



Universidad del Aconcagua  
*Repositorio Institucional*

## Plan de Negocios Cafetería Don Lorenzo

---

AUTOR/ES

**GUZMÁN, PABLO**

DIRECTOR

**BIONDOLILLO, MARÍA GABRIELA**

TIPO DE TRABAJO

**TESINA**

TITULO AL QUE ACCEDE

**LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN**

AÑO

**2011**

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Institucional de la Universidad del Aconcagua



**UNIVERSIDAD DEL ACONCAGUA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y  
JURIDICAS**

**LICENCIATURA EN ADMINISTRACION**

**PRACTICA Y ORIENTACION PROFESIONAL**

**TESINA DE GRADO**

**“PLAN DE NEGOCIOS CAFETERIA DON  
LORENZO”**

**Alumno: Pablo Guzmán**

**Tutor: Gabriela Biondolillo**

Mendoza, 30 de Setiembre de 2011.-

**CALIFICACION**

## **INDICE**

<b>1. RESUMEN EJECUTIVO</b>	<b>6</b>
<b>2. INTRODUCCION</b>	<b>7</b>
2.1 Definición idea del negocio	7
2.2 Objetivos	7
2.3 Justificación de la Idea de Negocio	8
2.4 Hipótesis de Investigación	8
<b>3. ANALISIS EXTERNO</b>	<b>9</b>
3.1 Análisis del Macroentorno	9
3.1.1 Contexto Demográfico	9
3.1.2 Contexto Económico	15
3.1.3 Contexto Político – Legal	17
3.1.4 Contexto Tecnológico	18
3.1.5 Contexto Cultural	19
3.2 Análisis del Microentorno	20
3.2.1 Rivalidad entre Competidores Existentes	20
3.2.2 Competidores Potenciales	24
3.2.3 Amenaza de Productos Sustitutos	26
3.2.4 Poder de Negociación de los Compradores	26
3.2.5 Poder de Negociación de los Proveedores	26
3.3 Análisis FODA	26
3.4 Misión	28
3.5 Visión	28
3.6 Estrategia Genérica	28
3.7 Objetivos	29
<b>4. ANALISIS TECNICO</b>	<b>30</b>
4.1 Localización de Planta	30
4.2 Distribución en Planta	34
4.3 Proceso de Producción	35

4.4 Proceso de Prestación del servicio 36

4.5 Tecnologías 37

4.6 Mantenimiento de las Instalaciones 39

4.7 Aprovisionamiento 40

4.8 Equipamiento del Negocio 40

## **5. ANALISIS COMERCIAL 47**

5.1 Producto 47

5.2 Precio 48

5.3 Plaza 51

5.4 Promoción 51

## **6. ANALISIS ADMINISTRATIVO 52**

6.1 Organigrama 52

6.2 Manual de Funciones 53

## **7. ANALISIS ECONOMICO FINANCIERO 57**

7.1 Inversión Inicial 57

7.2 Ingresos por Ventas 59

7.3 Sueldos y Jornales 60

7.4 Costos Fijos y Costos Variables 61

7.5 Flujo de Fondos 63

7.6 Cuadro Amortización del Préstamo 64

7.7 Análisis de Punto de Equilibrio 66

7.8 Análisis de Sensibilidad 67

## **8. CONCLUSIONES 69**

## **9. BIBLIOGRAFIA 71**



## **2. INTRODUCCION**

### **2.1 Definición Idea de Negocio**

La propuesta de negocio consiste en la instalación de una cafetería dedicada a la venta de diversas variedades de café tanto calientes como frías, acompañadas de una pastelería de elaboración propia hecha en base a café como así también de una repostería tradicional, tanto para consumir en el local como para llevar.

Se pretende localizar el emprendimiento en una zona céntrica del departamento Ciudad de Mendoza cuya ambientación cumplirá con el concepto de comodidad, calidez, relajación y buen gusto brindando una atención personalizada a sus clientes donde puedan disfrutar de momentos agradables tanto solos o acompañados, con la familia, con los amigos como así también podrán disponer de un espacio para realizar reuniones de distinto tipo. Este emprendimiento estará dirigido a un segmento social de clase media, media alta de 25 a 65 años de edad.

### **2.2 Objetivos**

- Cumplir con todos los aspectos necesarios para realizar la evaluación completa del proyecto de inversión.
- Comprobar que el proyecto es viable y que constituye una buena inversión de recursos.

- Ofrecer un producto y servicio diferenciado, que sea percibido por el cliente en todo momento.

### **2.3 Justificación de la Idea de Negocio**

La idea de negocio surge debido al interés por analizar un rubro dentro del sector gastronómico y el de cafetería resulto ser el más atractivo ya que hay toda una cultura muy interesante alrededor del café y además al contar con una parte de capital propio y al haber mayor acceso a las líneas de crédito, es así que nace esta idea.

### **2.4 Hipótesis de Investigación**

La instalación de un emprendimiento gastronómico en base a las condiciones actuales de la industria, es un negocio rentable.

### **3. ANALISIS EXTERNO**

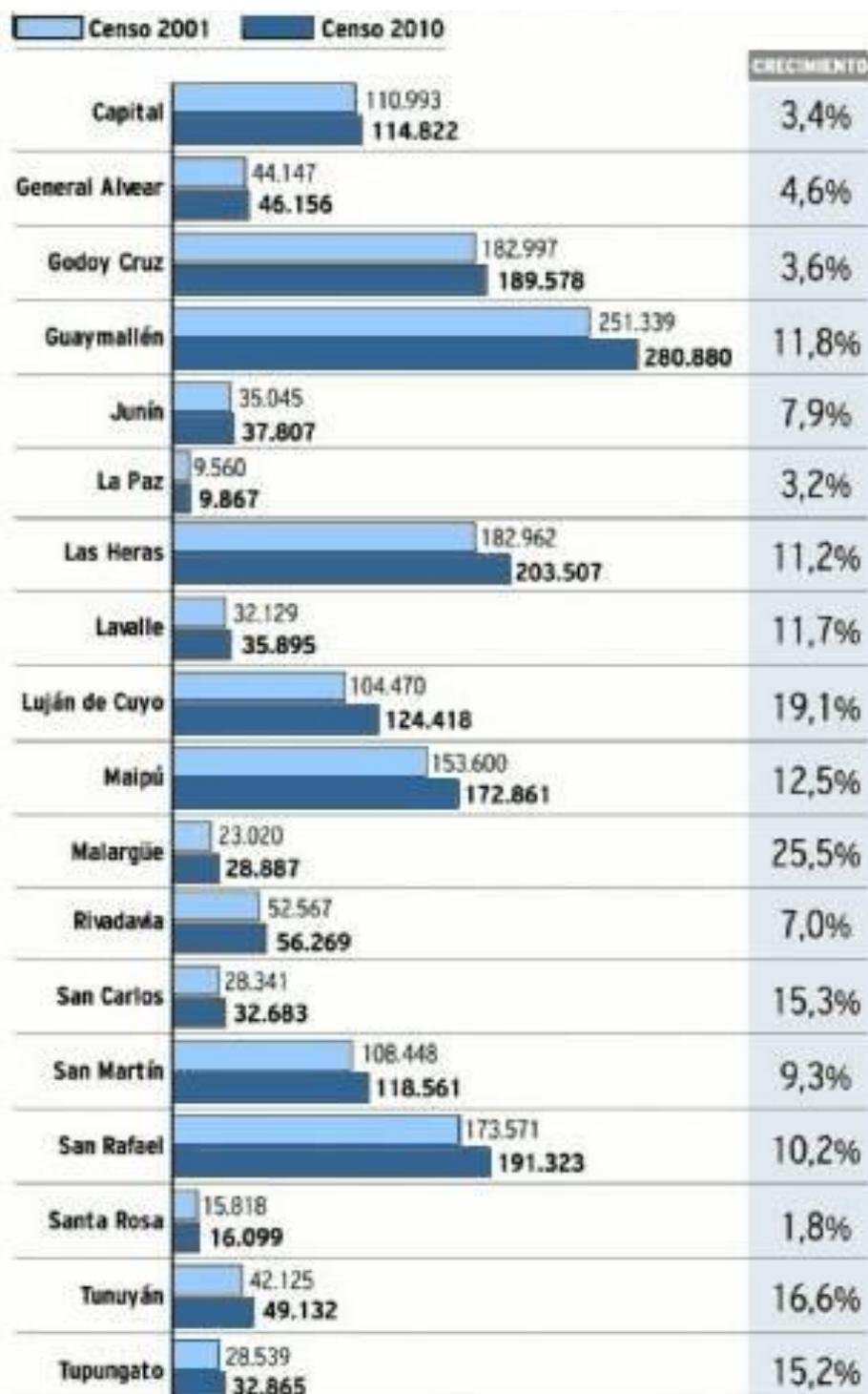
#### **3.1 Análisis del Macroentorno**

##### **3.1.1 Contexto Demográfico**

En el caso de la provincia de Mendoza donde se pretende ejecutar el emprendimiento, según los resultados obtenidos en el último Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas realizado en el año 2010, nuestra provincia cuenta con una población total de 1.741.610 habitantes de los cuales 848.823 son varones y 892.787 mujeres, repartidos en una superficie total de 150.839 kilómetros cuadrados con una densidad de 11,7 habitantes por kilómetro cuadrado a diferencia del Censo nacional del año 2001 que arrojaba un total de 1.579.651 habitantes de los cuales 769.265 eran varones y 810.386 mujeres con una densidad de habitante por kilómetro cuadrado de 10,6. Por lo tanto el crecimiento demográfico de Mendoza ha sido del 9,4%.

Fuente: [www.mendozacuyo.com.ar](http://www.mendozacuyo.com.ar)

**Población según Censo 2010 de la Provincia de Mendoza y de c/u de sus departamentos.**



Fuente: [www.mendozacuyo.com.ar](http://www.mendozacuyo.com.ar)

**Población proyectada por año según sexo de la Provincia de Mendoza.**

<b>Sexo</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<b>Total</b>	1.783.341	1.800.895	1.818.256	1.835.326	1.852.017
<b>Varones</b>	873.794	882.419	890.950	899.320	907.456
<b>Mujeres</b>	909.547	918.476	927.306	936.006	944.521

Fuente: DEIE. Sistema Estadístico Municipal en base a datos otorgados por Área de Estadísticas sociodemográficas.

**Densidad de población del Gran Mendoza. Año 2010.**

<b>Departamentos del Gran Mendoza</b>	<b>Densidad de Población (Hab./Km2) Año 2001</b>	<b>Densidad de Población (Hab./Km2) Año 2010</b>
Capital	2.055,4	2.126,3
Godoy Cruz	2.439,7	2.527,7
Guaymallén	1.532,6	1.712,7
Las Heras	20,4	22,7
Luján de Cuyo	21,6	25,7
Maipú	248,9	280,2

Fuente: INDEC. Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010.

**Población de 15 años o más por Máximo Nivel de Instrucción Alcanzado del Gran Mendoza. Año 2001.**

Gran Mendoza	Población de 15 años o más	Máximo nivel de instrucción alcanzado			
		Sin instrucción/primario incompleto	Primario completo/secundario incompleto	Secundario completo/terciario o universitario incompleto	Terciario o universitario completo
<b>Total</b>	<b>1.121.272</b>	<b>228.498</b>	<b>554.254</b>	<b>251.874</b>	<b>86.646</b>
Capital	87.946	8.335	30.315	31.885	17.411
Godoy Cruz	135.714	15.603	64.141	41.942	14.028
Guaymallén	180.033	29.977	90.170	46.225	13.661
Las Heras	125.200	21.550	68.458	28.643	6.549
Luján de Cuyo	71.962	14.125	35.164	16.221	6.452
Maipú	106.814	25.197	57.558	19.323	4.736

Fuente: INDEC. Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2001.

**Población de 14 años o más por Condición de Actividad del Gran Mendoza. Año 2001.**

Departamentos del Gran Mendoza	Población de 14 años o más	Condición de Actividad		
		Activos		Inactivos
		Ocupados	Desocupados	
<b>Total</b>	<b>1.152.481</b>	<b>467.735</b>	<b>194.886</b>	<b>489.860</b>
Capital	89.679	37.953	11.156	40.570
Godoy Cruz	139.071	56.282	23.992	58.797
Guaymallén	185.070	73.197	34.171	77.702
Las Heras	129.054	51.194	25.146	52.714
Luján de Cuyo	74.063	32.091	11.901	30.071
Maipú	109.949	46.745	16.893	46.311

Fuente: INDEC. Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2001.

En el caso del departamento Capital, localidad donde se pretende llevar a cabo el proyecto, este cuenta según el último Censo realizado en el año 2010 con una población total de 114.822 habitantes de los cuales 54.138 son varones y 60.684 son mujeres, distribuidos en una superficie total de 54 kilómetros cuadrados.

Fuente: INDEC. Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010.

**Población por sexo según Grupos de Edad del Departamento Capital. Año 2001.**

<b>Grupos de Edad</b>	<b>Población Total</b>	<b>Varones</b>	<b>Mujeres</b>
<b>Total</b>	<b>110.993</b>	<b>51.526</b>	<b>59.467</b>
0-4	7.216	3.555	3.661
5-9	7.429	3.759	3.670
10-14	8.402	4.372	4.030
15-19	8.720	4.456	4.264
20-24	10.802	5.409	5.393
<b>25-29</b>	<b>9.214</b>	<b>4.591</b>	<b>4.623</b>
<b>30-34</b>	<b>7.179</b>	<b>3.506</b>	<b>3.673</b>
<b>35-39</b>	<b>6.189</b>	<b>2.899</b>	<b>3.290</b>
<b>40-44</b>	<b>6.483</b>	<b>2.991</b>	<b>3.492</b>
<b>45-49</b>	<b>6.386</b>	<b>2.898</b>	<b>3.488</b>
<b>50-54</b>	<b>6.477</b>	<b>2.843</b>	<b>3.634</b>
<b>55-59</b>	<b>5.427</b>	<b>2.332</b>	<b>3.095</b>
<b>60-64</b>	<b>4.511</b>	<b>1.880</b>	<b>2.631</b>
65-69	4.319	1.720	2.599
70-74	4.520	1.708	2.812
75-79	3.579	1.311	2.268
80-84	2.343	782	1.561
85-89	1.246	373	873
90-94	436	117	319
95-99	99	21	78
100 y más	16	3	13

Fuente: INDEC. Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2001.

