1. **Resumen Ejecutivo**

INFINIT. requiere capital por $ 8.490 para su primer año de funcionamiento, para utilizarlo en gastos de instalación, costos fijos, gastos indirectos, de comercialización y conseguir un fondo que cubra el primer mes de operaciones. Los socios invertirán $ 8.000 y tienen comprometido las utilidades que genere el negocio en los próximos cuatro meses.

INFINIT es una empresa especializada en desarrollo de software soporte para la gestión financiera de las compañías del medio, muchas de las cuales requieren adoptar prácticas de gestión modernas para sobrevivir.

INFINIT capitalizará esta situación proporcionando servicios a las empresas, a sus clientes y todas las empresas que deseen trabajar en forma cooperativa, para obtener beneficios mancomunados. Se trata de un sistema de fidelización de clientes, que mediante la utilización de un software y tecnología apropiada, permite la acumulación y el canje de puntos en función a las compras de los clientes y los parámetros establecidos por las empresas asociadas (porcentaje de descuento, relación puntos/peso, etc).

INFINIT no tiene actualmente competidores significativos para sus servicios. Ninguna empresa ofrece la novedad y la tecnología necesaria para este tipo de soporte financiero. Nuestros competidores están especializados en áreas diversas, que se aplican en forma independiente, aumentando costos de identificación de oportunidades, problemas y de aplicación. INFINIT cuenta con un equipo de idóneos de “peritos mercantiles” y “analistas de sistema” que resuelven problemas del tipo financiero ofreciendo la mejor solución en materia de software.

El equipo de la gerencia de INFINIT lo encabeza el A.U.S. Pablo Caravaca, socio fundador de la empresa, cocreador del producto "JINFINIT", experto desarrollador en tecnologías JAVA. Ha agrupado un equipo de líderes conformado por tres expertos, formados profesionalmente en la Facultad Regional Resistencia de la Universidad Tecnológica Nacional e identificados bajo una relación de estrecha camaradería. Este equipo le permite a INFINIT empezar sus actividades comprometido con la realidad social, la cual demanda cada vez más un gran compromiso con la preservación del medio ambiente, el mejoramiento de la calidad de vida en general y una gran responsabilidad social en el quehacer profesional.

El valor agregado del servicio ofrecido posibilita un amplio margen de beneficios, lo cual permite recuperar el capital invertido en un breve periodo de tiempo.

Referente a la estrategia financiera, cabe reseñar en primer lugar, que una vez realizado el aporte de los socios la empresa y adquirido un préstamo inicial INFINIT contará con recursos propios valuados en $12.000 con los que podrá hacer frente a sus inversiones preliminares que ascienden a un total de $10.307, repartidos entre equipos informáticos, mobiliario, insumos, hosting, entre otros. En el plan de negocio también se adjunta una previsión de los resultados esperados por la empresa que ascienden aproximadamente a unos $51.000 anuales de beneficio económico.

**2. La Industria, la Empresa y sus Productos**

**2.1. La industria**

El sector nacional de las TICs aporta casi 50.000 trabajadores, de los cuales más de un tercio están dedicados a brindar soluciones off shore. En el país están constituidas aproximadamente 1000 empresas y en todo el sistema educativo existen alrededor de 120.000 estudiantes que cursan sus carreras de grados y terciarios en las diferentes universidades y academias.

La Argentina cuenta con 229 PyMES del sector Software y Servicios Informáticos adheridas a la Ley de Promoción de la Industria del Software. De ellas, 147 están certificadas bajo normas ISO 9001:2000 y 28 fueron evaluadas con algún nivel de CMM, tal cual lo exige la ley.

El desafío de los principales actores del sector apunta al crecimiento sostenido del país, alcanzando los objetivos de una sociedad moderna y alfabetizada digitalmente; como también a una “economía competitiva a escala mundial, lo cual requiere disponer localmente de una pujante industria vinculada a la Tecnologías de la Información (TIC’s).

**2.1.1. Políticas de Estado**

Para potenciar al sector, el Ministerio de Economía de la Nación sancionó en 2004 la Ley de Promoción Industrial (25.922), que ofrece beneficios fiscales e impositivos a todas las empresas nacionales que se dediquen a la industria del software. Así, cerca de un 27% recibe los beneficios de esta normativa. Estas empresas a la par presentan una dinámica superior a la media en términos de empleo y de facturación.

Por otro lado, la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica lleva   
adelante un plan de financiamiento conocido como FONT AR con el objetivo de   
financiar nuevos proyectos de base tecnológica para que puedan insertarse en el   
mercado.

**2.1.2. Desarrollo de la Industria local**

En los últimos años hubo grandes articulaciones de los sectores gubernamentales, académicos y empresariales del NEA, y una gran “convergencia de las TIC’s” en la economía regional, en pos de relacionar en trabajo asociativo a productores, proveedores, corporaciones y clientes bajo un mismo contexto de tiempo real. Los gobiernos y universidades locales han observado altas tasas de migración de profesionales del sector y han buscado la manera de revertir este fenómeno.

\* Los datos fueron extraídos de la revista mensual: “Emprender en la Región” – Agosto 2010 – Páginas 19 al 36

**2.1.2.1. Oportunidades y Fortalezas**

Competitividad, debido a menores costos de desarrollo que en otros puntos del país.

Mejores condiciones de vida y bienestar laboral favorecen el desarrollo de talentos locales.

Cercanía con universidades que cuentan con carreras específicas de Sistemas. Baja conflictividad laboral.

Bajo nivel de desarrollo e implementación de las TIC’s en los gobiernos locales.

**2.1.2.2. Desafíos y Amenazas**

El incremento de los costos, ¿Cómo diferenciar la industria local sin que sea por medio de salarios competitivos?

Dificultades de financiamiento o soporte para el desarrollo de nuevos productos o servicios.

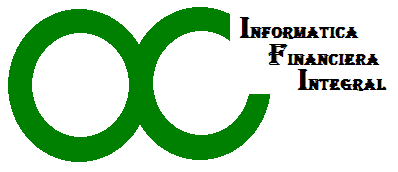
La ley del Software puede convertirse en un diferenciador competitivo importante.

El desarrollo del Estado.

La universidad empieza a competir por clientes y recursos.

Cultura del “compro afuera, es mejor”

**2.2. La Empresa**

**INFINIT - Informática Financiera Integral**

* + 1. **Misión:**

“Brindar soluciones IT’s orientadas a las finanzas, innovadoras y adaptadas a la realidad de las empresas, para que estas maximicen sus beneficios, reduzcan los riesgos y optimicen sus procesos de negocio. Permitiendo además soluciones evolutivas”.

* + 1. **Visión:**

“Consolidar nuestro liderazgo  en el mercado regional, expandiendo la penetración de nuestros servicios de desarrollos en todas las localidades posibles del NEA, con perspectivas a nivel nacional en lo que respecta a desarrollos IT "

**2.3. Los Productos / Servicios**

Destinado principalmente a empresas prestadoras de servicio, **JINFlNIT** tiene por objeto propiciar la implementación de programas de beneficios para sus clientes, los cuales se traducen en premios, regalos o descuentos especiales. Tales beneficios se podrán canjear por los puntos que cada cliente acumule, en función de sus compras en comercios asociados.

