



UADE - Universidad Argentina de la Empresa
Facultad de Administración y Negocios

iPet.com – Red Social de Mascotas

Plan de Negocios
2012

Docente: Alterson, Martin.

Integrantes del equipo:

- Gattiker Ian -1012336
- Orellana, Gabriel - 1010169
- Paulovich Daiana Ailin - 1010089



1. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO	8
1.1. Campo de negocios en el que ésta empresa operará.....	8
1.2. El producto o servicio a ofertar.....	8
1.3. El tipo de empresa a crear y la forma legal bajo la cual operará.....	8
1.3.1. Forma jurídica:	8
1.3.2. Procedimientos requeridos para poner en marcha nuestra empresa.....	8
1.4. Grupo de clientes al cual se dirigirá nuestra oferta.....	9
1.5. Necesidad que satisface o el problema que resuelve la propuesta de nuestra empresa.....	9
1.6. Forma en que estas necesidades serán satisfechas.....	9
1.7. Ámbito geográfico en el que operará la empresa.....	10
1.8. Nuestras habilidades distintivas y proyección de las ventajas comparativas de la empresa.....	10
1.9. Nuestro concepto empresarial.....	10
2. ANÁLISIS DEL AMBIENTE DE NEGOCIOS Y MERCADO.....	11
2.1. Características del entorno de negocios del sector donde la empresa operará.....	11
2.2. Entorno actual y proyectado.....	15
<i>Político:</i>	15
<i>Económico:</i>	16
Gráfico N°2: Niveles de inflación	18
<i>Sociocultural:</i>	18
<i>Tecnológico:</i>	21
Gráfico 2°: Conectividad hogareña	21
Fuente: http://agendadigital.telam.com.ar/?p=1405 . (2011).....	21
<i>Legal:</i>	22
2.2.1. Proyección de estas condiciones en el corto y mediano plazo.....	25
<i>Perspectivas:</i>	25
2.3. Comprensión del mercado potencial.....	26
2.4. Tamaño del mercado potencial.....	26
2.4.1. El volumen (en pesos) del mercado en el cual operará.....	26
2.4.2. Estimación en cantidades de productos o servicios.....	27
2.5. Particularidades del mercado	28



2.5.1.	Condiciones particulares del mercado en el cual la empresa operará.	28
2.6.	Distribución geográfica	28
2.6.1.	Distribución geográfica de nuestro mercado potencial.....	28
2.6.2.	Detalles que consideramos relevantes respecto a la distribución espacial del negocio. 29	
2.6.3.	Limitaciones de nuestro mercado potencial en cuanto a acceso a nuestro negocio. ...	30
2.6.4.	Justificación de la selección del área a servir por nuestra empresa.	30
2.7.	Segmentación del mercado.....	30
2.7.1.	Descripción sintéticamente del / los conjuntos/s de variables relevantes a los efectos de segmentar el mercado.	30
2.7.2.	Definición de un conjunto de variables a adoptar.	31
2.7.3.	Descripción de los diferentes segmentos en que hemos subdividido al mercado potencial.....	32
2.8.	Canales de distribución	33
2.8.1.	Descripción de los canales de distribución existentes.	33
2.8.2.	Características de cada uno de ellos describiendo tipo de canal, condiciones habituales de operación, y requisitos para su acceso.	33
2.9.	Empresas ofertantes existentes o potenciales.	34
2.9.1.	Análisis de nuestros competidores y sustitutos.....	34
2.9.2.	Análisis a potenciales nuevos ingresantes.	35
3.	PLAN DE MARKETING	36
3.1.	Selección de segmentos a servir	36
3.1.1.	Segmentos apuntados.....	36
3.1.2.	Tamaño del segmento elegido y su tasa de crecimiento	37
3.1.3.	Recursos necesarios para atender el segmento.....	37
3.2.	Objetivos comerciales previstos.....	38
3.2.1.	Objetivos comerciales de la empresa a corto, mediano y largo plazo.....	38
3.2.2.	Tablas en términos de ventas en unidades.....	39
3.2.3.	Posición relativa a otras empresas competidoras.....	40
3.3.	El producto	40



3.3.1. Describa en detalle el producto o servicio de base, sus beneficios básicos y complementarios.	40
Página de Log-in	40
Página principal (Home)	41
Muestra de Perfil (1)	42
Muestra de Perfil (2)	43
Página de Amigos	44
Página de Grupos	45
Página de Juegos	46
Página de Servicios	47
3.3.2. Aspectos relevantes del producto.....	48
3.3.3. Gama completa de servicios ofertados.....	49
3.4. El precio.....	49
3.4.1. Estrategia de precios en el corto y mediano plazo.	49
Posición de anuncios y Precios:.....	50
3.4.2. Variables relevantes respecto al precio	51
3.5. Comunicación.....	51
3.5.1. Descripción del plan de comunicación.....	51
3.5.2. Presupuesto para la inversión en comunicación.	54
Estimaciones mes a mes comunicación:	54
Costos Merchandising	54
3.6. Distribución	55
3.6.1. Sistema de distribución seleccionando	55
4. PLAN DE OPERACIONES.....	56
4.1. Contexto y factores que influyen en las operaciones de la empresa.	56
4.2. Procesos	57
4.2.1. Procesos Principales del ciclo total de producción del sistema.....	57
4.2.2. Operaciones Críticas del negocio	57
4.3. Recursos materiales	58
4.4. Recursos humanos necesarios	58



4.5.	Lay-out (Plano de oficina)	59
4.6.	Infraestructura física	59
4.6.1.	Carácter propietario de la infraestructura necesaria.....	59
4.7.	Determinación de plazos.....	60
4.7.1.	Pasos precisos para comenzar con la prestación regular del servicio	60
4.7.2.	Plazos de entrega y pagos en función de los distintos proveedores:	61
4.8.	Determinación de la Capacidad	61
4.8.1.	Capacidad requerida para responder adecuadamente al mercado.	61
4.9.	Gastos operativos.....	62
4.10.	Inversiones	63
4.10.1.	Inversiones requeridas (en orden de importancia).....	63
4.11.	Programación de puesta en marcha del plan de operaciones.....	63
4.11.1	Gastos Asociados.....	63
5.	PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	64
5.1.	Personal directivo, personal administrativo y operarios de la empresa.....	64
5.1.1.	Personal directivo:.....	64
5.1.2.	Personal administrativo:	64
5.1.3.	Personal operativo:	65
5.2.	Capacitación para el personal.	65
5.3.	Fuente de reclutamiento considera más adecuada.....	65
5.4.	Organigramas proyectados	66
5.4.1.	Organigrama AÑO 1:	66
5.4.2.	Organigrama AÑO 2:	67
5.4.3.	Organigrama AÑO 3 -5:	68
6.	PLAN FINANCIERO	69
6.1.	Pronóstico de ventas.....	69
6.2.	Presupuesto de personal.....	70
6.3.	Gastos de operación no relacionados con la mano de obra (fijos).....	71
6.4.	Gastos de Comercialización y Administración.	72
6.5.	Gastos de apertura y puesta en marcha.	73



Presupuesto de inversión:.....	73
6.5.1 Gastos de apertura:.....	73
6.5.2. Presupuesto de amortización y depreciación:	74
6.6. Presupuesto de IVA:	74
6.7. Presupuesto de Impuestos a las Ganancias:	75
6.8. Presupuesto de caja:	76
6.8. Estados de Resultados proyectados.....	77
6.9. Balance	78
6.10. Capital de trabajo	79
6.11. Cash Flow Activos.....	80
6.12. Cálculo del Punto de Equilibrio	81
6.13 Análisis de Sensibilidad.	82
6.13.1. Escenario Optimista:	82
6.13.2. Escenario Pesimista:	82
6.14. Plan de Salida o contingencia.....	84
Anexos	85
1. Anexo: Escenario Optimista	85
1.1. Presupuesto de Venta Mensual:	85
1.2. Presupuesto de ventas anual:	86
1.3. Presupuesto del personal mensual:.....	87
1.4 Presupuesto del personal anual:.....	88
1.5 Presupuesto de gastos operativos:	89
1.6 Presupuesto de gastos comerciales y administrativos:	90
1.7 Presupuesto de inversión:.....	91
1.8 Presupuesto de Amortización y Depreciación:	92
1.9 Presupuesto de I.V.A.	93
1.10 Impuesto a las Ganancias:.....	94
1.11 Presupuesto de caja:	95
1.12 Estados de Resultados Proyectado:	97
1.13 Balance proyectado:.....	98



1.14	Capital de Trabajo:	99
1.15	Cash Flow Activos:.....	100
1.16	Punto de Equilibrio:.....	101
2.	Anexo: Escenario Pesimista.....	102
2.1	Presupuesto de ventas mensual:	102
2.2	Presupuesto de personal:.....	104
2.3	Presupuesto gastos operativos:	106
2.4	Presupuesto de gastos de comercialización y administración:.....	107
2.5	Presupuesto de inversión:.....	108
2.6	Presupuesto de Amortización y Depreciación:	109
2.7	Presupuesto de I.V.A.	110
2.8	Presupuesto de Impuesto a las Ganancias:.....	111
2.9	Presupuesto de caja:	112
2.10	Estados de Resultados Proyectado:	114
2.11	Balance:	115
2.12	Capital de trabajo:	116
2.13	Cash Flow de activos:	117
2.14	Punto de equilibrio:.....	118
3.	Presentación Power Point:.....	119



1. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

1.1. Campo de negocios en el que ésta empresa operará.

El campo de negocio en el que operara la empresa será el e-commerce enfocado en brindar servicios y aplicaciones, para conectar en un espacio virtual, a los amantes de sus mascotas.

1.2. El producto o servicio a ofertar.

Nuestra empresa se dedicara a la venta de espacios publicitarios (a todas las empresas relacionadas con el mercado de las mascotas, en principio) en una red social creada exclusivamente para los amantes de las mascotas.

1.3. El tipo de empresa a crear y la forma legal bajo la cual operará.

1.3.1. Forma jurídica:

Creemos que la forma jurídica que mejor se adapta a nuestro tipo de empresa y negocios será la de una sociedad de responsabilidad limitada.

1.3.2. Procedimientos requeridos para poner en marcha nuestra empresa.

Tras la consulta con un contador público nos indico que lo único necesario será la inscripción de la sociedad mediante un trámite que dura solo una semana aproximadamente, y la rubricación de los libros contables.



1.4. Grupo de clientes al cual se dirigirá nuestra oferta.

Nuestro negocio estará dirigido a todas las empresas que actúan directa e indirectamente en el mercado de las mascotas vendiendo productos o servicios, de todos los tamaños.

1.5. Necesidad que satisface o el problema que resuelve la propuesta de nuestra empresa.

Nuestra empresa nuclea a todos los amantes de las mascotas en un red social, lo que hace que nuestros clientes (publicistas) compren un espacio publicitario que esta pura y exclusivamente segmentando con potenciales clientes.

1.6. Forma en que estas necesidades serán satisfechas.

Por medio de un portal web/red social brindaremos los siguientes servicios:

- Espacio publicitarios de diferentes tamaños, plazos de duración y costos.
- Tendrá filtros que estarán divididos por características como: zonas geográficas, animales, razas, diversos servicios, etc. facilitando la búsqueda de los clientes.
- La página contara con su espacio para que cada negocio pueda promocionar sus marcas o servicios como: alimento balanceado, criaderos, veterinarias, paseadores de perros, indumentaria y accesorios, etc.



1.7. Ámbito geográfico en el que operará la empresa.

En principio, nuestro foco estará en contactar gente dentro de Argentina. Y más específicamente, en sus comienzos, dentro de Buenos Aires (Capital y Gran Buenos Aires).

1.8. Nuestras habilidades distintivas y proyección de las ventajas comparativas de la empresa.

Nucleando a todos estos amantes de mascotas, venderemos espacios publicitarios para todos aquellos actores en el mercado de las mascotas, y que su publicidad esta especialmente dirigida a estos potenciales clientes.

1.9. Nuestro concepto empresarial.

La empresa será un portal web/red social que buscará contactar dueños de mascotas con gente con sus mismos intereses e inquietudes. La gente con perros de raza, y de criaderos tiene contactos e información al alcance, pero a veces, el común de la gente que tiene una mascota en su casa no tiene con quien compartir sus experiencias, preguntas y dudas con nadie más que con su veterinario. Por lo tanto, buscamos conectar a la gente con intereses similares, sus mascotas.



2. ANÁLISIS DEL AMBIENTE DE NEGOCIOS Y MERCADO

2.1. Características del entorno de negocios del sector donde la empresa operará.

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

Comenzaremos nuestro análisis del entorno con el grado de rivalidad entre competidores. A continuación, explicaremos el porqué de nuestra elección de nivel de rivalidad (-).

En la red, y mediante búsquedas en Google, logramos encontrar cuatro (4) páginas que tienden a elegir un servicio parecido al nuestro. ¿Por qué no los consideramos competidores directos y peligrosos? Existen dos razones fundamentales. Por un lado, el mercado a nivel geográfico al que están dirigidas. Y por otro, los servicios que dan cada una.

Empezaremos con www.tupetbook.com, es una red de origen colombiano creada por una veterinaria oriunda de allí, que por su puesto ofrece sus servicios y productos por medio de este medio, y además brinda un espacio para que sus clientes se conecten entre ellos. Como mencionamos, está destinada a un mercado extranjero, en el cual nosotros no tenemos intenciones de incursionar en principio.

Además, esta focalizada solo en perros y gatos. Si bien tenemos conocimiento que son los que ocupan el mayor porcentaje de mascotas, nuestro negocio está destinado a una variedad más grande de animales. Es donde creemos que la página es más limitada. Pero su limitación se da por que surge de un negocio previo, que se dedica a la venta de productos y servicios focalizados



en perros y gatos. Nosotros partimos desde otro punto para crear nuestra red social.

Un análisis similar hicimos con nuestro segundo competidor, www.facepets.com.br. Ya la misma página indica su procedencia, Brasil, otro mercado al que nosotros no tenemos intenciones de incursionar. Como también agregamos, que esta solo destinado a perros y gatos, pero que en sí consideramos que tiene mucha más información y semejanza con nuestro modelo a implementar aquí en Buenos Aires. Tiene solapas espaciales sobre veterinarias, paseadoras de perros, productos, puntuaciones y opiniones de los usuarios, etc. Creemos que es la página más completa, sin embargo falla en la estética. Es muy pobre en gráficos y poco atractiva para la vista, un poco vacía.

Seguidamente, analizaremos nuestros competidores a nivel local empezando por www.lamascota.com/ar/. Lo definiremos como un portal más que como una red, ya que si bien da un espacio para que los usuarios interactúen, hace más hincapié en brindarte información que propiciar la comunicación por medio del mismo sitio. Además, creemos que no es atractivo estéticamente desde ningún punto de vista, que hay una mala elección de los colores, y el formato es un poco desprolijo.

Lo que nos pareció interesante fue el hecho que a su vez, el sitio tiene conexión con un espacio virtual que se llama La Isla. Aquí cada dueño le crea a su mascota una casa, que se encuentra dentro de una comarca. Dicho espacio cuenta con un total de 16.000 miembros, ni siquiera el 1% de la población total de animales viviendo en Argentina. Aquello a resaltar es el hecho de que el protagonista es la mascota del usuario, no el dueño.

Así funciona, en contraste, nuestro segundo competidor local www.petsbook.com.ar. Una red también argentina, pero que notamos que funciona igual que Facebook en el cual solamente agregas o mencionas a tu mascota, pero la cara visible sigue siendo el humano.



Nombre del sitio	La mascota.com Argentina	Petsbook	Petbook	facepets
Url	www.lamascota.com/ar/	www.petsbook.com.ar	www.tupetbook.com	http://www.facepets.com.br/
Mascotas	Perros y Gatos	Perros y Gatos	Perros y Gatos	Perros y Gatos
País	Argentina	Argentina	Colombia	Brasil
Aspectos positivos	La Isla, perfil de la mascota	Buen formato, abarca varios aspectos interesantes	Buen formato, perfil de la mascota	Abarca varios aspectos interesantes, mucha información
Aspectos negativos	No funciona como red, solo brinda información	Se focaliza en el usuario dueño de la mascota	se focaliza en la marca que creó el sitio nada mas	Idioma, depende de una ONG no abarca todo la información del mercado

A continuación, hablaremos de nuestros clientes. En principio diremos que decidimos ubicar su poder de negociación en cero (0) por dos razones.

La importancia viene dada por el hecho de que sin usuarios que hagan crecer nuestra popularidad, nuestros clientes, aquellos que deseen publicitar en nuestra red social, no nos darán los fondos y retiraran sus avisos.

Lo importante será una página atractiva nunca perdiendo el foco en nuestros usuarios. Gracias a ellos es que ganaremos popularidad, debemos lograr un posicionamiento en ellos.

Nuestros clientes serán los interesados en anunciar sus productos o servicios en nuestra red. En principio, creemos que ellos tendrán un poder de negociación neutral ya que como todo producto tiene su ciclo de vida. Al principio nuestra popularidad será baja así como el número de usuarios, por lo que requerirá de un esfuerzo extra para atraer a nuestros clientes, pero una vez alcanzado un nivel de audiencia interesante, estaremos en condiciones de colocar los precios y las condiciones que creamos nosotros convenientes.

Así mismo, no hay que olvidarse que grandes marcas pueden estar interesadas. Y como sabemos, una empresa con gran renombre siempre es



bienvenida, por lo tanto, su poder de negociación aumentara a medida que la empresa interesada sea más importante y reconocida.

Nuestros proveedores estarán integrados por las empresas proveedores del servicio de internet y demás tecnologías informáticas que den soporte a nuestra plataforma. En principio creemos que al existir una oferta tan grande de servicios y precios, su poder de negociación será neutral. Partimos del hecho de que sin ellos no podemos funcionar, pero que tampoco es que tienen control sobre nosotros. Si sus servicios no nos satisfacen a nosotros como empresa, se cambia de proveedor rápidamente.

El cuarto elemento que analizaremos es la amenaza de productos sustitutos. Dichos productos vienen de la mano de nuestros competidores locales. Como dijimos son páginas que ya se encuentran en funcionamiento y con un número de usuarios activos. Ellos mismos pueden adaptar sus servicios a los que creemos nosotros son tan solo modificar y agregar elementos en sus plataformas ya formadas, no creemos que tenga una posibilidad de ocurrencia, pero sabemos que existen y que hay que tenerlos en cuenta.

Por último, hablaremos sobre las barreras de entrada. Hay un hecho y es que la inversión inicial para montar una red social o portal web es media/baja. A pesar de los costos medios podemos decir que se necesitaran una computadora capaz de realizar el diseño de la pagina y soportar el trafico de la misma, personas especializadas y un lugar físico. Si bien cada elemento mencionado tiene su costo, no se compara con el de montar una empresa dedicada a la producción de algún producto físico.

Pero creemos que debemos ser capaces de crear barreras de entrada desde otro punto de vista, desde la marca, la imagen, el posicionamiento en la mente de nuestros usuarios, y nuestros servicios ofrecidos que no se han ofrecido antes, brindaremos elementos que las empresas competidoras han dejado de lado hasta el momento. Si logramos crear un nombre y cierto



número de usuarios en el primer ciclo de vida del sitio, allí lograremos la diferencia.

Vimos que existes foros o comunidades pero tiene un diseño desordenado, poco agradable y desactualizadas, además de que están destinados solo a perros y gatos, y no al resto de las mascotas. Pero lo que no tienen es una imagen y una marca que los representara. Primero que nada, ninguno de los integrantes del grupo había escuchado antes el nombre ni sabía de la existencia de ninguno de los sitios antes nombrados. En segundo lugar, cuando ingresamos en el portal Google para buscar, ninguna de ellas aparecía en los principales resultados. No están bien posicionadas ni en los sitios de búsquedas, ni tampoco creemos que tengan la difusión que se le podría dar teniendo en cuenta el gran potencial del mercado y la población de mascotas a nivel nacional.

2.2. Entorno actual y proyectado

Político:

Partiendo de la base de que nuestro negocio recibirá sus beneficios por los anunciantes que inviertan en publicidad en nuestra red social tenemos que hacer mención de algunos datos que nos parecieron importantes.

Solo en La Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Gran Buenos Aires hay establecidos 4711 negocios dedicados a la venta de productos y servicios para mascotas. La venta de alimentos llega a los 492 millones de pesos, sin tener en cuenta el gasto en ropa y accesorios.

Ahora bien, los alimentos son productos de producción nacional, pero la ropa y los accesorios son mayormente importados. Un dato no menor es el hecho de que cada vez más los pet's shops y veterinarias le están dedicando cada



vez más espacio a estos productos, según un informe nada menos que el 50% del local.

Una tienda dedicada a este rubro estaría complacida de publicitar en nuestra red social para mascotas, pero si no tiene productos para promocionar más que los alimentos, nuestra demanda caerá.

Las políticas actuales que regulan las importaciones están afectando gravemente este segmento del mercado. Si bien hay cosas que se pueden fabricar acá en el país, las inversiones no están hechas y no hay un proveedor local para el momento presente.

Se puede ver que hay varios puestitos en la calle que venden elementos, pero ninguno registrado bajo la ley y que puedan estar en condiciones de venderle a un local comercial.

Creemos que en el plano político, es el tema que consideramos destacar.

Económico:

Podemos seguir agregando más datos interesantes. El mercado de las mascotas está creciendo a un porcentaje mayor que la economía en su conjunto. Tuvo un crecimiento del 10 al 20% en el año 2010 según un informe privado, y si bien el pronóstico para este año no es tan alentador, el crecimiento seguirá siendo positivo, pero a menor ritmo. Se cree que hay un 40% del mercado sin explotar. Un mercado que no solo se habla de alimentos balanceados, sino también de un hábito nuevo, la ropa y los accesorios.

El problema principal en el plano económico que creemos dinamita directamente contra el crecimiento será la creciente inflación y la desvalorización de los salarios. La gente hoy en día se preocupa y gasta cada vez más en sus mascotas, pero antes un panorama no muy alentador de precios crecientes y salarios congelados, los gastos básicos del hogar se acaparan todo lo que antes eran destinados al ocio.

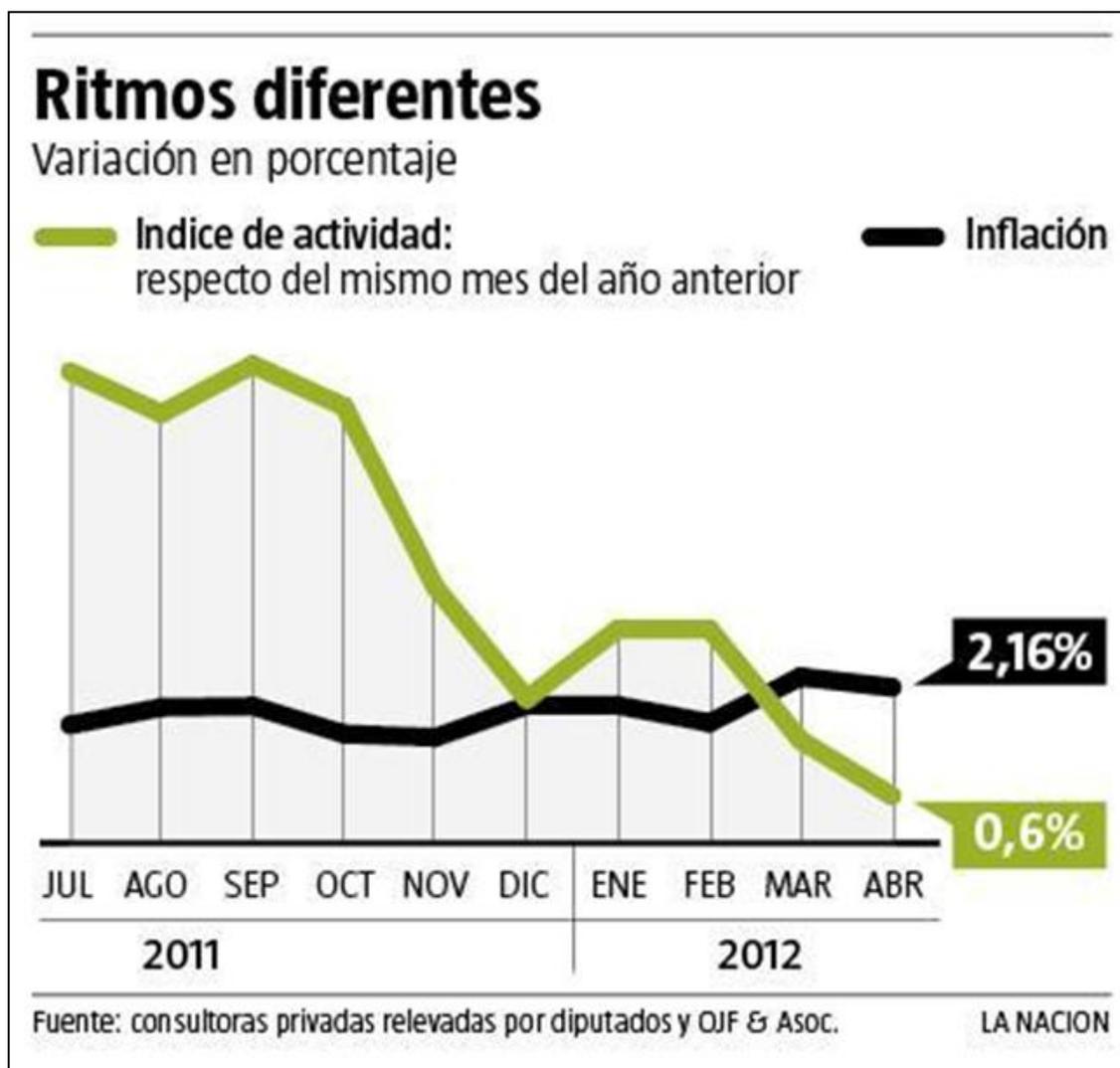


Según Lawson Alli Andres, Director Ejecutivo de DAFITI Argentina, principal tienda de moda online de Latinoamérica, dijo que "el volumen del mercado de comercio electrónico totaliza los \$ 15.000 millones de pesos, lo que representa aproximadamente un 2,2% del PBI de Argentina". Estos valores se encuentran por encima de los países de la región como Brasil con un 1,5% de su PBI. Pero comparado con los países desarrollados todavía hay un gran potencial de crecimiento, ya que ellos destinan el 5% del PBI al comercio electrónico.

El comercio electrónico en Argentina alcanzará en 2009 un volumen de operaciones de \$5.240 millones entre 5,29 millones de usuarios que operan en este segmento. Para el próximo año la estimación es de \$6.500, lo que representa un crecimiento anual esperado del 19,4%. Los datos corresponden a un trabajo de investigación de la consultora Prince&Cooke.

En lo que concierne al plano económico, creemos que son los datos más importantes a destacar.

Gráfico N°2: Niveles de inflación



Sociocultural:

En lo que a nuestro negocio respecta, esta será la sección que más nos ayude en nuestro análisis del entorno, aquí radica el éxito o fracaso de la red social.



En una nota el autor comenta: “Es decir que no se segmenta por su nivel económico sino por el lugar que la mascota ocupa en el hogar.” (Chiani, 2007)

Aquí está la clave. Lo que se produjo fue un cambio de hábitos y costumbres. Comenzó con lo más sencillo como lo es el cambio de la comida casera o sobras por la compra de alimentos balanceados para las mascotas. La gente se dio cuenta que no solo ahorra en tiempo, sino también en costos.

Luego el cambio fue aun mayor y siguió con las visitas regulares a la veterinaria para vacunas, baños, y diferentes prácticas estéticas. A continuación, hubo un giro más y se llegó a la compra de ropa y accesorios para las mascotas. Y la última novedad hasta el momento, y que ya denota el lugar que ocupan las mascotas en algunos hogares, es la existencia de seguros de vida perrunos. Sí, la empresa Mapfre habla en la nota de la existencia de dicho servicios, y su costo promedio de 200 pesos anuales.

Ya el cambio está hecho. La mascota, es un miembro de la familia, tiene su lugar, y tiene sus prioridades. Hay quienes hasta los llaman: “mi hijo” o “mi bebe”. Un informe aclara que el 30% de las mascotas es considerado como miembro de la familia, y un 15% como hijo propio.

Un dato aun más alentador a nuestro favor, recordando que nuestro target no son los perros con “pedigree” ni de competencia, sino las mascotas hogareñas, es que la tendencia esta también en adoptar a perros abandonados y vagabundos, que comprar perros de raza. Si bien hay gente que por tener cierto poder adquisitivo lo sigue haciendo, un informe nos indica que el porcentaje es 50/50.