**Población proyectada por año según sexo del Departamento Capital.**

Sexo	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Total</b>	111.422	110.939	110.462	109.992	109.532
<b>Varones</b>	52.552	52.378	52.206	52.037	51.872
<b>Mujeres</b>	58.870	58.561	58.256	57.955	57.660

Fuente: DEIE. Sistema Estadístico Municipal en base a datos otorgados por Área de Estadísticas sociodemográficas.

**Mapa del Departamento Capital.**



Los límites del Departamento Capital son:

- **Este:** canal Cacique Guaymallén y Bajada de Arrollabes.

- **Norte:** línea definida por los ejes de calles: Los Pescadores, Ramírez, Coronel Díaz, Av. San Martín, eje del Zanjón de Los Ciruelos, eje del Colector Aluvional del Barrio San Martín, Calle Tupungato, eje de calle Notti, Av. Champagnat, Cerro Banderita Norte, Boulevard Cerro Los Gemelos hasta el punto LN6 y desde allí en línea recta hacia el Oeste uniendo los puntos LN5 y LN4 hasta la Sierra de Uspallata.
- **Sur:** la línea determinada por los ejes de calles Brasil, Irigoyen, Beltrán, eje del Zanjón Frías hasta el dique de igual nombre, por el costado Oeste del mismo hasta el hito LS2 levantado por la Municipalidad de Capital y desde allí en línea recta hasta el Oeste uniendo los puntos LS3 y LS4 hasta la Sierra de Uspallata.
- **Oeste:** línea definida por las Altas Cumbres divisorias de las aguas de la Sierra de Uspallata.

Fuente: [www.ciudaddemendoza.gov.ar](http://www.ciudaddemendoza.gov.ar)

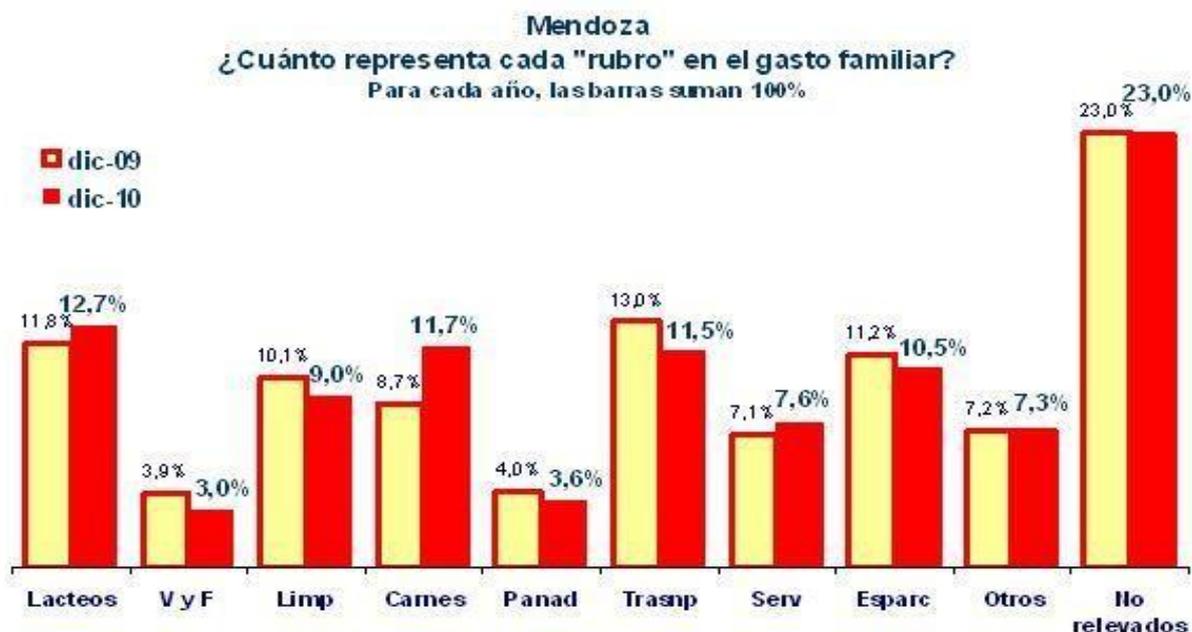
### **3.1.2 Contexto Económico**

La Argentina si bien viene experimentando una recuperación en términos y condiciones económicas a partir del año 2010 luego de la crisis mundial experimentada a fines del año 2008, se observa que el panorama económico en general no nos acompaña totalmente.

Las diversas variables económicas impactan directamente en el poder de compra y modelos de gasto de los consumidores. Entre ellas la inflación que se viene experimentando desde hace unos años influyendo negativamente en el costo de vida de los consumidores y desde el punto de vista de un negocio en los costos de las materias primas para la producción, en los costos salariales y en los márgenes de rentabilidad.

La fuerte suba de precios de los alimentos, además de presionar sobre el nivel general de precios, ha cambiado la composición del gasto de las familias en Mendoza. Ahora se gasta mucho más del ingreso promedio de las familias en alimentos, que son los productos de primera necesidad,

mientras pierden participación los servicios, como el esparcimiento y el transporte, y otros bienes, lo cual sería un aspecto negativo para el proyecto que se quiere emprender.



Fuente: Diario MDZ Online.

A partir de estos resultados se observa un incremento de los rubros alimenticios en el presupuesto familiar. Es así que, dentro de la composición general del gasto familiar, el rubro Alimentos pasó de representar el 28,4% al 31% sólo en el último año, mientras que los rubros no alimentarios bajaron del 48,6% al 46%, dejando en el 23% los rubros no relevados por la Universidad Nacional de Cuyo en su informe. Esta evolución dispar entre rubros, que típicamente ocurre cuando la inflación se acelera, ha llevado a que la composición del gasto familiar cambie en el último año.

Fuente: Diario MDZ Online.

Acorde a lo anterior se observa entonces que rubros como lácteos y carnes han ganado participación en el consumo familiar, mientras que otros rubros como verduras y frutas, transporte y esparcimiento la han perdido.

Pese a la disminución observada en el consumo de esparcimiento en el gráfico anterior, según datos de la Dirección de Comercio e Inspección General de la Municipalidad de Capital, el negocio gastronómico sigue en pleno crecimiento. En la ciudad de Mendoza se abrieron en el último año 67 locales, mientras que las bajas sólo fueron 18. Y se está estudiando la flexibilización de algunas zonas para permitir más emprendimientos lo cual es alentador para nuestras perspectivas. No obstante, los empresarios tienen que seguir luchando contra el incremento constante de costos, lo cual requiere de un gran esfuerzo a la hora de fijar los precios del menú y no dejando de tener muy presente que ahora los clientes son mucho más precavidos con el gasto promedio.

En cuanto al poder adquisitivo en general, también se ve disminuido por el actual proceso inflacionario, cada vez el dinero rinde menos y los aumentos salariales no son una solución ya que generan aún más inflación, lo cual se torna en círculo vicioso. En el caso del negocio que se quiere llevar a cabo, se apuntará a un segmento de clase social media, media alta donde el poder adquisitivo es mayor y la inflación repercute en menor medida, ya que se observa que los consumidores de este segmento son menos sensibles a los aumentos y están dispuestos a pagar un precio mayor por un producto y servicio diferenciado.

### **3.1.3 Contexto Político - Legal**

En cuanto al entorno político, este 2011 por ser año de elecciones, se presenta con bastante incertidumbre en todo sentido sobre todo por la falta de claridad y comunicación por parte de la clase política, a lo que se le suma que es de público conocimiento por todos los ciudadanos sus peleas, descalificaciones, acusaciones, especulaciones, mala asignación de los recursos, otorgamiento de todo tipo de subsidios, lo que genera un ambiente negativo, de preocupación y de mucha desconfianza en el ámbito de los negocios y en especial en lo que respecta a realizar inversiones. En el caso de querer acceder a la financiación de inversores privados por los motivos mencionados anteriormente estos prefieren colocar su dinero a plazo fijo, comprar moneda extranjera, invertir en acciones y/o bonos por la incertidumbre propia de este período electoral lo que acota las alternativas de financiamiento.

En relación al aspecto legal existen una serie de requisitos a cumplir para poder instalar un establecimiento dedicado a la manipulación de alimentos, los cuales son:

- La habilitación municipal otorgada por la Municipalidad de la Ciudad de Mendoza.
- La inscripción de la empresa ante la AFIP, en el caso de este negocio bajo el régimen de monotributista.
- Inscripción ante la Dirección General de Rentas en base a la actividad a desarrollar en este caso como cafetería.
- La contratación de la ART.
- La inscripción en la Secretaría de Turismo.

### **3.1.4 Contexto Tecnológico**

La tecnología hoy en día es un componente fundamental para el funcionamiento de todo negocio, nadie puede estar desentendido de esta herramienta ya que incorporarla o no a nuestra actividad puede representar tanto oportunidades como amenazas para nuestra empresa. Hay industrias que son mucho más volátiles que otras a los avances tecnológicos como es el caso de las comunicaciones y la informática que están experimentando una verdadera revolución y el rubro gastronómico no está afuera de esta realidad.

La informática ha cambiado nuestra forma de trabajar y de llevar adelante nuestros proyectos. Para la gestión de nuestro negocio invertiremos en un software de gestión integral diseñado especialmente para la administración y control tanto de pequeños como de grandes establecimientos gastronómicos que permite controlar sus servicios, simplificar y organizar sus tareas, reducir sus errores y gastos innecesarios, supervisar a sus empleados y proveedores, estar al tanto de su stock, saber cuáles son los gustos y preferencias de sus clientes, llevar un control de los movimientos de caja y de la situación financiera, realizar informes de gestión anual, mensual, semanal y diaria, pudiendo acceder a ellos sin la necesidad de que el responsable se encuentre físicamente dentro de

su negocio, planificar estratégicamente sus tareas, tener una base de datos valiosos y prácticos para realizar campañas de marketing y administrar de forma rápida y segura las comandas y mesas.

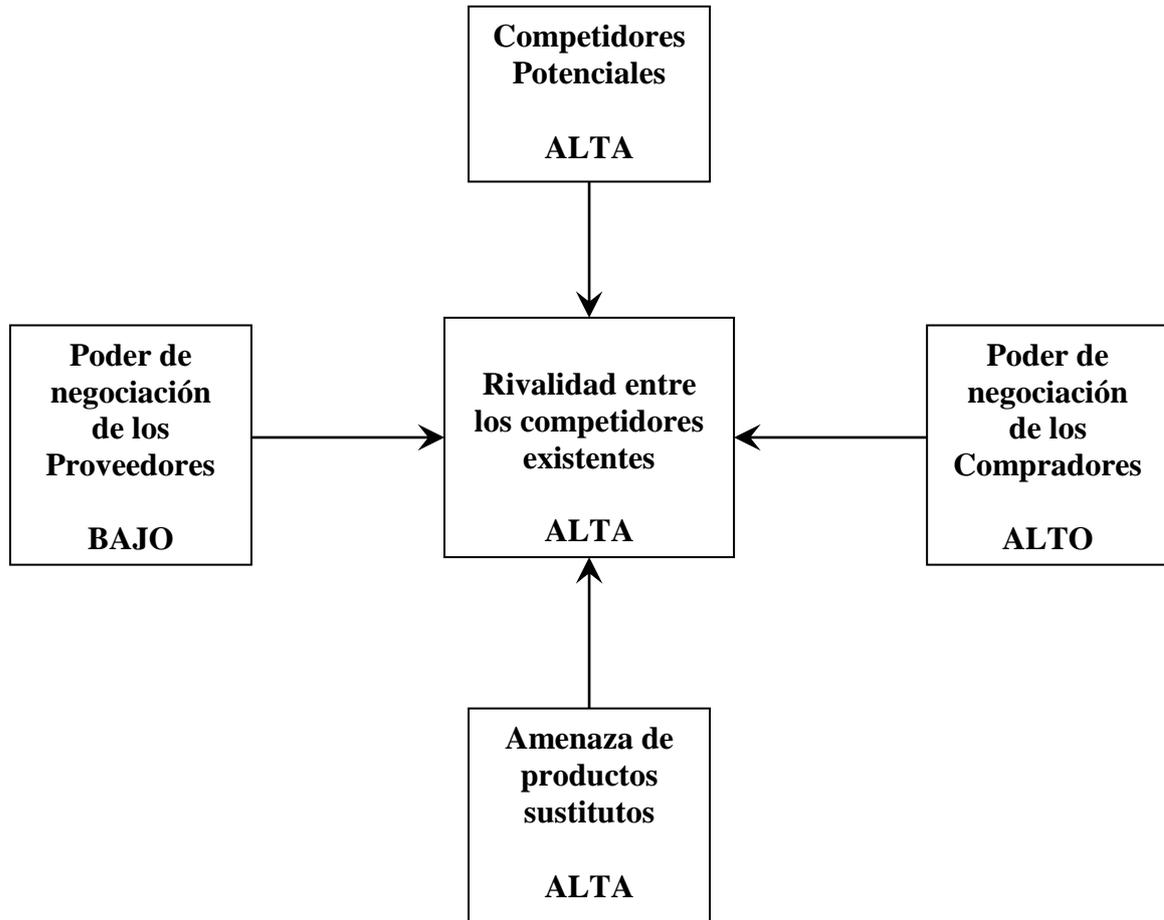
Para brindar un mejor servicio se creará una página web donde el cliente encontrará toda la información sobre el negocio, la cual estará disponible tanto en versión español como en versión inglés.

### **3.1.5 Contexto Cultural**

Los cambios culturales ejercen un impacto importante en casi todos los productos, servicios, mercados y clientes. Estas nuevas tendencias definen la forma de vivir, de trabajar, de producir y de consumir de los integrantes de una sociedad.