Se entrega a cada cliente una tarjeta magnética o inteligente, identificada con la   
marca e imagen de la firma, y personalizada con sus datos personales. Cuando   
efectúe compras en los comercios asociados la tarjeta se pasará por un   
dispositivo lector, quedando registrada la operación on-line en la base de datos   
central del sistema. Por último, podrá canjear sus puntos acumulados por   
beneficios.

El sistema permite al comercio administrador monitorear la operatoria, y brindar   
información estadística tanto de los negocios asociados, como de cada uno de   
los clientes. De esta forma la empresa accederá a una potente y cada vez más   
difundida herramienta de marketing directo denominada "fidelización", que le   
permitirá retener a sus clientes actuales, fortaleciendo su lealtad a la empresa,   
como así también cautivar a nuevos clientes, que se verán atraídos por los   
beneficios del sistema.

**2.3.1. Competencias Centrales de JINFINIT**

Los clientes de la empresa administradora pueden sumar puntos por compras realizadas en comercios adheridos al sistema (ubicados en cualquier ciudad,   
región o área geográfica)

**JINFINIT** permite:

* Definir los parámetros que se aplicarán, tal corno la relación puntos-pesos, con   
  la posibilidad de diferenciarlos en cada comercio adherido.
* Registral altas, bajas y modificaciones de dientes, comercios adheridos, -o   
  sucursales.
* Autorizar y registrar las transacciones efectuadas por los clientes, tales como   
  compras y canjes por beneficios en cualquier punto de venta.
* Administrar una base de datos central que sirva de base para la gestión   
  administrativa de las distintas empresas involucradas.
* Enviar informes a los clientes con el detalle de sus cuentas.
* Emitir todo tipo de informes de gestión (estadísticas, listados, filtros) para   
  efectuar controles internos, y definir estrategias de segmentación de clientes,   
  comercios o sucursales.

**3. Análisis del Mercado**

**3.1. Fuerzas de Porter**

* + **Poder de Negociación de los clientes**
    - Como los desarrollos serán a medida se ofrece total exclusividad
    - Los volúmenes de compras serán relativamente pequeños
    - El mayor porcentaje de nuestra cartera de clientes estaría en el mismo sector que el de nuestras compañías competidoras (los centros urbanos)
    - Debido a que en los últimos años se ha dado una proliferación de empresas de desarrollo informático en la región, el cliente podrá confiar con facilidad a otras empresas el desarrollo de sus sistemas financieros.
    - Baja cantidad de sustitutos disponibles porque los desarrollos son a medida
    - Los precios en los productos estereotipados serán fáciles de establecer, no así el de los productos innovadores, por ello es muy difícil de establecer la sensibilidad de los clientes respecto al precio de estos productos
  + **Poder de Negociación de los proveedores**
    - Amplia disponibilidad de herramientas de desarrollo de múltiples empresas
    - Mucha homogeneidad  entre las distintas plataformas de desarrollo
    - Utilización de tecnologías tanto libres como licenciadas para cumplir con los objetivos
    - En la mayoría de los casos las herramientas de desarrollo tendrán un precio muy bajo en relación al producto terminado
  + **Amenaza de Competidores Potenciales**
    - Altas barreras de entrada (mucha competencia) para pequeñas empresas de desarrollos
    - Las grandes empresa de desarrollo atienden otros sectores del mercado
    - El valor de nuestra marca (prestigio) es bajo debido a que la empresa  todavía carece de trayectoria
    - En relación al cambio, el coste del mismo podría llegar a ser alto, dependiendo de la tecnología a la cual queramos converger (curvas de aprendizajes muy pronunciadas, mucho requerimiento de capital, etc.)
  + **Amenazas de Productos Sustitutos**
    - La exclusividad innovadora de los productos es difícil de sustituir
    - Los sistemas “enlatados” tienen un precio relativamente mayor
    - Accesibilidad a los sistemas enlatados es baja
    - El nivel de diferenciación del producto percibido es comparativamente bajo
  + **Rivalidad entre Competidores**
    - El sector del mercado en vista (nicho) es respectivamente pequeño
    - La competencia es alta
    - Rentabilidad baja (teniendo en cuenta lo anterior)

**3.2. Matriz FODA**

|  |  |
| --- | --- |
| **OPORTUNIDADES** | **FORTALEZAS** |
| * Exclusividad innovadoras de los productos desarrollados * Amplia disponibilidad de herramientas de desarrollo | * Utilización de tecnología tanto libre como licenciada * Gran diferencia de precios entre las herramientas de desarrollo y los productos terminados * Rápida adaptación a los cambios tecnológicos * Alta barreras de entradas para competidores potenciales |
| **AMENAZAS** | **DEBILIDADES** |
| * Grandes Empresas de desarrollo que aunque atiendan otro segmento del mercado pueden acaparar los RRHH * Precio y el grado de accesibilidad de los sistemas “enlatados” * Bajo nivel de diferenciación del producto percibido * Gran número de empresas de desarrollo mediáticas | * Volumen pequeño de producción * Poca trayectoria * Segmento del mercado relativamente pequeño |

**Potenciales Clientes**

* **Video Cable Canal5** 
  + Av Belgrano 498, La Leonesa, Chaco - Teléfono: (03722) 47-0079
* **Multimedios Chaco**
  + Pringles Y 25 De Mayo, Roque Saenz Peña, Chaco - Teléfono: (03732) 42-2303
* **Ergon Cable S.R.L. – M&M Producciones**
  + Sarmiento 346, Tres Isletas, Chaco - Teléfono: (03732) 46-1001
* **Multimedios Chaco S.A.**
  + Calle 8, General Pinedo, Chaco - Teléfono: (03731) 48-0201
* **CTV Canal 4 Garupa SH**
  + Las Orquídeas S/n, Garupá, Misiones - Teléfono: (03752) 48-1489
* **Vallevisión Canal 4**
  + Av L Américas 574, Aristóbulo Del Valle, Misiones - Teléfono: (03755) 47-0691
* **Wanda Cablevisión S.R.L.**
  + J D Perón 138, Wanda, Misiones - Teléfono: (03757) 47-0484
* **TV Cable Candelaria**
  + Cabrera 898, Candelaria, Misiones - Teléfono: (03752) 49-3286
* **Cooperativa de Provisión de Obras y Servicios Públicos Clorinda Ltda.**
  + José Fernández Cancio 1144 (3610 ) Clorinda, Formosa  - Teléfono  (3718) 42-1000
* **Carmen Alicia Romberg S.A.**
  + Av. Lelong Y Bonacio, Formosa Capital, Formosa - Teléfono: (03717) 42-2322
* **CVS Comunicación Video Saltelitar S.R.L.**
  + Barrio J. D. Perón, Formosa Capital, Formosa - Teléfono: (03717) 47-4501
* **CVC Cablevisión Centenario**
  + Barrio E Perón, Formosa Capital, Formosa - Teléfono: (03717) 47-4501
* **Encor Cable Color S.R.L.**
  + Libertador 1731, Ituzaingó, Corrientes - Teléfono: (03786) – 420141
* **Teledigital Cable S.A.**
  + 25 de Mayo 834, Paso de Los Libres, Corrientes - Teléfono: (03772) 42-4400
* [**Avellaneda Cable Visión Esquina**](http://www.argentino.com.ar/web/100EC90013D3/avellaneda-cable-vision-esquina)
  + Santa Rita 229, Esquina, Corrientes - Teléfono: (03777) 46-0933
* [**Virasoro Video Cable**](http://www.argentino.com.ar/web/170EC80413D2/virasoro-video-cable)
  + Dr Arturo Navajas 266, Gobernador Virasoro, Corrientes - Teléfono: (03756) 48-1832