Existe hoy en día una tendencia a la responsabilidad animal, y más aun, una tendencia creciente a la humanización de las mascotas.



Mercado Libre acaba de finalizar un relevamiento de la categoría Mascotas y de allí surge que es un nicho de alta demanda y crecimiento.

Cada mes, en Mercado Libre se activan 10.000 nuevos avisos en esta categoría (hay en general 28 mil avisos activos dedicados a la venta de mascotas y su cuidado) y más de 12.000 argentinos por mes compran un producto o servicio relacionado a este rubro.

El ranking de lo más buscado en Mercado Libre en relación a animales y sus cuidados:

- 1° Perros
- 2° Dispenser automáticos para alimentar mascotas
- 3° Fundas de autos para mascotas
- 4° Moisés, cucha y puf cama para perros
- 5° Jaulas transportadoras
- 6° Ropa para mascotas
- 7° Conejos para mascotas
- 8° Correas y collares
- 9° Estética y cuidado (shampoo, cortadoras de pelo)
- 10° Libros de animales

Durante los últimos años se observa un crecimiento en el mercado de productos y servicios Premium para mascotas.

Sólo en la categoría Servicios de Mercado Libre hay más de 20 micro-empresarios que ofrecen peluquería canina a domicilio y servicios de pensionados para mascotas.

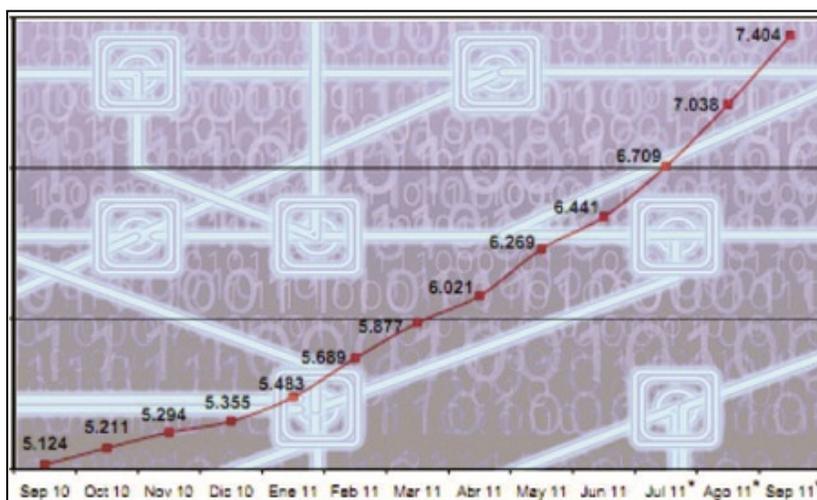
Frente a dicho datos, nos queda agregar que nuestro foco estará en aquellos dueños que consideren a la mascota como miembro, como un “ser” único, y que como le dan su espacio en el hogar, también quieran darle su espacio en el mundo virtual.

Tecnológico:

En el plano tecnológico del entorno hay tres cuestiones que nos parecieron interesantes tratar: la conectividad a internet, la popularidad de las redes sociales y las inversiones que se hacen en las mejoras de las redes, sistemas y software, siempre en Argentina.

En principio nos gustaría mostrar con un grafico indicando la cantidad de hogares en Argentina con acceso a internet.

Grafico 2°: Conectividad hogareña



Fuente: <http://agendadigital.telam.com.ar/?p=1405>. (2011)

Los aumentos fueron significativos y con tan solo un solo año de diferencia. El aumento fue exactamente del 44,5 %. Además, el acceso a banda ancha aumento un 49,2%, representando 3,5 millones de usuarios.

Gracias a las inversiones hechas en sistemas inalámbricos y satelitales, las cuales aumentaron un 14,8%, Argentina se posiciona como unos de los países de la región con mayor número de conexiones, principalmente debido



al aumento de los módems inalámbricos y la tecnología 3g recientemente implementada.

Desde el informe de una consultora obtuvimos más datos que a nuestro parecer no podíamos dejar de lado:

- Dentro de la región de América Latina, Argentina se posiciona en el tercer puesto de número de conexiones con un total de 12.9 millones de usuarios;
- También defiende su puesto en cuanto al total de horas online mensuales por usuario con 27,4 horas, 4 horas por encima del promedio mundial;
- Junto con Chile, estamos en el segmento de países con alta penetración de internet. Los intervalos por edad son 15-24 y 25-34;
- Dentro de los diferentes rubros, las redes sociales, las búsquedas y navegación, y el uso del correo electrónico lideran los usos frecuentes de internet en Argentina;
- Además, el 30% del total del tiempo que los usuarios están en internet es destinado solo a las redes sociales;
- El 97% de los usuarios califica a internet como importante a la hora de buscar información y opiniones a la hora de decidir sobre productos o servicios.

Legal:

El último plano que nos pareció importante resaltar son las leyes y procedimientos que regulan la actividad en internet.

Existe un listado de todas las regulaciones y leyes que impactan directamente sobre la actividad de nuestra empresa. En este apartado, mencionaremos y comentaremos a modo muy general aquellas que nos



parecieron importante resaltar. Igualmente, se adjuntara el listado completo en un anexo.

En cuanto a leyes, hay tres que consideramos a resaltar y tener conocimiento. La ley 25.326 que regula la protección de datos personales. Siendo una red social donde las personas, si bien el protagonista será su mascota, hay una persona física detrás de cada cuenta creada el cual esta compartiendo y cargando datos en nuestra plataforma.

La segunda ley será la 26.388 que regula los delitos informáticos. Dicha ley reglamenta el uso que se hace de la información y de las penas por cumplir a aquellas personas o instituciones que hagan un uso indebido de ella.

Y la ley 26.032 regula la redacción, difusión de ideas por medio de internet y la asemeja con el punto en la Constitución Nacional que establece la libertad de expresión como derecho constitucional.

Sumado a estas leyes a un sin número de decretos y regulaciones. A destaar:

- Regulación 412/99 del Ministerio de Economía y Obras y Servicios Públicos. Recomendaciones del Grupo de Trabajo sobre Comercio Electrónico y Comercio Exterior;
- Resolución 7/2002 de la Secretaría de la Competencia, la Desregulación y la Defensa del Consumidor, que establece los mecanismos que garantizan el derecho de los consumidores a recibir la más completa información acerca de los precios de los bienes y servicios que les son ofrecidos;
- RESOLUCION 654/2009 del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto, aprueba las Reglas para el Registro de Nombres de Dominio bajo el Código País “AR” (NIC.ar) y deroga la Resolución 2226/2000.



- RESOLUCION 203/2009 del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto, limita el número de nombres registrados que una Entidad Registrante pueda inscribir en el subdominio “.com.ar” u “.org.ar” a 200.
- RESOLUCIÓN 616/2008 del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto, incorpora caracteres multilingües pertenecientes al idioma español y portugués para la registración de nombres de dominio de Nivel Superior Argentina (.AR)
- RESOLUCION 2226/2000 del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto, que aprueba las Reglas para la Registración de Nombres de Dominio Internet en Argentina, a ser utilizadas por NIC Argentina.
- DECRETO 1552/10, crea el Plan Nacional de Telecomunicaciones “Argentina Conectada”, el cual tendrá como ejes la inclusión digital; la optimización del uso del espectro radioeléctrico; la producción nacional y generación de empleo en el sector de las telecomunicaciones; la capacitación e investigación en tecnologías de las comunicaciones y la infraestructura y conectividad.
- DECRETO 554/97, declara de Interés Nacional al acceso de los habitantes de la Rep. Argentina a la Red Internet.
- DECRETO 1293/98, declara de Interés Nacional al Proyecto “Internet 2 Argentina” destinado a la implementación, desarrollo y aplicaciones de una red de alta velocidad de telecomunicaciones, con el fin de interconectar centros académicos, científicos y tecnológicos en todo el territorio nacional.



2.2.1. Proyección de estas condiciones en el corto y mediano plazo.

Perspectivas:

A continuación nos gustaría enumerar las tendencias a futuro que nos parecieron importantes resaltar sobre el entorno de actuación de la empresa:

- ✓ El mercado de las mascotas tiene un gran potencial de crecimiento del 40%, muy superior al crecimiento de la economía nacional;
- ✓ La demanda viene en aumento sostenido del 2000, en 2011 el aumento fue hasta del 20%, se espera que este año aumente pero en menor medida debido a la tasa de inflación y la desvalorización salarial;
- ✓ Hay mascotas a las cuales todavía se los alimenta con comida casera o “sobras”, por lo que el mercado de los alimentos balanceados tiene gran potencial futuro;
- ✓ El factor clave es el amor de los dueños por sus mascotas, no tanto por el nivel socio económico;
- ✓ Los pet’s shops y supermercados se llevan el 70% de la venta de alimentos balanceados, por lo tanto, nuestro foco publicitario podría estar centralizado allí;
- ✓ Hay un aumento considerable de la demanda de ropa y accesorios para mascotas, así como cuidados estéticos y productos cosméticos;
- ✓ No hay buenos pronósticos en cuanto a una apertura internacional próximamente del mercado nacional;
- ✓ la aprobación de 5 leyes que regulan la actividad de internet como: el delito de “grooming”, la usurpación de identidad online, ciberacoso escolar, tratamiento legislativo para empresas del servicio de internet y en especial Google y Facebook, y por último, los derechos de autor y propiedad intelectual.



2.3. Comprensión del mercado potencial.

	Información	Uso
Qué	Consejos, datos útiles, opiniones.	Obtener información y conectar a las personas amantes de mascotas
Quién	A los dueños de mascotas	Dueños de mascotas
Cuándo	En todo momento y lugar	En horarios de ocio
Cuánto	Solo la información que los usuarios permitan y estén dispuestos a compartir.	En un 30% del tiempos de conexión
Cómo	Mediante opiniones de usuarios, publicidad y recomendaciones	Mediante una cuenta de usuario creada en la red del sitio
Dónde	En la página de la red social para mascotas	En principio, en la Ciudad de Buenos Aires y Gran Buenos Aires
Por qué	Porque hay personas que desean aprender y obtener información y opiniones sobre sus mascotas y no tiene los medios variados para obtenerla	Como medio de ocio, y de información y contacto entre los diferentes usuarios de la red
Para qué	Para conectar a las personas amantes de sus mascotas que nos se consideran expertos en el tema	Para obtener información y opiniones de personas que también comparten ese sentimiento de amor por sus mascotas

2.4. Tamaño del mercado potencial

2.4.1. El volumen (en pesos) del mercado en el cual operará.



Nuestro negocio tiene la particularidad de estar dividido por nuestros usuarios y los clientes a los cuales les vendemos espacios para publicitar sus productos y servicios.

En primera medida, estimaremos el volumen de usuarios en cantidad de personas.

En la Argentina hay 42.117.096 de habitantes dentro de los cuales 12,9 millones de los mismos son usuarios activos de internet. Un estudio reciente indica que el total de los Argentinos, el 78% de los mismos tiene mascotas, por lo tanto nos pareció correcto aplicar dicho porcentaje al total de los usuarios de internet porque nuestro servicio depende del acceso de las personas a la web. Estimamos que el número de usuarios que podría estar interesado a nivel nacional al ingresar en nuestra web social sería de 10,06 millones de personas.

2.4.2. Estimación en cantidades de productos o servicios.

Los distintos productos y servicios que se dan en el e-commerce son generalmente los productos electrónicos en general como: cámaras digitales, accesorios, consolas de juego y otros productos de la familia. Estos son la respuesta por los compradores en un 52,7 % de los casos, seguida de informática con un 24,1 % de las respuestas, y telefonía con un 17,7 %. Indumentaria de vestir y deportiva con un 13,3 % está en cuarto lugar, junto a libros y revistas con un 12,8 %. Pasajes y turismo es lo que declaran adquirir en línea el 11,3 % de los usuarios de comercio electrónico locales (aunque medido monetariamente este rubro sea uno de los más importantes). En séptimo lugar, con 9,4 % de las ventas surgen los CD o DVD de música y películas y el octavo puesto lo comparten las compras en la web de entradas para espectáculos y eventos y la línea de electrodomésticos con 7,9 % cada una.



2.5. Particularidades del mercado

2.5.1. Condiciones particulares del mercado en el cual la empresa operará.

El mercado de las mascotas es conducido por “emociones”, aquellas que los dueños de las mascotas tienen por las mismas. Los compradores de los productos son, mayoritariamente, de sexo femenino, quienes llevan adelante, en general, las compras del hogar y quienes, en gran medida, conviven más tiempo con sus animales. Asimismo, podría definir al rubro de las mascotas como muy competitivo, ya que se facturan anualmente, en nuestro país, un promedio de entre \$1.200 a 1.500 millones anuales. Dicha facturación se distribuye en más de 5.000 puntos de ventas, entre veterinarias, pet shops, súper e hipermercados, autoservicios y forrajeras.

Otra particularidad que se está dando en el mercado de mascotas es el fenómeno conocido como “humanización” de las mascotas, en el cual, los animales hacen parte fundamental en la vida de las personas. Esto se puede evidenciar en la cantidad de nuevos productos y servicios que se ofrecen en el mercado, que van, de collares y correas hasta servicios de spa, seguros de vida y cementerios caninos.

2.6. Distribución geográfica

2.6.1. Distribución geográfica de nuestro mercado potencial.

La distribución geográfica de nuestro mercado potencial será en todo el territorio Argentino, haciendo enfoque principalmente en las ciudades más grandes del país.



2.6.2. Detalles que consideramos relevantes respecto a la distribución espacial del negocio.

Otro detalle que consideramos relevante respecto a la distribución espacial del negocio, es que en un contexto mundial en el que cada vez se le da más importancia a la inclusión digital, Argentina se posiciona como uno de los países con mayor cantidad de conexiones a Internet en la región. En el último año se registró un incremento del 44,5 por ciento de nuevas conexiones hogareñas a la “red de redes” y entre ellas se destaca el aumento de sistemas inalámbricos y satelitales que creció en un 148 por ciento.

Otro punto a tener en cuenta es que el porcentaje de las conexiones residenciales con acceso a internet anteriormente representaban a 5.123.813 hogares en septiembre de 2010 con respecto a los 7.404.028 de hogares en 2011. También surgió un gran crecimiento en la cantidad de conexiones gracias a la incorporación del auge de los módems inalámbricos y la tecnología 3G.

Según el estudio “Estado de Internet en Argentina” dice que el involucramiento de la audiencia argentina en Internet es el mayor de América Latina, ya que el promedio de uso de Internet de los Argentinos, supera en 4 horas el promedio mundial. El promedio de los usuarios de Argentina es el segundo más alto en cuanto a tiempo consumido en Facebook.com con 8,8 horas, detrás de Israel, donde los visitantes promediaron 10,6 horas durante abril.

Otro dato importante a tener en cuenta sobre este estudio es que 9 de cada 10 usuarios web argentinos visitaron un sitio de redes sociales en el mes de marzo 2011. Redes sociales es la principal categoría en Argentina, alcanzando 91% de la población web. En el último año, los sitios de redes sociales, registraron en Argentina un crecimiento del 12%, superando el crecimiento regional y mundial de la categoría. A nivel regional, el alcance los



sitios de redes sociales, se incrementó un 7%, mientras a nivel mundial creció un 6%.

Argentina es el 5° mercado de Facebook.com por alcance, con un 89,2% de la población web. Primero se encuentran Filipinas (93,9%), Israel (91%), Turquía (90,9%), y Chile (90,2%).

2.6.3. Limitaciones de nuestro mercado potencial en cuanto a acceso a nuestro negocio.

La verdad que no se me ocurre ningún mercado potencial por razones de acceso.

2.6.4. Justificación de la selección del área a servir por nuestra empresa.

La selección del área a servir por parte de la empresa surge debido a que es donde hay mayor concentración de mascotas. Esto se debe principalmente a la mayor concentración de habitantes. Un estudio reveló que 8 de cada 10 familias poseen una mascota en su casa.

2.7. Segmentación del mercado

2.7.1. Descripción sintéticamente del / los conjuntos/s de variables relevantes a los efectos de segmentar el mercado.

Para poder segmentar el mercado se necesita determinar las siguientes variables en cuanto al usuario de la red social:

- Cantidad de hogares con alguna mascota.
- Promedio de mascotas según tipo (perro, gato, tortuga, etc.)
- Composición familiar de los hogares con mascotas y su nivel socioeconómico.



- Cantidad de dueños de mascotas que usan internet frecuentemente.

Para segmentar el mercado de personas y empresas interesadas en anunciar en el sitio se necesitan determinar las siguientes variables:

- Cantidad de negocios relacionados con mascotas que operen en Capital Federal.
- Nivel de interés y recursos de los negocios centrados en mascotas de publicitarse en internet.
- Promedio de los distintos tipos de negocios relacionados con mascotas en Capital Federal (veterinarias, comida de mascotas, medicina de mascotas, criaderos, etc.).

2.7.2. Definición de un conjunto de variables a adoptar.

Para usuarios:

- Cantidad de hogares con alguna mascota: Se seleccionó esta variable con objeto de determinar, en primera instancia, la envergadura del mercado total al que apunta la empresa. Definimos “hogares” y no “familias” ya que este concepto abarca a más dueños de mascotas.
- Promedio de mascotas según tipo: Esto es de especial importancia para el negocio, ya que determina el tipo de mascotas a las que se les debe dar especial foco, así como las subclases dentro de los mismos (raza de perro, por ejemplo) debido a que cada uno tendrá sus propias necesidades y características.



- Composición familiar de los hogares con mascotas y su nivel socioeconómico: Es importante determinar la composición familiar y el nivel socioeconómico del target para poder determinar la manera en que el negocio deberá de dirigirse hacia los puntos más redituables y atractivos.
- Cantidad de dueños de mascotas que usan internet frecuentemente: Siendo el medio virtual por el cual el negocio se desarrollará, es imprescindible determinar esta variable para focalizar recursos más acertadamente.

Para publicistas:

- Cantidad de negocios relacionados con mascotas que operen en Capital Federal: ya que determina el volumen inicial de negocios a los cuales se ofrecerá un espacio en la página.
- Nivel de interés y recursos de los negocios centrados en mascotas de publicitarse en internet: Determinará que negocios deben de recibir mayor atención para seducirlos a apostar en publicitarse a través de la red social.
- Promedio de los distintos tipos de negocios relacionados con mascotas en Capital Federal (veterinarias, comida de mascotas, medicina de mascotas, criaderos, etc): Esta variable permite evaluar las maneras de aproximación para cada cliente potencial dentro del mercado meta.

2.7.3. Descripción de los diferentes segmentos en que hemos subdivido al mercado potencial.

Los segmentos se dividen en dos sub-categorías: dueños de mascotas (usuarios) y negocios relacionados con la mascota (publicitantes).



Estos, a su vez, se subdividen de la siguiente manera:

- Familia típica con entre 1 y 2 mascotas
- Hogares unipersonales con entre 1 y 2 mascotas
- Empresas grandes relacionadas con mascotas
- Pymes relacionadas con mascotas

2.8. Canales de distribución

2.8.1. Descripción de los canales de distribución existentes.

Ya que el negocio operará en internet, los canales de distribución vendrán siendo dados por los distintos sitios que proporcionen un flujo de visitas a la red social. Es por esto que lo que se le viene conociendo como Social Media y buscadores vendrán siendo de gran importancia para el negocio.

Estos sitios se caracterizan por distribuir conocimiento sobre algún suceso, persona, negocio, etc. entre sus millones de usuarios.

2.8.2. Características de cada uno de ellos describiendo tipo de canal, condiciones habituales de operación, y requisitos para su acceso.

- Facebook: Siendo la red social más importante, se planea utilizarlo no sólo para anunciar el sitio, sino que también para relacionarse con los usuarios potenciales. El costo para una campaña publicitaria se basa en elegir la cantidad de dinero que se desea invertir diariamente o el costo total de la misma, así como determinar cómo se pagarán los anuncios: cuando los usuarios hagan clic (**CPC**) o cuando estos sean vistos (**CPM**).
- Twitter: Hacer una cuenta en Twitter permitiría crear otro canal de entrada a nuevos usuarios, siendo a su vez útil en mantener una voz



activa con los clientes. Si bien se puede publicitar en el mismo, el verdadero uso no conlleva ningún costo más allá del tiempo invertido en crear una red de seguidores que publicite por si mismo la marca.

- Google, Yahoo! y Bing: Ambos buscadores cuentan con una opción de publicidad. La principal idea al colocar uno de estos avisos es que al posible cliente realizar una búsqueda relacionada a criterios pactados con el buscador, se les presente un aviso de la red social de mascotas. La manera de pagar viene siendo dada por click (CPC).

2.9. Empresas ofertantes existentes o potenciales.

2.9.1. Análisis de nuestros competidores y sustitutos.

Como se desarrolló en el punto 2.1, el negocio no posee competidores directos peligrosos. No obstante, se deben de analizar los sustitutos.

- www.tupetbook.com, red de origen colombiano, que ofrece sus servicios y productos por este medio, brinda un espacio para que sus clientes se conecten entre ellos. Está destinada a un mercado extranjero, en el cual nosotros no tenemos intenciones de incursionar en principio. Este sitio se centra en perros y gatos, con lo que no cubre todo el espectro de mascotas y, al haber surgido de otro negocio previo puede llegar a tener problemas de agencia con anunciantes.
- www.facepets.com.br. Este sitio, al igual que el competidor anterior, se centra sólo en perros y gatos. El peligro subyace en su similitud en el modelo que planteamos instalar en Buenos Aires. Su fuerte es la



información, ya que es bastante organizada en cuanto a dividir secciones de interés para los usuarios. Pero, si bien tiene buena información, es poco atractiva desde el punto de vista estético. Básicamente, carece de un nivel de visualización acorde a las tendencias en la web.

- www.lamascota.com/ar/. Si bien la página funcional más como portal y es poco agradable a la vista, su conexión al espacio virtual, denominado “La Isla” resulta ser interesante. En este lugar, los usuarios crean una casa dentro de una comarca. Los miembros son pocos, pero es una idea interesante de por sí. Su debilidad es la falta de alcance, ya que solo posee 1% de la población total de animales en Argentina.
- www.petsbook.com.ar. Otro competidor local, pero a diferencia del resto de competidores citados, en el sitio el foco es en el usuario. Esto queda más claro en cuanto a que las fotos de perfiles son de personas, como en Facebook. En cuanto al aspecto del sitio se puede decir que es bastante aceptable, aunque un tanto desordenado en cuanto al manejo de fotos y videos subidos por los usuarios.

2.9.2. Análisis a potenciales nuevos ingresantes.

Por el momento no existen potenciales nuevos ingresantes a corto plazo, por lo que resulta importante aprovechar la oportunidad para generar barreras de entrada aceptables para el tipo de negocio.



3. PLAN DE MARKETING

3.1. Selección de segmentos a servir

3.1.1. Segmentos apuntados.

Nuestro segmento elegido en cuanto a clientes a servir se eligió principalmente en base a productos y servicios vendidos, y es que direccionamos nuestra oferta a todos a todos los locales y marcas comerciales relacionadas el mercado de las mascotas que se encuentren en Capital Federal y Gran Bueno Aires. Por este motivo, se decidirá apuntar a los siguientes rubros dentro de “mascotas”:

- Dispenser automáticos para alimentar mascotas
- Alimentos para mascotas
- Fundas de autos para mascotas
- Moisés y puf cama para perros
- Jaulas transportadoras
- Ropa para mascotas
- Correas y collares
- Estética y cuidado para mascotas
- Libros de animales
- Servicios de paseadores
- Paseadores de perros
- Vacunas y fármacos



3.1.2. Tamaño del segmento elegido y su tasa de crecimiento

El mercado de las mascotas tuvo un crecimiento del 10 al 20% en el año 2010 según un informe privado, el cual se pronostica que seguirá creciendo, pero a niveles más moderados. Según el estudio, existe un 40% del mercado sin explotar. Esto incluye a los distintos rubros relacionados con mascotas.

Sabemos que en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Gran Buenos Aires, hay registrados un total de 4711 locales dedicados a la venta de productos y servicios para mascotas, y además 600 paseadores de forma oficial que pueden atender a un total de 8 animales a la vez.

Con esa información, sumado a los antes detallado, sabemos que nuestro segmento llega a un total de 5.711. Si tenemos en cuenta la potencialidad de mercado de 40%, logramos un mercado potencial total de 7.435 clientes. Nuestro mercado meta estimado para el primer año será de 500 clientes (2.632 anuncios), luego al cabo de los tres años quedara definido solo por el 30%, llegando a un objetivo a mediano plazo de 2.231 clientes (13.148 anuncios) interesados en publicar en nuestra red social algún producto o servicios que comercialicen. En el cuarto al quinto año lograremos un aumento del 15% aproximado llegando a 3.250 clientes (18.932 anuncios) interesados en publicitar en nuestra página. Sin contar las grandes marcas de alimentos balanceados, laboratorios especializados, ni otros rubros que estén interesados en publicar también.

3.1.3. Recursos necesarios para atender el segmento

Los únicos límites que vemos son aquellos en referencia al servicio de hosting contratado. Sin embargo, creemos conveniente que al contratar un servicio de hosting ilimitado de forma anual dicho aspecto deja de tener importancia.



3.2. Objetivos comerciales previstos

3.2.1. Objetivos comerciales de la empresa a corto, mediano y largo plazo

Hemos establecido objetivos de corto plazo pensando en lo ciclos de la industria de las mascotas. Consideramos que durante el primer trimestre (enero, febrero y marzo) no lograremos captar un número significativo de anunciantes porque la mayoría de los empresarios, en principio no nos conocerán, además de que no tendremos todavía un número significativo de usuarios. Definimos por lo tanto, que en dicho periodo ofreceremos un tiempo de prueba para que ellos mismos vean el crecimiento y los atributos de nuestros servicios.

Decidimos aprovechar los puntos claves de turismo para impulsar allí nuestra estrategia de comunicación y lograr captar un número significativo de usuarios a nuestra red social.

Empezando, de esta manera, el segundo trimestre con un mínimo de anunciantes. Para el mediano plazo, los meses restantes del primer año, creemos que nuestra tasa de crecimiento se mantendrá dentro del rango del 100% hasta lograr en primer año un total de 2632 anuncios. Al cabo del segundo año mantuvimos un crecimiento del 100% con respecto al primer año. En el tercer año estimamos un aumento del 150% con respecto al segundo año. En el cuarto y quinto año nuestras estimaciones de cuento al aumento de anuncios se ven disminuidas con respecto a las tendencias que se dieron en los primeros años en un 20%.

Estas tendencias en cuanto a las variaciones de los anuncios año tras año son los mismos porcentajes que tomamos con respecto a los usuarios.

Tomando el caso de Facebook, donde al cabo del primer año la red social aumento un 500% la cantidad de usuarios, nosotros decidimos incrementar



esos porcentajes adaptándolo a la demanda de Argentina y al mercado meta al cual apuntamos.

Reiteramos, para que nuestros objetivos en cuanto a clientes (anuncios) se cumplan, debemos lograr a la par ir conquistando cierto número de usuarios para cada periodo mencionado. Nuestra idea es ingresar al mercado como algo novedoso y nuevo, tener una página atractiva a la vista y fácil de usar para motivar a los usuarios a ingresar, además de participar activamente en ella.

3.2.2. Tablas en términos de ventas en unidades

	<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>
Servicios a Vender													
Platinum semestral	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	3
Platinum anual	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gold trimestral	0	0	0	112	0	0	224	0	0	448	0	0	784
Gold semestral	0	0	0	0	0	0	25	0	0	0	0	0	25
Silver mensual	0	0	0	61	61	61	121	121	121	243	243	243	1274
Silver trimestral	0	0	0	78	0	0	156	0	0	312	0	0	546
TOTAL													2632

3.2.3. Posición relativa a otras empresas competidoras

En principio, no implica avance sobre ninguna empresa, porque no tenemos competidores directos.

3.3. El producto

3.3.1. Describa en detalle el producto o servicio de base, sus beneficios básicos y complementarios.

Página de Log-in

The screenshot shows the login page for 'Kira'. At the top left is a green header with a large white letter 'P' made of paw prints. Below it is a green bar containing two input fields: 'Usuario Email...' and 'Contraseña Contraseña...'. To the right of these fields is a red-bordered box with the text 'La primera pantalla posee datos de autenticación.' Below the input fields is a green button labeled 'Regístrate aquí'. To the right of this button is another red-bordered box with the text 'Para nuevos usuarios, se presenta un botón para registrarse.' Below the green bar is a white banner with the text '¡Sé parte de la red social de mascotas más grande de la Argentina!' and a 'Regístrate aquí' button. The main content area features a collage of three polaroid-style photos of a black and tan dog sitting in a patterned bed. The name 'Kira' is written in green text over the bottom photo. Below the photos is a white box with the text '¡Únete a Kira y otras mascotas y diviértete!'. To the right of this box is a red-bordered box with the text 'La página principal presenta un miembro del sitio.' The background of the page is white with faint grey paw prints.