Los argentinos tenemos como costumbre buscar cualquier excusa para reunirnos, cualquier motivo es bueno para disfrutar de un momento ya sea con familiares o amistades acompañando la charla con una comida o bebida o ambas. Y el café es un protagonista importante de esos momentos, es una bebida que la hemos hecho parte de nuestra cultura con el transcurso del tiempo, lo cual se puede apreciar en las principales ciudades de la argentina que están llenas de cafés, la mayoría amontonados en zonas céntricas y de mucha actividad profesional y comercial donde prima sobre todo el típico café al paso, las personas se detienen cinco minutos, consumen y siguen. Pero ante esta costumbre se ha empezado a observar una tendencia hace unos años de ciertos sectores sociales de mayor poder adquisitivo, que buscan nuevas alternativas gastronómicas, un espacio donde relajarse, alejarse del ruido, del tumulto y la contaminación propia de los lugares céntricos, buscan pasar un momento placentero en medio de la rutina diaria.

### 3.2 Análisis del Microentorno



#### 3.2.1 Rivalidad entre competidores existentes

Es Alta, ya que existen varios competidores bien establecidos, similares en cuanto a su estructura, lo que hace que resulte más difícil la competencia. Este sector de la industria se encuentra en pleno crecimiento, por lo cual se intensificará aún más la rivalidad y las iniciativas estratégicas de los competidores en cuanto a fijación de precios, ampliación del servicio al cliente, promociones, nuevos productos, etc.

Los principales competidores existentes son:

**DUN KEN**

Direcciones: San Martín esq. San Lorenzo - Ciudad - Mendoza - Teléfono 0261- 4254313

Peatonal Sarmiento 256 - Ciudad - Mendoza - Teléfono 0261- 4236668

Espejo 19 - Ciudad - Mendoza - Teléfono 0261- 5628180

Días y Horarios de Atención: Lunes a Domingo de 08:00 a 23:00 hs.

Dun Ken es un negocio dedicado a la panadería, confitería y cafetería. Entre sus productos de elaboración propia de panadería y confitería que ofrece tanto para consumir en el mismo local como para llevar, encontramos una amplia variedad de pastelería como sus tortas y tartas, ofrecen empanadas, pizzetas, sándwich con pan a elección, picadas y sus reconocidas facturas. También ofrecen bebidas con alcohol como vino, champagne y cerveza.

En cuanto a la prestación del servicio, como aspecto negativo, las mozas demoran en tomar el pedido, no están atentas si uno necesita algo y en las mesas faltan servilleteros.

**BONAFIDE EXPRESS**

Dirección: Peatonal Sarmiento 102 - Ciudad - Mendoza - Teléfono 0261- 4237915

San Martín 1483 - Ciudad - Mendoza - Teléfono 0261- 4233575

Avenida San Martín 300 - Luján De Cuyo - Mendoza - Teléfono 0261- 5241633

Avenida Secundaria Acc. Este 3280 - Villa Nueva- Mendoza - Teléfono 0261- 4213707

Días y Horarios de Atención: Lunes a Domingo de 07:00 a 22:00 hs.

Página Web: [www.bonafide.com.ar](http://www.bonafide.com.ar)

Es una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de café, bombones, golosinas y chocolates. En la actualidad cuenta con 140 locales en todo el país, de los cuales 5 son propios y los 135 restantes son franquicias.

En todos sus locales podemos encontrar toda la amplia variedad de sus productos, como son sus cafés molidos a la vista dándole a los clientes la posibilidad de consumirlos en el mismo local o de llevarlos a su hogar ya sea en granos o molidos, cada variedad en un packaging muy bien

presentado con su etiqueta identificatoria, como también sus variedades de cafés especiales. Además ofrecen en su carta variedades de sándwiches, algunas tortas, licuados y milkshakes.

En su local de Peatonal Sarmiento cuentan en su primer piso con un muy amplio salón con una capacidad como para 90 personas.

Como defectos, se puede mencionar la mala higiene de sus baños y la pastelería que ofrecen en su menú no está en exhibidoras, de manera que no pueden ser apreciadas por el público.

### **VIA CIVIT**

Dirección: Emilio Civit 277 - Ciudad - Mendoza - Teléfono 0261- 4298529

Días y Horarios de Atención: Lunes a Viernes de 07:00 a 22:00 hs.

Sábados y Domingos de 07:30 a 22:00 hs.

Vía Civit es cafetería y confitería, en su interior encontramos en la parte superior de sus paredes, una cartelera que muestra fotografías de gran tamaño en blanco y negro con su reseña correspondiente, sobre la historia de la avenida Emilio Civit, como por ejemplo quién fue este personaje político, las familias que la habitaban en esa época, la historia de los portones del parque, etc.

En su carta encontramos amplia variedades de cafés, ofrecen pastelería de elaboración artesanal tanto para consumir ahí mismo como para llevar al igual que sus productos de panadería y confitería como son su muy amplia variedad de sándwiches, bocaditos y empanadas. También ofrecen un variado menú para almorzar y bebidas con alcohol.

Cuentan con un salón bien ambientado en el cual se combinan tonos pasteles con dorados, al igual que el mobiliario.

Como defecto podemos mencionar la atención de las mozas en lo que respecta a la falta de simpatía al momento de atender, no así en la velocidad del servicio, otro aspecto es el acceso a los baños, ya que se debe acceder a los mismos a través de una escalera en espiral muy estrecha que requiere de sumo cuidado al subirla y sobre todo al bajarla y por último en sus folletos figura su página Web,

pero cuando uno ingresa la página no existe, solamente aparecen enlaces relacionados sobre empresas de alquiler de autos.

### **MAILHÓ**

Direcciones: Mariano Moreno y Martínez de Rosas - Ciudad - Mendoza - Teléfono 0261- 4286298

Adolfo Calle 3667 - Villa Nueva - Guaymallén - Teléfono 0261 - 4263307

San Martín Sur 2321 -Godoy Cruz - Mendoza - Teléfono 0261 - 4390302

Días y Horarios de Atención: Lunes a Viernes de 07:30 a 24:00 hs.

Sábados de 08:30 a 02:00 hs.

Domingo de 08:30 a 24:00hs.

Mailhó es un mix de cafetería, heladería y pastelería. Sus productos de heladería y pastelería son elaborados artesanalmente, cuentan con una gran variedad de sabores de helados, postres y tortas heladas, tarteletas y también fabrican productos de bombonería.

En su sucursal de quinta sección cuentan con un salón en su primer piso para festejos, desayunos de trabajo, cumpleaños y reuniones de todo tipo, el cual está equipado con una pantalla LCD de 46 pulgadas y una computadora para karaoke.

Como aspecto negativo cuenta con sillas poco cómodas de caño, por lo tanto no se puede estar sentado más de un determinado tiempo, ya que se empieza a sentir incomodidad y la ambientación del local es más de heladería que de cafetería. Otro aspecto que se observó es que los clientes para acceder a las escaleras que llevan tanto al salón del primer piso como a los baños que también se encuentran en este, se debe pasar por un pasillo angosto en el cual se encuentra la cocina, lo cual no permite una circulación cómoda ni de los clientes ni del propio personal del negocio que permanentemente entra y sale de la cocina y otro defecto es la falta de atención del personal al ingreso del cliente al local generando demora en atender.

### **CAFE MARTINEZ**

Direcciones: Rivadavia 135 - Ciudad - Mendoza - Teléfono 0261- 4204205

Hipólito Yrigoyen esq. Av. España - Ciudad - Mendoza - Teléfono 0261- 4248043

Arístides Villanueva 687 - Ciudad - Mendoza - Teléfono 0261- 5421076

Días y Horarios de Atención: Lunes a Viernes de 07:00 a 21:30 hs.

Sábados y Domingos de 09:00 a 21:30 hs.

Dirección de correo electrónico: mendoza@cafemartinez.com.ar

Página Web: www.cafemartinez.com.ar

Café Martínez es cafetería, cuenta con una amplia red de franquicias en las cuales ofrecen una amplia gama de cafés importados y especiales. Además de moler el café en granos a la vista del público, el cliente tiene la posibilidad de consumirlo en el local o de llevarlo a su hogar ya sea en granos o molido. También ofrecen variedades de tortas, tartas, sándwiches, bombones, chocolates, alfajores y bebidas con alcohol como cerveza.

Se puede resaltar la atención del personal, que es muy buena, ya que es amable, atento y simpático. Cuentan en su local con pantallas LCD y con pequeño espacio más reservado con unos sillones para quien desee estar más distendido.

### **3.2.2 Competidores Potenciales**

La amenaza de nuevos ingresos al sector es Alta.

Existe una barrera para el ingreso siempre que a un competidor potencial le resulte difícil abrirse paso en el mercado y/o los factores económicos lo pongan en desventaja.

Las barreras de ingreso a este sector serían las siguientes:

- **Requerimientos de capital:** En el caso de este proyecto la inversión inicial necesaria para su puesta en marcha no es elevada y el negocio en sí no representa mayor complejidad para llevarlo a cabo y gestionarlo, por lo cual no implica una alta barrera de ingreso al mercado.
- **Lealtad hacia la Marca:** Es Media, ya que si bien existen competidores bien establecidos con su clientela armada, por otro lado el público mendocino se mueve mucho por la moda, lo cual nos favorecerá al inicio de la actividad para dar a conocer el producto y servicio ofrecido.
- **Acceso a los Insumos o Materias primas:** Es Baja, debido a que en la industria gastronómica se cuenta con una gran cantidad de proveedores, lo cual no implicaría problemas a la hora de abastecimiento.
- **Curva de Aprendizaje y Experiencia:** Es Alta, ya que en este sector de la industria existen negocios ya establecidos hace tiempo, por lo cual cuentan con más conocimientos prácticos acumulados en lo que hace a la gestión de este tipo de negocios, a diferencia de las nuevas empresas que se enfrentarán a una estructura de costos más elevada en relación a las ya instaladas.
- **Políticas Gubernamentales:** Es Alta, ya que principalmente como requisito legal para la instalación de un emprendimiento gastronómico dedicado a la manipulación y elaboración de alimentos, se requiere de una habilitación municipal, otorgada por la Municipalidad de la Ciudad de Mendoza, como así también es requisito la inscripción ante la AFIP bajo la figura de monotributista, ante la Dirección General Impositiva como cafetería y se debe contratar una ART.

### **3.2.3 Amenaza de Productos Sustitutos**

Es Alta, debido a que en el mercado encontramos diversos sustitutos como son los kioscos, drugstores y estaciones de servicio que además de ofrecer al público cafetería, también ofrecen bebidas con y sin alcohol, sándwiches, facturas, tortitas y también está el caso de algunas heladerías que brindan el servicio de cafetería tanto caliente como fría.

### **3.2.4 Poder de negociación de los Compradores**

Es Alto, como consecuencia de que en el mercado local existen varios negocios dedicados al rubro cafetería, lo que le da al cliente una amplia gama de opciones, para ejercer su poder de negociación en cuanto a precio, calidad y servicio.

### **3.2.5 Poder de negociación de los Proveedores**

Es Bajo, debido a que en el mercado existe una gran cantidad de empresas proveedoras de los insumos necesarios para el funcionamiento de un negocio gastronómico, no sólo a nivel local sino que también a partir del crecimiento explosivo que ha tomado el comercio electrónico se puede acceder a comerciantes de otras provincias y países, motivo por el cual pone a los proveedores, en una posición débil a la hora de negociar.

## **3.3 Análisis FODA**

Debido a que este proyecto trata sobre la creación de una nueva empresa, la cual no se encuentra en funcionamiento, por tal motivo no se podrán definir fortalezas y debilidades, por lo tanto este análisis se limitará a identificar únicamente oportunidades y amenazas.

## **OPORTUNIDADES**

- Sector gastronómico en crecimiento tanto a nivel provincial como nacional.
- Mayor tendencia a salir de casa en búsqueda de esparcimiento.
- Actualmente se cuenta en el mercado educativo con personal altamente calificado en las diferentes especialidades de la gastronomía.
- Tipo de cambio favorable para inversionistas y turistas extranjeros.
- El mendocino está más abierto a experimentar nuevas propuestas gastronómicas.

## **AMENAZAS**

- Incertidumbre política y económica que atraviesa el país.
- Creciente inflación en los costos de la materia primas y en los costos salariales.
- Emprendimiento fácil de copiar.
- Competidores bien establecidos.
- Bajo costo de cambio de marca de los consumidores.
- Bajas barreras de ingreso al sector.

### **3.4 Misión**

Ofrecer las más diversas variedades de cafés, acompañadas de la más sabrosa pastelería de manera de deleitar paladares de quienes saben disfrutar de la buena gastronomía, en un ambiente donde prevalece la excelente atención, el buen gusto y la comodidad, desde que el cliente llega hasta que se retira, procurando que se sientan como en su propio hogar.

### **3.5 Visión**

Ser el lugar elegido para disfrutar del café y reconocidos por ofrecer productos únicos y especiales, ser un grupo de personas donde el profesionalismo y compromiso sean nuestros pilares, investigando permanentemente las necesidades del cliente de manera de brindarle productos y servicios que superen sus expectativas.

### **3.6 Estrategia Genérica**

La estrategia competitiva genérica aplicada para este plan de negocios, es la de diferenciación, con la cual se pretende diferenciar nuestra oferta de productos de la de los rivales.

El atributo diferenciador girará entorno a un menú donde los clientes encontrarán una muy amplia variedad de cafés especiales y como en la cultura mendocina está presente el vino, se ofrecerá como producto distintivo, una variedad de café hecha con vino de manera de seguir promocionando la bebida emblemática. Además se elaborará artesanalmente una amplia variedad de pastelería hecha en base a café, al margen de las variedades tradicionales de pastelería que incluirá la carta y sin pasar por alto la excelente calidad que predominará en todas las materias primas con la que se elaborarán los productos.

Otro atributo diferenciador será la atención y trato brindado a nuestros clientes, el cual se caracterizará por la atención personalizada de sus propios dueños, el profesionalismo, la diligencia, eficiencia, amabilidad, simpatía, respeto y predisposición desde que el cliente ingresa a nuestro establecimiento, durante la prestación del servicio, hasta el momento en que este se retire. Por ello contaremos únicamente con personal altamente calificado en todas las tareas que hacen al negocio.