\*NOTA: Las empresas seleccionadas como “Potenciales Clientes” son aquellas que han publicado referencias para contactos (teléfono, mail) en Internet y con las cuales hemos tenido una entrevista telefónica favorable.

**4. Plan de Marketing**

**4.1. Estrategias de Marketing**

En principio haremos foco en una pequeña cantidad clientes corporativos, para ser específicos, en entidades prestadoras de servicio de video cable, las cuales tienen una gran concentración de clientes del tipo “consumidor final”.

Debido a la distribución geográfica de este tipo de empresas en la región nuestros esfuerzos de ventas abarcaran las provincias del noroeste argentino (Chaco, Corrientes, Formosa, Misiones), haciendo hincapié en localidades del interior, en las que generalmente este tipo de servicio se presenta de forma monopólica y en la actualidad dicho monopolio está siendo amenazado por empresas de televisión satelital y las nuevas tecnologías de televisión digital de los canales de aire.

Luego los esfuerzos de ventas se centraran en empresas más pequeñas, ofreciéndoles a estas un pack acorde a su tamaño y su poder adquisitivo.

En nuestro esfuerzo de ventas aumentaremos el alcance de nuestro producto para abarcar un mayor segmento del mercado, incluyendo nuevas utilidades, nuevas funciones y nuevos uso (mailing, llevar los registros de un sistema de créditos, entre otros).

**4.2. Política de Precios**

Lanzaremos al mercado un nuevo producto que brinda beneficios no solo a la empresa que lo contrata, sino que además pretende fomentar la colaboración participativa de empresas pequeñas con la empresa contratante, por ello el desarrollo del JINIFINT requiere de una arquitectura de comunicación entre comercios compleja, de ahí los altos costes en desarrollo, y por ende un alto precio final de $40.000. Además de la complejidad, no deja de ser un producto novedoso, innovador, de calidad, y con últimas tecnologías para la gestión de clientes.

**4.3. Tácticas de Ventas**

Ofreceremos nuestros productos vía Internet, llamadas telefónicas, envío de correos, vistas a domicilio.

En la supuesta de la concreción de una venta, se negociaran los plazos de financiación en base a las posibilidades y necesidades del cliente.

Las utilidades de las ventas serán distribuidas como ganancias en partes iguales a todos los integrantes del equipo emprendedor.

**4.4. Políticas de Servicios Post-Ventas**

Habilitaremos un número telefónico con el fin de dar soporte al usuario para una correcta y fácil utilización del producto.

Provisión de garantía anual para la solución y la adaptación de fallas del producto.

**4.5. Publicidad y Promoción**

En primera instancia los potenciales clientes serán contactados a través de llamadas telefónicas. Estas llamadas tendrán como objetivo indagar sobre el interés de la empresa relativo a la fidelización de clientes.

Una vez establecido el contacto con el potencial cliente, y en el caso de que este demuestre aceptación, se realizará una visita a la empresa en donde haremos una presentación y demostración del producto.

Para la presentación se hará uso de una versión demo de JINFINIT y se entregará a los interesados una carpeta con explicación detallada del funcionamiento de nuestro producto.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Necesidad | Recurso | Cantidad | Costo | Costo Total |
| Viáticos (por dos días) | Pasajes, Hospedajes, Comida | 6 | 500,00 | 3.000,00 |
| Comunicación | Llamadas telefónicas | 20 | 8,50 | 170,00 |
| Publicidad | Folletos explicativos | 20 | 17,75 | 355,00 |

\*NOTA: El costo de los viáticos se estableció de forma estimativa. El costo de las llamadas telefónicas se estableció en base al costo promedio de las encuestas realizadas para el estudio de mercado. El costo de las carpetas explicativas se estableció en base al precio ofrecido por la Imprenta: De Juan Grnja-Av. Paraguay 234, (3500) Resistencia, Chaco - Teléfono: (03722) 44-0616

**La cadena de valor**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **APOYO** | **Infraestructura:**   * Gestión y planificación por parte de los emprendedores. | | | | | **MARGEN** |
| **Dirección de Recursos Humanos:**   * Capacitación (formación en las diversas disciplinas: hardware, software, gestión administrativa, etc.). * Compensación del personal (participación en decisiones organizativas). | | | | |
| **Desarrollo de la Tecnología:**   * Investigación de herramientas nuevas. * Análisis y diseño de productos | | | | |
| **Compras:**   * El suministro de insumos para el sistema (tarjetas magnéticas, llaves de seguridad, etc). * Licencias de herramientas * Compra de insumos de oficina y mantenimiento en general. | | | | |
| **PRIMARIAS** | **Logística Interna:**   * Adquisición de licencias y permisos de Sw. * Gestión de Insumos Informáticos y de Oficina. | **Operaciones:**   * Capturas de Requisitos. * Análisis * Diseño * Programación * Prueba * Confección e impresión de tarjetas magnéticas | **Logística Externa:**   * Implementación de sistema en casas centrales y adheridas. | **Marketing y Ventas:**   * Promoción * Encuestas * Negociación y Venta | **Servicio:**   * Capacitación a nuevos clientes en la utilización de JInfinit. * Reajustes por fallas y desperfectos. * Atención de solicitudes y reclamos generales. |

**5. Plan de Operaciones**

**5.1. Localización**

En la primer etapa del emprendimiento, se realizara el desarrollo del producto en las casas de los emprendedores con los recursos propios disponibles.

Una vez realizada la primer venta se deberá alquilar una oficina, que no necesita tener ubicación céntrica, pues para este tipo de emprendimientos la ubicación del local comercial no influye mucho en la llave del negocio.