Página principal (Home)

The screenshot shows a pet social media interface. On the left is a navigation sidebar with icons for Home, Perfil, Amigos, Grupos, Juegos, and Servicios. The main content area features a Whiskas banner at the top, followed by two posts from users Bella and Bruno. Each post includes a profile picture, name, time, text, and a comment section. On the right, there is a vertical list of advertisements for various pet services and products. Annotations in red boxes provide details about the advertising features.

Barra de acceso fácil al resto de secciones.

La página principal, "Home", presenta las actualizaciones de todos los amigos agregados.

La publicidad platinum tiene rotación automática y manual.

Publicidad Gold y Silver.

Muestra de Perfil (1)



HOME

Bruno

Nombre: Bruno
Edad: 4
Especie: Perro
Raza: Boyero de Berna
Barrio: Belgrano

El perfil de los usuarios tiene una foto de perfil y los datos de la mascota.



Barra de contenido publicado por el usuario.

Bruno
Hace dos horas

Feliz con mi nuevo juguete!

Comenta! Huella de aprobación
Escribe aquí...

Acá aparecen mensajes de la mascota y sus amigos

Le Petit Pets
La mejor veterinaria para tu mascota!
Cabildo 3216, Belgrano.
Tel. 4890-2662

Pipetas Frontline
Cuida a tu perro de pestes indeseables. Consigue tu pipeta Frontline en tu veterinaria más cercana!

Calefactores de Acuarios Atman
Lo mejor que puedes encontrar en la web para tus peces!

Muestra de Perfil (2)

HOME

whiskas

Nombre: Tommy Filippa
Edad: 3
Especie: Gato
Raza: Mestizo
Barrio: Almagro

Tommy

Amigos Fotos Videos Gustos

Tommy
Hace 3 minutos

Estresadísimo con Lua...

Comenta! ↓ Lua aprueba

Chito: Típico...

Le Petit Pets
La mejor veterinaria para tu mascota!
Cabildo 3216, Belgrano.
Tel. 4890-2662

Pipetas Frontline
Cuida a tu perro de pestes indeseables. Consigue tu pipeta Frontline en tu veterinaria más cercana!

Calefactores de Acuarios Atman
Lo mejor que puedes encontrar en la web para tus peces!

Los marcos de la foto de perfil varían según la mascota.

Página de Amigos



Amigos

Filtrar por: Comuna Barrio Especie

La sección de amigos permite filtrarlos por distintas categorías

 Rayo	 He-man
 Falco	 Pelusa
 Nemo	 Melissa

Le Petit Pets
La mejor veterinaria para tu mascota!
Cabildo 3216, Belgrano.
Tel. 4890-2662

Pipetas Frontline
Cuida a tu perro de pestes indeseables. Consigue tu pipeta Frontline en tu veterinaria más cercana!

Calefactores de Ausonio Atman

Los amigos son mostrados con sus fotos de perfil y una huella según especie

Página de Grupos



Grupos

 Familia	 Amigos	 Vecinos
 Raza	 Especie	 Otros

Le
Petit
Pets

Le Petit Pets
La mejor veterinaria para
tu mascota!
Cabildo 3216, Belgrano.
Tel. 4890-2662



Pipetas Frontline
Cuida a tu perro de pestes
indeseables. Consigue tu
pipeta Frontline en tu
veterinaria más cercana!

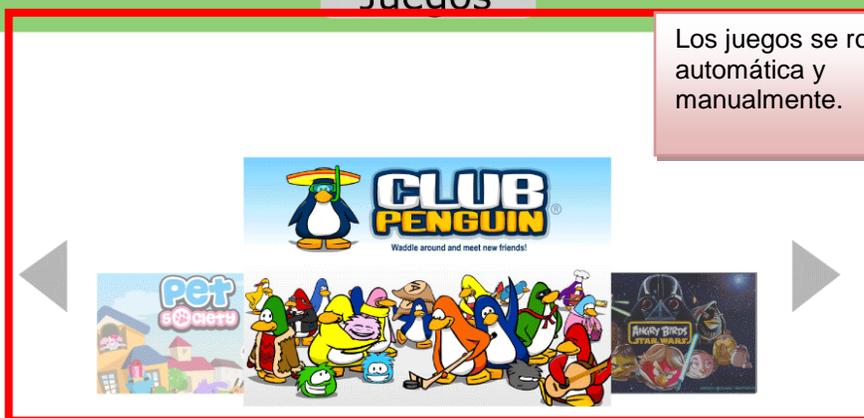
Los grupos categorizan,
según preferencias, a
distintos amigos o
contactos

Página de Juegos



Juegos

Los juegos se rotan automáticamente y manualmente.



Página de Servicios



Servicios

Filtrar por: Servicio Barrio Especie Productos

Los servicios se pueden filtrar por distintas categorías.



Petit Pets
La mejor veterinaria para tu mascota!
Cabildo 3216, Belgrano.
Tel. 4890-2662

Pipetas Frontline
Cuida a tu perro de pestes indeseables. Consigue tu pipeta Frontline en tu veterinaria más cercana!

Calefactores de Acuario Atlas

Los servicios son representados según el rubro.

Es una red social destinada pura y exclusivamente destinada a mascotas. Una red social es una plataforma en Internet por medio de la cual puedes interactuar con tus amigos, familiares y conocidos para compartir intereses, mensajes, fotos, vídeos y aplicaciones.

En particular nuestro servicio se basa en que los protagonistas permitidos sean animales. De esta manera, su dueño le puede crear un perfil exclusivo



para él/ella y solo subir y manejar material en referencia a su amada mascota.

El dueño no solo puede mostrar fotos, video y noticias de su mascota sino también intercambiar experiencias e intereses con otros dueños. Pero lo importante es que la única cara visible, y nombre, es siempre la de la mascota. Ella será la protagonista.

3.3.2. Aspectos relevantes del producto

La denominación técnica del nuestro servicios es una plataforma en internet que funcionara como red social. En cambio su denominación comercial, está dada por un portal que vende espacios de publicidad para que las empresas y personas que tengas negocios en relación con las venta de productos y servicios para mascotas publicite.

Nuestro servicio contara con una marca propia: **iPet**. Los usuarios de la red social tendrán acceso a las diferentes opciones que ofrezca la red (chat, fotos, videos, etc.). Para aquellos interesados en publicar en nuestra red, nuestros clientes, se les ofrecerá un espacio por un tiempo determinado para publicitar sus productos o servicios.

La asistencia técnica será tanto para el usuario cuando se le presente algún tipo de problemas con la pagina donde podre dejar sus inquietudes, y contaremos con políticas y términos de uso que los usuarios deberán aceptaron al ingresar.

En cuanto a nuestros clientes, también contaremos con una guía de políticas y términos de uso que deberán aceptar, pero igualmente se regulara por las normas que rigen al comercio electrónico.

Junto con la compra del servicio de publicidad, a los anunciantes se les habilitara un usuario en la misma red social donde pueden crear su perfil



propio de presentación para agregar más información sobre los productos o servicios que están publicitando.

3.3.3. Gama completa de servicios ofertados.

Nuestra red social contara con las siguientes opciones y aplicaciones:

- Crear perfil propio
- Conectar con amigos y demás usuarios de la red
- Intercambiar fotos, videos, notas, noticias, artículos, etc.
- Crear grupos según intereses, preferencias, etc.
- Crear Fan Pages sobre marcas específicas
- Publicar en una cartelera propia
- Juegos en línea
- Aplicaciones de diferentes temáticas
- Chat interno de las red social y mail con dominio propio

3.4. El precio

3.4.1. Estrategia de precios en el corto y mediano plazo.

Nuestra estrategia de precio será la de un arancel fijo ya sea por mes, trimestre, semestre o anual. Los precios que elegimos se mantendrán siempre igual del principio de nuestro negocio, hasta el objetivo de 5 años. A diferencia de otras páginas web donde cobran por clic, nosotros les ofreceremos a nuestros clientes espacio fijo, según tarifa, obtendrán diferentes ubicaciones y tamaños.



Precio de Vta. Unitario	
Platinum Semestral	\$ 6.500
Platinum Anual	\$ 11.000
Gold Trimestral	\$ 500
Gold Semestral	\$ 1.000
Silver Mensual	\$ 100
Silver Trimestral	\$ 250

Posición de anuncios y Precios:

The screenshot shows a mobile application interface. At the top, a dark banner displays 'Anual: \$11.000' and 'Semestral: \$6.500'. Below this, a navigation menu on the left includes icons for Home, Perfil, Amigos, Grupos, Juegos, and Servicios. The main content area features a post with a photo of a dog and a text input field labeled 'Comparte tus aventuras...'. On the right side, a vertical stack of yellow and tan boxes displays pricing information: 'Semestral: \$1000' and 'Trimestral: \$500' in yellow boxes, and 'Trimestral: \$250' and 'Mensuales: \$100' in tan boxes.



3.4.2. Variables relevantes respecto al precio

En principio, los precios no tendrán variaciones. Los descuentos que ofreceremos justamente serán por tiempo de contratación. Por ejemplo, para nuestros anunciantes Silver, tendremos dos opciones, o publicitar de forma trimestral por 250 pesos, o hacerlo de forma mensual por un total de 100 pesos al mes. Esa misma estrategia se mantendrá para todos nuestros niveles de servicios. Apuntamos a motivar a los publicistas a ver los beneficios de publicaciones a largo plazo y así, además, lograr capturar clientes por mayor tiempo.

En cuanto a los plazos de pago, nuestra empresa solo contará con la posibilidad de pagar en efectivo en el momento. Al ser un servicio de publicidad, la lógica que siguen la mayoría de los sitios publica una vez que el cliente les haya abonado. Nosotros para algunos clientes específicos, ofreceremos la opción de retrasar el pago hasta 30 días más de contratado el servicio.

3.5. Comunicación

3.5.1. Descripción del plan de comunicación.

Debemos considerar que nuestro foco no contempla la estrategia de comunicación orientada a nuestros clientes, sino a los usuarios de la red social, los cuales al aumentar, alentarán la demanda para espacios en nuestra red.

La tarea de comunicación será desarrollada internamente por la empresa. Las alternativas para la comunicación son las listadas a continuación:

- Fan Page en Facebook, con el nombre y servicios de la red social

- Comunicación boca en boca
- Carteleras en veterinarias, pet's shops:



- Difusión por demás redes sociales como Twitter, Myspace, Myblogspot, (no me acuerdo los nombre)
- Merchandising entregado en locales clientes al ser: collares con el logo, bolsas para residuos del animal, correas.



- Publicidad en medios gráficos exteriores (edificios, vía pública, etc.). Los barrios donde se colocaran las graficas serán en Belgrano, Recoleta, La Plata y Vicente López, ya que en esas localidades es donde hay mayor concentración de mascotas.



Como aclaramos en nuestras ventas mensuales, los primero 3 meses de iniciado el proyecto no contaremos con ingresos por publicidad ya que ofreceremos publicidad gratis para que nuestros clientes puedan promocionar su marca en la página sin pagar. Esta estrategia de comunicación nos ayudara para que en el cuarto mes obtengamos ingresos por la venta de publicidad por parte de esos clientes al ver la cantidad de usuarios que generamos en ese mes es importante, además de poder visualizar las ventajas que ofrece nuestro servicio.



3.5.2. Presupuesto para la inversión en comunicación.

Nuestro presupuesto para la publicidad será de un total de 20.000 pesos mensuales, destinados principalmente en graficas en la vía pública, contratado mediante la empresa Gramatika S.A. Los principales puntos serán en las calles más transitadas de La Ciudad de Buenos Aires. Los montos con respecto a la publicidad no variaran mes a mes ya que consideramos que nuestra publicidad es el punto más fuerte para fortalecer nuestra marca y diferenciarnos de futuros competidores.

Además, contamos con merchandising para el cual destinaremos un total de 20.500 pesos a utilizar en los primeros 3 meses de lanzamiento de nuestra red social. Adquiriremos collares con el logo para perros y gatos, bolsas de residuos con nuestro logo para los desperdicios de las mascotas cuando las personas las sacan a pasear, tarjetas comerciales para nuestros clientes con nuestros datos, y por último, carteleras en veterinarias y pet's shops que accedan a nuestros servicios publicitarios.

Estimaciones mes a mes comunicación:

	<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>
Merchandising	\$ 20.500	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Publicidad Grafica Exterior	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000

Costos Merchandising

	Precio por unidad	Cantidad	Total
Collares	2,9	6000	\$ 17.400
Bolsas Biodegradables	0,125	12.000	\$ 1.500
Tarjetas Comerciales	0,13	3000	\$ 390
Carteles para Vet-Pet Shop's	0,4	3000	\$ 1.200
TOTAL			\$ 20.490



3.6. Distribución

3.6.1. Sistema de distribución seleccionando

Al ser un servicio de red social basada en una plataforma en Internet, no tendrá canal de distribución específico. La vía de llegada a los usuarios y clientes será por la web, la cual se cuenta en todo momento, y lugar.



4. PLAN DE OPERACIONES

4.1. Contexto y factores que influyen en las operaciones de la empresa.

Los factores que cambios que influirán en las operaciones de la empresa serán: la baja/corte de suministros de internet a la empresa para el continuo funcionamiento de la página y cambios o restricciones a las leyes de internet.



4.2. Procesos

4.2.1. Procesos Principales del ciclo total de producción del sistema

PROCESOS PRINCIPALES	QUÉ SE OBTIENE	CÓMO	CUÁNDO	CON QUÉ Y CUÁNTO	CON QUIÉN Y CUÁNTO
Creación de la pagina web	El diseño principal de la pagina	Por medio de un programa de diseño web (fireworks)	De diciembre del 2012 a enero del 2013	Con una computadora. Su costo será de \$10000 pesos	Diseñador de página web. El costo será de \$15000 pesos
Ventas de publicidad	La adquisición de clientes que publicitaran en nuestro sitio	Por medio de visitas personalizadas a los distintos clientes meta	Desde enero, febrero y marzo del año 2013	Por medio de un prototipo de la red social y merchandising de la marca. Su costo será de \$20500 pesos por todo el material	A través de nuestros dos vendedores contratados por la empresa. Su costo será de \$3500 pesos + comisiones cada uno.
Diseño de las publicidades	El diseño de las publicidades pagadas por nuestros clientes	Por medio de un programa de diseño (adobe illustrator)	Una vez pagada la publicidad se diseña la publicidad y el cliente aprobara la misma	Con una computadora. Su costo será de \$10000 pesos	A través de nuestro diseñador por un sueldo \$7000 pesos mensuales.
Cobranzas a clientes y pago a proveedores	Nuestros ingresos y el pago de nuestras deudas	Por medio de planillas de Excel	Desde el comienzo del proyecto de forma diaria	Con una computadora. Su costo será de \$4800 pesos	A través de nuestro administrador por un sueldo de \$5500 pesos

4.2.2. Operaciones Críticas del negocio

Nosotros consideramos que las actividades críticas que demandaran mayor atención por nuestra parte serán todos aquellos procesos relacionados con el mantenimiento y actualizaciones de nuestra red social y sus aplicaciones. Consideramos que en cuanto más atractiva sea nuestra página para nuestros usuarios, y por lo tanto, crezca nuestra popularidad, los clientes/publicistas estarán más interesados en acceder a nuestros servicios.



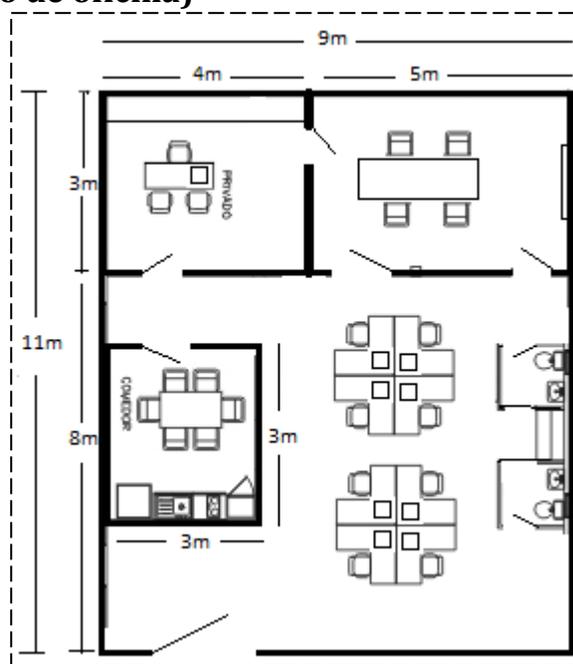
4.3. Recursos materiales

EQUIPAMIENTO / MÁQUINAS	FUNCIÓN QUE DESEMPEÑA	CANTIDAD	COSTO PREVISTO
Computadora diseñador/programador	Servirá para el diseño de la página web y el mantenimiento de la misma.	2	\$10000 c/u
Computadora administrador	Servirá para que el administrador realice los reportes y controles diarios.	5	\$4800 c/u
Proyector con pantalla	Proyecciones del producto para la visita de clientes y reuniones internas	1	\$4840
Celulares Nextel	Comunicación entre los vendedores y con el director	4	\$484 c/u

4.4. Recursos humanos necesarios

TAREAS A REALIZAR	NÚMERO DE PERSONAS REQUERIDAS			NÚMERO DE HORAS	TURNOS	CALIFICACIÓN REQUERIDA
	1 año	2 año	3 a 5 año			
visita a los clientes	2	3	3	6 horas diarias	1	Experiencia en el rubro ventas
cobro de servicios y pago a proveedores	1	2	2	9 horas diarias	1	Estudios en ciencias económicas
mantenimiento y actualización de la pagina	1	1	2	5 horas diarias	1	experiencia previa en diseño web
diseño de publicidades	1	1	2	5 horas diarias		experiencia previa en el diseño publicitario

4.5. Lay-out (Plano de oficina)



4.6. Infraestructura física

	SUPERFICIE	ALTURA	REQUERI-MIENTOS AMBIENTALES
Oficina gerente	12 m ² (4x3)	2,5 m	ambiente climatizado
Oficina reunión	15 m ² (5x3)	2,5 m	
Cocina	6 m ² (3x3)	2,5 m	
Zona cubículos	30m ² (10x3)	2,5m	
baños (2)	5m ² (2,5x2,5)	2,5 m	
Zona libres	31 m ²	2,5 m	
TOTAL	99 m²	2,5m	

4.6.1. Carácter propietario de la infraestructura necesaria

La infraestructura necesaria para poder desarrollar nuestro proyecto será alquilada mensualmente. El contrato será a 2 años, renovable de acuerdo a las leyes inmobiliarias. La oficina alquilada cuenta con muebles y teléfonos



fijos y los accesorios necesarios para el funcionamiento de nuestro proyecto, con lo cual no será necesaria una inversión en muebles.

4.7. Determinación de plazos

4.7.1. Pasos precisos para comenzar con la prestación regular del servicio

El tiempo preciso para llevar a cabo el proyecto y comenzar a brindar el servicio es de 1 mes.

Los pasos para poder desarrollar el proyecto será principalmente tener las conexiones necesarias como internet y las computadoras para que la pagina este en marcha, la adquisición del hosting donde nos brindaran el **Servidor** que es necesario que esté corriendo en Linux, ya que la mayoría de los programas de red social corren solamente en este sistema operativo, **MySQL** que es la base de datos que la mayoría de programas de redes sociales utilizan, **PHP** es el programa (software) que utilizan los servidores para comunicarse con la base de datos, el espacio suficiente para poder soportar la gran cantidad de usuarios ya que al ser una red social los usuarios van a poder subir fotos, videos, etc. y el **Ancho de banda** para poder soporta la transferencia de datos, y la contratación del programador y diseñador para que diseñen la pagina web.

Los hosts ofrecen servicios de confiabilidad tales como el mantener su página conectada a internet 24 horas para estar accesible desde cualquier parte del mundo en un momento dado. Los hosts hacen backup diario de cada sitio web, llevan las estadísticas de todos los websites, tienen un sistema de backup que entra a funcionar en caso de que se caiga un servidor y tienen servicio de soporte 24/7.

El servicio de hosting se encargara de pagar los impuestos relacionados con actividad en internet de nuestra red social.



Una vez tomado el plan, y habiendo adquirido un dominio usted puede subir o upload todo su website al servidor que le prestará también el servicio de email con su dominio, donde podrá abrir cuentas de email, recibir y enviar email, mirar las estadísticas, instalar otras aplicaciones, etc.

4.7.2. Plazos de entrega y pagos en función de los distintos proveedores:

Nuestro único proveedor es el servidor de internet. El plazo de entrega del servicio será en el momento de la instalación y el pago del mismo se realizara mensualmente. El servicio contratado será un paquete de 10 megas contratado a la empresa Arnet empresas, lo que nos dará suficiente velocidad y capacidad para soportar el funcionamiento adecuado a la página web.

4.8. Determinación de la Capacidad

4.8.1. Capacidad requerida para responder adecuadamente al mercado.

Debido a nuestro hosting ilimitado que contratamos para poder llevar a a cabo la página vamos a tener la capacidad de atender a la totalidad de los anuncios estimados al cabo de los 5 años.



4.9. Gastos operativos

	<u>1º AÑO</u>	<u>2º AÑO</u>	<u>3º AÑO</u>	<u>4º AÑO</u>	<u>5º AÑO</u>
Internet	\$ 3.600	\$ 2.880	\$ 2.880	\$ 2.880	\$ 2.880
Hosting	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000
Servicios	\$ 25.200	\$ 25.200	\$ 25.200	\$ 25.200	\$ 25.200
Alquiler oficina	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000
II.BB. (3%)	<u>\$ 21.012</u>	<u>\$ 41.844</u>	<u>\$ 90.869</u>	<u>\$ 108.845</u>	<u>\$ 130.415</u>
Gastos de Operación	\$ 236.812	\$ 230.724	\$ 279.749	\$ 297.725	\$ 319.295
IVA 21%	\$ 38.010	\$ 605	\$ 605	\$ 605	\$ 605
IVA 27%	<u>\$ 9.396</u>	<u>\$ 50.220</u>	<u>\$ 50.220</u>	<u>\$ 50.220</u>	<u>\$ 50.220</u>
Gs. Operac. (c/IVA)	\$ 284.218	\$ 281.549	\$ 330.574	\$ 348.549	\$ 370.120
Gs. Operac. Venc.	\$ 219.010	\$ 323.585	\$ 326.488	\$ 347.051	\$ 368.323
Gs. Operac. por pagar	\$ 65.208	\$ 23.172	\$ 27.257	\$ 28.755	\$ 30.553



4.10. Inversiones

4.10.1. Inversiones requeridas (en orden de importancia)

INVERSIONES	COSTO (\$)
Computadoras (1)	\$8000 pesos computadoras para programador y diseñador
Computadoras (5)	\$4800 pesos computadoras para administradores y gerente
Diseño de la pagina web	\$15000 pesos
Heladera (1)	\$3000 pesos
Microondas (1)	\$800 pesos
Proyecto (1)	\$4000 pesos
Televisor (1)	\$3000 pesos
Celulares (4)	\$400 pesos
TOTAL INVERSIÓN	\$46400

4.11. Programación de puesta en marcha del plan de operaciones

4.11.1 Gastos Asociados

El gasto asociado al diseño del prototipo está relacionado con el pago que se le realizara al programador una vez diseñada la página que será de \$15000 pesos y las pruebas de las mismas antes de la puesta en marcha del proyecto. Los plazos del diseño y del prototipo de desarrollaran durante todo el primer mes del 2012. De las pruebas al prototipo obtendremos el diseño final de nuestra página. Una vez echa las pruebas en base a todas las situaciones posibles que un usuario pueda realizar en nuestra página además de ser capaz de soportar la cantidad de usuarios activos al mismo tiempo.



5. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

5.1. Personal directivo, personal administrativo y operarios de la empresa.

5.1.1. Personal directivo:

PUESTO DE TRABAJO	TAREAS / RESPONSABILIDADES	NIVEL DE RESULTADOS	HABILIDADES TÉCNICAS	HABILIDADES DIRECTIVAS	PERFIL	REMUNERACIÓN
Gerente (1)	Coordinación de las diferentes áreas de staff de la empresa.	Liderar a nuestro equipo al crecimiento de un 200% para el primer año.	Inglés, paquete office, herramientas de gestión.	Experiencia como líder, experiencia en el mercado.	Dinámico, proactivo, estilo afiliativo.	9000\$

5.1.2. Personal administrativo:

PUESTO DE TRABAJO	TAREAS / RESPONSABILIDADES	HABILIDADES TÉCNICAS	PERFIL	REMUNERACIÓN
Ejecutivo Cuentas a pagar y a cobrar (1)	Supervisar y garantizar que los circuitos de cuentas a pagar y a cobrar se cumplan en tiempo y forma.	Manejo de paquete office avanzado. Graduado en ciencias económicas.	Manejo de personal, trabajo en equipo, responsable.	\$5500
Vendedor de Publicidad (2)	Visitar a los clientes, y vender los espacios publicitarios.	Manejo paquete office, experiencia en venta de publicidad.	Experiencia en venta de publicidad, proactivo, buena presencia.	\$3500



5.1.3. Personal operativo:

CONDICIONES DE TRABAJO	PUESTO DE TRABAJO	TAREAS O FUNCIONES	HABILIDADES TÉCNICAS	REMUNERACIÓN
Contratación full-time	Programador /Diseñador	Diseño, programación y mantenimiento de la red social y las publicidades que se vendan.	Buen nivel de PHP, Conocimiento de MySQL, Java.	7000\$

5.2. Capacitación para el personal.

Creemos que no será necesario de ningún programa de capacitación específico que conozcamos hasta el momento. Las habilidades y competencias de nuestros recursos humanos se basan en sus respectivos títulos profesionales y experiencias laborales anteriores.

5.3. Fuente de reclutamiento considera más adecuada.

Las formas de reclutamiento que usaremos serán páginas y portales de internet más usadas dedicadas a ello:

-ZonaJobs.com

-Bumeran.com

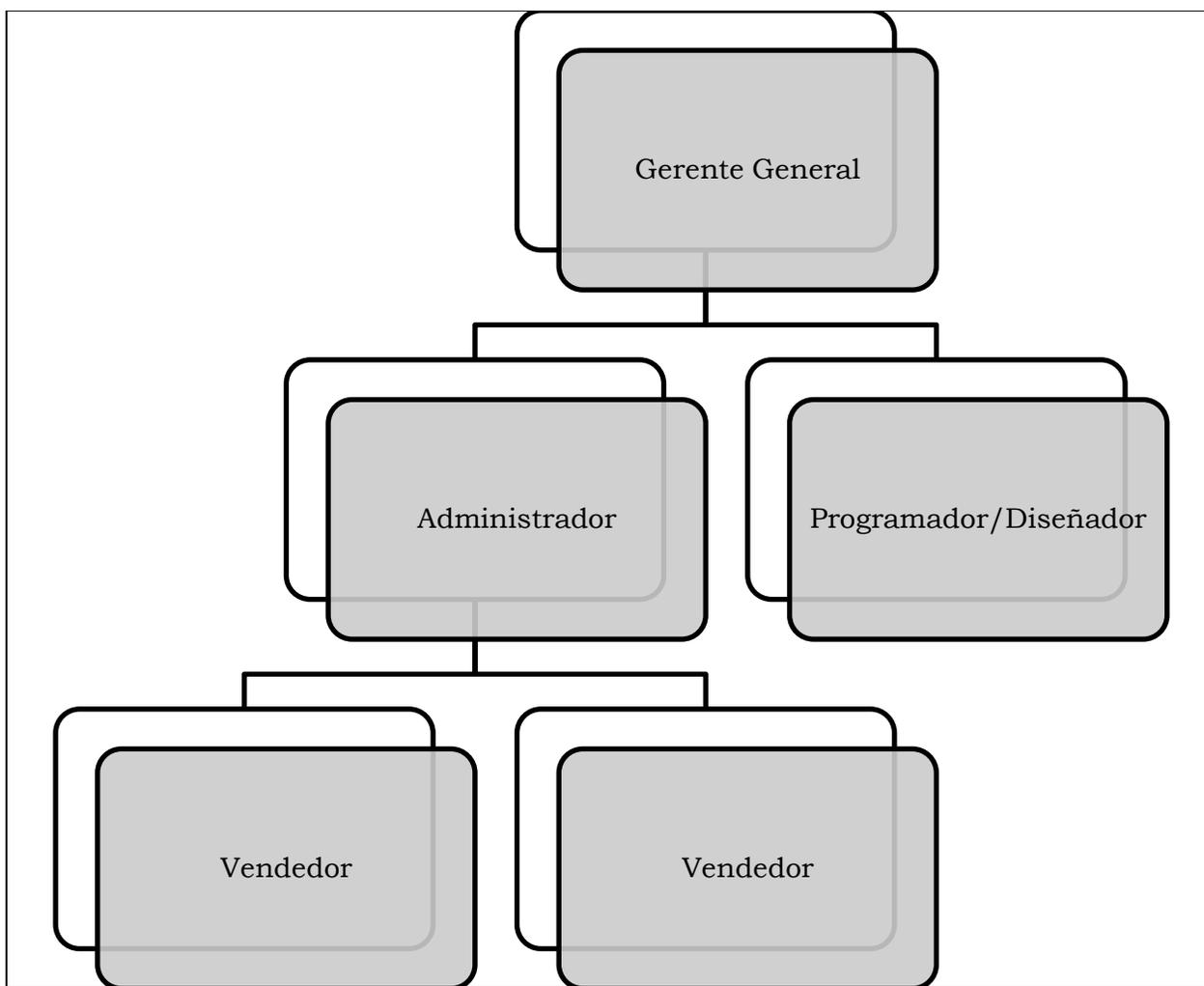
Igualmente tenemos en consideración que para que las búsquedas sean exitosas los perfiles de nuestros recursos deben estar definidos previamente a empezar las búsquedas, y pidiendo referencias de sus trabajos anteriores para así elegir a los candidatos idóneos.