Se contará con personal de pastelería, cafetería y personal de limpieza, todos uniformados. En el caso de los mozos, aparte de contar con excelente presencia y uniforme impecable, estos conocerán la carta a la perfección de manera de asesorar al cliente en todas sus inquietudes, como así también sugerirle y ayudarlo a decidir en caso de que este así lo solicitara.

En cuanto a la ambientación del local, este estará decorado con colores cálidos de manera de dar calidez y acogimiento a nuestros clientes, en sus paredes estarán inscriptas las distintas recetas de cada tipo de café de manera que estos conozcan y se familiaricen con las distintas variedades. Contará con mobiliario sumamente cómodo, todas las mesas serán de madera de primera calidad de buen espacio, como así también lo serán sus sillas, las cuales serán de un estilo lounge que permitirá al cliente estar muy cómodo en todo momento, como así también podrá optar por sillones individuales estilo lounge en colores cálidos acompañados de mesas bajas, para una mayor distensión a la hora de degustar nuestros productos. También contaremos con espacios equipados con sillones de dos cuerpos estilo lounge con mesas bajas para compartir un momento en grupo si así se lo desea.

Para crear lazos de contacto y relaciones con nuestros clientes nos valdremos de una página web en la cual tanto ellos como el público en general podrán contar con información sobre quiénes somos, nuestros servicios, información sobre los beneficios del café en relación a la salud, nuestro menú, imágenes de nuestras instalaciones, novedades e información sobre nuestras vías de contacto como así también pensando en el auge turístico que viene tomando la provincia la página web también estará disponible en versión inglés.

### **3.7 Objetivos**

- Ofrecer una línea de productos más amplia y más atractiva que la de los rivales.
- Fomentar el consumo de café, brindándole a los clientes excelencia en la prestación del servicio, de manera de superar sus expectativas.
- Lograr un crecimiento en los ingresos de un 10% anual.

## **4. ANALISIS TECNICO**

### **4.1 Localización de Planta**

La decisión de localización es una de las más importantes en el proceso de elaboración de un proyecto de inversión, es una decisión de largo plazo con repercusiones económicas importantes que deben considerarse con la mayor exactitud posible. Tiene una incidencia directa en los ingresos y egresos del proyecto.

La localización es un estudio de soluciones múltiples, es decir, existen más de una alternativa de localización factible adecuada, que puede hacer rentable el proyecto.

Las nuevas empresas deciden su localización dependiendo de las condiciones del entorno. La estructura de los sectores industriales varía en el tiempo, por lo tanto, las estrategias de localización de las nuevas empresas dependerán del momento en que se produzca su entrada al mercado.

Para poder tomar la decisión de localización más adecuada y de mayor exactitud para este proyecto, se recurre al análisis de una serie de variables de localización que van a influir determinantemente en el éxito o fracaso de este plan de negocio. Dichas variables son:

- Cercanía de las fuentes de abastecimiento.
- Disponibilidad de estacionamiento.
- Proximidad al mercado meta.
- Flujo de turistas.
- Disponibilidad de servicios.

- Disponibilidad de locales.
- Flujo peatonal.
- Valor del alquiler.
- Vías de comunicación.

A continuación en los siguientes cuadros se observa la selección de una macrolocalización para lo cual se han elegido tres zonas alternativas de las cuales la que obtenga el puntaje más alto será la más conveniente para la instalación del negocio y a su vez dentro de esta, se hará la selección de la microlocalización.

### Análisis de Macrolocalización

Las tres zonas analizadas fueron:

1. ZONA A (CIUDAD)
2. ZONA B (GODOY CRUZ)
3. ZONA C (CHACRAS DE CORIA)

FACTORES	VALOR ASIGNADO	ZONA A (Ciudad)		ZONA B (Godoy Cruz)		ZONA C (Chacras de Coria)	
		Calificación ESC (1-5)	Puntaje ponderado	Calificación ESC (1-5)	Puntaje ponderado	Calificación ESC (1-5)	Puntaje ponderado
Cercanía de las Fuentes de Abastecimiento	<b>0.20</b>	4	0.8	4	0.8	4	0.8
Disponibilidad de Estacionamiento	<b>0.20</b>	2	0.4	4	0.8	1	0.2
Proximidad al mercado meta	<b>0.25</b>	4	1	3	0.75	3	0.75
Flujo de turistas	<b>0.20</b>	5	1	2	0.4	4	0.8
Disponibilidad de servicios	<b>0.15</b>	5	0.75	5	0.75	5	0.75
<b>TOTALES</b>	<b>1.00</b>		<b>3.95</b>		<b>3.50</b>		<b>3.30</b>

En base a este análisis podemos determinar que la Zona A ( Ciudad) resulta ser la alternativa más conveniente con respecto a las otras opciones, para la instalación del negocio.

### Análisis de Microlocalización

Dentro de Ciudad se han tenido en cuenta tres ubicaciones alternativas, las cuales son:

1. Local calle Arístides Villanueva.
2. Local calle San Lorenzo.
3. Local calle Hipólito Yrigoyen.

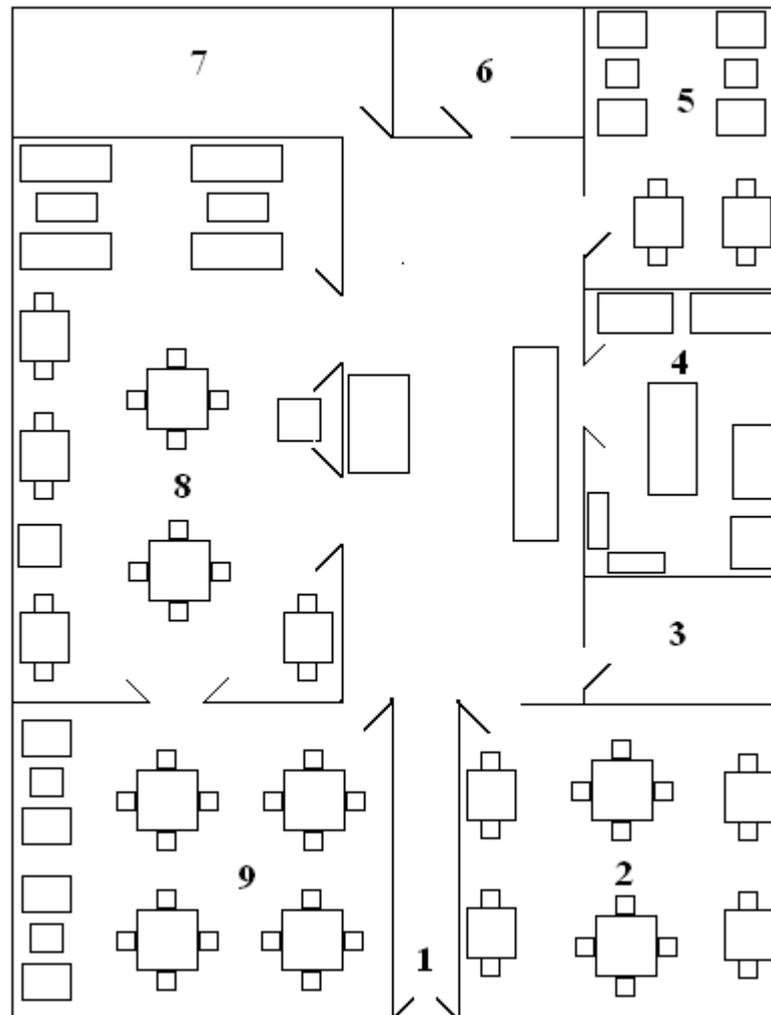
FACTORES	VALOR ASIGNADO	LOCAL A. VILLANUEVA		LOCAL S. LORENZO		LOCAL H. YRIGOYEN	
		Calificación ESC.(1-5)	Puntaje ponderado	Calificación ESC.(1-5)	Puntaje ponderado	Calificación ESC.(1-5)	Puntaje ponderado
Disponibilidad de Locales	<b>0.20</b>	2	0.4	4	0.8	3	0.6
Flujo Peatonal	<b>0.30</b>	3	0.9	4	1.2	2	0.6
Valor del Alquiler	<b>0.20</b>	1	0.2	3	0.6	3	0.6
Disponibilidad de Estacionamiento	<b>0.20</b>	2	0.4	3	0.6	2	0.4
Vías de comunicación	<b>0.10</b>	4	0.4	4	0.4	4	0.4
<b>TOTALES</b>	<b>1.00</b>		<b>2.3</b>		<b>3.6</b>		<b>2.6</b>

A partir de la comparación entre las tres alternativas propuestas, la más adecuada con respecto a las demás es la alternativa del Local de calle San Lorenzo, por ello se determina la instalación de la cafetería en dicha ubicación.

El local seleccionado se encuentra ubicado en calle San Lorenzo a la altura del 608, de nuestra Ciudad Capital, el mismo cuenta con una superficie de 192 metros cuadrados, siendo su monto de alquiler de \$ 7.000 mensuales.

## **4.2 Distribución en Planta**

### **Croquis del Local**



### **Distribución Física de las Instalaciones**

La capacidad instalada máxima del local es de 68 personas.

1. PUERTA DE ENTRADA.
2. SALON.
3. BAÑO DE MUJERES.
4. COCINA(equipamiento de cocina)
5. PATIO.
6. BAÑO HOMBRES.
7. DEPOSITO.
8. SALON PRINCIPAL.
9. SALON.

### **4.3 Proceso de Producción**

A continuación se describen los pasos que se llevarán a cabo para la elaboración de los diferentes productos de pastelería que se ofrecerán al público.

El proceso de producción se iniciará con la recepción y almacenamiento de las distintas materias primas requeridas a los respectivos proveedores, conservándose en sus propios envases hasta el momento de su utilización y procurando mantenerlas en lugares frescos y poco húmedos. Los productos perecederos serán refrigerados en cámaras apropiadas o incluso congeladores en algunos casos.

Una vez almacenadas las materias primas, al momento de su utilización se las transporta al área de mezclado o a las mesas de trabajos, según sea el caso, donde se procederá a la elaboración de cada producto en particular.

Cumplidos todos los pasos de mezclado y cocción respectivos se transportan los productos semiterminados a la mesa de trabajo donde se les realizarán los últimos preparativos que hacen a la cubierta y decorado de cada pastel, budín, tarta o torta.

Por último quedando el producto finalizado se traslada al área de refrigeración donde se almacenará con su correspondiente detalle de fecha y hora de elaboración y la descripción del producto.

#### **4.4 Proceso de prestación del servicio**

Para una prestación del servicio eficiente se contratará personal calificado y con experiencia en las funciones a desarrollar.

El servicio comenzará con la recepción y bienvenida al cliente ubicándolos en el lugar que este prefiera.

Una vez ya acomodado el cliente en su mesa, se procede a la entrega del menú, aguardando el personal de atención en el salón durante un tiempo prudencial de manera que el cliente pueda conocer los productos ofrecidos en la carta y seleccionar aquellos que le apetezcan. El personal conocerá perfectamente la carta con el objeto de asesorar al cliente en todas sus consultas y poder hacerle sugerencias en caso de que este así lo requiera.

El personal de atención al público se caracterizará en todo momento por el profesionalismo, la excelente predisposición y trato, diligencia, atención y eficiencia. Todo el personal tanto de salón como de cocina y limpieza siempre llevará su uniforme respectivo y una identificación con el nombre del empleado, el cual deberá estar siempre impecable y en perfectas condiciones. Los empleados siempre deberán acudir al lugar de trabajo en perfectas condiciones de higiene y prolijidad cuidando de esa manera la imagen de excelencia en calidad que se le pretende dar al negocio.

Al momento de la toma del pedido, el mozo tomará nota de lo solicitado por el cliente, dicha información será cargada en el sistema de gestión que imprimirá el pedido para el sector de barra y de cocina.

Los mozos deberán estar siempre disponibles y atentos en todo momento de manera que no se les escape ningún detalle.

Los clientes, estos podrán efectuar reservas a través de la página web del negocio la cual también estará disponible en versión inglés pensando en los turistas que visitan la provincia todo el año. En esta página encontrarán información sobre quiénes somos, la misión y visión de la empresa, fotos de las instalaciones, el menú ofrecido, artículos sobre los beneficios del café en relación a la salud, promociones, dirección, teléfonos, correo electrónico, facebook, twitter, y el mapa de cómo llegar al establecimiento. Y además los clientes contarán con servicio de Wi-fi.

Respecto a la limpieza e higiene de los salones y baños, esta se realizará en forma periódica cuatro veces al día, aprovechando durante la jornada de trabajo en los horarios de poca concurrencia de público, de manera de no molestar al cliente y mantener siempre las instalaciones impecables. En el caso de la cocina la limpieza se realizará al terminar la jornada laboral de manera que esta quede ordenada y limpia para el día siguiente.

#### **4.5 Tecnología**

Muchos de los equipamientos, herramientas y utensilios que se utilizan en las cocinas han cambiado desde sus inicios hasta hoy, puesto que nada es estático y a pesar de que las tecnologías que menos innovación han tenido son las dedicadas a la preparación de alimentos en muchos años, en nuestros días el esfuerzo realizado por investigadores, tecnólogos, etc. para mejorar los costos y los rendimientos de los productos en las diferentes áreas de preparación y elaboración de alimentos es cada día más amplio, permitiendo realizar las actividades de una manera más relajada, interesante e incluso cuidando el medio ambiente.

Muchos pueden opinar sobre el desplazamiento del hombre en el trabajo de la gastronomía dada la utilización de las nuevas tecnologías, a pesar de dichas opiniones, está claro que la innovación tecnológica complementa la actividad del ser humano en este caso.

Para ir de la mano de la innovación tecnológica, la empresa se valdrá en términos informáticos de un sistema integral de gestión gastronómica, dicha herramienta permitirá administrar el negocio de la manera más óptima, reduciendo los costos y aumentando los márgenes de rentabilidad. Las prestaciones de dicho sistema va a permitir al negocio controlar sus servicios, simplificar y

organizar sus tareas, reducir sus errores y gastos innecesarios, supervisar a sus empleados y proveedores, estar al tanto de su stock, saber cuáles son los gustos y preferencias de sus clientes, llevar un control de los movimientos de caja y de la situación financiera, realizar informes de gestión anual, mensual, semanal y diaria, pudiendo acceder a ellos sin la necesidad de que el responsable se encuentre físicamente dentro de su negocio, planificar estratégicamente sus tareas, tener una base de datos valiosos y prácticos para realizar campañas de marketing y administrar de forma rápida y segura las comandas y mesas.