**5.2. Instalaciones**

Alquilada la oficina, se procederá a la compra del equipamiento necesario (muebles, insumos, etc.) y la contratación de una línea telefónica con servicio de Internet, que permita mantener contacto directo con el cliente, ya que por cuestiones de soporte, consideramos vital dar atención al cliente a través skype (comunicación telefónica vía Internet), email y páginas web.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Necesidad** | **Recurso** | **Cant.** | **Costo** | **Costo Total** |
| Equipos Informáticos | Pc AMD Sempron 140 AM3 | 3 | 1.199,00 | 3.597,00 |
| Impresiones Varias | Impresora color | 1 | 258,23 | 258,23 |
| Impresión de Tarjetas | Impresora de Credenciales | 1 | 2890,43 | 2890,43 |
| Alquiler Servidor para Hosting | 300 GB de espacio, 10.000 GB de transferencia | 1 | 156,00 | 156,00 |
| Licencias de IDE | Licencias de desarrollo estándar | 3 | GPL | 0,00 |
| Licencias para DB | Licencias de desarrollo estándar | 1 | GPL | 0,00 |
| Estudio de desarrollo | Local de oficinas | 1 | 850,00 | 850,00 |
| Comunicación | Serv. Telef e Internet | 1 | 300,30 | 300,30 |
| Amueblamiento | Mesas para PC | 3 | 212,38 | 637,14 |
| Amueblamiento | Escritorio | 1 | 593,25 | 593,25 |
| Amueblamiento | Sillas | 6 | 190,52 | 1.143,12 |
| Amueblamiento | Biblioteca | 2 | 594,04 | 1.188,10 |
| Insumos Informáticos y de Oficina | Block de Hojas A4 | 3 | 21,50 | 64,50 |
| Insumos Informáticos y de Oficina | CD’s Bulk x 100 ud | 2 | 79,80 | 159,60 |
| Insumos Informáticos y de Oficina | Tinta para impresora | 4 | 78,80 | 315,20 |
| Insumos Informáticos y de Oficina | Carpetas Archivadoras | 5 | 19,90 | 99,50 |
| Insumos Informáticos y de Oficina | Tarjetas Plásticas pack por 200 ud | 1 | 125,00 | 125,00 |
| Gastos Generales | Cadetes, Imprevistos | 10 | 100 | 1.000,00 |

\*Nota: los costos incluidos en la lista fueron obtenidos en su mayoría en base a los precios ofrecidos por: Luis A. Cuadrado (J.D. Perón 417 - Resistencia, Tel.: 03722-451600) y Mercado Libre (www.mercadolibre.com.ar)

**5.5 Plan de Producción**

El desarrollo de Jnifint será confeccionado íntegramente por el equipo emprendedor, el cual estará encargado de la codificación del SW en primera medida, del diseño e impresión de tarjetas magnéticas, y de la segurización del SW a través de las HardKeys.

Debido a los altos costos de los dispositivos de lectura de tarjetas plásticas y la flexibilidad de lectura de la información contenida en dichas tarjetas, las cuales podrán realizarse a través de dispositivos lectores de código de barra, o lectores de tarjetas magnéticas, la provisión de dichos dispositivos quedará en manos del cliente.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Necesidad** | **Recurso** | **Cant.** | **Costo** | **Costo Total** |
| Credenciales para clientes | Tarjetas Plásticas pack x 200 ud | 2,5 | 100,15 | 201,50 |
| Impresión de Tarj. Magnét. | Cinta color YMCKO 250 tarj. | 2 | 85,00 | 170,00 |
| Seguridad del Software | HardKeys pack x 5 ud | 2 | 144,5 | 289,00 |

\*Nota: costos establecidos en base a los precios ofrecidos por Mercado Libre (www.mercadolibre.com.ar)

**INFINIT** asesorará a los clientes en cuanto a la provisión de dispositivos para el manejo de la información contenida en las tarjetas plásticas.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Necesidad** | **Recurso** | **Cant.** | **Costo** | **Costo Total** |
| Entradas de datos al sist. | Lector de tarjetas magnéticas | 10 | 351,55 | 3.515,50 |
| Entradas de datos al sist. | Lector de códigos de barras | 10 | 310,00 | 3.100,00 |

\*Nota: costos establecidos en base a los precios ofrecidos por Mercado Libre (www.mercadolibre.com.ar)

**5.6. Plan de Distribución y Logística**

EL pack JINFINIT, será instalado por parte del equipo emprendedor, quien además brindará una capacitación técnica y de gestión sobre la utilización del software para la manejo óptimo del servicio.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Necesidad** | **Recurso** | **Cant.** | **Costo** | **Costo Total** |
| Viáticos (por cuatro días) | Pasajes, Hospedajes, Comida | 1 | 1000,00 | 1000,00 |

**6. Organización del Equipo Directivo**

**6.1. Estructura de la Organización**

En pos de constituir una estructura simple que brinde líneas de soportes claras daremos al equipo una estructura funcional que dividirá al negocio a lo largo de las actividades de las cadenas de valor, con un reporte directo al Gerente General.

Gerente General

Dirección

Logística

Compras

Finanzas y Contabilidad

Producción

Administración General

Ventas y Comercialización

**Dirección:** la dirección de la empresa quedará en manos del equipo emprendedor, cuyos integrantes tendrán además funciones específicas dentro de las actividades que conforman la cadena de valor de la organización.

**Gerencia y Administración General:** Pablo Gabriel Caravaca.

**Ventas, Comercialización, Finanzas y Contabilidad:** German Ariel Franco.

**Producción y Compras:** Alfredo Sand.

**Logística:** Mariano Nicolás Alurralde.

A fin de hace frente a las cuestiones legales, en primera instancia INFINIT estará a nombre del Sr Pablo Gabriel Caravaca, quien actualmente se encuentra bajo del régimen de MONOTRIBUTISTA. El mencionado será el representante legal de la organización y se realizaran a su nombre los aportes y contribuciones conforme al [Régimen General](http://www.afip.gov.ar/contrRegGral/).

Una vez que la empresa haya adquirido solvencia económica será necesario registrar a la misma dentro de alguno de los tipos establecidos por la ley. Para tal acción se recurrirá a un asesor contable una vez llegado el caso.

**6.2. Integrantes del Equipo de Proyecto**

Además de realizar actividades tendientes al funcionamiento propio de una empresa, dentro de las actividades que involucran la adaptación del software a las necesidades del cliente, cada integrante del equipo directivo desarrollará un rol específico cuya remuneración estará ajustada a los planes establecidos

Los roles identificados para conformar el equipo de proyecto que llevará a cabo el desarrollo e implementación de la aplicación son los siguientes:

**6.2.1. Líder del Proyecto:**

Habilidades: Debe ser organizado y metódico. Debe tener facilidad para relacionarse con gente y saber coordinar y dirigir grupos de personas. Debe tener una buena comunicación oral y escrita, debe saber transmitir a las personas los objetivos del proyecto, hacer una asignación clara de las tareas y también saber escuchar opiniones y sugerencias. Debe tener capacidad de liderazgo. Debe tener un claro conocimiento de los recursos disponibles, humanos y materiales.

Conocimientos técnicos: metodología de desarrollo de software RUP, gestión y planificación de proyectos con MS Project.