Además, creemos que al ser un trabajo creativo será de suma importancia tener en cuenta recomendaciones, y buenas críticas que acrediten sus capacidades y habilidades.



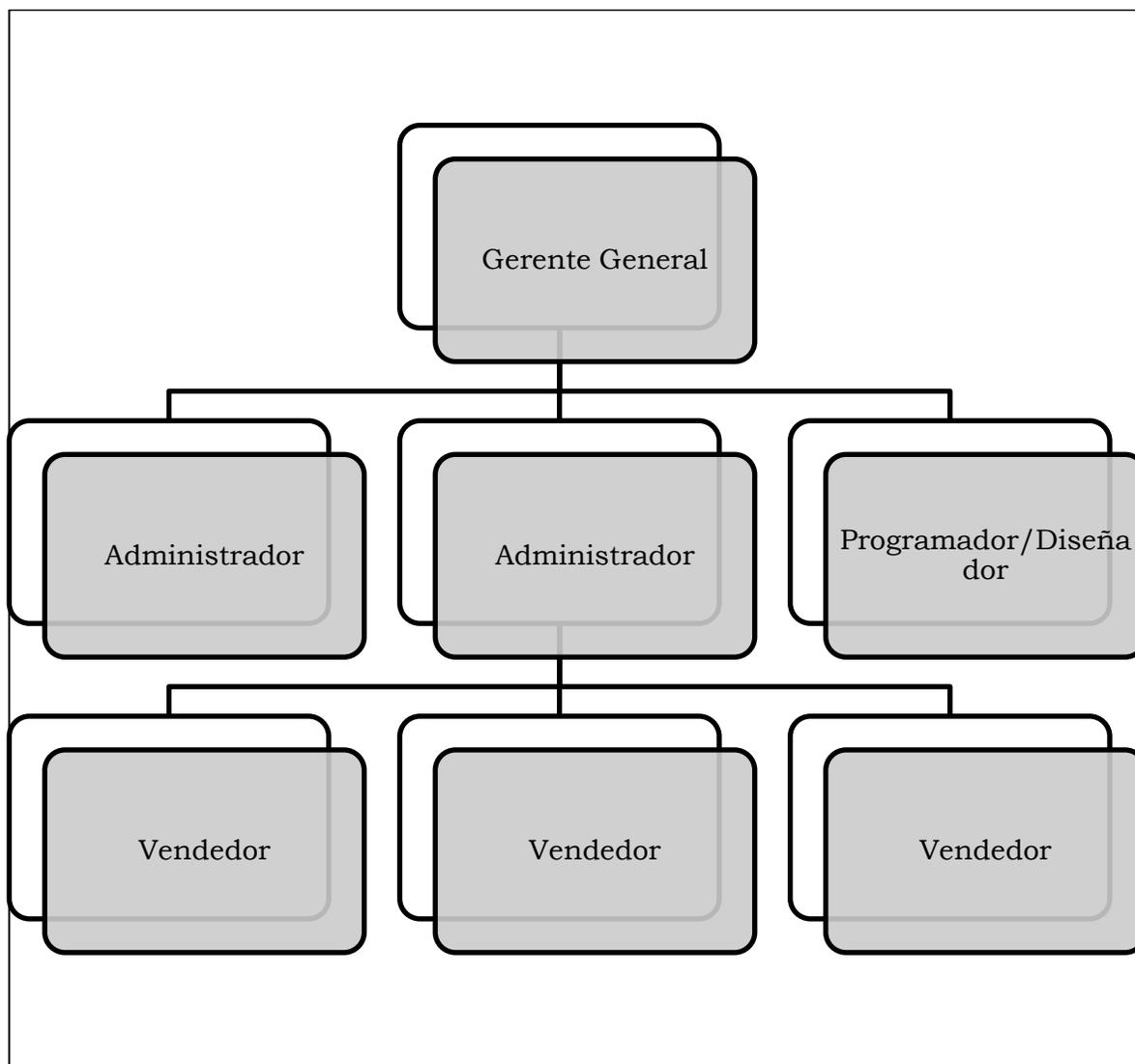
5.4. Organigramas proyectados

5.4.1. Organigrama AÑO 1:

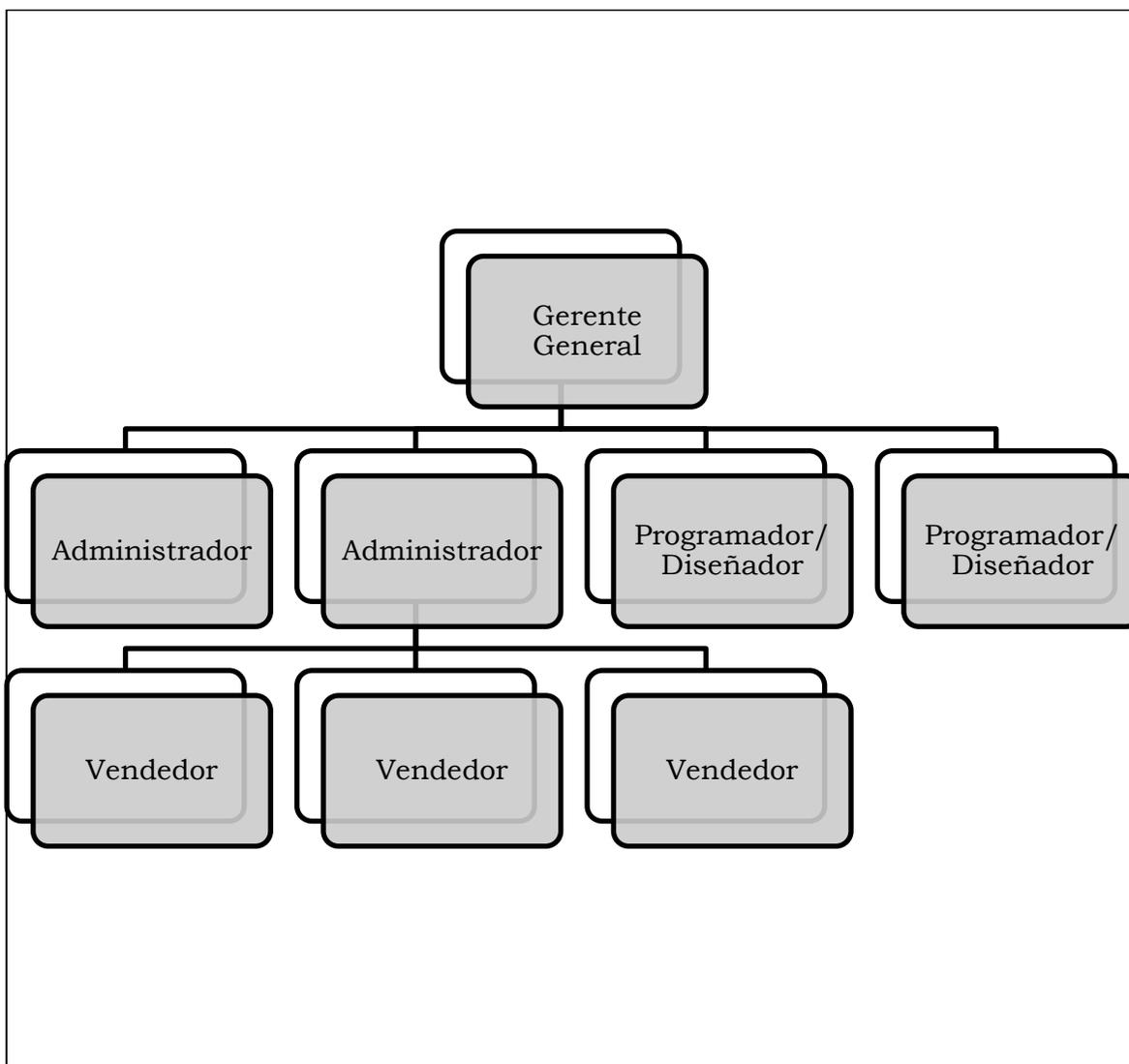




5.4.2. Organigrama AÑO 2:



5.4.3. Organigrama AÑO 3 -5:





6. PLAN FINANCIERO

6.1. Pronóstico de ventas

	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
Servicios a Vender													
Platinum semestral	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	3
Platinum anual	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gold trimestral	0	0	0	112	0	0	224	0	0	448	0	0	784
Gold semestral	0	0	0	0	0	0	25	0	0	0	0	0	25
Silver mensual	0	0	0	61	61	61	121	121	121	243	243	243	1274
Silver trimestral	0	0	0	78	0	0	156	0	0	312	0	0	546
Precio de Vta. Unit.													
platinum semestral	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500
Platinum anual	\$ 11.000	\$ 11.000	\$ 11.000	\$ 11.000	\$ 11.000	\$ 11.000	\$ 11.000	\$ 11.000	\$ 11.000	\$ 11.000	\$ 11.000	\$ 11.000	\$ 11.000
Gold trimestral	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500
Gold semestral	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000
Silver mensual	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100
Silver trimestral	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250
Ventas (Brutas)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 81.567	\$ 6.067	\$ 6.067	\$ 207.633	\$ 12.133	\$ 12.133	\$ 326.267	\$ 24.267	\$ 24.267	\$ 700.400
IVA 10,5%	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 8.565	\$ 637	\$ 637	\$ 21.802	\$ 1.274	\$ 1.274	\$ 34.258	\$ 2.548	\$ 2.548	\$ 73.542
Ventas (Netas)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 90.131	\$ 6.704	\$ 6.704	\$ 229.435	\$ 13.407	\$ 13.407	\$ 360.525	\$ 26.815	\$ 26.815	\$ 773.942
Vtas. al Ctdo. (70%)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 63.092	\$ 4.693	\$ 4.693	\$ 160.604	\$ 9.385	\$ 9.385	\$ 252.367	\$ 18.770	\$ 18.770	\$ 541.759
Vtas. a 30 ds. (30%)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 27.039	\$ 2.011	\$ 2.011	\$ 68.830	\$ 4.022	\$ 4.022	\$ 108.157	\$ 8.044	\$ 8.044	\$ 232.183
Recupero de Cartera	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 27.039	\$ 2.011	\$ 2.011	\$ 68.830	\$ 4.022	\$ 4.022	\$ 108.157	\$ 8.044	\$ 224.138
Ingresos Efectivos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 63.092	\$ 31.732	\$ 6.704	\$ 162.615	\$ 78.216	\$ 13.407	\$ 256.389	\$ 126.928	\$ 26.815	\$ 765.898
Ctas. por Cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 27.039	\$ 2.011	\$ 2.011	\$ 68.830	\$ 4.022	\$ 4.022	\$ 108.157	\$ 8.044	\$ 8.044	\$ 8.044

	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
Servicios a Vender					
Platinum semestral	3	-	-	-	-
Platinum anual	-	3	3	3	3
Gold trimestral	784	1.568	3.450	4.140	4.967
Gold semestral	25	50	110	132	158
Silver mensual	1.274	2.548	5.606	6.727	8.072
Silver trimestral	546	1.092	2.402	2.883	3.459
Precio de Vta. Unit.					
Platinum semestral	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500
Platinum anual	\$ 11.000	\$ 11.000	\$ 11.000	\$ 11.000	\$ 11.000
Gold trimestral	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500
Gold semestral	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000
Silver mensual	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100
Silver trimestral	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250
Ventas (Brutas)	\$ 700.400	\$ 1.394.800	\$ 3.028.960	\$ 3.628.152	\$ 4.347.182
IVA 10,5%	\$ 73.542	\$ 146.454	\$ 318.041	\$ 380.956	\$ 456.454
Ventas (Netas)	\$ 773.942	\$ 1.541.254	\$ 3.347.001	\$ 4.009.108	\$ 4.803.637



6.2. Presupuesto de personal

	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			
Gerentes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Gerente	9000	
Vendedores	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	Vendedor	3500	
disenador/programador	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Disenador	7000	
Administrativos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Administrador	5500	
Sueldos Brutos	\$ 28.500	\$ 42.750	\$ 28.500	\$ 42.750	\$ 370.500	-										
Gerentes	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 13.500	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 13.500	\$ 117.000	-	
vendedores	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 10.500	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 10.500	\$ 91.000	-	
Disenador/programador	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 10.500	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 10.500	\$ 91.000	-	
Administrativos	\$ 5.500	\$ 5.500	\$ 5.500	\$ 5.500	\$ 5.500	\$ 8.250	\$ 5.500	\$ 5.500	\$ 5.500	\$ 5.500	\$ 5.500	\$ 5.500	\$ 8.250	\$ 71.500	-	
Aportes (20%)	\$ 5.700	\$ 8.550	\$ 5.700	\$ 8.550	\$ 74.100	-										
Contribuciones (30%)	\$ 8.550	\$ 12.825	\$ 8.550	\$ 12.825	\$ 111.150	-										
Sueldo Neto	\$ 22.800	\$ 34.200	\$ 22.800	\$ 34.200	\$ 296.400	-										
Sueldo Neto Venc.	\$ 22.800	\$ 22.800	\$ 22.800	\$ 22.800	\$ 22.800	\$ 34.200	\$ 22.800	\$ 22.800	\$ 22.800	\$ 22.800	\$ 22.800	\$ 22.800	\$ 34.200	\$ 296.400	-	
Sueldo Neto por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	-	
Cargas Sociales	\$ 14.250	\$ 21.375	\$ 14.250	\$ 21.375	\$ 185.250	-										
Cargas Soc. Vencidas	\$ -	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 21.375	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 163.875	-	
Cargas Soc. por pagar	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 21.375	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 21.375	\$ 21.375	-	

	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
Gerente	1	1	1	1	1
vendedor	2	3	3	3	3
Disenador/programador	1	1	2	2	2
Administrativos	1	2	2	2	2
Sueldos Brutos	\$ 370.500	\$ 487.500	\$ 578.500	\$ 578.500	\$ 578.500
Gerente	\$ 117.000	\$ 117.000	\$ 117.000	\$ 117.000	\$ 117.000
vendedor	\$ 91.000	\$ 136.500	\$ 136.500	\$ 136.500	\$ 136.500
Disenador/programador	\$ 91.000	\$ 91.000	\$ 182.000	\$ 182.000	\$ 182.000
Administrativos	\$ 71.500	\$ 143.000	\$ 143.000	\$ 143.000	\$ 143.000
Aportes (20%)	\$ 74.100	\$ 97.500	\$ 115.700	\$ 115.700	\$ 115.700
Contribuciones (30%)	\$ 111.150	\$ 146.250	\$ 173.550	\$ 173.550	\$ 173.550
Sueldo Neto	\$ 296.400	\$ 390.000	\$ 462.800	\$ 462.800	\$ 462.800
Sueldo Neto Venc.	\$ 296.400	\$ 390.000	\$ 462.800	\$ 462.800	\$ 462.800
Sueldo Neto por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cargas Sociales	\$ 185.250	\$ 243.750	\$ 289.250	\$ 289.250	\$ 289.250
Cargas Soc. Vencidas	\$ 163.875	\$ 243.750	\$ 289.250	\$ 289.250	\$ 289.250
Cargas Soc. por pagar	\$ 21.375	\$ 21.375	\$ 21.375	\$ 21.375	\$ 21.375



6.3. Gastos de operación no relacionados con la mano de obra (fijos).

	1º M	2º M	3º M	4º M	5º M	6º M	7º M	8º M	9º M	10º M	11º M	12º M
Internet	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300
hosting	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500
Impuestos municipal	\$ 1.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
servicios	\$ 2.100	\$ 2.100	\$ 2.100	\$ 2.100	\$ 2.100	\$ 2.100	\$ 2.100	\$ 2.100	\$ 2.100	\$ 2.100	\$ 2.100	\$ 2.100
Alquiler oficina	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000
II.BB. (3%)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.447	\$ 182	\$ 182	\$ 6.229	\$ 364	\$ 364	\$ 9.788	\$ 728	\$ 728
Gastos de Operación	\$ 18.900	\$ 17.900	\$ 17.900	\$ 20.347	\$ 18.082	\$ 18.082	\$ 24.129	\$ 18.264	\$ 18.264	\$ 27.688	\$ 18.628	\$ 18.628
IVA 21%	\$ 3.360	\$ 3.150	\$ 3.150	\$ 3.150	\$ 3.150	\$ 3.150	\$ 3.150	\$ 3.150	\$ 3.150	\$ 3.150	\$ 3.150	\$ 3.150
IVA 27%	\$ 783	\$ 783	\$ 783	\$ 783	\$ 783	\$ 783	\$ 783	\$ 783	\$ 783	\$ 783	\$ 783	\$ 783
Gs. Operac. (c/IVA)	\$ 23.043	\$ 21.833	\$ 21.833	\$ 24.280	\$ 22.015	\$ 22.015	\$ 28.062	\$ 22.197	\$ 22.197	\$ 31.621	\$ 22.561	\$ 22.561
Gs. Operac. Venc.	\$ 19.360	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150
Gs. Operac. por pagar	\$ 3.683	\$ 7.366	\$ 11.049	\$ 17.179	\$ 21.044	\$ 24.909	\$ 34.821	\$ 38.868	\$ 42.915	\$ 56.386	\$ 60.797	\$ 65.208

	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
Internet	\$ 3.600	\$ 3.600	\$ 3.600	\$ 3.600	\$ 3.600
Hosting	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000
Servicios	\$ 25.200	\$ 25.200	\$ 25.200	\$ 25.200	\$ 25.200
Alquiler oficina	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000
II.BB. (3%)	\$ 21.012	\$ 41.844	\$ 103.125	\$ 123.552	\$ 148.064
Gastos de Operación	\$ 236.812	\$ 231.444	\$ 292.725	\$ 313.152	\$ 337.664
IVA 21%	\$ 38.010	\$ 756	\$ 756	\$ 756	\$ 756
IVA 27%	\$ 9.396	\$ 50.220	\$ 50.220	\$ 50.220	\$ 50.220
Gs. Operac. (c/IVA)	\$ 284.218	\$ 282.420	\$ 343.701	\$ 364.128	\$ 388.640
Gs. Operac. Venc.	\$ 219.010	\$ 324.456	\$ 338.594	\$ 362.426	\$ 386.598
Gs. Operac. por pagar	\$ 65.208	\$ 23.172	\$ 28.279	\$ 29.981	\$ 32.024



6.4. Gastos de Comercialización y Administración.

	<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>
Telefonia Celular (nextel)	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 720
Viaticos y Gtos Librería	\$ 1.300	\$ 1.300	\$ 1.300	\$ 1.300	\$ 1.300	\$ 1.300	\$ 1.300	\$ 1.300	\$ 1.300	\$ 1.300	\$ 1.300	\$ 1.300
Merchandising	\$ 20.500	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Comisiones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.803	\$ 134	\$ 134	\$ 4.589	\$ 268	\$ 268	\$ 7.210	\$ 536	\$ 536
Publicidad Grafica Exterior	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000
Gastos de Adm. & Vtas.	\$ 22.020	\$ 22.020	\$ 22.020	\$ 23.823	\$ 22.154	\$ 22.154	\$ 26.609	\$ 22.288	\$ 22.288	\$ 29.230	\$ 22.556	\$ 22.556
IVA 21%	\$ 4.624	\$ 4.624	\$ 4.624	\$ 5.003	\$ 4.652	\$ 4.652	\$ 5.588	\$ 4.681	\$ 4.681	\$ 6.138	\$ 4.737	\$ 4.737
Gs. de Adm. & Vtas. (c/IVA)	\$ 26.644	\$ 26.644	\$ 26.644	\$ 28.825	\$ 26.806	\$ 26.806	\$ 32.197	\$ 26.969	\$ 26.969	\$ 35.369	\$ 27.293	\$ 27.293
Gs. Adm. & Vtas. Venc.	\$ 26.644	\$ 26.644	\$ 26.644	\$ 28.825	\$ 26.806	\$ 26.806	\$ 32.197	\$ 26.969	\$ 26.969	\$ 35.369	\$ 27.293	\$ 27.293
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>
Telefonia Celular (nextel)	\$ 8.640	\$ 8.640	\$ 8.640	\$ 8.640	\$ 8.640
Viaticos	\$ 15.600	\$ 15.600	\$ 15.600	\$ 15.600	\$ 15.600
Merchandising	\$ 20.500	\$ 20.500	\$ 20.500	\$ 20.500	\$ 20.500
Comisiones	\$ 15.479	\$ 30.825	\$ 75.969	\$ 91.017	\$ 109.074
Publicidad	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000
Gastos de Adm. & Vtas.	\$ 279.719	\$ 295.065	\$ 340.209	\$ 355.257	\$ 373.314
IVA 21%	\$ 58.741	\$ 61.964	\$ 71.444	\$ 74.604	\$ 78.396
Gs. de Adm. & Vtas. (c/IVA)	\$ 338.460	\$ 357.029	\$ 411.653	\$ 429.861	\$ 451.710
Gs. Adm. & Vtas. Venc.	\$ 338.460	\$ 357.029	\$ 411.653	\$ 429.861	\$ 451.710
Gs. Adm. & Vtas. por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -



6.5. Gastos de apertura y puesta en marcha.

Presupuesto de inversión:

	AÑO "0"					AÑO "2"				
	Cant.	\$/u	Monto	IVA	TOTAL	Cant.	\$/u	Monto	IVA	TOTAL
Equipos										
Computadora Diseñador	1	10.000	10.000	2.100	12.100	0	-	-	-	-
Proyector con Pantalla	1	4.000	4.000	840	4.840	0	-	-	-	-
Computador Adm.	3	4.800	14.400	3.024	17.424	2	4.800	9.600	2.016	11.616
			28.400	5.964	34.364			9.600	2.016	11.616
Muebles y Útiles										
Microondas	1	800	800	168	968					
Televisor	1	3.000	3.000	630	3.630	0	-	-	-	-
Celulares	3	400	1.200	252	1.452	1	400	400	84	484
Heladera	1	3.000	3.000	630	3.630					
			8.000	1.680	9.680			400	84	484
Inmuebles										
Terreno	0	-	-	-	-	0	-	-	-	-
Edificio	0	-	-	-	-	0	-	-	-	-
Inv. Activos Fijos			36.400	7.644	44.044			10.000	2.100	12.100

6.5.1 Gastos de apertura:

GASTOS DE APERTURA				INV. INICIAL C.T.N.	
	Monto	IVA	TOTAL		
Rubricación Libros	2.000	-	2.000	Efectivo Inicial	563.600
Deposito Alquiler	30.000	-	30.000	Cuentas por Pagar	
Inscripción S.R.L.	150	-	150	Inversión Inicial en CTN	563.600
Diseño Pagina	15.000	-	15.000		
Gasto Ap. 4)	=	-	-		
	47.150	-	47.150		



6.5.2. Presupuesto de amortización y depreciación:

		<u>V.I.</u>	<u>D/A</u>	<u>D/A Ac.</u>	<u>V.F.</u>
Equipos	0	28.400	-	-	28.400
(3 años)	1	28.400	9.467	9.467	18.933
	2	18.933	9.467	18.934	19.066
	3	19.066	12.667	31.601	6.399
	4	6.399	3.200	34.801	3.199
	5	3.199	3.200	38.001	-
Muebles y Útiles	0	8.000	-	-	8.000
(5 años)	1	8.000	1.600	1.600	6.400
	2	6.400	1.600	3.200	5.200
	3	5.200	1.680	4.880	3.520
	4	3.520	1.680	6.560	1.840
	5	<u>1.840</u>	<u>1.680</u>	<u>8.240</u>	<u>160</u>

6.6. Presupuesto de IVA:

	<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>
Débito Fiscal	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 8.565	\$ 637	\$ 637	\$ 21.802	\$ 1.274	\$ 1.274	\$ 34.258	\$ 2.548	\$ 2.548
Crédito Fiscal	\$ 7.644	\$ 8.767	\$ 8.557	\$ 8.557	\$ 8.936	\$ 8.585	\$ 8.585	\$ 9.521	\$ 8.614	\$ 8.614	\$ 10.071	\$ 8.670	\$ 8.670
Saldo Técnico A Favor Ant.	\$ -	\$ 7.644	\$ 16.411	\$ 24.968	\$ 33.526	\$ 33.897	\$ 41.845	\$ 49.794	\$ 37.513	\$ 44.852	\$ 52.192	\$ 28.005	\$ 34.127
Saldo Técnico A Favor Contr.	\$ 7.644	\$ 16.411	\$ 24.968	\$ 33.526	\$ 33.897	\$ 41.845	\$ 49.794	\$ 37.513	\$ 44.852	\$ 52.192	\$ 28.005	\$ 34.127	\$ 40.249
Saldo Técnico A Favor AFIP	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pago DD.JJ. IVA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
IVA por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -



	Ap	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
Débito Fiscal	\$ -	\$ 73.542	\$ 146.454	\$ 360.938	\$ 432.432	\$ 518.225
Crédito Fiscal	\$ 7.644	\$ 106.147	\$ 115.040	\$ 122.420	\$ 125.580	\$ 129.372
Saldo Técnico A Favor Ant.	\$ -	\$ 7.644	\$ 40.249	\$ 8.835	\$ -	\$ -
Saldo Técnico A Favor Contr.	\$ 7.644	\$ 40.249	\$ 8.835	\$ -	\$ -	\$ -
Saldo Técnico A Favor AFIP	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 229.683	\$ 306.852	\$ 388.853
Pago DDJJ. IVA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 210.543	\$ 300.421	\$ 382.020
IVA por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 19.140	\$ 25.571	\$ 32.404

6.7. Presupuesto de Impuestos a las Ganancias:

	AP	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO	
Imp. Gcias. Del período	\$ 3.301	\$ 111.397	\$ -74.915	\$ -710.059	\$ -939.271	
CF x Quebr. Imp. Gcias. Per. Ant.	\$ -	\$ 3.301	\$ 114.698	\$ 39.782	\$ -	
Imp. Gcias. Pagos a Cta.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 670.276	
Imp. Gcias. CF	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Saldo DDJJ Gcias. A FAVOR	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Saldo DDJJ Gcias. A PAGAR	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 670.276	\$ 268.995	
		0				
		1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
1º M	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 55.856	
2º M	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 55.856	
3º M	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
4º M	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
5º M	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 167.569	\$ 67.249	
6º M	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 55.856	\$ 22.416	
7º M	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 55.856	\$ 22.416	
8º M	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 55.856	\$ 22.416	
9º M	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 55.856	\$ 22.416	
10º M	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 55.856	\$ 22.416	
11º M	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 55.856	\$ 22.416	
12º M	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 55.856	\$ 22.416	
Anticipos pagados	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 558.564	\$ 335.875	
Credito x Anticipos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 558.564	\$ 224.162	

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)