Además este sistema de gestión será complementado con la instalación del servicio de Internet, herramienta de gran importancia para la actividad comercial y a esto se le suma la creación de la página web del negocio donde el cliente encontrará toda la información sobre la prestación del servicio, promoviendo a través de este medio la comunicación y fidelización con ellos y con los proveedores.

Otra tecnología que se incorporará al negocio será la máquina de café expreso de marca Criollo modelo Eurobar de 3 grupos.

En lo que respecta al equipamiento del local en general y de la cocina se contará con los siguientes bienes:

- Aires acondicionados.
- PC de escritorio.
- Horno pastelero.
- Heladera y freezer industrial.
- Batidoras, amasadoras, licuadoras y minipimer.
- Microondas.
- Balanza electrónica.

## **4.6 Mantenimiento de las Instalaciones**

En el sector gastronómico el mantenimiento está relacionado a la higiene y a la operación correcta de las instalaciones, equipos y maquinaria. La limpieza es muy importante, por sus efectos sobre las condiciones de salubridad en el trabajo del personal y la vida de las instalaciones. El personal en su conjunto debe entender la importancia que tiene un correcto mantenimiento de las instalaciones, equipos y maquinaria del establecimiento por su influencia en los costos económicos y en la seguridad en lo que respecta a su manejo.

Realizar el mantenimiento de las instalaciones implica llevar a cabo una manutención de tipo preventiva y otra de tipo correctiva en sus respectivos casos.

En el caso de este negocio, se aplicará el tipo de mantenimiento preventivo a la máquina de café, el cual consistirá en un conjunto de operaciones de limpieza diaria que deberá ser realizado por el barman, dichas tareas se describen a continuación:

- Enjuagar filtros y portafiltros en agua caliente con detergente, para disolver depósitos grasientos.
- Colocar el filtro ciego en el portafiltro y éste en un grupo; pulsar el interruptor del grupo varias veces.
- Limpiar con esponja, juntas del portafiltro y guías de grupos erogadores.
- Limpiar bandeja superior apoya tazas.
- Limpiar bandeja inferior, rejilla y caja de desagüe.
- Limpiar después de cada uso y al final del día los caños de salida del vapor.
- Limpiar carrocería.

También se aplicará manutención periódica al equipamiento de cocina como son el horno, heladeras, cocina, amasadora, batidora etc., que estará a cargo del servicio técnico oficial que ofrece el fabricante de los artefactos quien indicará la periodicidad del service, el cual consistirá en controlar el funcionamiento de motores, de circuitos eléctricos, realizar lubricación, revisar juntas, burletes, conexiones de gas y todo tipo de ajustes para un correcto funcionamiento.

En cuanto a los equipos de aire acondicionado y sistema de calefacción central, se aplicará el service de mantenimiento una vez al año, que estará a cargo de técnicos especializados calefacción y refrigeración con anticipación al comienzo de la época invernal y de verano en sus respectivos casos.

El otro tipo de mantenimiento a realizar es el correctivo que se practica ante la presencia de una falla o rotura sorpresiva, es decir, que se aplica con posterioridad a su ocurrencia, una vez sucedida la avería se procederá a contratar los servicios de especialista correspondiente.

#### **4.7 Aprovechamiento**

Una decisión muy importante para la empresa va a ser la selección de los proveedores, teniendo en cuenta antes de elegirlos el nivel de impacto que estos tendrán en la productividad, calidad y competitividad del negocio.

Para la selección de los proveedores se tendrán en cuenta características como que sus productos tengan una calidad satisfactoria, que entregue el pedido oportunamente, que el servicio que presta sea excelente y que sus productos vengan con garantía de devolución.

#### **4.8 Equipamiento del Negocio**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>
Mesas cuadradas de madera p / 2 pers.	10
Mesas cuadradas de madera de p/ 4 pers.	8
Mesas bajas rectangular de madera.	2
Mesas bajas cuadradas de madera.	4

Sillas de madera cuerina.	52
Sillones 1 cuerpo cuerina.	8
Sillones 2 cuerpos cuerina.	4
Barra de madera con formica.	1
Lámparas colgantes para interior.	16
Artefactos de iluminación exterior.	4
Equipos de aire acondicionado.	5
PC de Escritorio.	1
Mesada de trabajo de acero inoxidable.	1
Estanterías modulares de chapa.	2
Heladeras exhibidoras vertical 4 caras vidriada.	2
Heladera exhibidora horizontal cúpula curva.	1
Horno pastelero 12 moldes.	1
Fuentes para horno grandes	10
Anafe 4 hornallas.	1
Horno microondas.	1
Freezer.	1
Heladera.	1
Minipimer.	1
Amasadora.	1
Batidora de pie.	1
Balanza de cocina digital.	1
Licadoras.	2
Tostador carlittero doble.	1
Pava 2 litros.	5
Máquina de café Express de 3 grupos.	1
Recipientes para residuos.	4
Pocillos de café chico.	136
Jarro de café y ½.	136
Jarros capuchinos.	136
Jarros submarinos.	136

Tazas de té.	136
Platos de café.	136
Platos de té.	136
Platos cuadrados.	136
Cucharas de café.	136
Cucharas de té.	136
Cucharas de postre.	136
Cuchillos	136
Tenedores.	136
Vasos de soda.	136
Vasos para malteadas.	136
Vasos cónicos.	136
Vasos trago largo.	136
Vasos pinta.	136
Copas champagne.	136
Hieleras.	30
Pinzas para hielo.	30
Bandejas para servir antideslizantes.	10
Cuchillos de cocina.	3
Chaira para afilado.	1
Sacacorchos.	2
Destapador.	10
Abrelatas manual.	2
Cucharas de madera.	5
Palo de amasar madera.	3
Porta azúcar con promoción.	30
Uniforme para pastelero y auxiliar de cocina.	3
Uniforme para mozo.	4
Uniforme para barman.	2
Uniforme para personal de limpieza.	1
Ralladores de acero inoxidable 4 caras.	5

Espátulas.	10
Pala para torta punta redonda.	20
Moldes para budín.	10
Torteras.	10
Tarteras.	10
Bols plásticos.	10
Pincel repostero.	10
Manopla metalizada para horno.	5
Repasadores.	20
Matafuegos grandes.	2
Luces de emergencia.	6

### **Proveedores del Negocio**

#### **Equipamiento y Artículos de bazar**

- **Distribuidora Cuyana**

Dirección: Chacabuco 228. Ciudad. Mendoza.

Teléfono: 0261 – 4380703.

Página Web: [www.distribuidoracuyana.com](http://www.distribuidoracuyana.com)

- **Equipar**

Dirección: Montecaseros 2735. Ciudad. Mendoza.

Teléfono: 0261 - 4303210

Página Web: [www.equipar.com.ar](http://www.equipar.com.ar)

Mail: [info@equipar.com.ar](mailto:info@equipar.com.ar)

### **Bebidas con y sin alcohol**

- **Carloni Comercializadora S.A**

Dirección: L.N Alem 1111. Guaymallén. Mendoza.

Teléfono: 0261 – 4324349

- **Discuyo SRL**

Dirección: Jorge Newery 1450. V. Nueva. Mendoza.

Teléfono: 0261 – 4269521

Mail: info@discuyo.com.ar

### **Hielo**

- **Tankito**

Dirección: Oruro 2662. Guaymallén. Mendoza.

Teléfono: 0261- 4455775

### **Productos de cafetería**

- **El Bohio**

Dirección: Don Bosco 3462. Buenos Aires. Capital Federal.

Teléfono: 011 – 48661444

Página Web: www.cafeelbohio.com

Mail: elbohio@cafeelbohio.com

### **Electrodomésticos**

- **Garbarino**

Dirección: Av. San Martín 1252. Ciudad. Mendoza

Mendoza Plaza Shopping

Teléfono: 0261 – 4293899/ 4293489

Página Web: www.garbarino.com.ar

### **Artículos de electricidad**

- **Electro Urquiza**

Dirección: Urquiza 147. Ciudad. Mendoza.

Teléfono: 0261 - 4258687

Página Web: [www.maselectrouarquiza.com](http://www.maselectrouarquiza.com)

Mail: [info@maselectrouarquiza.com](mailto:info@maselectrouarquiza.com)

### **Artículos de limpieza**

- **Roberto Basualdo SA**

Dirección: Rodríguez Peña 2050. Godoy Cruz. Mendoza.

Teléfono: 0261 – 4323934

Página Web: [www.robortobasualdosa.com.ar](http://www.robortobasualdosa.com.ar)

Mail: [mendoza@robortobasualdosa.com.ar](mailto:mendoza@robortobasualdosa.com.ar)

- **Carlos Sabbione**

Dirección: Río Negro 2378. Guaymallén. Mendoza.

Teléfono: 0261 – 4456749

Mail: [carlossabbione@infovia.com.ar](mailto:carlossabbione@infovia.com.ar)

### **Uniformes**

- **La Boutique del Chef**

Dirección: San Juan 1627. Ciudad. Mendoza.

Teléfono: 0261 – 4237906 / 4236577

### **Productos para pastelería**

- **Bianchetti Representaciones**

Dirección: San Martín 1310. Luján de Cuyo. Mendoza.

Teléfono: 0261 – 4882030

- **ComercialGimenez Representaciones S.A**

Dirección: 25 de Mayo. Guaymallén. Mendoza.

Teléfono: 0261 – 4320002

### **Sándwiches**

- **Las 3 F Sandwiches**

Dirección: Paso de Los Andes 663. Las Heras. Mendoza.

Teléfono: 0261 – 4370000

- **Lérida**

Dirección: Costanera Norte y Saavedra. Guaymallén. Mendoza.

Teléfono: 0261 – 4312750

## **5. ANALISIS COMERCIAL**

Para realizar este análisis se procederá a la creación de la Mezcla de Marketing o Mix Comercial que implica la definición de las Cuatro P que son Producto, Precio, Plaza y Promoción.

### **5.1 Producto**

En este establecimiento el cliente podrá disfrutar de unas 32 variedades de estilos de cafés, tanto calientes como fríos, dentro de las cuales se le ofrecerá la alternativa de café con vino también en sus presentaciones calientes y frías. Y también podrá degustar de las infusiones tradicionales, saborizadas y frías.

El cliente podrá elegir entre las diversas variedades de pastelería hecha en base a café como así también las variedades tradicionales. En total el cliente contará con 15 variedades de pastelería entre tortas, tartas y budines para deleitarse. Los productos de pastelería se venderán al público en porciones y también se ofrecerá el producto entero para llevar para quien así lo desee.

Se ofrecerán sándwiches y al momento de la bebida el cliente contará con bebidas con y sin alcohol.

En cuanto al servicio, además la excelente atención y trato que se le dará al cliente en todo momento, se le ofrecerá un mobiliario muy cómodo, no solamente se brindará confort a través de nuestras sillas sino que también este podrá disfrutar de su consumición en sillones individuales y de dos cuerpos.

Se atenderá a los clientes de Lunes a Viernes de 07:30 hs. a 21:30 hs y Sábados y Domingos de 09:00 hs. a 21:30 hs.

**5.2 Precio****Precios de los Productos**

<b>CAFES</b>			
<b>CALIENTES</b>			
	<b>CHICO</b>	<b>JARRITO</b>	<b>DOBLE</b>
Espresso	\$8.00	\$9.00	\$11.00
Cortado	\$8.00	\$9.00	\$11.00
Lágrima	\$8.00	\$9.00	\$11.00
Café con Crema	\$10.00	\$11.00	\$13.00
Descafeinado	\$11.00	\$12.00	\$15.00
Café con Leche	\$12.00		
Capuccino	\$18.00		
Capuccino con Dulce de Leche	\$19.00		
Malamado Capuccino	\$21.00		
Malamado Irish	\$21.00		
Café Calipso	\$19.00		
Café Irlandés	\$19.00		
Macchiato	\$19.00		
Latte Macchiato	\$19.00		
Latte Vainilla	\$19.00		
Café al Caramelo	\$19.00		
Café al chocolate	\$19.00		
Café bombón	\$19.00		
Café al Coñac	\$19.00		
Café Cubano	\$19.00		
Café Canelado	\$19.00		
Café Brasileño	\$19.00		
Café Bailey`s	\$19.00		

Café Vienés	\$19.00
<b>FRIOS</b>	
Café Frappee	\$19.00
Café Latte	\$19.00
Frapuccino	\$19.00
Malamado Frapuccino	\$21.00
Malamado Cream	\$21.00
Batido de café	\$19.00
Granizado de café	\$17.00
Café helado con Naranja	\$19.00

<b>INFUSIONES</b>	
Té	\$8.00
Té Saborizados	\$9.00
Té Frío	\$12.00
Mate Cocido	\$8.00

Submarino	\$15.00
-----------	---------

<b>BEBIDAS SIN ALCOHOL</b>	
Gaseosas	\$10.00
Agua con/sin Gas	\$10.00
Aguas Saborizadas	\$10.00
Jugo de Naranja	\$12.00
Jugo de Pomelo	\$12.00
Licuados con Agua	\$17.00
Licuados con Leche	\$20.00
Milkshake	\$19.00

<b>BEBIDAS CON ALCOHOL</b>	
Cerveza Quilmes 330 cc.	\$14.00
Cerveza Heineken 330 cc.	\$16.00
Cerveza Patagonia 740 cc.	\$30.00
Champagne Chandon 375 cc.	\$40.00

<b>SANDWICHES</b>	
Tostado de jamón y queso	\$18.00
Jamón Cocido con tomate y huevo	\$20.00
Jamón Crudo con ananá	\$22.00
Pavita con tomate	\$22.00

<b>PASTELERIA</b>		
Torta Capuccina	\$20.00	\$80.00
Torta Moka	\$20.00	\$80.00
Pastel con nueces y café	\$22.00	\$80.00
Bizcochuelo de Chocolate y Café	\$18.00	\$70.00
Cheese Cake de Chocolate y Café	\$17.00	\$75.00
Budín de café con Naranja	\$8.00	\$70.00
Torta Alemana	\$18.00	\$70.00
Selva Negra	\$20.00	\$75.00
Cheese Cake de Frambuesa	\$16.00	\$70.00
Torta de Banana y Chocolate	\$18.00	\$70.00
Torta de Manzana	\$17.00	\$70.00
Torta Rogel	\$17.00	\$70.00
Tarta de mousse de chocolate y café	\$17.00	\$70.00
Tartas de Frutas	\$14.00	\$60.00
Lemon Pie	\$14.00	\$60.00

Media Lunas	\$3.00
Tostadas de pan de campo	\$5.00
Muffins	\$7.00
Brioques rellenos de Chantilly y café	\$5.00
Bizcochos de pasas y café	\$5.00
Cookies de chocolate y café	\$4.00
Brownies	\$8.00
Ensalada de Frutas	\$15.00

### **5.3 Plaza**

En este caso al no existir intermediarios que ofrezcan los productos de la cafetería, la única manera de que los clientes los conozcan, será a través de su visita al establecimiento en forma personal.