Funciones: realización de entrevistas, identificación de requerimientos, planificación y seguimiento de tareas, asignación de recursos, identificación y administración de riesgos.

**6.2.2. Analista:**

Habilidades: Debe tener capacidad de abstracción y análisis. Debe tener capacidad de interpretación para poder entender al cliente. Debe ser capaz de capturar los requerimientos de los usuarios y confeccionar modelos que representen un sistema capaz de satisfacerlos.

Conocimientos técnicos: metodologías de análisis de sistemas RUP, captura de requisitos y confección de lista de requerimientos, modelado de sistemas utilizando Casos de Uso, construcción de modelos con Visual Paradigm.

Funciones: realización de entrevistas, identificación de requerimientos, construcción del Diagrama de Casos de Uso del Análisis, descripción de Casos de Uso, elaboración de Casos de Prueba.

**6.2.3. Diseñador:**

Habilidades: Debe ser capaz de situar una especificación bien detallada del sistema en una tecnología de implementación, que mejor satisfaga las necesidades y requerimientos del usuario. Debe ser capaz de comprender claramente las restricciones de implementación del proyecto.

Conocimientos técnicos: metodología de diseño de sistemas RUP, artefactos de diseño, construcción de modelos con Visual Paradigm, modelado de bases de datos con ER-Studio.

Funciones: elaboración de Diagrama de Clases, Diagramas de Secuencia, diseño de pantallas y navegación, diseño de la arquitectura del sistema.

**6.2.4. Programador:**

Habilidades: Debe ser capaz de traducir el diseño del sistema en componentes físicos funcionales que puedan ejecutarse en maquinas reales. Debe poseer conocimientos en herramientas de programación y depuración de código. Debe ser capaz de responder a los tiempos del proyecto.

Conocimientos técnicos: Web Services, XML, lenguaje de consultas SQL, base de datos, SQL Server, herramientas de segurización de software, IDE NetBeans.

Funciones: codificación de módulos, implementación de estrategias de segurización de software, ejecución pruebas unitarias y de integración, documentación.

**6.3 Remuneración del Equipo de Proyecto y honorarios (estimativos) de los servicios profesionales**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Necesidad** | **Recurso** | **Cantidad** | **Precio** | **Precio Total** |
| Administración del Proyecto | Líder | 20 horas | 20 | 400 |
| Requerimientos | Analista | 20 horas | 18 | 360 |
| Consultoría y dominio experto | Asesor Contable | 10 horas | 20 | 200 |
| Capacitación en el uso de tecnologías | Técnico en Telecomunicaciones | 15 horas | 18 | 270 |
| Diseño General | Diseñador | 30 horas | 15 | 450 |
| Diseño Detallado de la Interfaz para Usuario | Diseñador | 15 horas | 15 | 225 |
| Diseño Detallado de la Base de Datos | Analista / Diseñador | 25 horas | 18 | 450 |
| Desarrollo | Programador | 200 horas | 15 | 3.000 |
| Documentación Técnica | Analista | 20 horas | 20 | 400 |
| Control para Correcciones | Analista | 20 horas | 15 | 300 |

Las tareas que conforman el desarrollo del software JINFINIT, serán aportadas en forma gratuita por el equipo emprendedor.

Las utilidades anuales generadas con las ventas de JINFINIT serán distribuidas en partes iguales entre los miembros del equipo directivo

**7. Riesgos y Problemas más importantes**

**7.1. Falta de compromiso por parte de los miembros del equipo de proyecto.**

**7.1.1. - 1er Etapa: Identificación del Riesgo**

Riesgo: Retraso en las actividades planificadas por falta de compromiso o motivación de integrantes del equipo, como así también fallas de coordinación.

Vulnerabilidad: El proyecto es vulnerable a este riesgo ya que no se trata de un grupo de trabajo con experiencia en este tipo de emprendimientos, por lo que la comunicación y coordinación puede resultar difícil.

**7.1.2. - 2da Etapa: Análisis de Riesgo**

Impacto Potencial: Imposibilidad por parte del equipo de cumplir con los plazos acordados con el cliente para la adaptación del sistema software. Demoras en la ejecución del proyecto. Afectación de la calidad de los resultados. Afectación del clima de trabajo. Conflictos interpersonales.

Probabilidad de ocurrencia: Media

Consecuencias Primarias:

* Retraso en el tiempo total del proyecto
* Necesidad de replanificación

Consecuencias Secundarias:

* Gasto de tiempo y esfuerzo, ya que se necesita volver a planificar.
* Pérdida de calidad en los entregables por haberse adecuado a la restricción de tiempo.
* Pérdida de la motivación de los miembros del grupo, aumento del stress debido a la falla en coordinación y trabajo en equipo.

**7.1.3. - 3er Etapa: Manejo del Riesgo**

Estrategia: Llevar un registro de actividades y control de tiempo. Cumplimiento estricto del cronograma por parte de todos. Identificar demoras y comunicar resultados al líder del proyecto. Fomentar la comunicación y participación de todos los miembros. Llevar un registro de evaluación de la calidad de cada entregable.

Líneas de Defensa:

1º Línea de Defensa - Prevención: Contar con un plan de actividades con responsabilidades bien delimitadas.

2º Línea de Defensa - Detección: Reuniones constantes para evaluar los resultados e intensa comunicación entre los miembros del grupo para permitir una detección temprana del riesgo.

3º Línea de Defensa - Recuperación: Replanificación de tiempos y reasignación de recursos.

**7.1.4. - 4ta Etapa: Recuperación**

Plan de Contingencia:

En caso de producirse este riesgo se deberá realizar una replanificación completa de lo que reste del proyecto y una reasignación de recursos, a fin de poder cumplir con los plazos acordados, debido a las consignas del trabajo no es posible incorporar más recursos humanos al proyecto. En caso de no poderse cumplir los plazos de entrega, deberán ser acordados nuevamente con el cliente.

**7.2. Incumplimiento en las previsiones de ventas.**

**7.2.1. - 1er Etapa: Identificación del Riesgo**

Riesgo: Nivel de ventas por debajo del presupuesto planificado.

Vulnerabilidad: El proyecto es vulnerable a este riesgo ya que su característica innovadora no permite analizar registros de ventas de emprendimientos realizados con anterioridad, además el estudio de mercado se ha realizado por profesionales inexpertos en el tema.

**7.2.2. - 2da Etapa: Análisis de Riesgo**

Impacto Potencial: Imposibilidad por parte del equipo de continuar con las varias de actividades críticas de la empresa debido a la falta de fondos.

Probabilidad de ocurrencia: Media

Consecuencias Primarias:

* Incumplimiento en el pago de las deudas a los prestadores
* Imposibilidad de inversión en publicidad y promoción

Consecuencias Secundarias:

* Gasto de tiempo y esfuerzo, ya que se necesita volver realizar un estudio de mercado y una nueva segmentación del mismo.
* Posibilidad de obsolescencia de módulos del software debido a la apertura de un nuevo mercado.

