*
- *Salados – Sandwiches*
- *Empanadas & Pizzas*
- *Hamburguesas & Supremas – Patitas de Pollo*
- *Ensaladas*

• Pase de Juegos – Ilimitado (no incluye consumición) – \$35

Precios por encima del promedio que el mercado está dispuesto a pagar – Apuntamos a Nivel socioeconómico medio / medio-alto

Rayuela
bar & juegos

Lay Out **Rayuela** bar & juegos

• Frente “Rayuela”



Rayuela
bar & juegos

Lay Out *Rayuela*
bar & juegos

• Vista Cenital de "Rayuela"



Salas 2-4 años & 5-7 años
(PB)

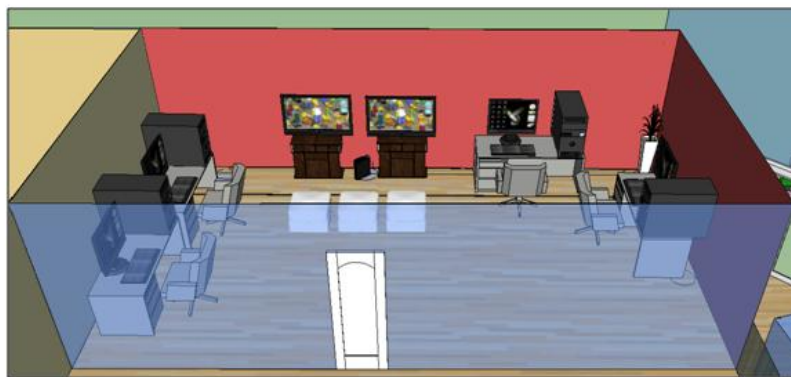
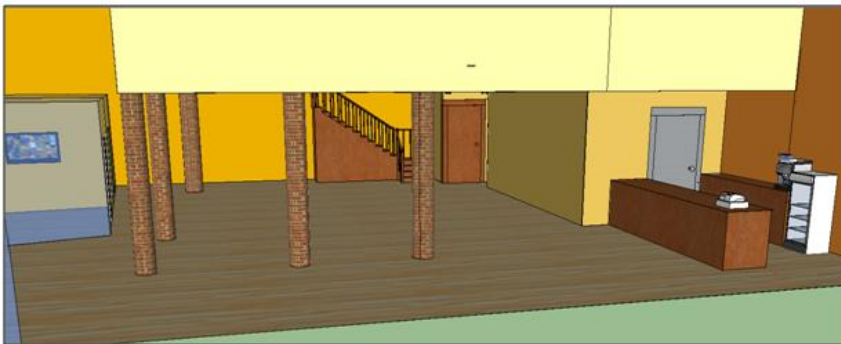


Vista lateral de una sala desde Planta Baja

Vista frente desde el interior del local

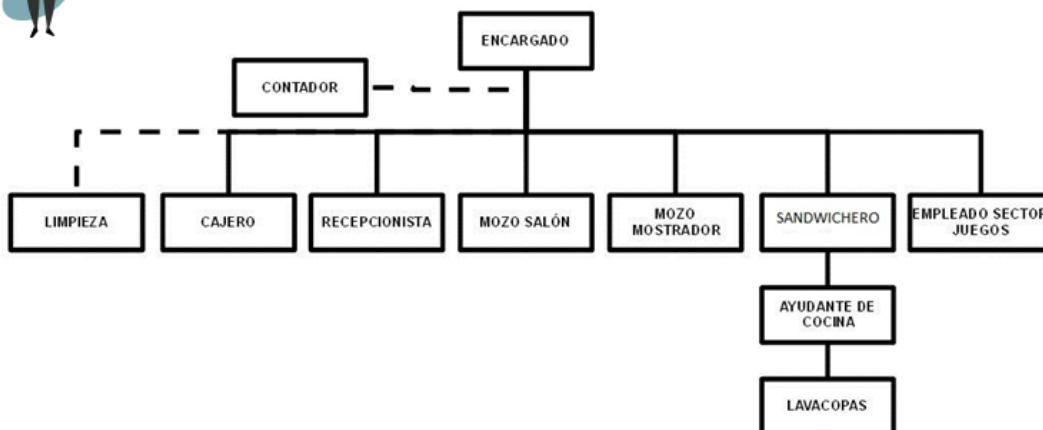


Vistas Laterales PB y Primer Piso





Estructura de Personal



- Turnos Rotativos (2 por día)
- Lunes a Domingo Abierto de 08.00 hs a 00.00 hs

Rayuela
BAR & JUEGOS



Estructura de Personal (continuación)