6.8. Presupuesto de caja:

<i>Cashflow Proyectado</i>	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
SDO. INICIAL CAJA	\$ -	\$ 508.806	\$ 440.002	\$ 358.158	\$ 276.313	\$ 255.380	\$ 205.105	\$ 118.403	\$ 186.497	\$ 182.543	\$ 113.782	\$ 279.603	\$ 324.037
(+) Aportes Socios	\$ 600.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Cobranzas	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 63.092	\$ 31.732	\$ 6.704	\$ 162.615	\$ 78.216	\$ 13.407	\$ 256.389	\$ 126.928	\$ 26.815
TOTAL INGRESOS	\$ 600.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 63.092	\$ 31.732	\$ 6.704	\$ 162.615	\$ 78.216	\$ 13.407	\$ 256.389	\$ 126.928	\$ 26.815
(-) Gastos Arranque	\$ 47.150	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Inv. Act. Fijos	\$ 44.044	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Otros Pagos													
Sueldos Netos	\$ -	\$ 22.800	\$ 22.800	\$ 22.800	\$ 22.800	\$ 22.800	\$ 34.200	\$ 22.800	\$ 22.800	\$ 22.800	\$ 22.800	\$ 22.800	\$ 34.200
Cargas Sociales	\$ -	\$ -	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 21.375	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 14.250
Gastos Operación	\$ -	\$ 19.360	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150
Gastos Adm. & Vtas.	\$ -	\$ 26.644	\$ 26.644	\$ 26.644	\$ 28.825	\$ 26.806	\$ 26.806	\$ 32.197	\$ 26.969	\$ 26.969	\$ 35.369	\$ 27.293	\$ 27.293
DDJJ IVA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
DDJJ. Imp. Gcias	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. Pagos a Cta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Dividendos Distribuidd	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL EGRESOS	\$ 91.194	\$ 68.804	\$ 81.844	\$ 81.844	\$ 84.025	\$ 82.006	\$ 93.406	\$ 94.522	\$ 82.169	\$ 82.169	\$ 90.569	\$ 82.493	\$ 93.893
SDO. FINAL CAJA	\$ 508.806	\$ 440.002	\$ 358.158	\$ 276.313	\$ 255.380	\$ 205.105	\$ 118.403	\$ 186.497	\$ 182.543	\$ 113.782	\$ 279.603	\$ 324.037	\$ 256.959

	Ap	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
SDO. INICIAL CAJA	\$ -	\$ 508.806	\$ 256.959	\$ 440.391	\$ 2.469.559	\$ 3.679.024
(+) Aportes Socios	\$ 600.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Cobranzas	\$ -	\$ 765.898	\$ 1.510.767	\$ 3.742.008	\$ 4.532.022	\$ 5.431.134
TOTAL INGRESOS	\$ 600.000	\$ 765.898	\$ 1.510.767	\$ 3.742.008	\$ 4.532.022	\$ 5.431.134
(-) Gastos Arranque	\$ 47.150	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Inv. Act. Fijos	\$ 44.044	\$ -	\$ 12.100	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Otros Pagos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Sueldos Netos	\$ -	\$ 296.400	\$ 390.000	\$ 462.800	\$ 462.800	\$ 462.800
Cargas Sociales	\$ -	\$ 163.875	\$ 243.750	\$ 289.250	\$ 289.250	\$ 289.250
Gastos Operación	\$ -	\$ 219.010	\$ 324.456	\$ 338.594	\$ 362.426	\$ 386.598
Gastos Adm. & Vtas.	\$ -	\$ 338.460	\$ 357.029	\$ 411.653	\$ 429.861	\$ 451.710
DDJJ IVA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 210.543	\$ 300.421	\$ 382.020
DDJJ. Imp. Gcias	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 670.276	\$ 268.995
Imp. Gcias. Pagos a Cta.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 558.564	\$ 335.875
Dividendos Distribuidos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 248.960	\$ 548.040
TOTAL EGRESOS	\$ 91.194	\$ 1.017.745	\$ 1.327.335	\$ 1.712.840	\$ 3.322.557	\$ 3.125.288
SDO. FINAL CAJA	\$ 508.806	\$ 256.959	\$ 440.391	\$ 2.469.559	\$ 3.679.024	\$ 5.984.870



6.8. Estados de Resultados proyectados.

<i>Cuadro Económico Proyectado</i>	Ap	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
Ingresos x Ventas	\$ -	\$ 700.400	\$ 1.394.800	\$ 3.437.500	\$ 4.118.400	\$ 4.935.480
Gastos Operación	\$ -	\$ 236.812	\$ 231.444	\$ 292.725	\$ 313.152	\$ 337.664
Gastos Personal	\$ -	\$ 481.650	\$ 633.750	\$ 752.050	\$ 752.050	\$ 752.050
Gs. Adm. & Vtas.	\$ -	\$ 279.719	\$ 295.065	\$ 340.209	\$ 355.257	\$ 373.314
Gastos Arranque	\$ 9.430	\$ 9.430	\$ 9.430	\$ 9.430	\$ 9.430	\$ -
EBITDA	\$ -9.430	\$ -307.211	\$ 225.111	\$ 2.043.086	\$ 2.688.511	\$ 3.472.451
Depr/Amort. Act. Fijos	\$ -	\$ 11.067	\$ 11.067	\$ 14.347	\$ 4.880	\$ 4.880
EBIT	\$ -9.430	\$ -318.278	\$ 214.044	\$ 2.028.739	\$ 2.683.631	\$ 3.467.571
Impuesto a las Ganancias	\$ 3.301	\$ 111.397	\$ -74.915	\$ -710.059	\$ -939.271	\$ -1.213.650
RDO. NETO	\$ -6.130	\$ -206.881	\$ 139.129	\$ 1.318.681	\$ 1.744.360	\$ 2.253.921
		1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
Dividendos Distribuidos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ 248.960	\$ 548.040
% de distribución	20%					



6.9. Balance

Balance Proyectado	Ap	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
ACTIVO						
Disponibilidades	\$ 508.806	\$ 256.959	\$ 440.391	\$ 2.469.559	\$ 3.679.024	\$ 5.984.870
Cuentas por cobrar	\$ -	\$ 8.044	\$ 38.531	\$ 94.961	\$ 113.771	\$ 136.343
Crédito Fiscal IVA	\$ 7.644	\$ 40.249	\$ 8.835	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. CF x Quebrantos	\$ 3.301	\$ 114.698	\$ 39.782	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. CF	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. Pagos a Cta.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 558.564	\$ 224.162
Activo Corriente	\$ 519.751	\$ 419.950	\$ 527.539	\$ 2.564.520	\$ 4.351.359	\$ 6.345.375
Activos Fijos (netos)	\$ 36.400	\$ 25.333	\$ 24.266	\$ 9.919	\$ 5.039	\$ 159
Gastos Organización	\$ 37.720	\$ 28.290	\$ 18.860	\$ 9.430	\$ -	\$ -
Activo No Corriente	\$ 74.120	\$ 53.623	\$ 43.126	\$ 19.349	\$ 5.039	\$ 159
	\$ 593.871	\$ 473.573	\$ 570.665	\$ 2.583.869	\$ 4.356.398	\$ 6.345.534
PASIVO						
Cargas Sociales por pagar	\$ -	\$ 21.375	\$ 21.375	\$ 21.375	\$ 21.375	\$ 21.375
Gs. Operac. por pagar	\$ -	\$ 65.208	\$ 23.172	\$ 28.279	\$ 29.981	\$ 32.024
IVA por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 19.140	\$ 25.571	\$ 32.404
Imp. Gcias. por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 670.276	\$ 939.271	\$ 1.213.650
Pasivo Corriente	\$ -	\$ 86.583	\$ 44.547	\$ 739.070	\$ 1.016.198	\$ 1.299.453
Pasivo No Corriente	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ 86.583	\$ 44.547	\$ 739.070	\$ 1.016.198	\$ 1.299.453
PATRIMONIO NETO						
Capital Social	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000
Rdos. Acum.	\$ -6.130	\$ -213.010	\$ -73.882	\$ 1.244.799	\$ 2.740.200	\$ 4.446.081
	\$ 593.871	\$ 386.990	\$ 526.118	\$ 1.844.799	\$ 3.340.200	\$ 5.046.081
Diferencia de Balanceo	-	-	-	-	-	-



6.10. Capital de trabajo

	<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						
Disponibilidades						
Cuentas por cobrar	\$ -	\$ 8.044	\$ 38.531	\$ 94.961	\$ 113.771	\$ 136.343
Crédito Fiscal IVA	\$ 7.644	\$ 40.249	\$ 8.835	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. CF x Quebrantos	\$ 3.301	\$ 114.698	\$ 39.782	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. CF	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. Pagos a Cta.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 558.564	\$ 224.162
	\$ 10.945	\$ 162.991	\$ 87.148	\$ 94.961	\$ 672.334	\$ 360.505
Pasivo Corriente						
Cargas Sociales por pagar	\$ -	\$ 21.375	\$ 21.375	\$ 21.375	\$ 21.375	\$ 21.375
Gs. Operac. por pagar	\$ -	\$ 65.208	\$ 23.172	\$ 28.279	\$ 29.981	\$ 32.024
IVA por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 19.140	\$ 25.571	\$ 32.404
Imp. Gcias. por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 670.276	\$ 939.271	\$ 1.213.650
	\$ -	\$ 86.583	\$ 44.547	\$ 739.070	\$ 1.016.198	\$ 1.299.453
CTN	\$ 10.945	\$ 76.408	\$ 42.601	\$ -644.109	\$ -343.864	\$ -938.948
VAR. CTN		\$ -65.464	\$ 33.807	\$ 686.711	\$ -300.246	\$ 595.084



6.11. Cash Flow Activos

	Ap	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
Cash-flow Operativo						
E.B.I.T.	\$ -	\$ -318.278	\$ 214.044	\$ 2.028.739	\$ 2.683.631	\$ 3.467.571
Depr/Amort.	\$ -	\$ 11.067	\$ 11.067	\$ 14.347	\$ 4.880	\$ 4.880
Gastos Organización	\$ -	\$ 9.430	\$ 9.430	\$ 9.430	\$ 9.430	\$ -
Imp. a las Gcias.	\$ -	\$ 111.397	\$ -74.915	\$ -710.059	\$ -939.271	\$ -1.213.650
	\$ -	\$ -186.384	\$ 159.626	\$ 1.342.458	\$ 1.758.670	\$ 2.258.801
Variación C.T.N.						
Inv. Inicial en C.T.N.	\$ -563.600					
Var. C.T.N.	\$ -	\$ -65.464	\$ 33.807	\$ 686.711	\$ -300.246	\$ 595.084
	\$ -563.600	\$ -65.464	\$ 33.807	\$ 686.711	\$ -300.246	\$ 595.084
Inv. en Act. Fijos						
Inv. Inicial en Act. Fijo	\$ -36.400	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros Desembolsos	\$ -	\$ -	\$ -10.000	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ -36.400	\$ -	\$ -10.000	\$ -	\$ -	\$ -
Dividendos distrib.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -248.960	\$ -548.040
Cash-flow de los Activos	\$ -600.000	\$ -251.847	\$ 183.432	\$ 2.029.168	\$ 1.209.465	\$ 2.305.846
Valor Terminal	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 7.127.160
Cash-flow Activos (V.T.)	\$ -600.000	\$ -251.847	\$ 183.432	\$ 2.029.168	\$ 1.209.465	\$ 9.433.006
Factor de descuento	1,0000	0,7692	0,5917	0,4552	0,3501	0,2693
Cash-flow Activos (desc.)	\$ -600.000	\$ -193.729	\$ 108.540	\$ 923.609	\$ 423.467	\$ 2.540.583
CFA - (CF-CI)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
VAN:	\$ 3.202.470					
TIR:	96%					
PAYBACK:	2,33 años					
PAYBACK DESCONTADO:	2,74 años					
					r=	30,00%
					r ₀ =	35,00%
					g _(n+1) =	2,00%



6.12. Cálculo del Punto de Equilibrio

	<u>1º AÑO</u>	<u>2º AÑO</u>	<u>3º AÑO</u>	<u>4º AÑO</u>	<u>5º AÑO</u>
COSTOS VARIABLES					
Gs. Oper. Variables	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
II.BB. (3%)	\$ 21.012	\$ 41.844	\$ 103.125	\$ 123.552	\$ 148.064
	\$ 21.012	\$ 41.844	\$ 103.125	\$ 123.552	\$ 148.064
COSTOS FIJOS					
Gastos Personal	\$ 481.650	\$ 633.750	\$ 752.050	\$ 752.050	\$ 752.050
Gs. Oper. Fijos (s/IIBB)	\$ 215.800	\$ 189.600	\$ 189.600	\$ 189.600	\$ 189.600
Gs. Adm. & Vtas.	\$ 279.719	\$ 295.065	\$ 340.209	\$ 355.257	\$ 373.314
Depr/Amort. Act. Fijos	\$ 11.067	\$ 11.067	\$ 14.347	\$ 4.880	\$ 4.880
	\$ 988.236	\$ 1.129.482	\$ 1.296.206	\$ 1.301.787	\$ 1.319.844
COSTO TOTAL	\$ 1.009.248	\$ 1.171.326	\$ 1.399.331	\$ 1.425.339	\$ 1.467.909
P.E. ECONÓMICO (pesos)	\$ 1.018.800	\$ 1.164.415	\$ 1.336.295	\$ 1.342.048	\$ 1.360.664
P.E. EFECTIVO (pesos)	\$ 1.007.391	\$ 1.153.005	\$ 1.321.504	\$ 1.337.017	\$ 1.355.633
Colchón de efectivo	\$ 81.431	\$ 93.201	\$ 106.822	\$ 108.076	\$ 109.580



6.13 Análisis de Sensibilidad.

La variable que modificamos para poder calcular los escenarios Optimista y Pesimista fueron las estimaciones de ventas año tras año.

6.13.1. Escenario Optimista:

Las estimaciones de ventas que modificamos fueron: del primer al segundo año un aumento de las ventas de un 150% a diferencia del escenario neutral con un aumento del 100%. Del segundo al tercer año aumentamos las ventas un 180% a comparación del escenario neutral que fue de 150%. Y del cuarto y quinto año aumentamos un 30% las estimaciones de ventas a comparación del escenario neutral que fue de un 20%.

Debido a estas modificaciones en la ventas nos vimos obligados a modificar otras variables como: del inicio del proyecto al segundo aumentamos dos vendedor, un administrativos más y un diseñador/programador ya que para poder alcanzar esas estimaciones de venta vamos a necesitar atender más negocios y poder actualizar y dar soporte con mayor velocidad a la pagina. Debido a la incorporación de este personal aumentamos los servicios, así como las computadoras, los celulares y el aporte de los socios pasando de 600 mil pesos a 680 mil pesos.

6.13.2. Escenario Pesimista:

Las estimaciones de ventas que modificamos fueron: en el primer año las estimaciones aumentaron un 50% a comparación del escenario neutral que fue de un 100%. Del primero al segundo año las estimaciones aumentaron un 80 % a comparación del escenario neutral que fue de un 100%. Del segundo al tercer año estimamos un aumento del 90% más a comparación del neutral que fue de un 150%. Y del cuarto y quinto año aumentamos un



10% las estimaciones de ventas a comparación del escenario neutral que fue de un 20%.

Debido a estas modificaciones de las ventas nos vimos obligados a modificar otra variable como: del primero a segundo año disminuimos un vendedor y un administrador. Del tercer al quinto año disminuimos tanto administradores, vendedores y diseñadores ya que debido a las estimaciones de clientes que nos arrojó el proyecto podemos llevar a cabo el proyecto con esa cantidad de personal.

Por la disminución del personal, también disminuimos tanto las computadoras como los celulares y el aporte de los socios aumento a 700 mil pesos para poder hacer frente a la disminución de las ventas.

	Neutral	Optimista	Pesimista
Inversión Inicial	\$ 600.000	\$ 680.000	\$ 700.000
VAN	\$ 3.202.470	\$ 9.817.849	\$ 20.129
TIR	96,00%	134,00%	31,00%
Pay Back	2,74 años	2,53 años	+ más de 5 años
Pto. Equilibrio	\$ 1.355.633	\$ 1.567.966	\$ 898.412



6.14. Plan de Salida o contingencia.

Como empresa hemos previsto tanto escenarios más optimistas, como más desfavorables (explicados posteriormente). En el marco de prevenir el peor de los escenarios y posibilitar una vía de salida para los inversores en el corto/mediano plazo es que hemos creado este plan de salida o contingencia.

Como opción para recuperar parte de nuestra inversión inicial, es que decidimos vender nuestro diseño de página web, nuestras computadoras, y demás muebles y útiles. Además, se recuperará el depósito hecho por el alquiler de la oficina.



Anexos

1. Anexo: Escenario Optimista

1.1. Presupuesto de Venta Mensual:

	1º M	2º M	3º M	4º M	5º M	6º M	7º M	8º M	9º M	10º M	11º M	12º M
Servicios a Vender												
Platinum semetral	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0
Platinum annual	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gold trimestral	0	0	0	112	0	0	224	0	0	448	0	0
Gold semetral	0	0	0	0	0	0	25	0	0	0	0	0
Silver mensual	0	0	0	61	61	61	121	121	121	243	243	243
Silver trimestral	0	0	0	78	0	0	156	0	0	312	0	0
Precio de Vta. Unit.												
platinum semetral	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500
Platinum anual	\$ 11.000	\$ 11.000	\$ 11.000	\$ 11.000	\$ 11.000	\$ 11.000	\$ 11.000	\$ 11.000	\$ 11.000	\$ 11.000	\$ 11.000	\$ 11.000
Gold trimestral	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500
Gold semestral	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000
Silver mensual	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100
Silver trimestral	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250
Ventas (Brutas)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 81.567	\$ 6.067	\$ 6.067	\$ 207.633	\$ 12.133	\$ 12.133	\$ 326.267	\$ 24.267	\$ 24.267
IVA 10,5%	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 8.565	\$ 637	\$ 637	\$ 21.802	\$ 1.274	\$ 1.274	\$ 34.258	\$ 2.548	\$ 2.548
Ventas (Netas)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 90.131	\$ 6.704	\$ 6.704	\$ 229.435	\$ 13.407	\$ 13.407	\$ 360.525	\$ 26.815	\$ 26.815
Vtas. al Ctdo. (70%)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 63.092	\$ 4.693	\$ 4.693	\$ 160.604	\$ 9.385	\$ 9.385	\$ 252.367	\$ 18.770	\$ 18.770
Vtas. a 30 ds. (30%)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 27.039	\$ 2.011	\$ 2.011	\$ 68.830	\$ 4.022	\$ 4.022	\$ 108.157	\$ 8.044	\$ 8.044
Recupero de Cartera	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 27.039	\$ 2.011	\$ 2.011	\$ 68.830	\$ 4.022	\$ 4.022	\$ 108.157	\$ 8.044
Ingresos Efectivos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 63.092	\$ 31.732	\$ 6.704	\$ 162.615	\$ 78.216	\$ 13.407	\$ 256.389	\$ 126.928	\$ 26.815
Ctas. por Cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 27.039	\$ 2.011	\$ 2.011	\$ 68.830	\$ 4.022	\$ 4.022	\$ 108.157	\$ 8.044	\$ 8.044



1.2. Presupuesto de ventas anual:

	<u>1º AÑO</u>	<u>2º AÑO</u>	<u>3º AÑO</u>	<u>4º AÑO</u>	<u>5º AÑO</u>
Servicios a Vender					
Platinum semestral	3	-	-	-	-
Platinum annual	-	3	3	3	3
Gold trimestral	784	1.960	5.488	8.781	14.049
Gold semestral	25	63	175	280	448
Silver mensual	1.274	3.185	8.918	14.269	22.830
Silver trimestral	546	1.365	3.822	6.115	9.784
Precio de Vta. Unit.					
Platinum semestral	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500
Platinum annual	\$ 11.000	\$ 11.000	\$ 11.000	\$ 11.000	\$ 11.000
Gold trimestral	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500
Gold semestral	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000
Silver mensual	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100
Silver trimestral	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250
Ventas (Brutas)	\$ 700.400	\$ 1.735.250	\$ 4.799.300	\$ 7.659.080	\$ 12.234.728
IVA 10,5%	<u>\$ 73.542</u>	<u>\$ 182.201</u>	<u>\$ 503.927</u>	<u>\$ 804.203</u>	<u>\$ 1.284.646</u>
Ventas (Netas)	\$ 773.942	\$ 1.917.451	\$ 5.303.227	\$ 8.463.283	\$ 13.519.374
Vtas. al Ctdo. (70%)	\$ 541.759	\$ 1.342.216	\$ 3.712.259	\$ 5.924.298	\$ 9.463.562
Vtas. a 30 ds. (30%)	\$ 232.183	\$ 575.235	\$ 1.590.968	\$ 2.538.985	\$ 4.055.812
Recupero de Cartera	\$ 224.138	\$ 535.343	\$ 1.506.324	\$ 2.459.984	\$ 3.929.410
Ingresos Efectivos	\$ 765.898	\$ 1.877.559	\$ 5.218.582	\$ 8.384.282	\$ 13.392.972
Ctas. por Cobrar	\$ 8.044	\$ 47.936	\$ 132.581	\$ 211.582	\$ 337.984



1.3. Presupuesto del personal mensual:

	1º M	2º M	3º M	4º M	5º M	6º M	7º M	8º M	9º M	10º M	11º M	12º M
Gerentes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Vendedores	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
disenador/programador	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Administrativos	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Sueldos Brutos	\$ 36.500	\$ 36.500	\$ 36.500	\$ 36.500	\$ 36.500	\$ 54.750	\$ 36.500	\$ 36.500	\$ 36.500	\$ 36.500	\$ 36.500	\$ 54.750
Gerentes	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 13.500	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 13.500
vendedores	\$ 10.500	\$ 10.500	\$ 10.500	\$ 10.500	\$ 10.500	\$ 15.750	\$ 10.500	\$ 10.500	\$ 10.500	\$ 10.500	\$ 10.500	\$ 15.750
Disenador/programador	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 10.500	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 10.500
Administrativos	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 15.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 15.000
Aportes (20%)	\$ 7.300	\$ 7.300	\$ 7.300	\$ 7.300	\$ 7.300	\$ 10.950	\$ 7.300	\$ 7.300	\$ 7.300	\$ 7.300	\$ 7.300	\$ 10.950
Contribuciones (30%)	\$ 10.950	\$ 10.950	\$ 10.950	\$ 10.950	\$ 10.950	\$ 16.425	\$ 10.950	\$ 10.950	\$ 10.950	\$ 10.950	\$ 10.950	\$ 16.425
Sueldo Neto	\$ 29.200	\$ 29.200	\$ 29.200	\$ 29.200	\$ 29.200	\$ 43.800	\$ 29.200	\$ 29.200	\$ 29.200	\$ 29.200	\$ 29.200	\$ 43.800
Sueldo Neto Venc.	\$ 29.200	\$ 29.200	\$ 29.200	\$ 29.200	\$ 29.200	\$ 43.800	\$ 29.200	\$ 29.200	\$ 29.200	\$ 29.200	\$ 29.200	\$ 43.800
Sueldo Neto por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cargas Sociales	\$ 18.250	\$ 18.250	\$ 18.250	\$ 18.250	\$ 18.250	\$ 27.375	\$ 18.250	\$ 18.250	\$ 18.250	\$ 18.250	\$ 18.250	\$ 27.375
Cargas Soc. Vencidas	\$ -	\$ 18.250	\$ 18.250	\$ 18.250	\$ 18.250	\$ 18.250	\$ 27.375	\$ 18.250	\$ 18.250	\$ 18.250	\$ 18.250	\$ 18.250
Cargas Soc. por pagar	\$ 18.250	\$ 18.250	\$ 18.250	\$ 18.250	\$ 18.250	\$ 27.375	\$ 18.250	\$ 18.250	\$ 18.250	\$ 18.250	\$ 18.250	\$ 27.375

Gerente	9000
Vendedor	3500
Disenador	7000
Administrador	5000



1.4 Presupuesto del personal anual:

	<u>1º AÑO</u>	<u>2º AÑO</u>	<u>3º AÑO</u>	<u>4º AÑO</u>	<u>5º AÑO</u>
Gerente	1	1	1	1	1
vendedor	3	4	4	4	4
Disenador/programador	1	2	2	2	2
Administrativos	2	2	2	2	2
Sueldos Brutos	\$ 474.500	\$ 611.000	\$ 611.000	\$ 611.000	\$ 611.000
Gerente	\$ 117.000	\$ 117.000	\$ 117.000	\$ 117.000	\$ 117.000
vendedor	\$ 136.500	\$ 182.000	\$ 182.000	\$ 182.000	\$ 182.000
Disenador/programador	\$ 91.000	\$ 182.000	\$ 182.000	\$ 182.000	\$ 182.000
Administrativos	\$ 130.000	\$ 130.000	\$ 130.000	\$ 130.000	\$ 130.000
Aportes (20%)	\$ 94.900	\$ 122.200	\$ 122.200	\$ 122.200	\$ 122.200
Contribuciones (30%)	\$ 142.350	\$ 183.300	\$ 183.300	\$ 183.300	\$ 183.300
Sueldo Neto	\$ 379.600	\$ 488.800	\$ 488.800	\$ 488.800	\$ 488.800
Sueldo Neto Venc.	\$ 379.600	\$ 488.800	\$ 488.800	\$ 488.800	\$ 488.800
Sueldo Neto por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cargas Sociales	\$ 237.250	\$ 305.500	\$ 305.500	\$ 305.500	\$ 305.500
Cargas Soc. Vencidas	\$ 209.875	\$ 305.500	\$ 305.500	\$ 305.500	\$ 305.500
Cargas Soc. por pagar	\$ 27.375	\$ 27.375	\$ 27.375	\$ 27.375	\$ 27.375



1.5 Presupuesto de gastos operativos:

	1º M	2º M	3º M	4º M	5º M	6º M	7º M	8º M	9º M	10º M	11º M	12º M
Internet	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300
hosting	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500
Impuestos municipal	\$ 1.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
servicios	\$ 3.500	\$ 3.500	\$ 3.500	\$ 3.500	\$ 3.500	\$ 3.500	\$ 3.500	\$ 3.500	\$ 3.500	\$ 3.500	\$ 3.500	\$ 3.500
Alquiler oficina	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000
II.BB. (3%)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.447	\$ 182	\$ 182	\$ 6.229	\$ 364	\$ 364	\$ 9.788	\$ 728	\$ 728
Gastos de Operación	\$ 20.300	\$ 19.300	\$ 19.300	\$ 21.747	\$ 19.482	\$ 19.482	\$ 25.529	\$ 19.664	\$ 19.664	\$ 29.088	\$ 20.028	\$ 20.028
IVA 21%	\$ 3.360	\$ 3.150	\$ 3.150	\$ 3.150	\$ 3.150	\$ 3.150	\$ 3.150	\$ 3.150	\$ 3.150	\$ 3.150	\$ 3.150	\$ 3.150
IVA 27%	\$ 1.161	\$ 1.161	\$ 1.161	\$ 1.161	\$ 1.161	\$ 1.161	\$ 1.161	\$ 1.161	\$ 1.161	\$ 1.161	\$ 1.161	\$ 1.161
Gs. Operac. (c/IVA)	\$ 24.821	\$ 23.611	\$ 23.611	\$ 26.058	\$ 23.793	\$ 23.793	\$ 29.840	\$ 23.975	\$ 23.975	\$ 33.399	\$ 24.339	\$ 24.339
Gs. Operac. Venc.	\$ 19.360	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150
Gs. Operac. por pagar	\$ 5.461	\$ 10.922	\$ 16.383	\$ 24.291	\$ 29.934	\$ 35.577	\$ 47.267	\$ 53.092	\$ 58.917	\$ 74.166	\$ 80.355	\$ 86.544

	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
Internet	\$ 3.600	\$ 3.600	\$ 3.600	\$ 3.600	\$ 3.600
Hosting	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000
Servicios	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 42.000
Alquiler oficina	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000
II.BB. (3%)	\$ 21.012	\$ 52.058	\$ 143.979	\$ 229.772	\$ 367.042
Gastos de Operación	\$ 253.612	\$ 241.658	\$ 333.579	\$ 419.372	\$ 556.642
IVA 21%	\$ 38.010	\$ 756	\$ 756	\$ 756	\$ 756
IVA 27%	\$ 13.932	\$ 50.220	\$ 50.220	\$ 50.220	\$ 50.220
Gs. Operac. (c/IVA)	\$ 305.554	\$ 292.634	\$ 384.555	\$ 470.348	\$ 607.618
Gs. Operac. Venc.	\$ 219.010	\$ 355.154	\$ 376.895	\$ 463.199	\$ 596.179
Gs. Operac. por pagar	\$ 86.544	\$ 24.023	\$ 31.683	\$ 38.833	\$ 50.272