**7.2.3. - 3er Etapa: Manejo del Riesgo**

Estrategia: Invertir las ganancias de la primer venta en promoción, publicidad, y encuestas telefónicas con personal experto (telemarketer) a fin de asegurarnos recabar información precisa sobre los gustos y necesidades de los potenciales clientes.

Líneas de Defensa:

1º Línea de Defensa - Prevención: Realizar la mayor cantidad de encuestas posibles en la etapa inicial (primer estudio de mercado).

2º Línea de Defensa - Detección: Contratar una persona especializada en la realización de encuestas telefónicas a fin de detectar gustos y necesidades del mercado.

3º Línea de Defensa - Recuperación: Replanificación del segmento de mercado en el cual hacer énfasis.

**7.2.4. - 4ta Etapa: Recuperación**

Plan de Contingencia:

En caso de producirse este riesgo se deberá realizar una replanificación completa del segmento del mercado al cual debe apuntar la empresa. Probablemente será necesario realizar adaptaciones en los módulos de JINFINIT a fin de adaptarlo a los requerimientos del nuevo mercado.

**7.3. Carencia de Internet en los potenciales lugares de venta de ventas.**

**7.3.1. - 1er Etapa: Identificación del Riesgo**

Riesgo: Falta del servicio de Internet en los lugares cuyas empresas se vean interesadas en adquirir el producto.

Vulnerabilidad: El proyecto es vulnerable a este riesgo ya que la comunicación entre el módulo central del sistema (administrado por la empresa adquiridora) y los módulos clientes del sistema (utilizados por las empresas adheridas), se establece mediante internet, y las muchas de las localidades del interior del NEA (foco de los esfuerzo de ventas) no poseen servicio de Internet (o lo poseen en forma acotada a zonas céntricas, en las respectivas localidades)

**7.3.2. - 2da Etapa: Análisis de Riesgo**

Impacto Potencial: Aumento en los costos de venta debido a la adquisición de tecnologías de comunicación para la implementación del producto.

Probabilidad de ocurrencia: Baja

Consecuencias Primarias:

* Imposibilidad de implementar el producto.
* Alargue de los plazos en los procesos de implementación debido a la adquisición de la tecnología adecuada.

Consecuencias Secundarias:

* Gasto de tiempo, esfuerzo y recursos económicos en la búsqueda de la solución que mejor se adapte a las posibilidades de la empresa adquiridora.
* Posibilidad de aumento en el precio de venta, sujeta a las tecnologías adquiridas

.

**7.3.3. - 3er Etapa: Manejo del Riesgo**

Estrategia: Realizar un análisis de la situación tecnológica de las localidades cuyas empresas se muestren interesadas en adquirir el producto, a fin de ofrecer una solución optima de comunicación.

Líneas de Defensa:

1º Línea de Defensa - Prevención: Realizar la segmentación del mercado y llevar a cabo una estrategia de marketing que considere las deficiencias tecnológicas de los lugares en los cuales se desea vender el producto.

2º Línea de Defensa - Detección: Indagar sobre la situación, en materia de servicios de comunicación (teléfono, fax, Internet) de las empresas interesadas y la localidad afectada, al realizar el telemarketing.

3º Línea de Defensa - Recuperación: Analizar a fondo las posibles soluciones tecnológicas, a fin de adoptar la que mejor se ajuste a las posibilidades del potencial cliente

**7.3.4. - 4ta Etapa: Recuperación**

Plan de Contingencia:

En caso de producirse este riesgo se deberá realizar un análisis de las posibilidades en soluciones tecnológicas (compra dispositivos de comunicación 3G, compra de antenas Vhf, contratación de un canal en los servicios móviles de comunicación, etc), a fin de encontrar una alternativa a la comunicación vía Internet que pueda ser implementada, satisfaga las necesidades de comunicación y pueda ser solventada por el cliente.

**8. Proyecciones Económicas – Financieras**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **CONCEPTO** | **ACTIVO** | **PASIVO** | **PAT NET** | **INGRESO** | **EGRESO** |
| Caja | 1.959,63 |  |  |  |  |
| Equipos informáticos | 3.597,00 |  |  |  |  |
| Impresora color | 258,23 |  |  |  |  |
| Impresora de Credenciales | 2.890,43 |  |  |  |  |
| Mesas para PC | 637,14 |  |  |  |  |
| Escritorio | 593,25 |  |  |  |  |
| Sillas | 1.143,12 |  |  |  |  |
| Biblioteca | 1.188,10 |  |  |  |  |
| Prestamo - Confina |  | 4.000,00 |  |  |  |
| 300 GB de espacio, 10.000 MB de transferencia |  |  |  |  | 156,00 |
| Block de Hojas A4 |  |  |  |  | 64,50 |
| Cd's Bulk x 100 ud |  |  |  |  | 159,60 |
| Carpetas Archivadoras |  |  |  |  | 99,50 |
| Tarjetas Plásticas pack por 200 ud |  |  |  |  | 125,00 |
| Tinta para impresoras |  |  |  |  | 315,20 |
| Pasajes, Hospedajes, Comida |  |  |  |  | 3.000,00 |
| Cadetes, Imprevistos |  |  |  |  | 1.000,00 |
| Serv. Telef e Internet |  |  |  |  | 300,30 |
| Local de oficinas |  |  |  |  | 850,00 |
| Licencias de desarrollo estándar |  |  |  |  | 0,00 |
| Licencias de desarrollo estándar |  |  |  |  | 0,00 |
| Costo de Ventas |  |  |  |  | 1.663,00 |
| Capital Social |  | 8.422,90 |  |  |  |
| Ventas |  |  |  | 8.000,00 |  |
| **TOTAL** | 12.422,90 | 12.422,90 |  | 8.000,00 | 7.577,10 |

