

Propuesta de inversión en la ciudad de Miramar

Licenciatura en Administración de Empresas

Nicolás Mihelic

Año 2019

Índice

Protocolo.....	2
Introducción.....	7
Análisis del entorno.....	8
Análisis comercial.....	16
Análisis técnico.....	25
Análisis económico y financiero.....	28
Sugerencias profesionales.....	39
Citas y referencias adicionales.....	40

TEMA: Proyecto de inversión

TITULO: “Propuesta de inversión en la ciudad de Miramar: análisis de alternativas”

PROBLEMA: ¿Resulta económica y financieramente viable un proyecto de inversión destinado a la instalación de un local de venta al público de indumentaria deportiva en la ciudad de Miramar?

JUSTIFICACION: Este estudio consistirá en el análisis económico y financiero de un proyecto de inversión en la ciudad de Miramar que permitirá evaluar si el mismo es viable o no para el inversionista. La propuesta consiste en la puesta en marcha de un nuevo comercio dedicado al rubro de la indumentaria deportiva. La elección del rubro de comercio que conforma el proyecto de inversión se relaciona con la venta de artículos deportivos, dado que en función a una observación de la zona céntrica de Miramar que se efectuó se pudo determinar que no son numerosos los locales dedicados a este rubro de indumentaria. Adicionalmente a la poca oferta de locales de artículos de indumentaria deportiva, se considera que la puesta en marcha del local implica un capital inicial que no requiere de

Nicolás Mihelic

grandes inversiones y se considera que el riesgo de invertir en este proyecto en particular es relativamente bajo. El empresario que ha acudido con la propuesta de proyecto de inversión y que requiere el diagnóstico económico y financiero del proyecto heredó un capital de \$500.000, lo cual lo motiva a poder emprender su propio proyecto personal.

OBJETIVO GENERAL: Evaluar económica y financieramente un proyecto de inversión destinado a instalar un local de venta de artículos deportivos en la ciudad de Miramar

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Realizar el análisis del entorno
- Evaluar la viabilidad comercial del proyecto
- Analizar la viabilidad técnica del proyecto
- Detallar el monto de la inversión y su financiación
- Analizar la viabilidad económica y financiera
- Emitir sugerencia profesional acerca de la viabilidad económico-financiera del proyecto

METODOLOGIA:

Para realizar el macroentorno, se deberá realizar un FODA para poder obtener una mejor información del entorno en que se desarrollarían las actividades económicas, tomando como comparación empresas que se encuentran dentro del mismo rubro. A continuación se elaborará el análisis comercial, realizando una descripción de las tareas a tener en consideración para poder llevar a cabo las actividades comerciales en ambos proyectos por medio de las 4P. Para analizar la viabilidad técnica se deberá determinar los aspectos relevantes que serán tomados en cuenta para el normal desarrollo de su actividad comercial, tomando como referencia empresas que se encuentran dentro del rubro. En cuanto al monto de la inversión se deberá realizar un plan detallado de la inversión y sus componentes que incluye los modos de financiamiento, un listado de costos y un recuento de las unidades físicas y monetarias necesarias para el normal desarrollo de sus actividades, tomando como referencia locales con características similares. Para la realización del análisis económico y financiero de la inversión se podrán utilizar las herramientas del VAN, TIR y el periodo de recupero, además del estado de resultados para conocer sus situaciones económicas y una descripción de todas las entradas y salidas de dinero que se esperan que suceda en el periodo analizado por medio de un cashflow. Por último, para la sugerencia profesional se sacarán conclusiones de acuerdo a lo desarrollado en las cuestiones anteriores. Se utilizará la técnica de análisis de escenarios para evaluar qué impacto económico y financiero tienen las variaciones en las variables más significativas del proyecto. Los precios de los ingresos y egresos que están contenidos en este proyecto están actualizados al 31/7/18.