1.6 Presupuesto de gastos comerciales y administrativos:

	<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>
Telefonia Celular (nextel)	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 8.640
Viaticos	\$ 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
Merchandising	\$ 20.500	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 20.500
Comisiones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.803	\$ 134	\$ 134	\$ 4.589	\$ 268	\$ 268	\$ 7.210	\$ 536	\$ 536	\$ 15.479
Publicidad Grafica Exterior	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 240.000
Gastos de Adm. & Vtas.	\$ 22.220	\$ 22.220	\$ 22.220	\$ 24.023	\$ 22.354	\$ 22.354	\$ 26.809	\$ 22.488	\$ 22.488	\$ 29.430	\$ 22.756	\$ 22.756	\$ 282.119
IVA 21%	\$ 4.666	\$ 4.666	\$ 4.666	\$ 5.045	\$ 4.694	\$ 4.694	\$ 5.630	\$ 4.723	\$ 4.723	\$ 6.180	\$ 4.779	\$ 4.779	\$ 59.245
Gs. de Adm. & Vtas. (c/IVA)	\$ 26.886	\$ 26.886	\$ 26.886	\$ 29.067	\$ 27.048	\$ 27.048	\$ 32.439	\$ 27.211	\$ 27.211	\$ 35.611	\$ 27.535	\$ 27.535	\$ 341.364
Gs. Adm. & Vtas. Venc.	\$ 26.886	\$ 26.886	\$ 26.886	\$ 29.067	\$ 27.048	\$ 27.048	\$ 32.439	\$ 27.211	\$ 27.211	\$ 35.611	\$ 27.535	\$ 27.535	\$ 341.364
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>
Telefonia Celular (nextel)	\$ 8.640	\$ 8.640	\$ 8.640	\$ 8.640	\$ 8.640
Viaticos	\$ 18.000	\$ 18.000	\$ 18.000	\$ 18.000	\$ 18.000
Merchandising	\$ 20.500	\$ 20.500	\$ 20.500	\$ 20.500	\$ 20.500
Comisiones	\$ 15.479	\$ 38.349	\$ 106.065	\$ 169.266	\$ 270.387
Publicidad	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000
Gastos de Adm. & Vtas.	\$ 282.119	\$ 304.989	\$ 372.705	\$ 435.906	\$ 537.027
IVA 21%	\$ 59.245	\$ 64.048	\$ 78.268	\$ 91.540	\$ 112.776
Gs. de Adm. & Vtas. (c/IVA)	\$ 341.364	\$ 369.037	\$ 450.972	\$ 527.446	\$ 649.803
Gs. Adm. & Vtas. Venc.	\$ 341.364	\$ 369.037	\$ 450.972	\$ 527.446	\$ 649.803
Gs. Adm. & Vtas. por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -



1.7 Presupuesto de inversión:

PRESUPUESTO DE INVERSION	AÑO "0"					AÑO "2"				
	Cant.	\$/u	Monto	IVA	TOTAL	Cant.	\$/u	Monto	IVA	TOTAL
	Equipos									
Computadora Diseñador	1	8.300	8.300	1.743	10.043	1	10.000	10.000	2.100	12.100
Proyector con Pantalla	1	3.400	3.400	714	4.114	0	-	-	-	-
Computador Adm.	4	4.000	16.000	3.360	19.360	2	4.800	9.600	2.016	11.616
			27.700	5.817	33.517			19.600	4.116	23.716
Muebles y Útiles										
Microondas	1	670	670	141	811					
Televisor	1	2.500	2.500	525	3.025					
Celulares Vendedores	4	400	1.600	336	1.936					
Heladera	1	3.000	3.000	630	3.630					
			7.770	1.632	9.402					
Inmuebles										
Terreno	0	-	-	-	-	0	-	-	-	-
Edificio	0	-	-	-	-	0	-	-	-	-
Inv. Activos Fijos			35.470	7.449	42.919			19.600	4.116	23.716

GASTOS DE APERTURA	Monto	IVA	TOTAL	INV. INICIAL C.T.N.	
Lubricacion Libros	2.000	-	2.000	Efectivo Inicial	644.530
Deposito Alquiler	30.000	-	30.000	Cuentas por Pagar	
Incripcion S.R.L.	150	-	150	Inversión Inicial en CTN	644.530
Diseno Pagina	15.000	-	15.000		
Gasto Ap. 4)	-	-	-		
	47.150	-	47.150		



1.8 Presupuesto de Amortización y Depreciación:

		<u>V.I.</u>	<u>D/A</u>	<u>D/A Ac.</u>	<u>V.F.</u>	
Equipos	0	27.700	-	-	27.700	
(3 años)	1	27.700	9.233	9.233	18.467	
	2	18.467	9.233	18.466	28.834	Se agregan los equipos comprados en el año "2"
	3	28.834	15.767	34.233	13.067	
	4	13.067	6.533	40.766	6.534	
	5	6.534	6.533	47.299	1	
Muebles y Útiles	0	7.770	-	-	7.770	
(5 años)	1	7.770	1.554	1.554	6.216	Se agregan los M & U comprados en el año "2"
	2	6.216	1.554	3.108	4.662	
	3	4.662	1.554	4.662	3.108	
	4	3.108	1.554	6.216	1.554	
	5	<u>1.554</u>	<u>1.554</u>	<u>7.770</u>	-	
Inmuebles	0	-	-	-	-	Los terrenos no se amortizan
(50 años)	1	-	-	-	-	
	2	-	-	-	-	Se agregan los Inmuebles comprados en el año "2"
	3	-	-	-	-	
	4	-	-	-	-	
	5	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	



1.9 Presupuesto de I.V.A.

	<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>
Débito Fiscal	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 8.565	\$ 637	\$ 637	\$ 21.802	\$ 1.274	\$ 1.274	\$ 34.258	\$ 2.548	\$ 2.548
Crédito Fiscal	\$ 7.449	\$ 9.187	\$ 8.977	\$ 8.977	\$ 9.356	\$ 9.005	\$ 9.005	\$ 9.941	\$ 9.034	\$ 9.034	\$ 10.491	\$ 9.090	\$ 9.090
Saldo Técnico A Favor Ant.	\$ -	\$ 7.449	\$ 16.636	\$ 25.613	\$ 34.591	\$ 35.382	\$ 43.750	\$ 52.119	\$ 40.258	\$ 48.017	\$ 55.777	\$ 32.010	\$ 38.552
Saldo Técnico A Favor Contr.	\$ 7.449	\$ 16.636	\$ 25.613	\$ 34.591	\$ 35.382	\$ 43.750	\$ 52.119	\$ 40.258	\$ 48.017	\$ 55.777	\$ 32.010	\$ 38.552	\$ 45.094
Saldo Técnico A Favor AFIP	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pago DDJJ. IVA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
IVA por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

	<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	\$ -	\$ 73.542	\$ 182.201	\$ 503.927	\$ 804.203	\$ 1.284.646
Crédito Fiscal	\$ 7.449	\$ 111.187	\$ 119.140	\$ 129.244	\$ 142.516	\$ 163.752
Saldo Técnico A Favor Ant.	\$ -	\$ 7.449	\$ 45.094	\$ -	\$ -	\$ -
Saldo Técnico A Favor Contr.	\$ 7.449	\$ 45.094	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Saldo Técnico A Favor AFIP	\$ -	\$ -	\$ 17.968	\$ 374.683	\$ 661.687	\$ 1.120.895
Pago DDJJ. IVA	\$ -	\$ -	\$ 16.471	\$ 344.956	\$ 637.770	\$ 1.082.628
IVA por pagar	\$ -	\$ -	\$ 1.497	\$ 31.224	\$ 55.141	\$ 93.408
						-0,00



1.10 Impuesto a las Ganancias:

	AP	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO
	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
Imp. Gcias. Del período	\$ 3.301	\$ 165.339	\$ -130.930	\$ -1.145.188	\$ -2.097.195
CF x Quebr. Imp. Gcias. Per. Ant.	\$ -	\$ 3.301	\$ 168.640	\$ 37.709	\$ -
Imp. Gcias. Pagos a Cta.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.107.478
Imp. Gcias. CF	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Saldo DDJJ Gcias. A FAVOR	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Saldo DDJJ Gcias. A PAGAR	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.107.478	\$ 989.716
		0			

	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
1º M	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 92.290
2º M	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 92.290
3º M	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
4º M	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
5º M	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 276.870	\$ 247.429
6º M	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 92.290	\$ 82.476
7º M	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 92.290	\$ 82.476
8º M	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 92.290	\$ 82.476
9º M	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 92.290	\$ 82.476
10º M	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 92.290	\$ 82.476
11º M	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 92.290	\$ 82.476
12º M	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 92.290	\$ 82.476
Anticipos pagados	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 922.899	\$ 1.009.343
Credito x Anticipos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 922.899	\$ 824.764

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)



1.11 Presupuesto de caja:

<i>Cashflow Proyectado</i>	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
SDO. INICIAL CAJA	\$ -	\$ 589.931	\$ 514.485	\$ 421.999	\$ 329.512	\$ 297.937	\$ 237.020	\$ 136.476	\$ 191.928	\$ 177.332	\$ 97.929	\$ 253.108	\$ 286.900
(+) Aportes Socios	\$ 680.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Cobranzas	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 63.092	\$ 31.732	\$ 6.704	\$ 162.615	\$ 78.216	\$ 13.407	\$ 256.389	\$ 126.928	\$ 26.815
TOTAL INGRESOS	\$ 680.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 63.092	\$ 31.732	\$ 6.704	\$ 162.615	\$ 78.216	\$ 13.407	\$ 256.389	\$ 126.928	\$ 26.815
(-) Gastos Arranque	\$ 47.150	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Inv. Act. Fijos	\$ 42.919	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Otros Pagos													
Sueldos Netos	\$ -	\$ 29.200	\$ 29.200	\$ 29.200	\$ 29.200	\$ 29.200	\$ 43.800	\$ 29.200	\$ 29.200	\$ 29.200	\$ 29.200	\$ 29.200	\$ 43.800
Cargas Sociales	\$ -	\$ -	\$ 18.250	\$ 18.250	\$ 18.250	\$ 18.250	\$ 18.250	\$ 27.375	\$ 18.250	\$ 18.250	\$ 18.250	\$ 18.250	\$ 18.250
Gastos Operación	\$ -	\$ 19.360	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150
Gastos Adm. & Vtas.	\$ -	\$ 26.886	\$ 26.886	\$ 26.886	\$ 29.067	\$ 27.048	\$ 27.048	\$ 32.439	\$ 27.211	\$ 27.211	\$ 35.611	\$ 27.535	\$ 27.535
DDJJ IVA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
DDJJ. Imp. Gcias	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. Pagos a Cta.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Dividendos Distribuidos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL EGRESOS	\$ 90.069	\$ 75.446	\$ 92.486	\$ 92.486	\$ 94.667	\$ 92.648	\$ 107.248	\$ 107.164	\$ 92.811	\$ 92.811	\$ 101.211	\$ 93.135	\$ 107.735
SDO. FINAL CAJA	\$ 589.931	\$ 514.485	\$ 421.999	\$ 329.512	\$ 297.937	\$ 237.020	\$ 136.476	\$ 191.928	\$ 177.332	\$ 97.929	\$ 253.108	\$ 286.900	\$ 205.980



	<u>Ap</u>	<u>1º AÑO</u>	<u>2º AÑO</u>	<u>3º AÑO</u>	<u>4º AÑO</u>	<u>5º AÑO</u>
SDO. INICIAL CAJA	\$ -	\$ 589.931	\$ 205.980	\$ 524.861	\$ 3.776.321	\$ 7.296.161
(+) Aportes Socios	\$ 680.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Cobranzas	\$ -	\$ 765.898	\$ 1.877.559	\$ 5.218.582	\$ 8.384.282	\$ 13.392.972
TOTAL INGRESOS	\$ 680.000	\$ 765.898	\$ 1.877.559	\$ 5.218.582	\$ 8.384.282	\$ 13.392.972
(-) Gastos Arranque	\$ 47.150	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Inv. Act. Fijos	\$ 42.919	\$ -	\$ 23.716	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Otros Pagos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Sueldos Netos	\$ -	\$ 379.600	\$ 488.800	\$ 488.800	\$ 488.800	\$ 488.800
Cargas Sociales	\$ -	\$ 209.875	\$ 305.500	\$ 305.500	\$ 305.500	\$ 305.500
Gastos Operación	\$ -	\$ 219.010	\$ 355.154	\$ 376.895	\$ 463.199	\$ 596.179
Gastos Adm. & Vtas.	\$ -	\$ 341.364	\$ 369.037	\$ 450.972	\$ 527.446	\$ 649.803
DDJJ IVA	\$ -	\$ -	\$ 16.471	\$ 344.956	\$ 637.770	\$ 1.082.628
DDJJ. Imp. Gcias	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.107.478	\$ 989.716
Imp. Gcias. Pagos a Cta.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 922.899	\$ 1.009.343
Dividendos Distribuidos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 411.349	\$ 1.108.037
TOTAL EGRESOS	\$ 90.069	\$ 1.149.849	\$ 1.558.678	\$ 1.967.123	\$ 4.864.441	\$ 6.230.007
SDO. FINAL CAJA	\$ 589.931	\$ 205.980	\$ 524.861	\$ 3.776.321	\$ 7.296.161	\$ 14.459.127



1.12 Estados de Resultados Proyectado:

<i>Cuadro Económico Proyectado</i>	Ap	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
Ingresos x Ventas	\$ -	\$ 700.400	\$ 1.735.250	\$ 4.799.300	\$ 7.659.080	\$ 12.234.728
Gastos Operación	\$ -	\$ 253.612	\$ 241.658	\$ 333.579	\$ 419.372	\$ 556.642
Gastos Personal	\$ -	\$ 616.850	\$ 794.300	\$ 794.300	\$ 794.300	\$ 794.300
Gs. Adm. & Vtas.	\$ -	\$ 282.119	\$ 304.989	\$ 372.705	\$ 435.906	\$ 537.027
Gastos Arranque	\$ 9.430	\$ 9.430	\$ 9.430	\$ 9.430	\$ 9.430	\$ -
EBITDA	\$ -9.430	\$ -461.611	\$ 384.873	\$ 3.289.286	\$ 6.000.072	\$ 10.346.759
Depr/Amort. Act. Fijos	\$ -	\$ 10.787	\$ 10.787	\$ 17.321	\$ 8.087	\$ 8.087
EBIT	\$ -9.430	\$ -472.398	\$ 374.086	\$ 3.271.965	\$ 5.991.985	\$ 10.338.672
Impuesto a las Ganancias	<u>\$ 3.301</u>	<u>\$ 165.339</u>	<u>\$ -130.930</u>	<u>\$ -1.145.188</u>	<u>\$ -2.097.195</u>	<u>\$ -3.618.535</u>
RDO. NETO	\$ -6.130	\$ -307.059	\$ 243.156	\$ 2.126.778	\$ 3.894.790	\$ 6.720.137
		1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
Dividendos Distribuidos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ 411.349	\$ 1.108.037
% de distribución	20%					



1.13 Balance proyectado:

<i>Balance Proyectado</i>	<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	\$ 589.931	\$ 205.980	\$ 524.861	\$ 3.776.321	\$ 7.296.161	\$ 14.459.127
Cuentas por cobrar	\$ -	\$ 8.044	\$ 47.936	\$ 132.581	\$ 211.582	\$ 337.984
Crédito Fiscal IVA	\$ 7.449	\$ 45.094	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. CF x Quebrantos	\$ 3.301	\$ 168.640	\$ 37.709	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. CF	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. Pagos a Cta.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 922.899	\$ 824.764
Activo Corriente	\$ 600.681	\$ 427.758	\$ 610.507	\$ 3.908.901	\$ 8.430.642	\$ 15.621.875
Activos Fijos (netos)	\$ 35.470	\$ 24.683	\$ 33.496	\$ 16.175	\$ 8.088	\$ 1
Gastos Organización	\$ 37.720	\$ 28.290	\$ 18.860	\$ 9.430	\$ -	\$ -
Activo No Corriente	\$ 73.190	\$ 52.973	\$ 52.356	\$ 25.605	\$ 8.088	\$ 1
	\$ 673.871	\$ 480.731	\$ 662.863	\$ 3.934.506	\$ 8.438.730	\$ 15.621.876
PASIVO						
Cargas Sociales por pagar	\$ -	\$ 27.375	\$ 27.375	\$ 27.375	\$ 27.375	\$ 27.375
Gs. Operac. por pagar	\$ -	\$ 86.544	\$ 24.023	\$ 31.683	\$ 38.833	\$ 50.272
IVA por pagar	\$ -	\$ -	\$ 1.497	\$ 31.224	\$ 55.141	\$ 93.408
Imp. Gcias. por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.107.478	\$ 2.097.195	\$ 3.618.535
Pasivo Corriente	\$ -	\$ 113.919	\$ 52.895	\$ 1.197.761	\$ 2.218.543	\$ 3.789.590
Pasivo No Corriente	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ 113.919	\$ 52.895	\$ 1.197.761	\$ 2.218.543	\$ 3.789.590
PATRIMONIO NETO						
Capital Social	\$ 680.000	\$ 680.000	\$ 680.000	\$ 680.000	\$ 680.000	\$ 680.000
Rdos. Acum.	\$ -6.130	\$ -313.188	\$ -70.032	\$ 2.056.746	\$ 5.540.187	\$ 11.152.286
	\$ 673.871	\$ 366.812	\$ 609.968	\$ 2.736.746	\$ 6.220.187	\$ 11.832.286
Diferencia de Balanceo	-	-	-	-	-	-



1.14 Capital de Trabajo:

	<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						
Disponibilidades						
Cuentas por cobrar	\$ -	\$ 8.044	\$ 47.936	\$ 132.581	\$ 211.582	\$ 337.984
Crédito Fiscal IVA	\$ 7.449	\$ 45.094	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. CF x Quebrantos	\$ 3.301	\$ 168.640	\$ 37.709	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. CF	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. Pagos a Cta.	<u>\$ -</u>	<u>\$ -</u>	<u>\$ -</u>	<u>\$ -</u>	<u>\$ 922.899</u>	<u>\$ 824.764</u>
	\$ 10.750	\$ 221.778	\$ 85.646	\$ 132.581	\$ 1.134.481	\$ 1.162.748
Pasivo Corriente						
Cargas Sociales por pagar	\$ -	\$ 27.375	\$ 27.375	\$ 27.375	\$ 27.375	\$ 27.375
Gs. Operac. por pagar	\$ -	\$ 86.544	\$ 24.023	\$ 31.683	\$ 38.833	\$ 50.272
IVA por pagar	\$ -	\$ -	\$ 1.497	\$ 31.224	\$ 55.141	\$ 93.408
Imp. Gcias. por pagar	<u>\$ -</u>	<u>\$ -</u>	<u>\$ -</u>	<u>\$ 1.107.478</u>	<u>\$ 2.097.195</u>	<u>\$ 3.618.535</u>
	\$ -	\$ 113.919	\$ 52.895	\$ 1.197.761	\$ 2.218.543	\$ 3.789.590
CTN	\$ 10.750	\$ 107.859	\$ 32.751	\$ -1.065.180	\$ -1.084.063	\$ -2.626.842
VAR. CTN		\$ -97.110	\$ 75.108	\$ 1.097.931	\$ 18.883	\$ 1.542.779



1.15 Cash Flow Activos:

	<u>Ap</u>	<u>1º AÑO</u>	<u>2º AÑO</u>	<u>3º AÑO</u>	<u>4º AÑO</u>	<u>5º AÑO</u>																												
Cash-flow Operativo																																		
E.B.I.T.	\$ -	\$ -472.398	\$ 374.086	\$ 3.271.965	\$ 5.991.985	\$ 10.338.672																												
Depr/Amort.	\$ -	\$ 10.787	\$ 10.787	\$ 17.321	\$ 8.087	\$ 8.087																												
Gastos Organización	\$ -	\$ 9.430	\$ 9.430	\$ 9.430	\$ 9.430	\$ -																												
Imp. a las Gcias.	\$ -	\$ 165.339	\$ -130.930	\$ -1.145.188	\$ -2.097.195	\$ -3.618.535																												
	\$ -	\$ -286.842	\$ 263.373	\$ 2.153.529	\$ 3.912.307	\$ 6.728.224																												
Variación C.T.N.																																		
Inv. Inicial en C.T.N.	\$ -644.530																																	
Var. C.T.N.	\$ -	\$ -97.110	\$ 75.108	\$ 1.097.931	\$ 18.883	\$ 1.542.779																												
	\$ -644.530	\$ -97.110	\$ 75.108	\$ 1.097.931	\$ 18.883	\$ 1.542.779																												
Inv. en Act. Fijos																																		
Inv. Inicial en Act. Fijos	\$ -35.470	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -																												
Otros Desembolsos	\$ -	\$ -	\$ -19.600	\$ -	\$ -	\$ -																												
	\$ -35.470	\$ -	\$ -19.600	\$ -	\$ -	\$ -																												
Dividendos distrib.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -411.349	\$ -1.108.037																												
Cash-flow de los Activos	\$ -680.000	\$ -383.951	\$ 318.882	\$ 3.251.459	\$ 3.519.841	\$ 7.162.966																												
Valor Terminal	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 22.140.075																												
Cash-flow Activos (V.T.)	\$ -680.000	\$ -383.951	\$ 318.882	\$ 3.251.459	\$ 3.519.841	\$ 29.303.041																												
Factor de descuento	1,0000	0,7692	0,5917	0,4552	0,3501	0,2693																												
Cash-flow Activos (desc.)	\$ -680.000	\$ -295.347	\$ 188.687	\$ 1.479.954	\$ 1.232.394	\$ 7.892.161																												
CFA - (CF-CI)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -																												
<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 20%;">VAN:</td> <td style="border: 1px solid black; padding: 2px;">\$ 9.817.849</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>TIR:</td> <td style="border: 1px solid black; padding: 2px;">134%</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>r= 30,00%</td> </tr> <tr> <td>PAYBACK:</td> <td style="border: 1px solid black; padding: 2px;">2,23</td> <td>años</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>r_p 35,00%</td> </tr> <tr> <td>PAYBACK DESCONTADO:</td> <td style="border: 1px solid black; padding: 2px;">2,53</td> <td>años</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>g_(n+1) 2,00%</td> </tr> </table>							VAN:	\$ 9.817.849						TIR:	134%					r= 30,00%	PAYBACK:	2,23	años				r_p 35,00%	PAYBACK DESCONTADO:	2,53	años				g_(n+1) 2,00%
VAN:	\$ 9.817.849																																	
TIR:	134%					r= 30,00%																												
PAYBACK:	2,23	años				r_p 35,00%																												
PAYBACK DESCONTADO:	2,53	años				g_(n+1) 2,00%																												



1.16 Punto de Equilibrio:

	<u>1º AÑO</u>	<u>2º AÑO</u>	<u>3º AÑO</u>	<u>4º AÑO</u>	<u>5º AÑO</u>
COSTOS VARIABLES					
Gs. Oper. Variables	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
II.BB. (3%)	\$ 21.012	\$ 52.058	\$ 143.979	\$ 229.772	\$ 367.042
	<u>\$ 21.012</u>	<u>\$ 52.058</u>	<u>\$ 143.979</u>	<u>\$ 229.772</u>	<u>\$ 367.042</u>
COSTOS FIJOS					
Gastos Personal	\$ 616.850	\$ 794.300	\$ 794.300	\$ 794.300	\$ 794.300
Gs. Oper. Fijos (s/IIBB)	\$ 232.600	\$ 189.600	\$ 189.600	\$ 189.600	\$ 189.600
Gs. Adm. & Vtas.	\$ 282.119	\$ 304.989	\$ 372.705	\$ 435.906	\$ 537.027
Depr/Amort. Act. Fijos	\$ 10.787	\$ 10.787	\$ 17.321	\$ 8.087	\$ 8.087
	<u>\$ 1.142.356</u>	<u>\$ 1.299.676</u>	<u>\$ 1.373.926</u>	<u>\$ 1.427.893</u>	<u>\$ 1.529.014</u>
COSTO TOTAL	\$ 1.163.368	\$ 1.351.734	\$ 1.517.905	\$ 1.657.665	\$ 1.896.056
P.E. ECONÓMICO (pesos)	\$ 1.177.686	\$ 1.339.872	\$ 1.416.418	\$ 1.472.054	\$ 1.576.304
P.E. EFECTIVO (pesos)	\$ 1.166.566	\$ 1.328.752	\$ 1.398.561	\$ 1.463.717	\$ 1.567.966
Colchón de efectivo	\$ 94.297	\$ 107.407	\$ 113.050	\$ 118.317	\$ 126.744



2. Anexo: Escenario Pesimista

2.1 Presupuesto de ventas mensual:

	<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>
Servicios a Vender												
Platinum semetral	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0
Platinum annual	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gold trimestral	0	0	0	112	0	0	168	0	0	252	0	0
Gold semetral	0	0	0	0	0	0	25	0	0	0	0	0
Silver mensual	0	0	0	61	61	61	91	91	91	137	137	137
Silver trimestral	0	0	0	78	0	0	117	0	0	176	0	0
Precio de Vta. Unit.												
platinum semetral	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500
Platinum anual	\$ 11.000	\$ 11.000	\$ 11.000	\$ 11.000	\$ 11.000	\$ 11.000	\$ 11.000	\$ 11.000	\$ 11.000	\$ 11.000	\$ 11.000	\$ 11.000
Gold trimestral	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500
Gold semestral	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000
Silver mensual	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100
Silver trimestral	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250
Ventas (Brutas)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 81.567	\$ 6.067	\$ 6.067	\$ 166.850	\$ 9.100	\$ 9.100	\$ 183.525	\$ 13.650	\$ 13.650
IVA 10,5%	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 8.565	\$ 637	\$ 637	\$ 17.519	\$ 956	\$ 956	\$ 19.270	\$ 1.433	\$ 1.433
Ventas (Netas)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 90.131	\$ 6.704	\$ 6.704	\$ 184.369	\$ 10.056	\$ 10.056	\$ 202.795	\$ 15.083	\$ 15.083
Vtas. al Ctdo. (70%)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 63.092	\$ 4.693	\$ 4.693	\$ 129.058	\$ 7.039	\$ 7.039	\$ 141.957	\$ 10.558	\$ 10.558
Vtas. a 30 ds. (30%)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 27.039	\$ 2.011	\$ 2.011	\$ 55.311	\$ 3.017	\$ 3.017	\$ 60.839	\$ 4.525	\$ 4.525
Recupero de Cartera	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 27.039	\$ 2.011	\$ 2.011	\$ 55.311	\$ 3.017	\$ 3.017	\$ 60.839	\$ 4.525
Ingresos Efectivos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 63.092	\$ 31.732	\$ 6.704	\$ 131.070	\$ 62.350	\$ 10.056	\$ 144.973	\$ 71.397	\$ 15.083
Ctas. por Cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 27.039	\$ 2.011	\$ 2.011	\$ 55.311	\$ 3.017	\$ 3.017	\$ 60.839	\$ 4.525	\$ 4.525



	<u>1º AÑO</u>	<u>2º AÑO</u>	<u>3º AÑO</u>	<u>4º AÑO</u>	<u>5º AÑO</u>
Servicios a Vender					
Platinum semestral	3	-	-	-	-
Platinum annual	-	3	3	3	3
Gold trimestral	532	958	1.819	2.001	2.202
Gold semestral	25	45	86	94	103
Silver mensual	865	1.556	2.957	3.252	3.577
Silver trimestral	371	667	1.267	1.394	1.533
Precio de Vta. Unit.					
Platinum semestral	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500
Platinum annual	\$ 11.000	\$ 11.000	\$ 11.000	\$ 11.000	\$ 11.000
Gold trimestral	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500
Gold semestral	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000
Silver mensual	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100
Silver trimestral	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250
Ventas (Brutas)	\$ 489.575	\$ 879.135	\$ 1.640.657	\$ 1.801.422	\$ 1.978.264
IVA 10,5%	<u>\$ 51.405</u>	<u>\$ 92.309</u>	<u>\$ 172.269</u>	<u>\$ 189.149</u>	<u>\$ 207.718</u>
Ventas (Netas)	\$ 540.980	\$ 971.444	\$ 1.812.925	\$ 1.990.571	\$ 2.185.982
Vtas. al Ctdo. (70%)	\$ 378.686	\$ 680.011	\$ 1.269.048	\$ 1.393.400	\$ 1.530.187
Vtas. a 30 ds. (30%)	\$ 162.294	\$ 291.433	\$ 543.878	\$ 597.171	\$ 655.795
Recupero de Cartera	\$ 157.769	\$ 271.672	\$ 522.841	\$ 592.730	\$ 650.909
Ingresos Efectivos	\$ 536.455	\$ 951.683	\$ 1.791.888	\$ 1.986.130	\$ 2.181.097
Ctas. por Cobrar	\$ 4.525	\$ 24.286	\$ 45.323	\$ 49.764	\$ 54.650