• Cantidad de empleados hasta 2do. Año inclusive: 28

Cargo	Cantidad
Encargado	2
Cajero	2
Recepcionista	2
Mozo salón	8
Mozo mostrador	2
Sandwichero/Minutero	2
Lavacopas	2
Ayudante de cocina	2
Empleadas sector juegos	6

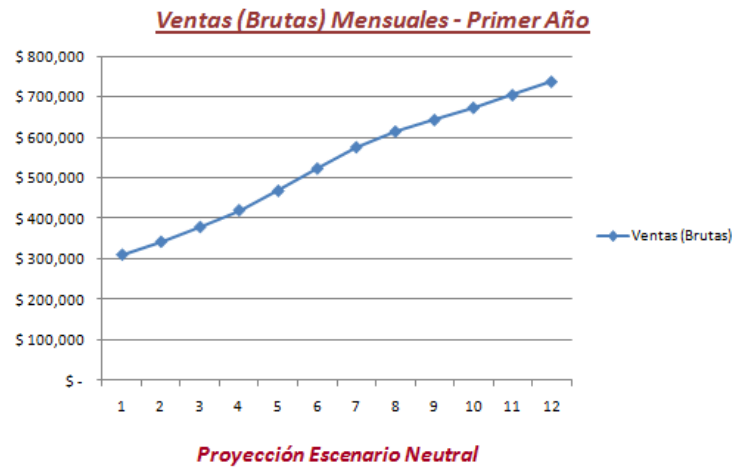
• Cantidad de empleados 3er. Año a 5to inclusive: 33

Cargo	Cantidad
Encargado	2
Cajero	2
Recepcionista	2
Mozo salón	10
Mozo mostrador	2
Sandwichero/Minutero	2
Lavacopas	3
Ayudante de cocina	2
Empleadas sector juegos	8

Rayuela
BAR & JUEGOS

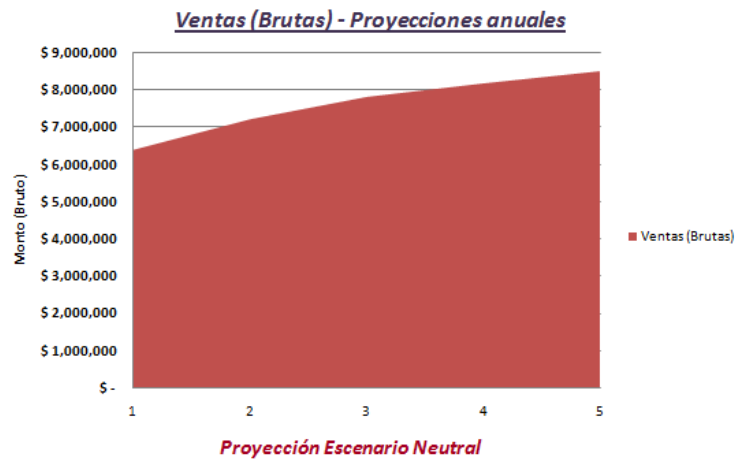
Ventas estimadas – Proyección Anual

• Ventas Brutas Estimadas Primer Año (mensuales)