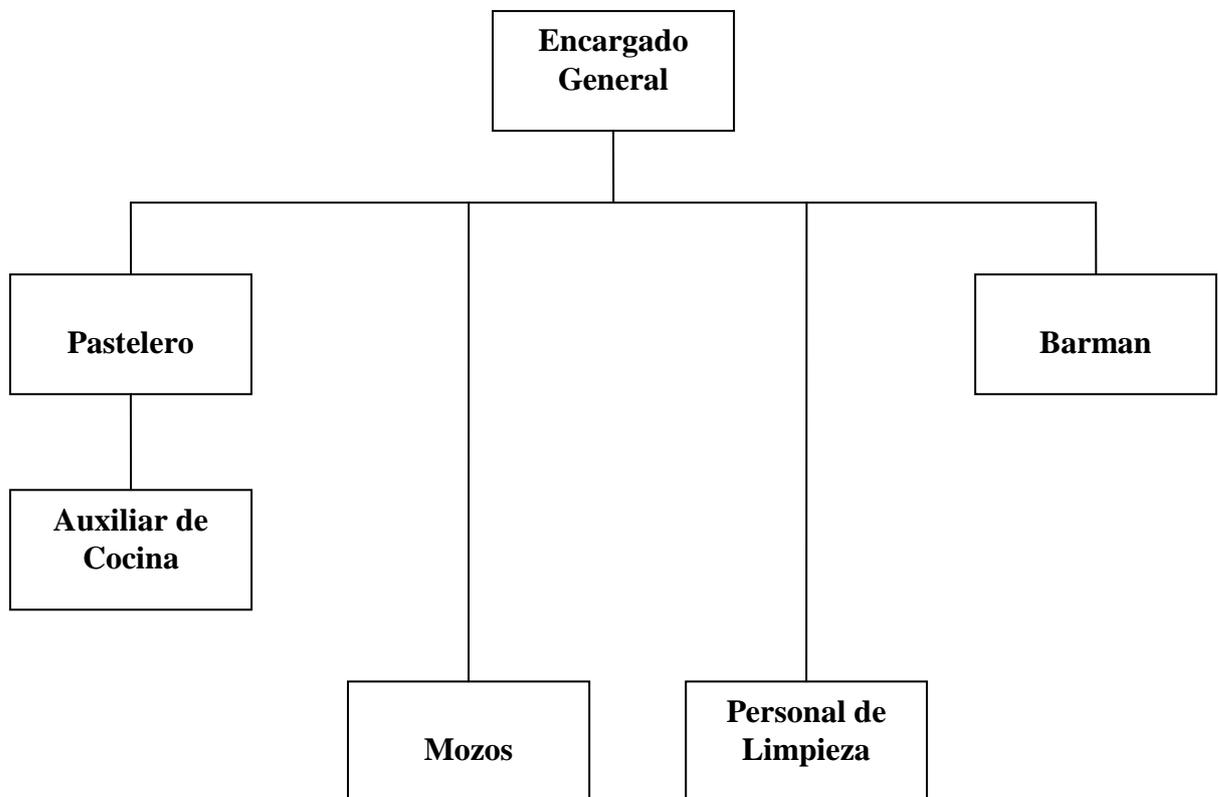
### **5.4 Promoción**

El principal medio de comunicación que la empresa utilizará será Internet mediante la creación de una página Web, la cual contendrá información sobre quiénes somos, misión, visión, fotos de las instalaciones, email, facebook, twitter, dirección, mapa de cómo llegar al local, teléfono y artículos de interés sobre los beneficios del café en relación a la salud.

Otros medios a utilizar serán publicidad en la guía gastronómica web Tripin Argentina, la cual se realizará mensualmente, también se realizarán anuncios mensuales a través de la radio Montecristo FM 93.7 con una frecuencia de 2 veces al día, tres días a la semana y por último se publicará todos los meses en la revista Club House.

## **6. ANALISIS ADMINISTRATIVO**

### **6.1 Organigrama**



## **6.2 Manual de Funciones**

A continuación se determinarán los cargos, responsabilidades y características requeridas de cada uno de los miembros de la empresa.

### **Puesto**

Encargado General

### **Cargos**

2

### **Responsabilidades**

- Encargado del manejo de caja y sistema informático de gestión.
- Responsable del mantenimiento de las instalaciones del local.
- Realizar el aprovisionamiento, almacenamiento y distribución de los alimentos y bebidas.
- Responsable del pago de sueldos al personal del establecimiento.
- Encargado de las compras, negociación y pago a proveedores.
- Coordinar y supervisar las tareas del personal a su cargo.

### **Características requeridas**

Técnico/ Licenciado en Administración. Buena presencia. Responsable. Experiencia mínima comprobable de 2 años en puestos similares. Manejo de personal. Excelente manejo de herramientas informáticas. Edad de 30 a 45 años. Ambos sexos. Disponibilidad full time. Muy buen manejo del idioma inglés.

### **Puesto**

Pastelero

### **Cargos**

1

**Responsabilidades**

- Planificar y organizar el trabajo en la cocina.
- Elaborar todos los productos de pastelería mencionados en el menú del negocio.
- Supervisar las tareas del auxiliar de cocina.
- Realizar y controlar los pedidos de mercaderías.
- Encargado de corroborar que se cumplan las normas de higiene y seguridad.
- Supervisar el uso correcto de las herramientas de trabajo.

**Características requeridas**

Pastelero Profesional. Experiencia mínima comprobable de 5 años en puestos similares. Responsable. Manejo de personal. Buena presencia. Sexo indistinto. Edad de 25 a 35 años. Disponibilidad full time.

**Puesto**

Auxiliar de Cocina

**Cargos**

2

**Responsabilidades**

- Asistir al Pastelero en la planificación y organización del funcionamiento de la cocina del local.
- Limpieza de los utensilios y equipos utilizados.
- Lavar vajilla y cristalería.
- Mantenimiento de la limpieza e higiene de la cocina en general.
- Colaborar en la realización de algunos platos de pastelería.

**Características requeridas**

Auxiliar de cocina profesional. Buena presencia. Responsable. Experiencia mínima comprobable de 1 año en puestos similares. Ambos sexos. Edad de 20 a 30 años. Disponibilidad full time.

**Puesto**

Barman

**Cargos**

2

**Responsabilidades**

- Encargado del manejo de la máquina de café.
- Preparar todas las variedades de café y té.
- Manejo de la carlitera.
- Realizar el mantenimiento periódico de la máquina de café.
- Mantener la limpieza de la barra.

**Características requeridas**

Barman profesional. Buena presencia. Responsable. Experiencia mínima comprobable de 2 años en puestos similares. Ambos sexos. Edad de 25 a 35 años. Disponibilidad full time.

**Puesto**

Mozo

**Cargos**

4

**Responsabilidades**

- Recepción y despedida de los clientes.
- Asignar mesas, entregar menú, tomar pedido.

- Entregar el pedido y su respectiva cuenta.
- Mantener permanentemente la limpieza de las mesas.
- Conocer a la perfección el menú.
- Brindar asesoramiento al cliente sobre el menú.
- Estar siempre atentos/as a las necesidades del cliente.
- Mantener en todo momento el respeto, simpatía y amabilidad hacia los clientes.

### **Características requeridas**

Dos mozos de sexo masculino y dos de sexo femenino. Edad de 20 a 30 años. Experiencia mínima comprobable de 2 años en puestos similares. Excelente presencia. Buen vocabulario. Muy buen manejo del idioma inglés.

### **Puesto**

Personal de limpieza

### **Cargos**

1

### **Responsabilidades**

- Mantener la limpieza de todos los ambientes del local.
- Mantener la higiene de los baños.
- Mantener la limpieza del frente y ventanas del establecimiento.
- Realizar la limpieza de los mobiliarios.

### **Características requeridas**

Sexo indistinto. Edad de 20 a 30 años. Responsable. Experiencia mínima comprobable de 1 año en puestos similares. Disponibilidad full time.

## 7. ANALISIS ECONOMICO FINANCIERO

### 7.1 Inversión Inicial

DETALLE	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL
Mesas cuadradas de madera pl 2 pers.	10	\$ 570	\$ 5.700
Mesas cuadradas de madera pl 4 pers.	8	\$ 675	\$ 5.400
Mesas bajas rectangular de madera.	2	\$ 763	\$ 1.526
Mesas bajas cuadradas de madera.	4	\$ 431	\$ 1.724
Sillas de madera cuerina.	52	\$ 454	\$ 23.608
Sillones 1 cuerpo cuerina.	8	\$ 850	\$ 6.800
Sillones 2 cuerpos cuerina.	4	\$ 1.200	\$ 4.800
Barra de madera y formica.	1	\$ 2.720	\$ 2.720
Lámparas colgantes para interior.	16	\$ 48	\$ 768
Artefactos de iluminación exterior.	4	\$ 57	\$ 228
Equipos de aire acondicionado.	5	\$ 2.199	\$ 10.995
Sistema de Gestión Gastronómico.	1	\$ 2.875	\$ 2.875
PC de Escritorio.	1	\$ 2.649	\$ 2.649
Página Web del negocio.	1	\$ 4.500	\$ 4.500
Mesada de trabajo de acero inoxidable.	1	\$ 2.593	\$ 2.593
Estanterías modulares de chapa.	2	\$ 320	\$ 640
Heladeras exhibidoras vertical 4 caras vidriada.	2	\$ 6.189	\$ 12.378
Heladera exhibidora horizontal cúpula curva.	1	\$ 8.280	\$ 8.280
Horno pastelero 12 moldes.	1	\$ 1.549	\$ 1.549
Fuentes para horno grandes	10	\$ 49	\$ 490
Anafe 4 hornallas.	1	\$ 2.099	\$ 2.099
Horno microondas.	1	\$ 799	\$ 799
Freezer.	1	\$ 2.537	\$ 2.537
Heladera.	1	\$ 3.339	\$ 3.339
Minipimer.	1	\$ 249	\$ 249
Amasadora.	1	\$ 2.254	\$ 2.254
Batidora de pie.	1	\$ 350	\$ 350
Balanza de cocina digital.	1	\$ 149	\$ 149
Licadoras.	2	\$ 199	\$ 398
Tostador carlittero doble.	1	\$ 1.946	\$ 1.946
Pava 2 litros.	5	\$ 44	\$ 220
Recipientes para residuos.	4	\$ 60	\$ 240
Pocillos de café chico.	136	\$ 5	\$ 741
Jarro de café y ½.	136	\$ 11	\$ 1.439
Jarros capuchinos.	136	\$ 9	\$ 1.176
Jarros submarinos.	136	\$ 11	\$ 1.542
Tazas de té.	136	\$ 9	\$ 1.217
Platos de café.	136	\$ 5	\$ 741
Platos de té.	136	\$ 9	\$ 1.217
Platos cuadrados.	136	\$ 22	\$ 2.992

Cucharas de café.	136	\$	4	\$	594
Cucharas de té.	136	\$	5	\$	725
Cucharas de postre.	136	\$	8	\$	1.123
Cuchillos	136	\$	15	\$	2.064
Tenedores.	136	\$	8	\$	1.123
Vasos de soda.	136	\$	2	\$	260
Vasos cónico.	136	\$	8	\$	1.061
Vasos trago largo.	136	\$	5	\$	646
Vasos pinta.	136	\$	7	\$	884
Copa Milk shake.	136	\$	10	\$	1.319
Copas champagne.	136	\$	6	\$	838
Hieleras.	30	\$	14	\$	420
Pinzas para hielo.	30	\$	7	\$	210
Bandejas para servir antideslizantes.	10	\$	37	\$	370
Cuchillos de cocina.	2	\$	52	\$	104
Chaira para afilado.	1	\$	40	\$	40
Sacacorchos.	3	\$	19	\$	57
Destapador.	10	\$	3	\$	30
Abrelatas manual.	2	\$	17	\$	34
Cucharas de madera.	5	\$	10	\$	50
Palo de amasar madera.	3	\$	29	\$	87
Porta azúcar con promoción.	30	\$	29	\$	871
Uniforme para pastelero y auxiliar de cocina.	3	\$	298	\$	894
Uniforme para mozo	4	\$	65	\$	260
Uniforme para barman	2	\$	65	\$	130
Uniforme para personal de limpieza	1	\$	153	\$	153
Ralladores de acero inoxidable 4 caras.	5	\$	20	\$	100
Espátulas.	10	\$	37	\$	370
Pala para torta punta redonda.	20	\$	19	\$	380
Moldes para budín.	10	\$	57	\$	570
Torteras.	10	\$	32	\$	320
Tarteras.	10	\$	19	\$	190
Bols plásticos.	10	\$	13	\$	125
Pincel repostero	10	\$	12	\$	119
Manopla metalizada para horno.	5	\$	38	\$	190
Repasadores.	20	\$	7	\$	130
Matafuegos grandes.	2	\$	488	\$	976
Luces de emergencia.	6	\$	124	\$	744
<b>TOTAL INVERSION INICIAL</b>				<b>\$</b>	<b>144.431</b>