2.2 Presupuesto de personal:

	1º M	2º M	3º M	4º M	5º M	6º M	7º M	8º M	9º M	10º M	11º M	12º M
Gerentes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Vendedores	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
diseñador/programador	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Administrativos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Sueldos Brutos	\$ 28.500	\$ 42.750	\$ 28.500	\$ 42.750								
Gerentes	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 13.500	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 13.500
vendedores	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 10.500	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 10.500
Diseñador/programador	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 10.500	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 10.500
Administrativos	\$ 5.500	\$ 5.500	\$ 5.500	\$ 5.500	\$ 5.500	\$ 8.250	\$ 5.500	\$ 5.500	\$ 5.500	\$ 5.500	\$ 5.500	\$ 8.250
Aportes (20%)	\$ 5.700	\$ 8.550	\$ 5.700	\$ 8.550								
Contribuciones (30%)	\$ 8.550	\$ 12.825	\$ 8.550	\$ 12.825								
Sueldo Neto	\$ 22.800	\$ 34.200	\$ 22.800	\$ 34.200								
Sueldo Neto Venc.	\$ 22.800	\$ 22.800	\$ 22.800	\$ 22.800	\$ 22.800	\$ 34.200	\$ 22.800	\$ 22.800	\$ 22.800	\$ 22.800	\$ 22.800	\$ 34.200
Sueldo Neto por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cargas Sociales	\$ 14.250	\$ 21.375	\$ 14.250	\$ 21.375								
Cargas Soc. Vencidas	\$ -	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 21.375	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 14.250
Cargas Soc. por pagar	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 21.375	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 21.375

Gerente	9000
Vendedor	3500
Diseñador	7000
Administrador	5500



	<u>1º AÑO</u>	<u>2º AÑO</u>	<u>3º AÑO</u>	<u>4º AÑO</u>	<u>5º AÑO</u>
Gerente	1	1	1	1	1
vendedor	2	2	1	1	1
Disenador/programador	1	1	1	1	1
Administrativos	1	1	1	1	1
Sueldos Brutos	\$ 370.500	\$ 370.500	\$ 325.000	\$ 325.000	\$ 325.000
Gerente	\$ 117.000	\$ 117.000	\$ 117.000	\$ 117.000	\$ 117.000
vendedor	\$ 91.000	\$ 91.000	\$ 45.500	\$ 45.500	\$ 45.500
Disenador/programador	\$ 91.000	\$ 91.000	\$ 91.000	\$ 91.000	\$ 91.000
Administrativos	\$ 71.500	\$ 71.500	\$ 71.500	\$ 71.500	\$ 71.500
Aportes (20%)	\$ 74.100	\$ 74.100	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 65.000
Contribuciones (30%)	<u>\$ 111.150</u>	<u>\$ 111.150</u>	<u>\$ 97.500</u>	<u>\$ 97.500</u>	<u>\$ 97.500</u>
Sueldo Neto	\$ 296.400	\$ 296.400	\$ 260.000	\$ 260.000	\$ 260.000
Sueldo Neto Venc.	\$ 296.400	\$ 296.400	\$ 260.000	\$ 260.000	\$ 260.000
Sueldo Neto por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cargas Sociales	\$ 185.250	\$ 185.250	\$ 162.500	\$ 162.500	\$ 162.500
Cargas Soc. Vencidas	\$ 163.875	\$ 185.250	\$ 162.500	\$ 162.500	\$ 162.500
Cargas Soc. por pagar	\$ 21.375	\$ 21.375	\$ 21.375	\$ 21.375	\$ 21.375



2.3 Presupuesto gastos operativos:

	<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>
Internet	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300
hosting	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500
Impuestos municipal	\$ 1.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
servicios	\$ 2.100	\$ 2.100	\$ 2.100	\$ 2.100	\$ 2.100	\$ 2.100	\$ 2.100	\$ 2.100	\$ 2.100	\$ 2.100	\$ 2.100	\$ 2.100
Alquiler oficina	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000
II.BB. (3%)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.447	\$ 182	\$ 182	\$ 5.006	\$ 273	\$ 273	\$ 5.506	\$ 410	\$ 410
Gastos de Operación	\$ 18.900	\$ 17.900	\$ 17.900	\$ 20.347	\$ 18.082	\$ 18.082	\$ 22.906	\$ 18.173	\$ 18.173	\$ 23.406	\$ 18.310	\$ 18.310
IVA 21%	\$ 3.360	\$ 3.150	\$ 3.150	\$ 3.150	\$ 3.150	\$ 3.150	\$ 3.150	\$ 3.150	\$ 3.150	\$ 3.150	\$ 3.150	\$ 3.150
IVA 27%	\$ 783	\$ 783	\$ 783	\$ 783	\$ 783	\$ 783	\$ 783	\$ 783	\$ 783	\$ 783	\$ 783	\$ 783
Gs. Operac. (c/IVA)	\$ 23.043	\$ 21.833	\$ 21.833	\$ 24.280	\$ 22.015	\$ 22.015	\$ 26.839	\$ 22.106	\$ 22.106	\$ 27.339	\$ 22.243	\$ 22.243
Gs. Operac. Venc.	\$ 19.360	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150
Gs. Operac. por pagar	\$ 3.683	\$ 7.366	\$ 11.049	\$ 17.179	\$ 21.044	\$ 24.909	\$ 33.598	\$ 37.554	\$ 41.510	\$ 50.698	\$ 54.791	\$ 58.883

	<u>1º AÑO</u>	<u>2º AÑO</u>	<u>3º AÑO</u>	<u>4º AÑO</u>	<u>5º AÑO</u>
Internet	\$ 3.600	\$ 3.600	\$ 3.600	\$ 3.600	\$ 3.600
Hosting	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000
Servicios	\$ 25.200	\$ 25.200	\$ 25.200	\$ 25.200	\$ 25.200
Alquiler oficina	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000
II.BB. (3%)	\$ 14.687	\$ 26.374	\$ 49.220	\$ 54.043	\$ 59.348
Gastos de Operación	\$ 230.487	\$ 215.974	\$ 238.820	\$ 243.643	\$ 248.948
IVA 21%	\$ 38.010	\$ 756	\$ 756	\$ 756	\$ 756
IVA 27%	\$ 9.396	\$ 50.220	\$ 50.220	\$ 50.220	\$ 50.220
Gs. Operac. (c/IVA)	\$ 277.893	\$ 266.950	\$ 289.796	\$ 294.619	\$ 299.924
Gs. Operac. Venc.	\$ 219.010	\$ 303.950	\$ 287.892	\$ 294.217	\$ 299.482
Gs. Operac. por pagar	\$ 58.883	\$ 21.883	\$ 23.787	\$ 24.189	\$ 24.631



2.4 Presupuesto de gastos de comercialización y administración:

	<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>
Telefonia Celular (nextel)	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 720
Viaticos	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000
Merchandising	\$ 20.500	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Comisiones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.803	\$ 134	\$ 134	\$ 3.687	\$ 201	\$ 201	\$ 4.056	\$ 302	\$ 302
Publicidad Grafica Exterior	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.000
Gastos de Adm. & Vtas.	\$ 21.720	\$ 21.720	\$ 21.720	\$ 23.523	\$ 21.854	\$ 21.854	\$ 25.407	\$ 21.921	\$ 21.921	\$ 10.776	\$ 7.022	\$ 7.022
IVA 21%	\$ 4.561	\$ 4.561	\$ 4.561	\$ 4.940	\$ 4.589	\$ 4.589	\$ 5.336	\$ 4.603	\$ 4.603	\$ 2.263	\$ 1.475	\$ 1.475
Gs. de Adm. & Vtas. (c/IVA)	\$ 26.281	\$ 26.281	\$ 26.281	\$ 28.462	\$ 26.443	\$ 26.443	\$ 30.743	\$ 26.525	\$ 26.525	\$ 13.039	\$ 8.496	\$ 8.496
Gs. Adm. & Vtas. Venc.	\$ 26.281	\$ 26.281	\$ 26.281	\$ 28.462	\$ 26.443	\$ 26.443	\$ 30.743	\$ 26.525	\$ 26.525	\$ 13.039	\$ 8.496	\$ 8.496
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>
Telefonia Celular (nextel)	\$ 8.640	\$ 8.640	\$ 8.640	\$ 8.640	\$ 8.640
Viaticos	\$ 12.000	\$ 12.000	\$ 12.000	\$ 12.000	\$ 12.000
Merchandising	\$ 20.500	\$ 20.500	\$ 20.500	\$ 20.500	\$ 20.500
Comisiones	\$ 10.820	\$ 19.429	\$ 36.259	\$ 39.811	\$ 43.720
Publicidad	\$ 195.000	\$ 195.000	\$ 195.000	\$ 195.000	\$ 195.000
Gastos de Adm. & Vtas.	\$ 226.460	\$ 235.069	\$ 251.899	\$ 255.451	\$ 259.360
IVA 21%	\$ 47.557	\$ 49.364	\$ 52.899	\$ 53.645	\$ 54.466
Gs. de Adm. & Vtas. (c/IVA)	\$ 274.016	\$ 284.433	\$ 304.797	\$ 309.096	\$ 313.825
Gs. Adm. & Vtas. Venc.	\$ 274.016	\$ 284.433	\$ 304.797	\$ 309.096	\$ 313.825
Gs. Adm. & Vtas. por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -



2.5 Presupuesto de inversión:

PRESUPUESTO DE INVERSION	AÑO "0"					AÑO "2"				
	Cant.	\$/u	Monto	IVA	TOTAL	Cant.	\$/u	Monto	IVA	TOTAL
Equipos										
Computadora Dise;ador	1	8.300	8.300	1.743	10.043	0	-	-	-	-
Proyector con Pantalla	1	3.400	3.400	714	4.114	0	-	-	-	-
Computador Adm.	4	4.000	16.000	3.360	19.360	0	-	-	-	-
						0	-	-	-	-
			27.700	5.817	33.517					
Muebles y Útiles										
Microondas	1	670	670	141	811					
Televisor	1	2.500	2.500	525	3.025					
Celulares Vendedores	3	400	1.200	252	1.452					
Heladera	1	3.000	3.000	630	3.630					
			7.370	1.548	8.918					
Inmuebles										
Terreno	0	-	-	-	-	0	-	-	-	-
Edificio	0	-	-	-	-	0	-	-	-	-
Inv. Activos Fijos			35.070	7.365	42.435					

GASTOS DE APERTURA	Monto	IVA	TOTAL
	Lubricacion Libros	2.000	-
Deposito Alquiler	20.000	-	20.000
Incripcion S.R.L.	150	-	150
Dise;o Pagina	15.000	-	15.000
Gasto Ap. 4)	-	-	-
	<u>37.150</u>	-	<u>37.150</u>

INV. INICIAL C.T.N.	
Efectivo Inicial	664.930
Cuentas por Pagar	
Inversión Inicial en CTN	664.930



2.6 Presupuesto de Amortización y Depreciación:

		<u>V.I.</u>	<u>D/A</u>	<u>D/A Ac.</u>	<u>V.F.</u>	
Equipos	0	27.700	-	-	27.700	
(3 años)	1	27.700	9.233	9.233	18.467	
	2	18.467	9.233	18.466	9.234	Se agregan los equipos comprados en el año "2"
	3	9.234	9.233	27.699	1	
	4	1	-	27.699	1	
	5	1	-	27.699	1	
Muebles y Útiles	0	7.370	-	-	7.370	
(5 años)	1	7.370	1.474	1.474	5.896	
	2	5.896	1.474	2.948	4.422	Se agregan los M & U comprados en el año "2"
	3	4.422	1.474	4.422	2.948	
	4	2.948	1.474	5.896	1.474	
	5	<u>1.474</u>	<u>1.474</u>	<u>7.370</u>	-	
Inmuebles	0	-	-	-	-	Los terrenos no se amortizan
(50 años)	1	-	-	-	-	
	2	-	-	-	-	Se agregan los Inmuebles comprados en el año "2"
	3	-	-	-	-	
	4	-	-	-	-	
	5	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	



2.7 Presupuesto de I.V.A.

	<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>
Débito Fiscal	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 8.565	\$ 637	\$ 637	\$ 17.519	\$ 956	\$ 956	\$ 19.270	\$ 1.433	\$ 1.433
Crédito Fiscal	\$ 7.365	\$ 8.704	\$ 8.494	\$ 8.494	\$ 8.873	\$ 8.522	\$ 8.522	\$ 9.269	\$ 8.536	\$ 8.536	\$ 6.196	\$ 5.408	\$ 5.408
Saldo Técnico A Favor Ant.	\$ -	\$ 7.365	\$ 16.069	\$ 24.563	\$ 33.058	\$ 33.366	\$ 41.251	\$ 49.137	\$ 40.886	\$ 48.467	\$ 56.048	\$ 42.974	\$ 46.948
Saldo Técnico A Favor Contr.	\$ 7.365	\$ 16.069	\$ 24.563	\$ 33.058	\$ 33.366	\$ 41.251	\$ 49.137	\$ 40.886	\$ 48.467	\$ 56.048	\$ 42.974	\$ 46.948	\$ 50.922
Saldo Técnico A Favor AFIP	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pago DD.JJ. IVA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
IVA por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

	<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	\$ -	\$ 51.405	\$ 92.309	\$ 172.269	\$ 189.149	\$ 207.718
Crédito Fiscal	\$ 7.365	\$ 94.963	\$ 100.340	\$ 103.875	\$ 104.621	\$ 105.442
Saldo Técnico A Favor Ant.	\$ -	\$ 7.365	\$ 50.922	\$ 58.953	\$ -	\$ -
Saldo Técnico A Favor Contr.	\$ 7.365	\$ 50.922	\$ 58.953	\$ -	\$ -	\$ -
Saldo Técnico A Favor AFIP	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 9.441	\$ 84.529	\$ 102.276
Pago DD.JJ. IVA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 8.654	\$ 78.272	\$ 100.797
IVA por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 787	\$ 7.044	\$ 8.523



2.8 Presupuesto de Impuesto a las Ganancias:

	AP	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
	<u>1º AÑO</u>	<u>2º AÑO</u>	<u>3º AÑO</u>	<u>4º AÑO</u>	<u>5º AÑO</u>	
Imp. Gcias. Del período	\$ 2.601	\$ 163.506	\$ 25.093	\$ -248.255	\$ -304.823	
CF x Quebr. Imp. Gcias. Per. Ant.	\$ -	\$ 2.601	\$ 166.106	\$ 191.199	\$ -	
Imp. Gcias. Pagos a Cta.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 57.056	
Imp. Gcias. CF	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Saldo DDJJ Gcias. A FAVOR	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Saldo DDJJ Gcias. A PAGAR	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 57.056	\$ 247.767	
		0				

	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO	
1º M	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4.755	
2º M	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4.755	
3º M	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
4º M	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
5º M	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 14.264	
6º M	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4.755	\$ 20.647
7º M	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4.755	\$ 20.647
8º M	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4.755	\$ 20.647
9º M	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4.755	\$ 20.647
10º M	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4.755	\$ 20.647
11º M	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4.755	\$ 20.647
12º M	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4.755	\$ 20.647
Anticipos pagados	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 47.547	\$ 215.982
Credito x Anticipos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 47.547	\$ 206.473

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)



2.9 Presupuesto de caja:

<i>Cashflow Proyectado</i>	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
SDO. INICIAL CAJA	\$ -	\$ 620.415	\$ 551.974	\$ 470.493	\$ 389.011	\$ 368.441	\$ 318.529	\$ 232.190	\$ 270.191	\$ 250.816	\$ 179.147	\$ 255.882	\$ 263.582
(+) Aportes Socios	\$ 700.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Cobranzas	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 63.092	\$ 31.732	\$ 6.704	\$ 131.070	\$ 62.350	\$ 10.056	\$ 144.973	\$ 71.397	\$ 15.083
TOTAL INGRESOS	\$ 700.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 63.092	\$ 31.732	\$ 6.704	\$ 131.070	\$ 62.350	\$ 10.056	\$ 144.973	\$ 71.397	\$ 15.083
(-) Gastos Arranque	\$ 37.150	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Inv. Act. Fijos	\$ 42.435	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Otros Pagos													
Sueldos Netos	\$ -	\$ 22.800	\$ 22.800	\$ 22.800	\$ 22.800	\$ 22.800	\$ 34.200	\$ 22.800	\$ 22.800	\$ 22.800	\$ 22.800	\$ 22.800	\$ 34.200
Cargas Sociales	\$ -	\$ -	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 21.375	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 14.250	\$ 14.250
Gastos Operación	\$ -	\$ 19.360	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150	\$ 18.150
Gastos Adm. & Vtas.	\$ -	\$ 26.281	\$ 26.281	\$ 26.281	\$ 28.462	\$ 26.443	\$ 26.443	\$ 30.743	\$ 26.525	\$ 26.525	\$ 13.039	\$ 8.496	\$ 8.496
DDJJ IVA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
DD.JJ. Imp. Gcias	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. Pagos a Cta.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Dividendos Distribuidos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL EGRESOS	\$ 79.585	\$ 68.441	\$ 81.481	\$ 81.481	\$ 83.662	\$ 81.643	\$ 93.043	\$ 93.068	\$ 81.725	\$ 81.725	\$ 68.239	\$ 63.696	\$ 75.096
SDO. FINAL CAJA	\$ 620.415	\$ 551.974	\$ 470.493	\$ 389.011	\$ 368.441	\$ 318.529	\$ 232.190	\$ 270.191	\$ 250.816	\$ 179.147	\$ 255.882	\$ 263.582	\$ 203.569



	<u>Ap</u>	<u>1º AÑO</u>	<u>2º AÑO</u>	<u>3º AÑO</u>	<u>4º AÑO</u>	<u>5º AÑO</u>
SDO. INICIAL CAJA	\$ -	\$ 620.415	\$ 203.569	\$ 85.219	\$ 853.264	\$ 1.609.515
(+) Aportes Socios	\$ 700.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Cobranzas	\$ -	\$ 536.455	\$ 951.683	\$ 1.791.888	\$ 1.986.130	\$ 2.181.097
TOTAL INGRESOS	\$ 700.000	\$ 536.455	\$ 951.683	\$ 1.791.888	\$ 1.986.130	\$ 2.181.097
(-) Gastos Arranque	\$ 37.150	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Inv. Act. Fijos	\$ 42.435	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Otros Pagos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Sueldos Netos	\$ -	\$ 296.400	\$ 296.400	\$ 260.000	\$ 260.000	\$ 260.000
Cargas Sociales	\$ -	\$ 163.875	\$ 185.250	\$ 162.500	\$ 162.500	\$ 162.500
Gastos Operación	\$ -	\$ 219.010	\$ 303.950	\$ 287.892	\$ 294.217	\$ 299.482
Gastos Adm. & Vtas.	\$ -	\$ 274.016	\$ 284.433	\$ 304.797	\$ 309.096	\$ 313.825
DDJJ IVA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 8.654	\$ 78.272	\$ 100.797
DD.JJ. Imp. Gcias	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 57.056	\$ 247.767
Imp. Gcias. Pagos a Cta.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 47.547	\$ 215.982
Dividendos Distribuidos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 21.192	\$ 130.174
TOTAL EGRESOS	\$ 79.585	\$ 953.301	\$ 1.070.034	\$ 1.023.843	\$ 1.229.880	\$ 1.730.528
SDO. FINAL CAJA	\$ 620.415	\$ 203.569	\$ 85.219	\$ 853.264	\$ 1.609.515	\$ 2.060.084



2.10 Estados de Resultados Projectado:

<i>Cuadro Económico Projectado</i>	Ap	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
Ingresos x Ventas	\$ -	\$ 489.575	\$ 879.135	\$ 1.640.657	\$ 1.801.422	\$ 1.978.264
Gastos Operación	\$ -	\$ 230.487	\$ 215.974	\$ 238.820	\$ 243.643	\$ 248.948
Gastos Personal	\$ -	\$ 481.650	\$ 481.650	\$ 422.500	\$ 422.500	\$ 422.500
Gs. Adm. & Vtas.	\$ -	\$ 226.460	\$ 235.069	\$ 251.899	\$ 255.451	\$ 259.360
Gastos Arranque	\$ 7.430	\$ 7.430	\$ 7.430	\$ 7.430	\$ 7.430	\$ -
EBITDA	\$ -7.430	\$ -456.452	\$ -60.988	\$ 720.008	\$ 872.398	\$ 1.047.457
Depr/Amort. Act. Fijos	\$ -	\$ 10.707	\$ 10.707	\$ 10.707	\$ 1.474	\$ 1.474
EBIT	\$ -7.430	\$ -467.159	\$ -71.695	\$ 709.301	\$ 870.924	\$ 1.045.983
Impuesto a las Ganancias	\$ 2.601	\$ 163.506	\$ 25.093	\$ -248.255	\$ -304.823	\$ -366.094
RDO. NETO	\$ -4.830	\$ -303.653	\$ -46.602	\$ 461.046	\$ 566.101	\$ 679.889
		1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
Dividendos Distribuidos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ 21.192	\$ 130.174
% de distribución	20%					



2.11 Balance:

<i>Balance Proyectado</i>	<i>Ap</i>	<i>1º AÑO</i>	<i>2º AÑO</i>	<i>3º AÑO</i>	<i>4º AÑO</i>	<i>5º AÑO</i>
ACTIVO						
Disponibilidades	\$ 620.415	\$ 203.569	\$ 85.219	\$ 853.264	\$ 1.609.515	\$ 2.060.084
Cuentas por cobrar	\$ -	\$ 4.525	\$ 24.286	\$ 45.323	\$ 49.764	\$ 54.650
Crédito Fiscal IVA	\$ 7.365	\$ 50.922	\$ 58.953	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. CF x Quebrantos	\$ 2.601	\$ 166.106	\$ 191.199	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. CF	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. Pagos a Cta.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 47.547	\$ 206.473
Activo Corriente	\$ 630.381	\$ 425.122	\$ 359.657	\$ 898.587	\$ 1.706.826	\$ 2.321.206
Activos Fijos (netos)	\$ 35.070	\$ 24.363	\$ 13.656	\$ 2.949	\$ 1.475	\$ 1
Gastos Organización	\$ 29.720	\$ 22.290	\$ 14.860	\$ 7.430	\$ -	\$ -
Activo No Corriente	\$ 64.790	\$ 46.653	\$ 28.516	\$ 10.379	\$ 1.475	\$ 1
	\$ 695.171	\$ 471.775	\$ 388.173	\$ 908.966	\$ 1.708.301	\$ 2.321.207
PASIVO						
Cargas Sociales por pagar	\$ -	\$ 21.375	\$ 21.375	\$ 21.375	\$ 21.375	\$ 21.375
Gs. Operac. por pagar	\$ -	\$ 58.883	\$ 21.883	\$ 23.787	\$ 24.189	\$ 24.631
IVA por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 787	\$ 7.044	\$ 8.523
Imp. Gcias. por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 57.056	\$ 304.823	\$ 366.094
Pasivo Corriente	\$ -	\$ 80.258	\$ 43.258	\$ 103.005	\$ 357.431	\$ 420.623
Pasivo No Corriente	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ 80.258	\$ 43.258	\$ 103.005	\$ 357.431	\$ 420.623
PATRIMONIO NETO						
Capital Social	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000
Rdos. Acum.	\$ -4.830	\$ -308.483	\$ -355.084	\$ 105.961	\$ 650.870	\$ 1.200.585
	\$ 695.171	\$ 391.517	\$ 344.916	\$ 805.961	\$ 1.350.870	\$ 1.900.585
Diferencia de Balanceo	-	-	-	-	-	-



2.12 Capital de trabajo:

	<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						
Disponibilidades						
Cuentas por cobrar	\$ -	\$ 4.525	\$ 24.286	\$ 45.323	\$ 49.764	\$ 54.650
Crédito Fiscal IVA	\$ 7.365	\$ 50.922	\$ 58.953	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. CF x Quebrantos	\$ 2.601	\$ 166.106	\$ 191.199	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. CF	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. Pagos a Cta.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 47.547	\$ 206.473
	\$ 9.966	\$ 221.553	\$ 274.439	\$ 45.323	\$ 97.311	\$ 261.122
Pasivo Corriente						
Cargas Sociales por pagar	\$ -	\$ 21.375	\$ 21.375	\$ 21.375	\$ 21.375	\$ 21.375
Gs. Operac. por pagar	\$ -	\$ 58.883	\$ 21.883	\$ 23.787	\$ 24.189	\$ 24.631
IVA por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 787	\$ 7.044	\$ 8.523
Imp. Gcias. por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 57.056	\$ 304.823	\$ 366.094
	\$ -	\$ 80.258	\$ 43.258	\$ 103.005	\$ 357.431	\$ 420.623
CTN	\$ 9.966	\$ 141.295	\$ 231.181	\$ -57.682	\$ -260.120	\$ -159.500
VAR. CTN		\$ -131.329	\$ -89.886	\$ 288.863	\$ 202.438	\$ -100.620



2.13 Cash Flow de activos:

	<u>Ap</u>	<u>1º AÑO</u>	<u>2º AÑO</u>	<u>3º AÑO</u>	<u>4º AÑO</u>	<u>5º AÑO</u>																								
Cash-flow Operativo																														
E.B.I.T.	\$ -	\$ -467.159	\$ -71.695	\$ 709.301	\$ 870.924	\$ 1.045.983																								
Depr/Amort.	\$ -	\$ 10.707	\$ 10.707	\$ 10.707	\$ 1.474	\$ 1.474																								
Gastos Organización	\$ -	\$ 7.430	\$ 7.430	\$ 7.430	\$ 7.430	\$ -																								
Imp. a las Gcias.	\$ -	\$ 163.506	\$ 25.093	\$ -248.255	\$ -304.823	\$ -366.094																								
	\$ -	\$ -285.516	\$ -28.465	\$ 479.183	\$ 575.005	\$ 681.363																								
Variación C.T.N.																														
Inv. Inicial en C.T.N.	\$ -664.930																													
Var. C.T.N.	\$ -	\$ -131.329	\$ -89.886	\$ 288.863	\$ 202.438	\$ -100.620																								
	\$ -664.930	\$ -131.329	\$ -89.886	\$ 288.863	\$ 202.438	\$ -100.620																								
Inv. en Act. Fijos																														
Inv. Inicial en Act. Fijos	\$ -35.070	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -																								
Otros Desembolsos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -																								
	\$ -35.070	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -																								
Dividendos distrib.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -21.192	\$ -130.174																								
Cash-flow de los Activos	\$ -700.000	\$ -416.846	\$ -118.351	\$ 768.046	\$ 756.251	\$ 450.569																								
Valor Terminal	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.392.669																								
Cash-flow Activos (V.T.)	\$ -700.000	\$ -416.846	\$ -118.351	\$ 768.046	\$ 756.251	\$ 1.843.238																								
Factor de descuento	<u>1,0000</u>	<u>0,7692</u>	<u>0,5917</u>	<u>0,4552</u>	<u>0,3501</u>	<u>0,2693</u>																								
Cash-flow Activos (desc.)	\$ -700.000	\$ -320.651	\$ -70.030	\$ 349.588	\$ 264.784	\$ 496.438																								
CFA - (CF-CI)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -																								
<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 15%;"></td> <td style="width: 15%;">VAN:</td> <td style="width: 15%; border: 1px solid black;">\$ 20.129</td> <td style="width: 15%;"></td> <td style="width: 15%;"></td> <td style="width: 15%; border: 1px solid black;">r= 30,00%</td> </tr> <tr> <td></td> <td>TIR:</td> <td style="border: 1px solid black;">31%</td> <td></td> <td></td> <td style="border: 1px solid black;">r_p= 35,00%</td> </tr> <tr> <td></td> <td>PAYBACK:</td> <td style="border: 1px solid black;">3,62</td> <td style="border: none;">años</td> <td></td> <td style="border: 1px solid black;">g_(n+1)= 2,00%</td> </tr> <tr> <td></td> <td>PAYBACK DESCONTADO:</td> <td style="border: 1px solid black;">+ de 5</td> <td style="border: none;">años</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>								VAN:	\$ 20.129			r= 30,00%		TIR:	31%			r _p = 35,00%		PAYBACK:	3,62	años		g _(n+1) = 2,00%		PAYBACK DESCONTADO:	+ de 5	años		
	VAN:	\$ 20.129			r= 30,00%																									
	TIR:	31%			r _p = 35,00%																									
	PAYBACK:	3,62	años		g _(n+1) = 2,00%																									
	PAYBACK DESCONTADO:	+ de 5	años																											



2.14 Punto de equilibrio:

	<u>1º AÑO</u>	<u>2º AÑO</u>	<u>3º AÑO</u>	<u>4º AÑO</u>	<u>5º AÑO</u>
COSTOS VARIABLES					
Gs. Oper. Variables	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
II.BB. (3%)	\$ 14.687	\$ 26.374	\$ 49.220	\$ 54.043	\$ 59.348
	\$ 14.687	\$ 26.374	\$ 49.220	\$ 54.043	\$ 59.348
COSTOS FIJOS					
Gastos Personal	\$ 481.650	\$ 481.650	\$ 422.500	\$ 422.500	\$ 422.500
Gs. Oper. Fijos (s/IIBB)	\$ 215.800	\$ 189.600	\$ 189.600	\$ 189.600	\$ 189.600
Gs. Adm. & Vtas.	\$ 226.460	\$ 235.069	\$ 251.899	\$ 255.451	\$ 259.360
Depr/Amort. Act. Fijos	\$ 10.707	\$ 10.707	\$ 10.707	\$ 1.474	\$ 1.474
	\$ 934.617	\$ 917.026	\$ 874.706	\$ 869.025	\$ 872.934
COSTO TOTAL	\$ 949.304	\$ 943.400	\$ 923.925	\$ 923.068	\$ 932.282
P.E. ECONÓMICO (pesos)	\$ 963.522	\$ 945.388	\$ 901.758	\$ 895.903	\$ 899.932
P.E. EFECTIVO (pesos)	\$ 952.484	\$ 934.349	\$ 890.720	\$ 894.383	\$ 898.412
Colchón de efectivo	\$ 76.992	\$ 75.527	\$ 72.000	\$ 72.296	\$ 72.622



3. Presentación Power Point:

Integrantes:

- Gattiker, Ian
- Orellana, Gabriel
- Paulovich, Daiana

UADE
Facultad de Administración y Negocios
Prof. Martin Alterson

- Home
- Perfil**
- Amigos
- Grupos
- Juegos
- Servicios

Nombre: Bruno
Edad: 4
Especie: Perro
Raza: Boyero de Berna
Barrio: Belgrano

Amigos Fotos Videos Gustos

Bruno
Hace dos horas
Feliz con mi nuevo juguete!