**8.1. BALANCE AL INICIO DEL NEGOCIO**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ACTIVO** | | **PASIVO Y CAPITAL** | |
| Caja | 1.959,63 | Proveedores | 4.000,00 |
| Deudores | 0,00 | Cuenta Socios | 0,00 |
| Inventarios | 0,00 |  |  |
|  | | Capital Social | 8.000,00 |
| Bienes de uso | 10.463,27 | Utilidades ej anterior | 0,00 |
| Amortizaciones acumuladas | 0,00 | Utilidades del ejercicio | 422,90 |
|  | |  | |
| **TOTAL ACTIVO** | **12.422,90** | **TOTAL PASIVO Y CAPITAL** | **12.422,90** |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **8.2. PRONOSTICO DE VENTAS** | | | | | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Concepto** | **Enero** | **Febrero** | **Marzo** | **Abril** | **Mayo** | **Junio** | **Julio** | **Agosto** | **Septiemb** | **Octubre** | **Noviembr** | **Diciembre** |
| Ventas (Ud) | 1 |  |  |  |  |  |  | 1 |  |  |  | 1 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **8.3. PRESUPUESTO DE VENTAS** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | |  | |  | |  | |  | |  |  | |  | |  | |  | |  | |  | |  | |
| **Concepto** | | **Enero** | | **Febrero** | | **Marzo** | | **Abril** | | **Mayo** | **Junio** | | **Julio** | | **Agosto** | | **Septiemb** | | **Octubre** | | **Noviemb** | | **Diciembre** | |
| Ventas (Ud) | | 1 | |  | |  | |  | |  |  | |  | | 1 | |  | |  | |  | | 1 | |
| Precio ($) | | $ 40.000 | |  | |  | |  | |  |  | |  | | $ 40.000 | |  | |  | |  | | $ 40.000 | |
| TOTAL | | $ 40.000,00 | | $ 0,00 | | $ 0,00 | | $ 0,00 | | $ 0,00 | $ 0,00 | | $ 0,00 | | $ 40.000,00 | | $ 0,00 | | $ 0,00 | | $ 0,00 | | $ 40.000,00 | |
| **8.4. PRESUPUESTO DE COBRANZAS** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  |  | |  | |  | |  | |  | | |  | |  | |  | |  | |  | |  | |  | |
| **Cpto** | **Enero** | | **Febrero** | | **Marzo** | | **Abril** | | **Mayo** | | | **Junio** | | **Julio** | | **Agosto** | | **Septiembre** | | **Octubre** | | **Noviembre** | | **Diciembre** | |
| Proy 1 | $ 8.000,00 | | $ 4.000,00 | | $ 4.000,00 | | $ 4.000,00 | | $ 4.000,00 | | | $ 4.000,00 | | $ 4.000,00 | | $ 4.000,00 | | $ 4.000,00 | |  | |  | |  | |
| Proy 2 |  | |  | |  | |  | |  | | |  | |  | | $ 8.000,00 | | $ 4.000,00 | | $ 4.000,00 | | $ 4.000,00 | | $ 4.000,00 | |
| Proy 3 |  | |  | |  | |  | |  | | |  | |  | |  | |  | |  | |  | | $ 8.000,00 | |
| TOTAL | $ 8.000,00 | | $ 4.000,00 | | $ 4.000,00 | | $ 4.000,00 | | $ 4.000,00 | | | $ 4.000,00 | | $ 4.000,00 | | $ 12.000,00 | | $ 8.000,00 | | $ 4.000,00 | | $ 4.000,00 | | $ 12.000,00 | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **8.5. PRESUPUESTO DE COMPRAS Y GASTOS POR VENTAS** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | |  | |  | |  | |  | |  |  | |  | |  | |  | | |  |  | |  | | |
| **Concepto** | | **Enero** | | **Febrero** | | **Marzo** | | **Abril** | | **Mayo** | **Junio** | | **Julio** | | **Agosto** | | **Septiembre** | | | **Octubre** | **Noviembre** | | **Diciembre** | | |
| Compras p/ventas | | $ 662,50 | |  | |  | |  | |  |  | |  | | $ 662,50 | |  | | |  |  | | $ 662,50 | | |
| Gastos en viáticos | | $ 500,00 | |  | |  | |  | |  |  | |  | | $ 500,00 | |  | | |  |  | | $ 500,00 | | |
| TOTAL | | $ 1.162,50 | |  | |  | |  | |  |  | |  | | $ 1.162,50 | |  | | |  |  | | $ 1.162,50 | | |
| **8.6. PRESUPUESTO DE PAGOS** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | |  | |  | |  | |  | |  | | |  | |  | |  | |  |  | | |  | |  |
| **Concepto** | | **Enero** | | **Febrero** | | **Marzo** | | **Abril** | | **Mayo** | | | **Junio** | | **Julio** | | **Agosto** | | **Septiembre** | **Octubre** | | | **Noviembre** | | **Diciembre** |
| Credito | | $ 0,00 | | $ 333,00 | | $ 333,00 | | $ 333,00 | | $ 333,00 | | | $ 333,00 | | $ 333,00 | | $ 333,00 | | $ 333,00 | $ 333,00 | | | $ 333,00 | | $ 333,00 |
| Intereses | | $ 0,00 | | $ 167,00 | | $ 167,00 | | $ 167,00 | | $ 167,00 | | | $ 167,00 | | $ 167,00 | | $ 167,00 | | $ 167,00 | $ 167,00 | | | $ 167,00 | | $ 167,00 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **8.7. PRESUPUESTO ECONOMICO** | | | | | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Concepto** | **Enero** | **Febrero** | **Marzo** | **Abril** | **Mayo** | **Junio** | **Julio** | **Agosto** | **Septiembre** | **Octubre** | **Noviembre** | **Diciembre** |
| Ventas | $ 8.000,00 | $ 4.000,00 | $ 4.000,00 | $ 4.000,00 | $ 4.000,00 | $ 4.000,00 | $ 4.000,00 | $ 12.000,00 | $ 8.000,00 | $ 4.000,00 | $ 4.000,00 | $ 12.000,00 |
| Costo de Ventas | -$ 1.662,50 | $ 0,00 | $ 0,00 | $ 0,00 | $ 0,00 | $ 0,00 | $ 0,00 | -$ 1.662,50 | $ 0,00 | $ 0,00 | $ 0,00 | -$ 1.662,50 |
| **Contribución Marginal** | $ 6.337,50 | $ 4.000,00 | $ 4.000,00 | $ 4.000,00 | $ 4.000,00 | $ 4.000,00 | $ 4.000,00 | $ 10.337,50 | $ 8.000,00 | $ 4.000,00 | $ 4.000,00 | $ 10.337,50 |
| Amortizaciones | -$ 87,19 | -$ 87,19 | -$ 87,19 | -$ 87,19 | -$ 87,19 | -$ 87,19 | -$ 87,19 | -$ 87,19 | -$ 87,19 | -$ 87,19 | -$ 87,19 | -$ 87,19 |
| Gastos | -$ 7.577,10 | -$ 1.150,13 | -$ 1.150,13 | -$ 1.150,13 | -$ 1.150,13 | -$ 1.150,13 | -$ 1.150,13 | -$ 1.150,13 | -$ 1.150,13 | -$ 1.150,13 | -$ 1.150,13 | -$ 1.150,13 |
| Intereses | -$ 167,00 | -$ 167,00 | -$ 167,00 | -$ 167,00 | -$ 167,00 | -$ 167,00 | -$ 167,00 | -$ 167,00 | -$ 167,00 | -$ 167,00 | -$ 167,00 | -$ 167,00 |
| **Resultado Operativo** | -$ 1.493,79 | $ 2.595,68 | $ 2.595,68 | $ 2.595,68 | $ 2.595,68 | $ 2.595,68 | $ 2.595,68 | $ 8.933,18 | $ 6.595,68 | $ 2.595,68 | $ 2.595,68 | $ 8.933,18 |
| Impuesto a las Ganancias | -$ 313,70 | -$ 545,09 | -$ 545,09 | -$ 545,09 | -$ 545,09 | -$ 545,09 | -$ 545,09 | -$ 1.875,97 | -$ 1.385,09 | -$ 545,09 | -$ 545,09 | -$ 1.875,97 |
| **RESULTADO NETO** | -$ 1.807,49 | $ 2.050,59 | $ 2.050,59 | $ 2.050,59 | $ 2.050,59 | $ 2.050,59 | $ 2.050,59 | $ 7.057,21 | $ 5.210,59 | $ 2.050,59 | $ 2.050,59 | $ 7.057,21 |