## 7.2 Ingresos por Ventas

NIVEL DE OCUPACION									
LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO	TOTAL SEMANAL	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
35%	45%	70%	85%	200%	200%	100%			
24	31	48	58	136	136	68	500	2000	24000

OCUPACION ESPERADA				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
24000	26400	29040	31944	35138

INGRESOS POR VENTAS				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$ 840.000	\$ 924.000	\$ 1.016.400	\$ 1.118.040	\$ 1.229.844

Cap. Instalada
68

TICKET PROMEDIO POR PERSONA	
	\$ 35

### **7.3 Sueldos y Jornales**

PUESTO	CARGOS	Salario Básico	Aportes Patronales 35%	Presentismo 10%	Complemento de servicio 12%	TOTAL UNITARIO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Encargado General	2	\$ 2.900	\$ 1.015	\$ 290	\$ -	\$ 4.205	\$ 8.410	\$ 109.330
Pastelero	1	\$ 2.500	\$ 875	\$ 250	\$ -	\$ 3.625	\$ 3.625	\$ 47.125
Auxiliar de Cocina	2	\$ 2.200	\$ 770	\$ 220	\$ -	\$ 3.190	\$ 6.380	\$ 82.940
Barman	2	\$ 2.500	\$ 875	\$ 250	\$ -	\$ 3.625	\$ 7.250	\$ 94.250
Mozo	4	\$ 2.100	\$ 735	\$ 210	\$ 252	\$ 3.297	\$ 13.188	\$ 171.444
Personal de Limpieza	1	\$ 2.000	\$ 700	\$ 200	\$ -	\$ 2.900	\$ 2.900	\$ 37.700
<b>TOTAL SUELDOS Y JORNALES</b>		<b>\$ 14.200</b>	<b>\$ 4.970</b>	<b>\$ 1.420</b>	<b>\$ 252</b>	<b>\$ 20.842</b>	<b>\$ 41.753</b>	<b>\$ 542.789</b>

### **7.4 Costos Fijos y Costos Variables**

<b>COSTOS FIJOS</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>Costo Anual</b>
Alquiler del Local	\$ 84.000
Sueldos y Jornales	\$ 542.789
Gastos de Comercialización en Internet, Radio y Revista	\$ 21.600
Seguro contra Robo e Incendio	\$ 13.200
Servicios de Electricidad, Gas, Agua y Teléfono	\$ 12.000
Servicio de Internet Banda Ancha	\$ 1.560
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>\$ 675.149</b>

<b>COSTOS VARIABLES</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>Unidades Mensuales</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Costo Anual</b>
Café espresso en grano x kg.	15	\$ 70	\$ 1.050	\$ 12.600
Café descafeinado en grano x kg.	5	\$ 75	\$ 375	\$ 4.500
Té caja x 100 unidades.	12	\$ 10	\$ 117	\$ 1.404
Té saborizado caja x 25 unidades.	48	\$ 4	\$ 199	\$ 2.385
Harina 0000 bolsa x 5 kg.	3	\$ 17	\$ 52	\$ 627
Huevos x maple de 30 unidades.	9	\$ 18	\$ 162	\$ 1.944
Azúcar común x kg.	10	\$ 8	\$ 84	\$ 1.008
Polvo de hornear x kg.	1	\$ 17	\$ 17	\$ 202
Chocolate en tabletas caja x 15 unidades de 100 g.	4	\$ 95	\$ 382	\$ 4.582
Cacao en polvo x kg.	1	\$ 57	\$ 57	\$ 682
Manteca en pan x 2,5 kg.	2	\$ 57	\$ 115	\$ 1.379
Azúcar impalpable x kg.	1	\$ 5	\$ 5	\$ 66
Dulce de leche repostero x kg.	3	\$ 11	\$ 32	\$ 383
Nueces x kg.	1	\$ 63	\$ 63	\$ 756
Levadura seca x 10 g.	33	\$ 1	\$ 49	\$ 594
Leche pack x 12 cajas.	3	\$ 52	\$ 156	\$ 1.876
Pasas de uva x kg.	1	\$ 14	\$ 14	\$ 162
Crema pastelera x kg.	2	\$ 16	\$ 31	\$ 374
Gelatina sin sabor x kg.	2	\$ 16	\$ 31	\$ 377
Extracto de vainilla x litro.	1	\$ 11	\$ 11	\$ 128
Canela en polvo x 100 g.	5	\$ 2	\$ 11	\$ 129
Caramelo líquido x kg.	1	\$ 12	\$ 12	\$ 140
Coco rallado x kg.	1	\$ 31	\$ 31	\$ 372
Crema chantilly x litro.	2	\$ 17	\$ 34	\$ 406
Queso crema x 2,9 kg.	2	\$ 60	\$ 121	\$ 1.452
Crema de leche x litro.	2	\$ 18	\$ 36	\$ 432
Anana en lata x 3 kg.	1	\$ 30	\$ 30	\$ 356
Durazno en almibar en lata x 3 kg.	1	\$ 30	\$ 30	\$ 363
Frutilla entera en lata x kg.	3	\$ 21	\$ 62	\$ 747
Cerezas enteras para decoración x kg.	3	\$ 20	\$ 60	\$ 724
Jugo de limón x litro.	2	\$ 8	\$ 16	\$ 192
Whisky x litro.	1	\$ 30	\$ 30	\$ 359
Cognac x 750 ml.	2	\$ 39	\$ 77	\$ 926
Bacardi x 380 ml.	1	\$ 61	\$ 61	\$ 731
Licor de naranja x litro.	1	\$ 16	\$ 16	\$ 186
Licor de café x litro.	2	\$ 16	\$ 31	\$ 373
Baileys x 750 ml.	2	\$ 73	\$ 147	\$ 1.764
Vino Malamed Malbec x 750 ml.	3	\$ 47	\$ 141	\$ 1.692
Vino Malamed Vioqner x 750 ml.	3	\$ 47	\$ 141	\$ 1.692
Tostado de jamón y queso.	250	\$ 6	\$ 1.500	\$ 18.000
Sandwich jamón cocido con tomate y huevo.	250	\$ 8	\$ 1.875	\$ 22.500
Sandwich jamón crudo con ananá.	250	\$ 9	\$ 2.250	\$ 27.000
Sandwich pavita con tomate.	250	\$ 11	\$ 2.625	\$ 31.500
Limpiador de pisos x 4 litros.	1	\$ 11	\$ 11	\$ 126
Detergente x 5 litros.	1	\$ 22	\$ 22	\$ 263
Lavandina x 4 litros.	1	\$ 6	\$ 6	\$ 72
Papel higiénico x 18 unidades.	6	\$ 26	\$ 155	\$ 1.866
Bolsas de residuos x 10 unidades.	4	\$ 7	\$ 29	\$ 348
Servilletas de papel caja x 1000 unidades.	4	\$ 33	\$ 132	\$ 1.585
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>			<b>\$ 12.694</b>	<b>\$ 152.323</b>

<b>COSTOS VARIABLES ANUALES</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Materias primas e insumos	\$ 152.323	\$ 167.555	\$ 184.311	\$ 202.742	\$ 223.016
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES ANUALES</b>	<b>\$ 152.323</b>	<b>\$ 167.555</b>	<b>\$ 184.311</b>	<b>\$ 202.742</b>	<b>\$ 223.016</b>

## 7.5 Flujo de Fondos

FLUJO DE FONDOS SIN FINANCIAMIENTO						
	0	1	2	3	4	5
Ingresos por Ventas		\$ 840.000	\$ 924.000	\$ 1.016.400	\$ 1.118.040	\$ 1.229.844
Costos Fijos		\$ -675.149	\$ -675.149	\$ -675.149	\$ -675.149	\$ -675.149
Costos Variables		\$ -152.323	\$ -167.555	\$ -184.311	\$ -202.742	\$ -223.016
Inversión Inicial	\$ -144.431					
Capital de Trabajo	\$ -14.661					
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>\$ -159.093</b>	<b>\$ 12.528</b>	<b>\$ 81.296</b>	<b>\$ 156.940</b>	<b>\$ 240.149</b>	<b>\$ 331.679</b>

<b>Tasa de Descuento</b>	<b>12%</b>
<b>VAN sin financiamiento</b>	<b>\$ 329.849</b>
<b>TIR sin financiamiento</b>	<b>56%</b>

FLUJO DE FONDOS CON FINANCIAMIENTO						
	0	1	2	3	4	5
Ingresos por Ventas		\$ 840.000	\$ 924.000	\$ 1.016.400	\$ 1.118.040	\$ 1.229.844
Costos Fijos		\$ -675.149	\$ -675.149	\$ -675.149	\$ -675.149	\$ -675.149
Costos Variables		\$ -152.323	\$ -167.555	\$ -184.311	\$ -202.742	\$ -223.016
Devolución del Préstamo		\$ -11.384	\$ -12.563	\$ -13.865	\$ -15.301	\$ -16.887
Intereses		\$ -6.423	\$ -5.243	\$ -3.941	\$ -2.505	\$ -919
Crédito	\$ 70.000					
Inversión Inicial	\$ -144.431					
Capital de Trabajo	\$ -14.661					
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>\$ -89.093</b>	<b>\$ -5.278</b>	<b>\$ 63.489</b>	<b>\$ 139.134</b>	<b>\$ 222.343</b>	<b>\$ 313.873</b>

<b>Tasa de Descuento</b>	<b>12%</b>
<b>VAN con financiamiento</b>	<b>\$ 335.039</b>
<b>TIR con financiamiento</b>	<b>74%</b>

### 7.6 Cuadro de Amortización del Préstamo

<b>CUADRO DE AMORTIZACION DEL PRESTAMO</b>				
<b>Nº CUOTA</b>	<b>CUOTA</b>	<b>INTERES</b>	<b>AMORTIZACION</b>	<b>SALDO</b>
				<b>\$ 70.000</b>
1	\$ 1.484	\$ 578	\$ 906	\$ 69.094
2	\$ 1.484	\$ 570	\$ 914	\$ 68.180
3	\$ 1.484	\$ 562	\$ 921	\$ 67.258
4	\$ 1.484	\$ 555	\$ 929	\$ 66.329
5	\$ 1.484	\$ 547	\$ 937	\$ 65.393
6	\$ 1.484	\$ 539	\$ 944	\$ 64.448
7	\$ 1.484	\$ 532	\$ 952	\$ 63.496
8	\$ 1.484	\$ 524	\$ 960	\$ 62.536
9	\$ 1.484	\$ 516	\$ 968	\$ 61.568
10	\$ 1.484	\$ 508	\$ 976	\$ 60.593
11	\$ 1.484	\$ 500	\$ 984	\$ 59.609
12	\$ 1.484	\$ 492	\$ 992	\$ 58.616
13	\$ 1.484	\$ 484	\$ 1.000	\$ 57.616
14	\$ 1.484	\$ 475	\$ 1.009	\$ 56.608
15	\$ 1.484	\$ 467	\$ 1.017	\$ 55.591
16	\$ 1.484	\$ 459	\$ 1.025	\$ 54.566
17	\$ 1.484	\$ 450	\$ 1.034	\$ 53.532
18	\$ 1.484	\$ 442	\$ 1.042	\$ 52.490
19	\$ 1.484	\$ 433	\$ 1.051	\$ 51.439
20	\$ 1.484	\$ 424	\$ 1.059	\$ 50.379
21	\$ 1.484	\$ 416	\$ 1.068	\$ 49.311
22	\$ 1.484	\$ 407	\$ 1.077	\$ 48.234
23	\$ 1.484	\$ 398	\$ 1.086	\$ 47.148
24	\$ 1.484	\$ 389	\$ 1.095	\$ 46.053
25	\$ 1.484	\$ 380	\$ 1.104	\$ 44.949
26	\$ 1.484	\$ 371	\$ 1.113	\$ 43.836
27	\$ 1.484	\$ 362	\$ 1.122	\$ 42.714
28	\$ 1.484	\$ 352	\$ 1.131	\$ 41.583
29	\$ 1.484	\$ 343	\$ 1.141	\$ 40.442
30	\$ 1.484	\$ 334	\$ 1.150	\$ 39.292
31	\$ 1.484	\$ 324	\$ 1.160	\$ 38.132
32	\$ 1.484	\$ 315	\$ 1.169	\$ 36.963
33	\$ 1.484	\$ 305	\$ 1.179	\$ 35.784
34	\$ 1.484	\$ 295	\$ 1.189	\$ 34.595
35	\$ 1.484	\$ 285	\$ 1.198	\$ 33.397
36	\$ 1.484	\$ 276	\$ 1.208	\$ 32.189
37	\$ 1.484	\$ 266	\$ 1.218	\$ 30.970
38	\$ 1.484	\$ 256	\$ 1.228	\$ 29.742
39	\$ 1.484	\$ 245	\$ 1.238	\$ 28.503
40	\$ 1.484	\$ 235	\$ 1.249	\$ 27.255
41	\$ 1.484	\$ 225	\$ 1.259	\$ 25.996