CRONOGRAMA:

	FECHA DE INICIO	FECHA DE FINALIZACION
Realizar FODA	30/9/17	6/10/17
Realizar matriz evaluación de los sectores interno y externo	7/10/17	13/10/17
Analizar fuerzas competitivas	14/10/17	27/10/17
Planificar 4p	28/10/17	4/11/17
Analizar monto de la inversión	5/11/17	11/11/17
Detallar ingresos de la actividad	12/11/17	18/11/17
Detallar egresos de la actividad	19/11/17	25/11/17
Confeccionar VAN y TIR	26/11/17	3/12/17
Sugerencias finales del proyecto	4/12/17	10/12/17

BIBLIOGRAFIA:

Baca Urbina, Gabriel: *“Evaluación de Proyectos”*

Dumrauf, Guillermo: *“Finanzas Corporativas”*

Kotler, Philip *“Dirección de Mercadotecnia”*

Pascale, Ricardo: *“Decisiones Financieras”*

Porter, Michael *“Las cinco fuerzas competitivas”*

Sapag Chain, Nassir: *“Evaluación de los Proyectos de Inversión en la Empresa”*

INTRODUCCIÓN

El empresario que ha acudido con la propuesta de un proyecto de inversión de un local de compra y venta de artículos deportivos y que requiere el diagnóstico económico y financiero del proyecto heredó un capital de \$500.000, lo cual lo motiva a poder emprender su propio proyecto personal. Tiene una experiencia de 20 años como vendedor de indumentaria deportiva trabajando en “*Open Sports*” y luego de la muerte de un familiar heredó un capital, lo cual lo motivó a emprender su propio negocio comercial. Además de su experiencia en el rubro, el empresario se decidió a realizar este proyecto debido a que hay poca competencia en el mismo y supone que el riesgo de invertir en el proyecto es relativamente bajo.

Se desea proyectar en torno a un tiempo de cinco años por el motivo de se pueda tener un panorama general de la inversión a realizar y poder evaluar su impacto en la rentabilidad a mediano plazo. El lugar donde se desea hacer el proyecto es en la peatonal de la ciudad de Miramar.

ANÁLISIS DEL ENTORNO

Matriz FODA

A continuación se analizará el FODA, herramienta de análisis que puede ser aplicada a cualquier situación, individuo, producto, empresa, etc. que esté actuando como objeto de estudio en un momento determinado del tiempo, teniendo en cuenta las fortalezas (factores críticos positivos con los que se cuenta), oportunidades (aspectos positivos que podemos aprovechar utilizando nuestras fortalezas), debilidades (factores críticos negativos que se deben eliminar o reducir) y amenazas (aspectos negativos externos que podrían obstaculizar el logro de nuestros objetivos).

El objetivo primario del análisis FODA consiste en obtener conclusiones sobre la forma en que el objeto estudiado será capaz de afrontar los cambios y las turbulencias en el contexto, (oportunidades y amenazas) a partir de sus fortalezas y debilidades internas.

El entorno donde se realizó este análisis es en la peatonal de Miramar, lugar donde se podría constituir el proyecto al que se hace mención.

Para la realización del análisis se obtuvo la información de un relevamiento de mercado, teniendo en cuenta los puntos a favor y en contra que tiene el rubro de la indumentaria deportiva y la situación económica del lugar donde se desea realizar este proyecto.

Análisis interno	Fortalezas	Debilidades
	<p>Poca inversión medida en términos económicos para el inversionista</p> <p>Posibilidad de expansión hacia otros mercados de la provincia de Buenos Aires y del país</p> <p>Buena relación calidad-precio</p> <p>Posibilidad de evaluar tendencias en los gustos de los consumidores</p>	<p>Volatilidad de los productos ofrecidos</p> <p>Oferta limitada de productos actuales</p> <p>Empresa nueva en el mercado</p>
Análisis externo	Oportunidades	Amenazas
	<p>Demanda insatisfecha</p> <p>Bajo nivel de la competencia</p> <p>Crecimiento económico del país</p> <p>Posible reforma tributaria</p>	<p>Bajo nivel de consumo actual</p> <p>Alta inflación</p> <p>Fácil entrada de la competencia</p> <p>Menor demanda debido a la llegada de empresas de venta de artículos deportivos online</p>

ANALISIS COMERCIAL

Misión, visión y valores

Los conceptos de **Misión** y **Visión** refieren de manera general a los medios para lograr alcanzar un estado que se considera deseable dentro de una empresa, ya sea por la razón de existencia de una organización que defina la labor o actividad en el mercado (*misión*) y la meta realista y alcanzable que marca hacia dónde quiere llegar la organización a un futuro (*visión*).

De acuerdo a la concepción de la empresa, la misión y visión son:

Misión: poder ofrecer un servicio acorde a las demandas de nuestros clientes en un clima de respeto y cordialidad y pudiendo satisfacer sus necesidades

Visión: dominar el mercado de indumentaria deportiva como actividad comercial en la ciudad de Miramar, con vistas a aumentar el reconocimiento de la empresa a nivel nacional.