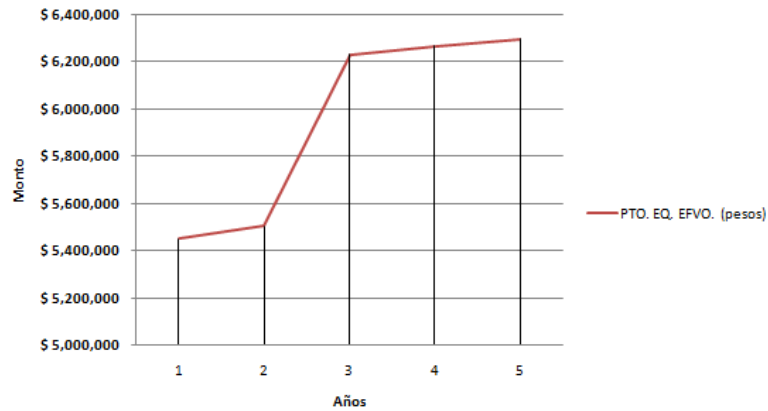
Ventas estimadas – Proyecciones Anuales

• Ventas Brutas Estimadas Proyectadas a 5 años



Punto de Equilibrio Efectivo

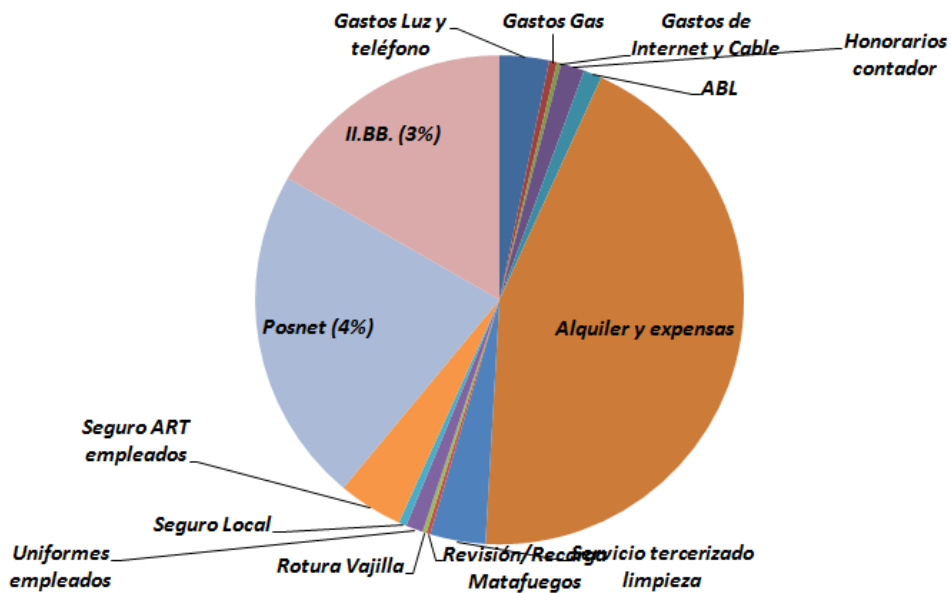
• Proyecciones anuales - Punto de Equilibrio en \$



Proyección Escenario Neutral



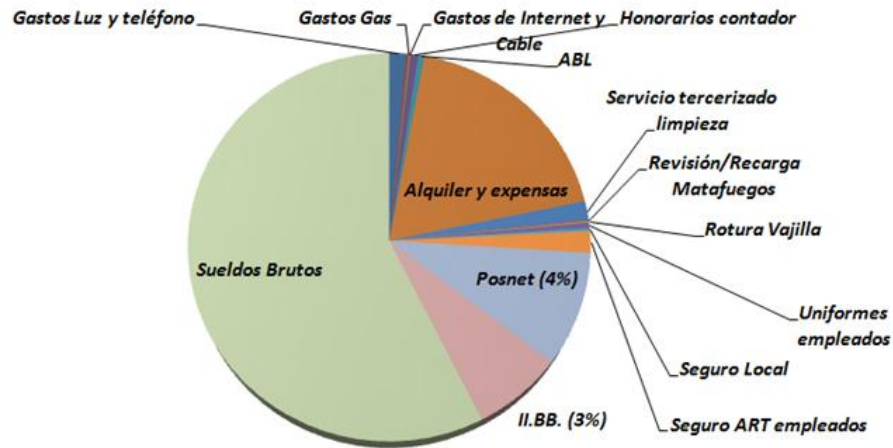
Estructura de Costos Operativos – Primer Año



Proyección Escenario Neutral



Estructura de Costos Operativos (incluyendo Sueldos) – Anual



Rayuela
bar & juegos

¿Por qué invertir en Rayuela bar & juegos?