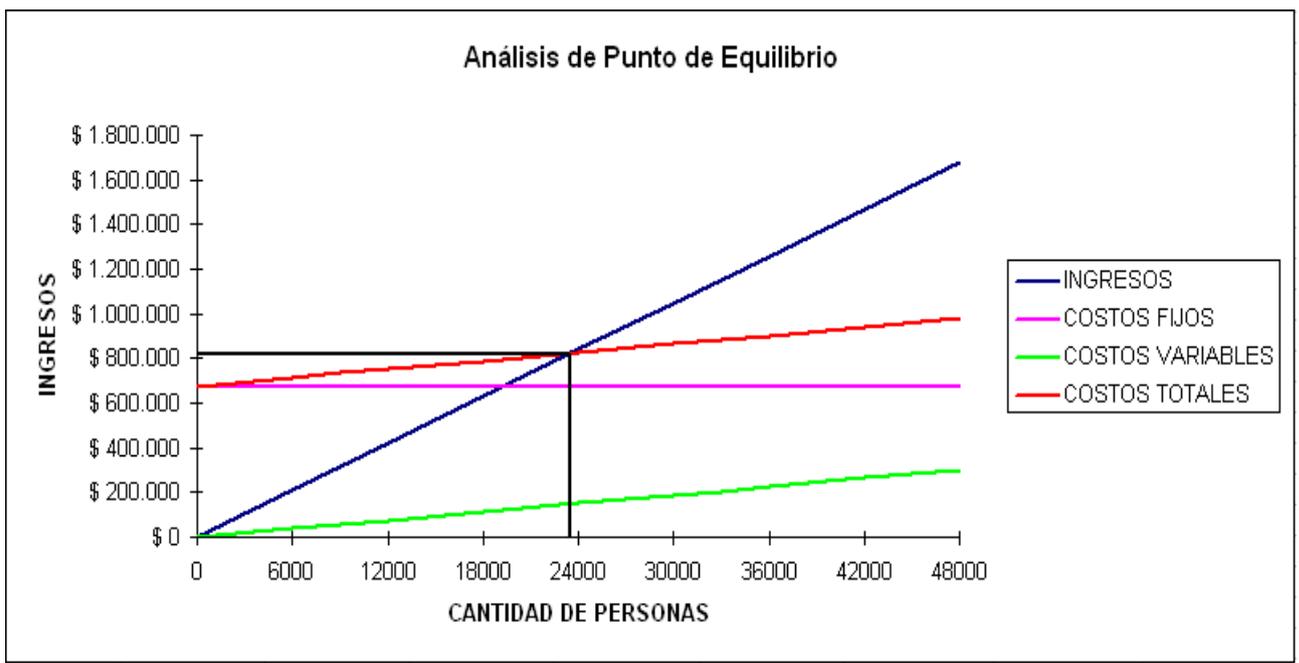
42	\$ 1.484	\$ 214	\$ 1.269	\$ 24.726
43	\$ 1.484	\$ 204	\$ 1.280	\$ 23.447
44	\$ 1.484	\$ 193	\$ 1.290	\$ 22.156
45	\$ 1.484	\$ 183	\$ 1.301	\$ 20.855
46	\$ 1.484	\$ 172	\$ 1.312	\$ 19.543
47	\$ 1.484	\$ 161	\$ 1.323	\$ 18.221
48	\$ 1.484	\$ 150	\$ 1.334	\$ 16.887
49	\$ 1.484	\$ 139	\$ 1.345	\$ 15.543
50	\$ 1.484	\$ 128	\$ 1.356	\$ 14.187
51	\$ 1.484	\$ 117	\$ 1.367	\$ 12.820
52	\$ 1.484	\$ 106	\$ 1.378	\$ 11.442
53	\$ 1.484	\$ 94	\$ 1.389	\$ 10.053
54	\$ 1.484	\$ 83	\$ 1.401	\$ 8.652
55	\$ 1.484	\$ 71	\$ 1.412	\$ 7.239
56	\$ 1.484	\$ 60	\$ 1.424	\$ 5.815
57	\$ 1.484	\$ 48	\$ 1.436	\$ 4.379
58	\$ 1.484	\$ 36	\$ 1.448	\$ 2.931
59	\$ 1.484	\$ 24	\$ 1.460	\$ 1.472
60	\$ 1.484	\$ 12	\$ 1.472	\$ 0

<b>Prestamo Banco de la Nación Argentina</b>	
MONTO	\$ 70.000,00
TNA	9,90%
Tasa Mensual	0,83%
PLAZO	Hasta 5 años

<b>MONTO DE LA CUOTA</b>	
	\$ 1.484

## 7.7 Análisis de Punto de Equilibrio

	0	6000	12000	18000	24000	30000	36000	42000	48000
<b>INGRESOS</b>	\$ 0	\$ 210.000	\$ 420.000	\$ 630.000	\$ 840.000	\$ 1.050.000	\$ 1.260.000	\$ 1.470.000	\$ 1.680.000
<b>COSTOS FIJOS</b>	\$ 675.149	\$ 675.149	\$ 675.149	\$ 675.149	\$ 675.149	\$ 675.149	\$ 675.149	\$ 675.149	\$ 675.149
<b>COSTOS VARIABLES</b>	\$ 0	\$ 37.800	\$ 75.600	\$ 113.400	\$ 151.200	\$ 189.000	\$ 226.800	\$ 264.600	\$ 302.400
<b>COSTOS TOTALES</b>	\$ 675.149	\$ 712.949	\$ 750.749	\$ 788.549	\$ 826.349	\$ 864.149	\$ 901.949	\$ 939.749	\$ 977.549
<b>RESULTADO NETO</b>	\$ -675.149	\$ -502.949	\$ -330.749	\$ -158.549	\$ 13.651	\$ 185.851	\$ 358.051	\$ 530.251	\$ 702.451



## 7.8 Análisis de Sensibilidad

CRECIMIENTO 10% INGRESOS									
	0	6000	12000	18000	24000	30000	36000	42000	48000
INGRESOS	\$ 0	\$ 231.000	\$ 462.000	\$ 693.000	\$ 924.000	\$ 1.155.000	\$ 1.386.000	\$ 1.617.000	\$ 1.848.000
COSTOS FIJOS	\$ 675.149	\$ 675.149	\$ 675.149	\$ 675.149	\$ 675.149	\$ 675.149	\$ 675.149	\$ 675.149	\$ 675.149
COSTOS VARIABLES	\$ 0	\$ 41.580	\$ 83.160	\$ 124.740	\$ 166.320	\$ 207.900	\$ 249.480	\$ 291.060	\$ 332.640
COSTOS TOTALES	\$ 675.149	\$ 716.729	\$ 758.309	\$ 799.889	\$ 841.469	\$ 883.049	\$ 924.629	\$ 966.209	\$ 1.007.789
RESULTADO NETO	\$ -675.149	\$ -485.729	\$ -296.309	\$ -106.889	\$ 82.531	\$ 271.951	\$ 461.371	\$ 650.791	\$ 840.211

CRECIMIENTO 10% COSTOS FIJOS									
	0	6000	12000	18000	24000	30000	36000	42000	48000
INGRESOS	\$ 0	\$ 210.000	\$ 420.000	\$ 630.000	\$ 840.000	\$ 1.050.000	\$ 1.260.000	\$ 1.470.000	\$ 1.680.000
COSTOS FIJOS	\$ 742.664	\$ 742.664	\$ 742.664	\$ 742.664	\$ 742.664	\$ 742.664	\$ 742.664	\$ 742.664	\$ 742.664
COSTOS VARIABLES	\$ 0	\$ 37.800	\$ 75.600	\$ 113.400	\$ 151.200	\$ 189.000	\$ 226.800	\$ 264.600	\$ 302.400
COSTOS TOTALES	\$ 742.664	\$ 780.464	\$ 818.264	\$ 856.064	\$ 893.864	\$ 931.664	\$ 969.464	\$ 1.007.264	\$ 1.045.064
RESULTADO NETO	\$ -742.664	\$ -570.464	\$ -398.264	\$ -226.064	\$ -53.864	\$ 118.336	\$ 290.536	\$ 462.736	\$ 634.936

CRECIMIENTO 10% COSTOS VARIABLES									
	0	6000	12000	18000	24000	30000	36000	42000	48000
INGRESOS	\$ 0	\$ 210.000	\$ 420.000	\$ 630.000	\$ 840.000	\$ 1.050.000	\$ 1.260.000	\$ 1.470.000	\$ 1.680.000
COSTOS FIJOS	\$ 675.149	\$ 675.149	\$ 675.149	\$ 675.149	\$ 675.149	\$ 675.149	\$ 675.149	\$ 675.149	\$ 675.149
COSTOS VARIABLES	\$ 0	\$ 41.580	\$ 83.160	\$ 124.740	\$ 166.320	\$ 207.900	\$ 249.480	\$ 291.060	\$ 332.640
COSTOS TOTALES	\$ 675.149	\$ 716.729	\$ 758.309	\$ 799.889	\$ 841.469	\$ 883.049	\$ 924.629	\$ 966.209	\$ 1.007.789
RESULTADO NETO	\$ -675.149	\$ -506.729	\$ -338.309	\$ -169.889	\$ -1.469	\$ 166.951	\$ 335.371	\$ 503.791	\$ 672.211

DISMINUCION 10% INGRESOS									
	0	6000	12000	18000	24000	30000	36000	42000	48000
INGRESOS	\$ 0	\$ 189.000	\$ 378.000	\$ 567.000	\$ 756.000	\$ 945.000	\$ 1.134.000	\$ 1.323.000	\$ 1.512.000
COSTOS FIJOS	\$ 675.149	\$ 675.149	\$ 675.149	\$ 675.149	\$ 675.149	\$ 675.149	\$ 675.149	\$ 675.149	\$ 675.149
COSTOS VARIABLES	\$ 0	\$ 34.020	\$ 68.040	\$ 102.060	\$ 136.080	\$ 170.100	\$ 204.120	\$ 238.140	\$ 272.160
COSTOS TOTALES	\$ 675.149	\$ 709.169	\$ 743.189	\$ 777.209	\$ 811.229	\$ 845.249	\$ 879.269	\$ 913.289	\$ 947.309
RESULTADO NETO	\$ -675.149	\$ -520.169	\$ -365.189	\$ -210.209	\$ -55.229	\$ 99.751	\$ 254.731	\$ 409.711	\$ 564.691

DISMINUCION 10% COSTOS FIJOS									
	0	6000	12000	18000	24000	30000	36000	42000	48000
INGRESOS	\$ 0	\$ 210.000	\$ 420.000	\$ 630.000	\$ 840.000	\$ 1.050.000	\$ 1.260.000	\$ 1.470.000	\$ 1.680.000
COSTOS FIJOS	\$ 607.634	\$ 607.634	\$ 607.634	\$ 607.634	\$ 607.634	\$ 607.634	\$ 607.634	\$ 607.634	\$ 607.634
COSTOS VARIABLES	\$ 0	\$ 37.800	\$ 75.600	\$ 113.400	\$ 151.200	\$ 189.000	\$ 226.800	\$ 264.600	\$ 302.400
COSTOS TOTALES	\$ 607.634	\$ 645.434	\$ 683.234	\$ 721.034	\$ 758.834	\$ 796.634	\$ 834.434	\$ 872.234	\$ 910.034
RESULTADO NETO	\$ -607.634	\$ -435.434	\$ -263.234	\$ -91.034	\$ 81.166	\$ 253.366	\$ 425.566	\$ 597.766	\$ 769.966

DISMINUCION 10% COSTOS VARIABLES									
	0	6000	12000	18000	24000	30000	36000	42000	48000
INGRESOS	\$ 0	\$ 210.000	\$ 420.000	\$ 630.000	\$ 840.000	\$ 1.050.000	\$ 1.260.000	\$ 1.470.000	\$ 1.680.000
COSTOS FIJOS	\$ 675.149	\$ 675.149	\$ 675.149	\$ 675.149	\$ 675.149	\$ 675.149	\$ 675.149	\$ 675.149	\$ 675.149
COSTOS VARIABLES	\$ 0	\$ 34.020	\$ 68.040	\$ 102.060	\$ 136.080	\$ 170.100	\$ 204.120	\$ 238.140	\$ 272.160
COSTOS TOTALES	\$ 675.149	\$ 709.169	\$ 743.189	\$ 777.209	\$ 811.229	\$ 845.249	\$ 879.269	\$ 913.289	\$ 947.309
RESULTADO NETO	\$ -675.149	\$ -499.169	\$ -323.189	\$ -147.209	\$ 28.771	\$ 204.751	\$ 380.731	\$ 556.711	\$ 732.691

## **8. CONCLUSIONES**

Se concluye que se cumplió con el objetivo de evaluar todos los lineamientos requeridos para poder evaluar la puesta en marcha del emprendimiento gastronómico.

Se estableció una estrategia genérica de diferenciación con el objetivo de posicionarnos en el mercado por encima de los rivales existentes, marcando la diferencia en cuanto al producto y servicio ofrecido.

Para determinar la localización de planta se analizaron previamente una serie de factores de localización con lo cual a partir de su análisis se ha concluido que la alternativa de ubicación más conveniente para la instalación del negocio es la de calle San Lorenzo de Ciudad de Mendoza por sobre las otras dos alternativas de localización evaluadas.

Se pudo validar la hipótesis de investigación planteada, ya que a través del análisis económico financiero al cual fue sometido el proyecto de inversión, se obtuvo un resultado positivo, lo cual significa que invertir en un emprendimiento de estas características, es rentable.

A partir de la realización del análisis económico financiero se concluye luego de la proyección del flujo de fondos tanto sin financiamiento como con financiamiento, que el proyecto de inversión es rentable, ya que en ambos casos el resultado del VAN fue mayor a cero y la TIR fue superior a la tasa de costo de oportunidad.

Del análisis de punto de equilibrio se llega a la conclusión de que el mismo se alcanza aproximadamente a la cantidad de 23.000 personas, lo cual significa que en dicho punto los ingresos cubren por completo los costos totales y a partir de los 23.000 clientes se obtendrán utilidades.

Finalizando con el análisis económico financiero se sometió el proyecto al análisis de sensibilidad mediante el cual se concluye que este es más sensible a cambios en los costos fijos en comparación

a cambios en los ingresos y en los costos variables, ya sea ante incrementos como disminuciones de dichas variables.

## **9. BIBLIOGRAFIA**

### **a. De citación de libros:**

- BOHLANDER / SNELL / SHERMAN: *Administración de Recursos Humanos*, International Thomson, 12º edición, 2001.
- KOTLER, Philip / ARMSTRONG, Gary: *Marketing*, México, Pearson Educación, 8º edición, 2001.
- PORTER, Michael E.: *Ventaja Competitiva*, México DF, Editorial Rei Argentina, 1991.
- SAPAG CHAIN, Nassir / SAPAG CHAIN, Reinaldo: *Preparación y Evaluación de Proyectos*, Chile, Mc Graw Hill Interamericana, 4º Edición, 2000.
- THOMPSON / STRICKLAND: *Administración Estratégica*, México, Mc Graw Hill, 13º edición, 2004.

### **b. De citación de páginas web:**

- <http://www.ciudademendoza.gov.ar/>
- <http://www.deie.mendoza.gov.ar/>
- <http://www.indec.mecon.ar/>
- <http://www.mdzol.com/>
- <http://www.mendozacuyo.com.ar/>