AMORTIZACIONES = $10.463,27 \* 10% = $1.046,32 / 12 = $87,19

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **8.9. PRESUPUESTO FINANCIERO** | | | | | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Concepto** | **Enero** | **Febrero** | **Marzo** | **Abril** | **Mayo** | **Junio** | **Julio** | **Agosto** | **Septiembre** | **Octubre** | **Noviembre** | **Diciembre** |
| Ventas | $ 8.000,00 | $ 4.000,00 | $ 4.000,00 | $ 4.000,00 | $ 4.000,00 | $ 4.000,00 | $ 4.000,00 | $ 12.000,00 | $ 8.000,00 | $ 4.000,00 | $ 4.000,00 | $ 12.000,00 |
| Préstamo | $ 4.000,00 | $ 0,00 | $ 0,00 | $ 0,00 | $ 0,00 | $ 0,00 | $ 0,00 | $ 0,00 | $ 0,00 | $ 0,00 | $ 0,00 | $ 0,00 |
| **TOTAL INGRESOS** | $ 12.000,00 | $ 4.000,00 | $ 4.000,00 | $ 4.000,00 | $ 4.000,00 | $ 4.000,00 | $ 4.000,00 | $ 12.000,00 | $ 8.000,00 | $ 4.000,00 | $ 4.000,00 | $ 12.000,00 |
| Compras | -$ 2.436,50 | $ 0,00 | $ 0,00 | $ 0,00 | $ 0,00 | $ 0,00 | $ 0,00 | -$ 1.662,50 | $ 0,00 | $ 0,00 | $ 0,00 | -$ 1.662,50 |
| Pago Credito | $ 0,00 | -$ 500,00 | -$ 500,00 | -$ 500,00 | -$ 500,00 | -$ 500,00 | -$ 500,00 | -$ 500,00 | -$ 500,00 | -$ 500,00 | -$ 500,00 | -$ 500,00 |
| Costos Fijos | -$ 1.150,13 | -$ 1.150,13 | -$ 1.150,13 | -$ 1.150,13 | -$ 1.150,13 | -$ 1.150,13 | -$ 1.150,13 | -$ 1.150,13 | -$ 1.150,13 | -$ 1.150,13 | -$ 1.150,13 | -$ 1.150,13 |
| **TOTAL EGRESOS** | -$ 3.586,63 | -$ 1.650,13 | -$ 1.650,13 | -$ 1.650,13 | -$ 1.650,13 | -$ 1.650,13 | -$ 1.650,13 | -$ 3.312,63 | -$ 1.650,13 | -$ 1.650,13 | -$ 1.650,13 | -$ 3.312,63 |
| FLUJO DE CAJA | $ 8.413,37 | $ 2.349,87 | $ 2.349,87 | $ 2.349,87 | $ 2.349,87 | $ 2.349,87 | $ 2.349,87 | $ 8.687,37 | $ 6.349,87 | $ 2.349,87 | $ 2.349,87 | $ 8.687,37 |

|  |  |
| --- | --- |
| **8. 11. PLAN DE GANANCIA ANUAL** | |
|  |  |
| **CONCEPTO** | **1 AÑO** |
| Ventas | $ 72.000,00 |
| Costo de Ventas | $ 4.987,50 |
| Gastos | -$ 25.063,06 |
| Intereses | -$ 2.004,00 |
| Amortización | -$ 1.046,28 |
| **RESULTADO NETO** | **$ 48.874,16** |

|  |  |
| --- | --- |
| **8.12. FLUJO DE FONDO ANUAL** | |
|  |  |
| **CONCEPTO** | **1 AÑO** |
| Saldo Inicial | $ 1.959,63 |
| Ingresos | $ 76.000,00 |
| Egresos | -$ 25.063,06 |
| Préstamo | $ 4.000,00 |
| Devolución Préstamo | -$ 3.667,00 |
| Intereses | -$1.833,00 |
| **RESULTADO NETO** | **$ 51.396,57** |

**8.13. BALANCE INICIAL Y PROYECTADO**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ACTIVO** | **INICIAL** | **PROYECTADO** | **PASIVO Y CAPITAL** | **INICIAL** | **PROYECTADO** |
| Caja | $ 1.959,63 | $ 51.396,57 | Proveedores | $4.000,00 | $ 500,00 |
| Deudores | $ 0,00 | $ 0,00 | Cuenta Socios | $ 0,00 | $ 0,00 |
| Inventarios | $ 0,00 | $ 0,00 |  |  |  |
|  |  |  | Capital Social | $ 8.000,00 | $ 8.000,00 |
| Bienes de uso | $ 10.463,27 | $ 10.463,27 | Utilidades ej. anterior | $ 0,00 | $ 422,90 |
| Amortizaciones acumuladas | $ 0,00 | -$ 1.046,28 | Utilidades del ejercicio | $ 422,90 | $ 33.922,22 |
|  |  |  |  |  |  |
| **TOTAL ACTIVO** | **12.422,90** | **60.813,56** | **TOTAL PASIVO Y CAPITAL** | **12.422,90** | **$ 42.845,12** |

**8.14 Tasa Interna de Retorno**

Para un solo periodo**: - 1**

* Se requieren $12.000 de inversión inicial
* Se prevén flujos futuros de fondeo positivos de **$ 51.396,57**

3,28

**8.15 ANALISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Periodo** | **Ventas** | **Costo Variable** | **Costo Fijo** | **Costo Total** |
| Enero | 40000 | 1662,5 | 1150,13 | 2812,63 |
| Febrero | 40000 | 1662,5 | 1150,13 | 2812,63 |
| Marzo | 40000 | 1662,5 | 1150,13 | 2812,63 |
| Abril | 40000 | 1662,5 | 1150,13 | 2812,63 |
| Mayo | 40000 | 1662,5 | 1150,13 | 2812,63 |
| Junio | 40000 | 1662,5 | 1150,13 | 2812,63 |
| Julio | 40000 | 1662,5 | 1150,13 | 2812,63 |
| Agosto | 80000 | 3325 | 1150,13 | 4475,13 |
| Septiembre | 80000 | 3325 | 1150,13 | 4475,13 |
| Octubre | 80000 | 3325 | 1150,13 | 4475,13 |
| Noviembre | 80000 | 3325 | 1150,13 | 4475,13 |
| Diciembre | 120000 | 4987,5 | 1150,13 | 6137,63 |