✓ Propuesta creativa y diferenciada en un mercado que no ha sido explotado correctamente → Posibilidad de "Ser Pioneros" en este servicio integral

✓ Contrato de alquiler a 5 años y renovación del mismo

✓ Ubicación estratégica - Av. Cabildo – Eje Comercial

✓ Mercado en crecimiento (Gastronómico & Entretenimiento)

✓ Recupero de inversión en el corto/mediano plazo



Rayuela
bar & juegos

**¡Muchas gracias por su
atención!**

Martín Bergomi

Gisela Fernández

Guillermo Werner



Bibliografía

Página de Internet Consultadas

<http://buenosaires.gob.ar/guiaba/guia/?info=detalle&menu=1&id=304>

<http://cebra.com.ar>

<http://comunas.buenosaires.gob.ar/comunas/comuna-13/>

<http://crearunasociedad.com.ar/srl.html>

<http://crearunasociedad.com.ar/tarifas.html>

http://estatico.buenosaires.gov.ar/areas/des_social/evaluacion_programas/informes_condiciones_vida/estructura_poblacion_composicion_hogares_2.pdf

http://estatico.buenosaires.gov.ar/areas/hacienda/sis_estadistico/EAH/2010_tabulados_basicos.pdf

<http://franquiciaweb.eurofull.com/shop/detallenot.asp?notid=94>

<http://lagraninmobiliaria.com/3637-av-cabildo-2900-local-en-alquiler-en-belgrano-capital-federal>

<http://mediaandentertainmentobservatory.wordpress.com/2011/06/27/en-2015-el-sector-de-medios-y-entretenimiento-movera-us-11-927-millones-en-argentina/>

<http://raulmarquez.wikispaces.com/file/view/01+INTRODUCCION.pdf>

<http://totalmedios.com>

<http://www.agcontrol.gob.ar/>

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

<http://www.dghpsh.agcontrol.gov.ar/Dghp.ConsRubros/pdf/CuadroTarifario.pdf>

<http://www.boletinoficial.gov.ar/Tarifario/Tarifario.castle>

<http://www.buenosaires.gob.ar/>

<http://www.buenosaires.gob.ar/areas/descentralizacion/cgp/infocgpc.php?id=13>

<http://www.buenosaires.gov.ar/apps/contenido/archivos/16531.pdf>

http://www.buenosaires.gov.ar/areas/chicos/doc_y_pub/cofenaf.pdf

http://www.buenosaires.gov.ar/areas/des_economico/cedem/especiales/Barrio%20de%20BELGRANO_1.pdf

http://www.buenosaires.gov.ar/areas/educacion/calidadeducativa/Comuna_13.pdf

http://www.buenosaires.gov.ar/areas/educacion/calidadeducativa/Comuna_12.pdf

http://www.buenosaires.gov.ar/areas/educacion/calidadeducativa/Comuna_2.pdf

http://www.buenosaires.gov.ar/areas/educacion/calidadeducativa/Comuna_14.pdf

http://www.buenosaires.gov.ar/areas/gob_control/regulacion/habil_permisos/reglamentodeactividadesconinspeccionprevia.pdf

http://www.buenosaires.gov.ar/areas/gob_control/seg_alimentaria/leytarifaria04.PDF?menu_id=5650

http://www.buenosaires.gov.ar/areas/hacienda/sis_estadistico/4101.pdf

http://www.buenosaires.gov.ar/areas/hacienda/sis_estadistico/cuadernos_cedem_2011_011.pdf

http://www.buenosaires.gov.ar/areas/jef_gabinete/comision_decreto_1332/codigo_habilitaciones_permisos.pdf