Comenta! Huella de aprobación
Escribe aquí...

Le Petit Pets
La mejor veterinaria para tu mascota!
Cabildo 3216, Belgrano.
Tel. 4890-2662

Pipetas Frontline
Cuida a tu perro de pestes indeseables. Consigue tu pipeta Frontline en tu veterinaria más cercana!

Calefactores de Acuarios Atman
Lo mejor que puedes encontrar en la web para tus peces!

HOME

- Home
- Perfil
- Amigos
- Grupos
- Juegos
- Servicios

Tommy

Nombre: Tommy Filippa
Edad: 3
Especie: Gato
Raza: Mestizo
Barrio: Almagro

Amigos Fotos Videos Gustos

Tommy
Hace 3 minutos

Estresadísimo con Lua...

Comenta! ↓ Lua aprueba

Chito: Típico...

Le Petit Pets
La mejor veterinaria para tu mascota!
Cabildo 3216, Belgrano.
Tel. 4890-2662

Pipetas Frontline
Cuida a tu perro de pestes indeseables. Consigue tu pipeta Frontline en tu veterinaria más cercana!

Calefactores de Acuarios Atman
Lo mejor que puedes encontrar en la web para tus peces!

whiskas

- Home
- Perfil**
- Amigos
- Grupos
- Juegos
- Servicios

Nombre: Emanuel Paulovich
Edad: 3
Especie: Canario
Raza: Jilguero
Barrio: Almagro

Amigos Fotos Videos Gustos

Milagros
Hace 3 horas

Lindo canario...

Comenta! [Martina aprueba](#)

Martina: Mmm... tienes razón!
[Huella de aprobación](#)

Wendy: Chicos, vamos, inventen un chiste nuevo!
[Huella de aprobación](#)

Comenta! [Huella de aprobación](#)
Escribe aquí...

Le Petit Pets
La mejor veterinaria para tu mascota!
Cabildo 3216, Belgrano.
Tel. 4890-2662

Pipetas Frontline
Cuida a tu perro de pestes indeseables. Consigue tu pipeta Frontline en tu veterinaria más cercana!

Calefactores de Acuarios Atman
Lo mejor que puedes encontrar en la web para tus peces!



HOME



Home



Perfil



Amigos



Grupos



Juegos



Servicios





Amigos

Filtrar por: Comuna Barrio Especie

  <p>Rayo</p>	  <p>He-man</p>	 <p>Le Petit Pets La mejor veterinaria para tu mascota! Cabildo 3216, Belgrano. Tel. 4890-2662</p>
  <p>Falco</p>	  <p>Pelusa</p>	 <p>Pipetas Frontline Cuida a tu perro de pestes indeseables. Consigue tu pipeta Frontline en tu veterinaria más cercana!</p>
  <p>Nemo</p>	  <p>Melissa</p>	 <p>Calefactores de Acuarios Atman Lo mejor que puedes encontrar en la web para tus peces!</p> <p>Paseador Experto Paseador Don Jorge Mobil: 11-6767-8923</p>



- Home
- Perfil
- Amigos
- Grupos**
- Juegos
- Servicios



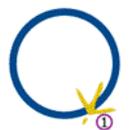
Grupos



Familia



Amigos



Vecinos



Raza



Especie



Otros

Le Petit Pets
La mejor veterinaria para tu mascota!
Cabildo 3216, Belgrano.
Tel. 4890-2662



Pipetas Frontline
Cuida a tu perro de pestes indeseables. Consigue tu pipeta Frontline en tu veterinaria más cercana!



Calefactores de Acuarios Atman
Lo mejor que puedes encontrar en la web para tus peces!

Paseador Experto
Paseador Don Jorge
Mobil: 11-6767-8923

HOME

HOME

Perfil

Amigos

Grupos

Juegos

Servicios

whiskas

Juegos

CLUB PENGUIN

Waddle around and meet new friends!

PET SOCIETY

Healthy Bones



-  Home
-  Perfil
-  Amigos
-  Grupos
-  Juegos
-  **Servicios**



Servicios

Filtrar por: Servicio Barrio Especie Producto



Paseadores



Veterinarios



Comida de Mascotas



Productos/ Accesorios

Le Petit Pets
 La mejor veterinaria para tu mascota!
 Cabildo 3216, Belgrano.
 Tel. 4890-2662

Pipetas Frontline
 Cuida a tu perro de pestes indeseables. Consigue tu pipeta Frontline en tu veterinaria más cercana!

Calefactores de Acuarios Atman
 Lo mejor que puedes encontrar en la web para tus peces!

Paseador Experto
 Paseador Don Jorge
 Mobil: 11-6767-8923



Publicidad Vía pública/Veterinarias

P

iPet
Red Social de Mascotas

¡Todos quieren
ser parte!

Buscanos en: www.iPet.com

iPet
Red Social de Mascotas

Descubre:



Amigos



Grupos



Juegos



Servicios



¡Todos quieren ser parte!



Resultados Financieros

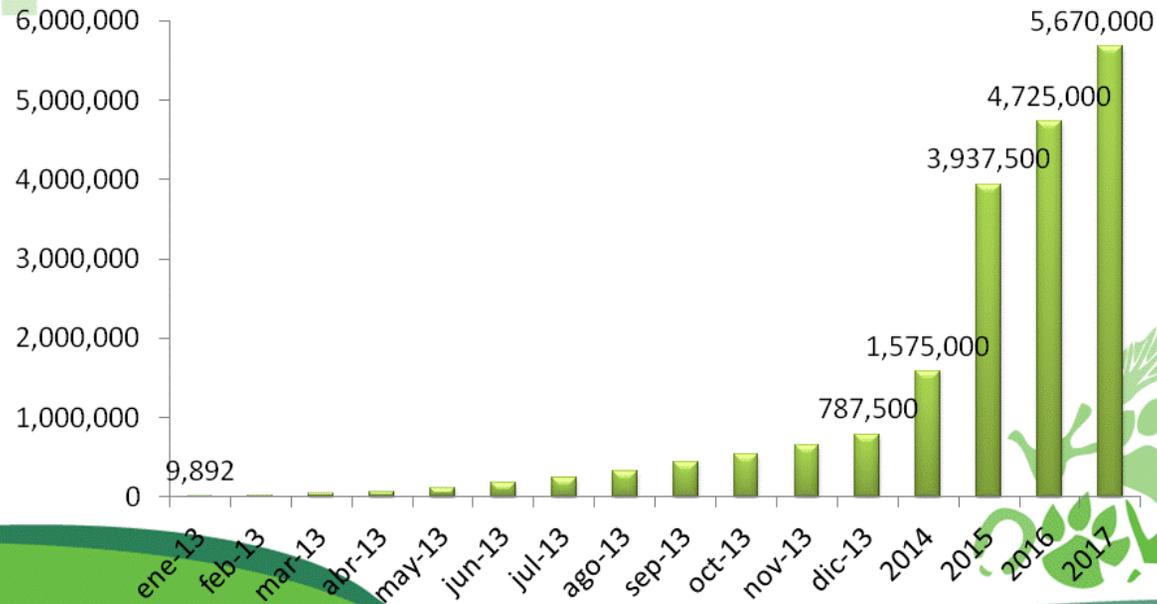
	Neutral
Inversión Inicial	\$ 600.000
VAN	\$ 3.202.470
TIR	96,00%
Pay Back	2 años y 9 meses
Punto Equilibrio	\$ 1.355.633





Número de Usuarios Capital Federal y Gran Buenos Aires

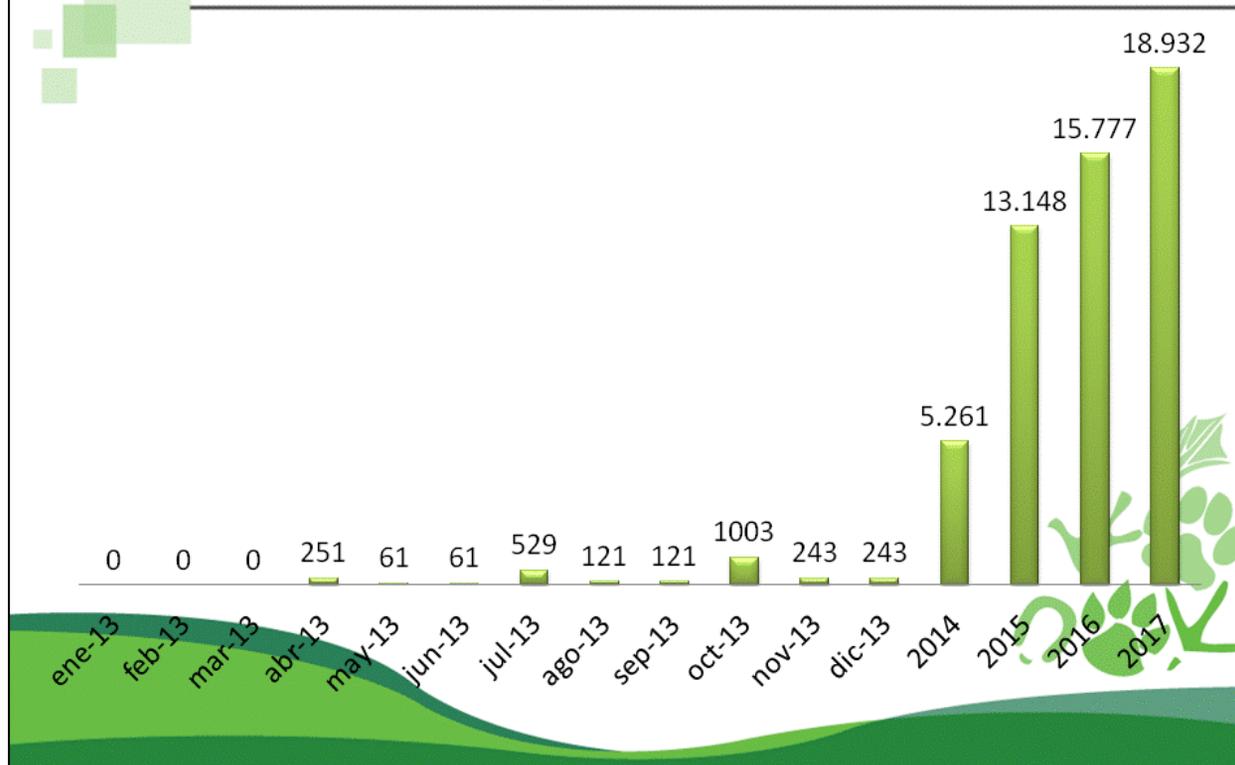
Usuarios iPet





P

Número de Anuncios Capital Federal y Gran Buenos Aires





Annual: \$11.000
Semestral: \$6.500

Home

Perfil

Amigos

Grupos

Juegos

Servicios

Comparte tus aventuras...

Semestral: \$1000
Trimestral: \$500

Trimestral: \$250
Mensuales: \$100



P

Procesos de puesta en marcha

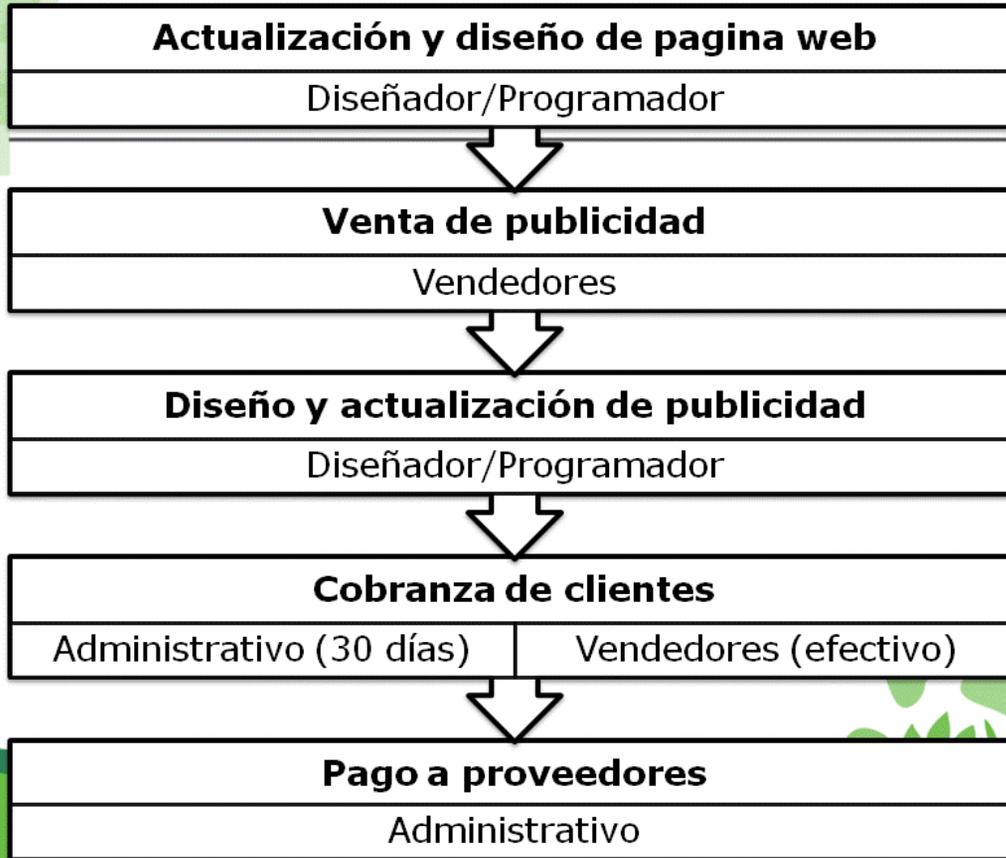
- ✓ Inscripción de S.R.L.
- ✓ Alquiler de oficina
- ✓ Creación de pagina web
- ✓ Contratación de personal
- ✓ Contratación del hosting e internet
- ✓ Compra de bienes muebles





P

Procesos Diarios





P

Utilización de fondos

Presupuesto de Inversión

Equipos

Computadora Diseñador (1)	\$ 12.100
Proyector con pantalla (1)	\$ 4.840
Computadora Administrador (3)	\$ 17.424

Muebles y Útiles

Microondas	\$ 968
Televisor	\$ 3.630
Celulares (3)	\$ 1.452
Heladera	\$ 3.630

TOTAL \$ 44.044

Gastos de Apertura

Rubricación Libros	\$ 2.000
Deposito Alquiler	\$ 30.000
Inscripción S.R.L.	\$ 150
Diseño de Pagina	\$ 15.000

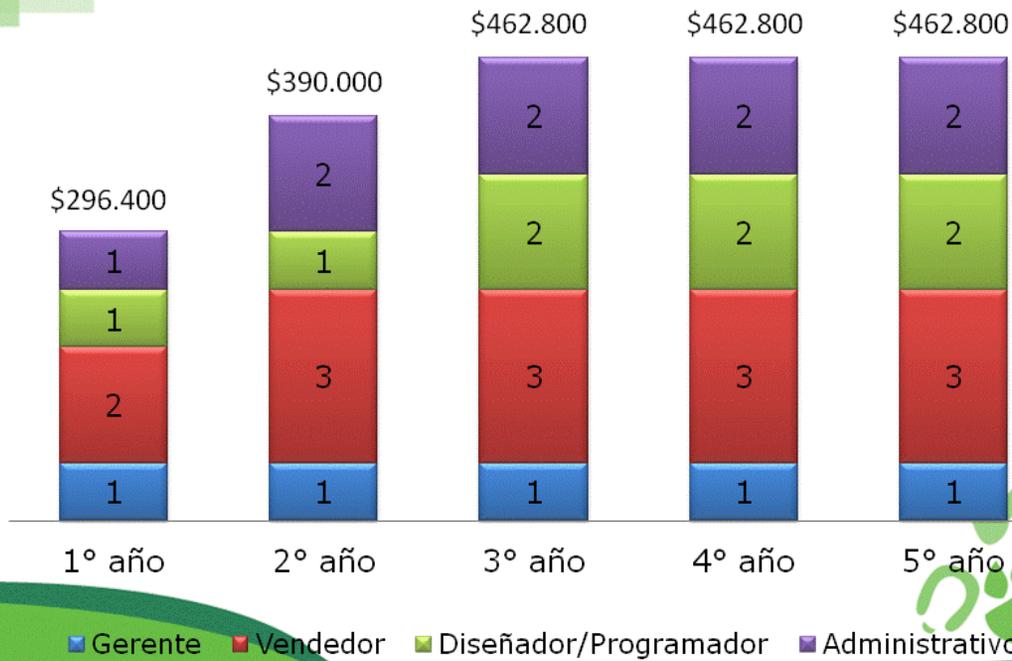
TOTAL \$ 47.150





P

Variación de Recursos Humanos

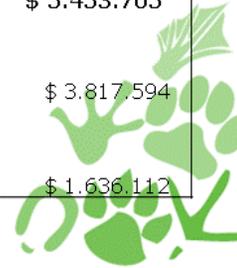




P

Proyección de ventas

	<u>1º AÑO</u>	<u>2º AÑO</u>	<u>3º AÑO</u>	<u>4º AÑO</u>	<u>5º AÑO</u>
Ventas (Brutas)	\$ 700.400	\$ 1.394.800	\$ 3.437.500	\$ 4.118.400	\$ 4.935.480
IVA 10,5%	\$ 73.542	\$ 146.454	\$ 360.938	\$ 432.432	\$ 518.225
Ventas (Netas)	\$ 773.942	\$ 1.541.254	\$ 3.798.438	\$ 4.550.832	\$ 5.453.705
Vtas. al Ctdo. (70%)	\$ 541.759	\$ 1.078.878	\$ 2.658.906	\$ 3.185.582	\$ 3.817.594
Vtas. a 30 ds. (30%)	\$ 232.183	\$ 462.376	\$ 1.139.531	\$ 1.365.250	\$ 1.636.112



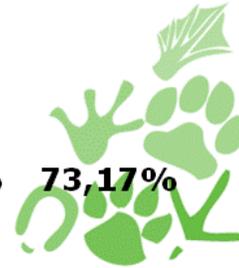


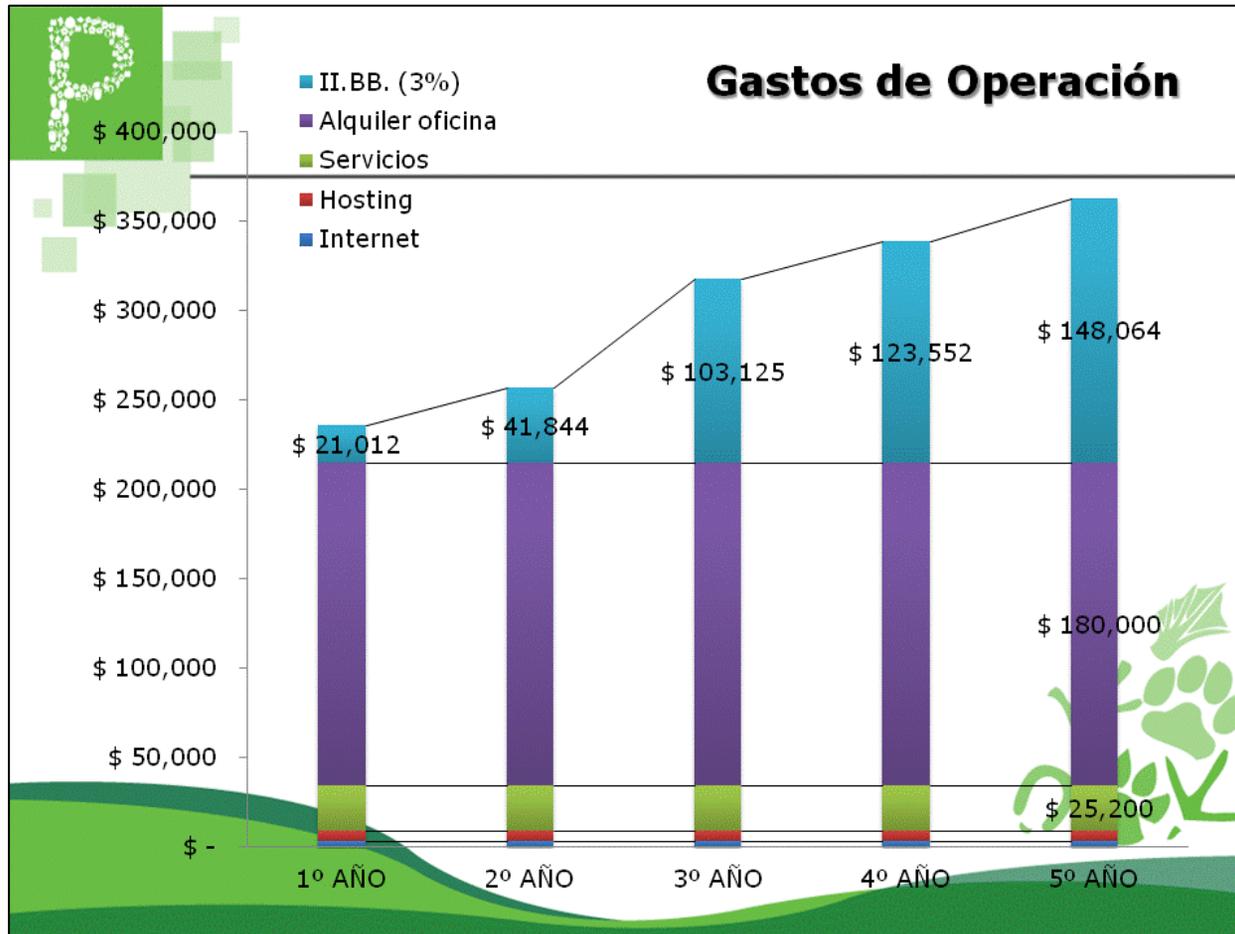
P

Costos Totales/Ventas Totales

	<u>1º AÑO</u>	<u>2º AÑO</u>	<u>3º AÑO</u>	<u>4º AÑO</u>	<u>5º AÑO</u>
Ventas (Netas)	\$ 773.942	\$ 1.541.254	\$ 3.798.438	\$ 4.550.832	\$ 5.453.705
Costos totales	\$ 998.181	\$ 1.160.259	\$ 1.384.984	\$ 1.420.459	\$ 1.463.029

-28,97% 24,72% 63,54% 68,79% 73,17%



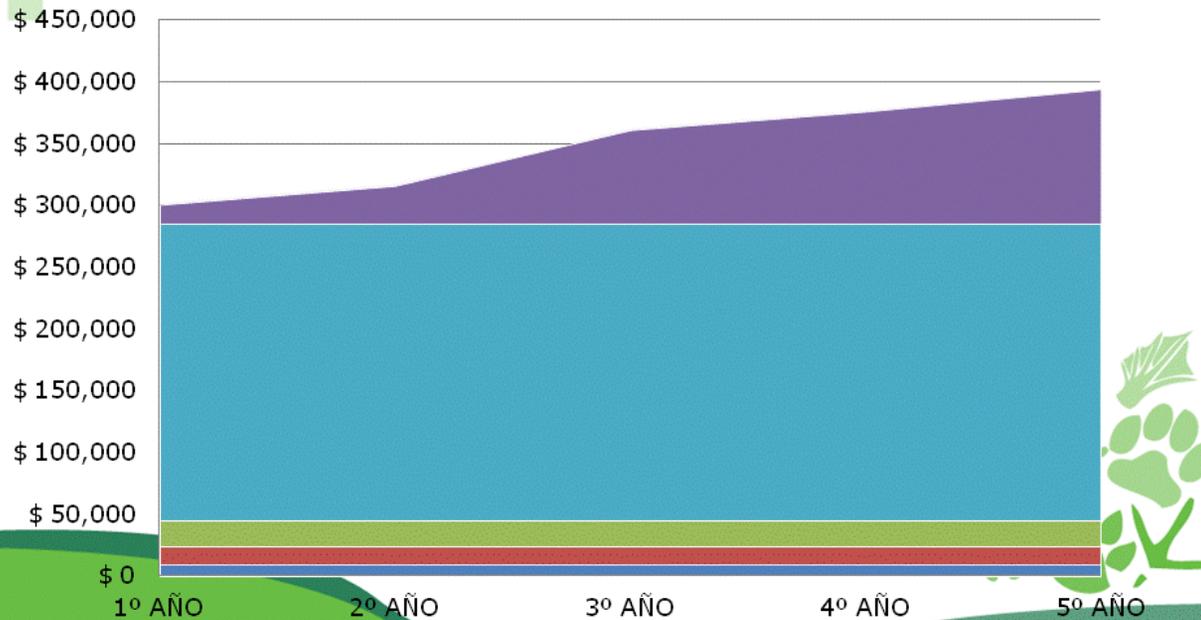




P

Gastos de Com. y Adm.

■ Telefonía Celular (nextel) ■ Viaticos ■ Merchandising ■ Publicidad ■ Comisiones





Estados de Resultados Proyectados

EBITDA	\$ -9.430	\$ -307.211	\$ 225.111	\$ 2.043.086	\$ 2.688.511	\$ 3.472.451
Depr/Amort. Act. Fijos	\$ -	\$ 11.067	\$ 11.067	\$ 14.347	\$ 4.880	\$ 4.880
EBIT	\$ -9.430	\$ -318.278	\$ 214.044	\$ 2.028.739	\$ 2.683.631	\$ 3.467.571
Impuesto a las Ganancias	\$ 3.301	\$ 111.397	\$ -74.915	\$ -710.059	\$ -939.271	\$ -1.213.650
RDO.NETO	\$ -6.130	\$ -206.881	\$ 139.129	\$ 1.318.681	\$ 1.744.360	\$ 2.253.921

	<u>1º AÑO</u>	<u>2º AÑO</u>	<u>3º AÑO</u>	<u>4º AÑO</u>	<u>5º AÑO</u>
Dividendos Distribuidos	\$ =	\$ =	\$ =	\$ 248.960	\$ 548.040

% de distribución 20%



P

Análisis de sensibilidad

	Neutral	Optimista	Pesimista
Inversión Inicial	\$ 600.000	\$ 800.000	\$ 700.000
VAN	\$ 3.202.470	\$ 9.304.505	\$ 20.129
TIR	96,00%	120,00%	31,00%
Pay Back	2 años y 9 meses	2 años y 9 meses	+ más de 5 años
Pto Equilibrio	\$ 1.355.633	\$ 1.691.678	\$ 898.412