http://www.buenosaires.gov.ar/areas/jef_gabinete/comision_decreto_1332/cuerpo_codigo_edificacion.pdf

http://www.cedem.gov.ar/areas/des_economico/cedem/pdf/estudios_especiales/belgrano.pdf

http://www.cedom.gov.ar/es/legislacion/normas/codigos/habilita/700_60.html

http://www.cedom.gov.ar/es/legislacion/normas/codigos/habilita/700_53c.html

<http://www.censo2010.indec.gov.ar/resultadosdefinitivos.asp>

<http://www.cnv.gov.ar/LeyesYReg/Leyes/19550.htm>

<http://www.cnv.gov.ar/LeyesYReg/Leyes/19550.htm>

<http://www.dghpsh.agcontrol.gob.ar/Dghp.Habilitaciones.PublicWebSite/>

<http://www.dghpsh.agcontrol.gob.ar/Dghp.ConsRubros/Fichas/NomencladorHabilitaciones.pdf>

<http://www.elgranbazar1.com.ar>

http://www.estadistica.buenosaires.gov.ar/areas/hacienda/sis_estadistico/ir_2012_526.pdf

<http://www.fehgra.org.ar>

http://www.fehgra.org.ar/files/informes_economicos/7_archivo.pdf

http://www.fehgra.org.ar/informes_economicos.php

http://www.gestionrestaurantes.com/llegir_article.php?article=675

<http://www.gestorasdesociedades.com/Constitucion%20SRL.htm>

<http://www.gob.gba.gov.ar/legislacion/legislacion/74-6838.html>

<http://www.gob.gba.gov.ar/legislacion/legislacion/l-11748.html>

<http://www.hogarmax.net>

<http://www.infobae.com/notas/670005-La-rentabilidad-de-los-negocios-gastronomicos-se-redujo-a-la-mitad.html>

<http://www.jus.gob.ar/igj/guia-de-tramites/dictamenes-requeridos.aspx>

<http://www.jus.gob.ar/igj/guia-de-tramites/formularios-y-fojas.aspx>

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

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

<http://www.jus.gob.ar/igj/servicios-en-linea/servicios-disponibles/tasas.aspx>

<http://www.laboralis.com.ar/pdf/CCT%20389-2004.pdf>

<http://www.maxiconsumo.com/index.htm>

<http://www.mecon.gov.ar/desarrollo/>

http://www.mecon.gov.ar/peconomica/informe/informe77/version_completa.pdf

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

http://www.portalsocietario.com.ar/constituir_SRL.html

<http://www.soldie.com.ar/equiposkaraokepro.htm>

<http://www.trabajo.gov.ar/sindicatos/>

<http://www.tu-alacena.com>

http://www.uthgra.org.ar/site/index.php?id_convenio_filtro=7

<http://www.uthgracap.com.ar/escalas.htm>

www.alamaula.com

www.mercadolibre.com.ar (Para buscar mobiliario –equipamiento y maquinarias / remeras estampadas/ proveedores de ciertos productos congelados – entre otros)

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

www.translate.google.com.ar

Entrevistas / Reuniones / Consultas

Entrevista con Sra. Raquel Temperan – Dueña Inmobiliaria Beit - Visita al local

Entrevista con Arquitecto Sr. Ledo – Gestor de Habilitaciones

Entrevista con Dra. Ingrid Noemí Huayta, CP 356/162 D.N.I. 29389911

Realización de Flyers & Logo – Srta. Laura Agustina Gayoso – Estudiante de Diseño Gráfico- UADE

Consulta a Sr. Federico Rey - Estudiante de Ingeniería en Sistemas Informáticos – UAI – (Costo de Instalación Wi Fi / PC)

Cablevisión – Consulta presupuesto estimado Cable e Internet

Consulta Presupuesto Librería – Librería Prisca – Dirección Pieres 1263 – Contacto: Ana María Rodríguez

Consulta a Sr. Luis Rodríguez – Dueño de Restaurante en zona de Avellaneda

Consulta a Diner-Omnisoft – Software Gastronómico