Los **valores de una empresa** son el conjunto de principios éticos y profesionales mediante los cuales ésta elige guiar sus actividades y que denotan de alguna manera el asentamiento de la cultura de la misma, resumiendo en una serie de conceptos sus pautas de comportamiento deseables.

Los valores a los que se compromete la empresa son:

1. Responsabilidad: propósito de cumplir con las propuestas para poder ofrecer el mejor servicio posible al cliente
2. Competitividad: ofrecer productos de buena calidad para poder satisfacer a nuestros clientes
3. Trabajo en equipo: con el objetivo de fortalecer la unión entre las personas que conforman la empresa
4. Disponibilidad al cambio: adaptarse a lo que requiere el mercado para lograr una mejor atención a los clientes

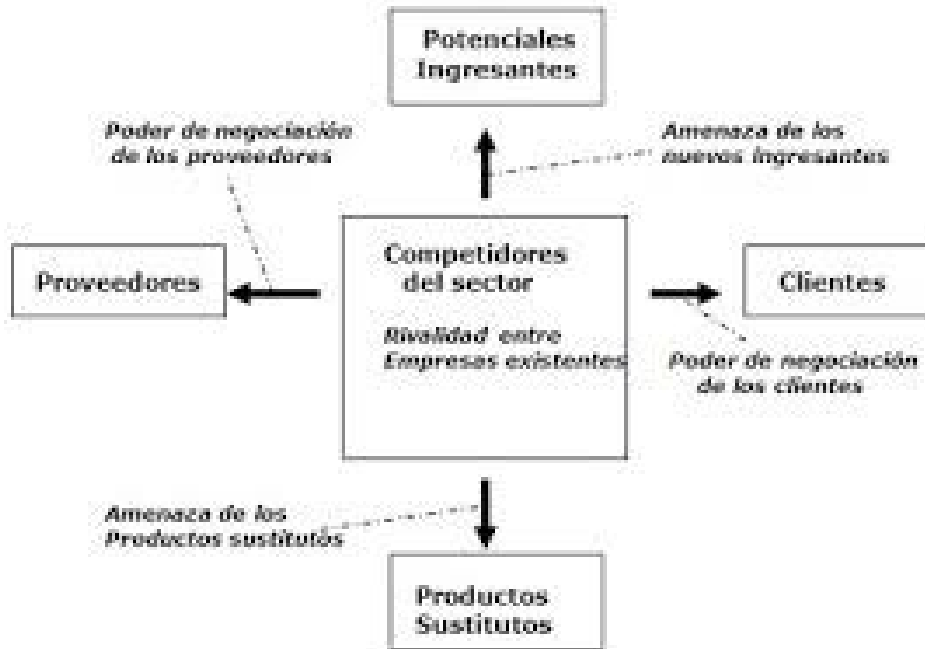
Fuerzas competitivas de Porter

Este análisis deriva en la respectiva articulación de las 5 fuerzas que determinan la intensidad de competencia y rivalidad en un negocio, y por lo tanto, en cuan atractiva es esta empresa en relación a oportunidades de inversión y rentabilidad.¹

Michael Porter se refería a estas fuerzas como del microentorno, para contrastarlas con fuerzas que afectan el entorno en una escala mayor a la industria, el macro entorno. Estas cinco fuerzas son las que operan en el entorno inmediato de una organización, y afectan en la habilidad de esta para satisfacer a sus clientes, y obtener rentabilidad. Tomar consciencia de estas cinco fuerzas puede ayudar a una empresa a comprender la estructura del sector en el cual compete y elaborar una posición que sea más rentable y menos vulnerable a los ataques.

Las cinco fuerzas de Porter incluyen tres fuerzas de competencia vertical: Amenaza de productos sustitutos, amenaza de nuevos entrantes o competidores en la empresa, y la rivalidad entre competidores, y también comprende 2 fuerzas de competencia horizontal: El

poder de negociación de los proveedores, y el poder de negociación de los clientes. En el siguiente grafico se muestra la relación entre estas cinco fuerzas mencionadas:



A continuación analizaremos cada una de estas fuerzas:

Rivalidad actual: Las empresas que compiten directamente en una misma industria o sector, ofreciendo el mismo tipo de producto/servicio. La rivalidad entre los competidores existentes adopta muchas formas familiares, incluyendo descuento de precios, lanzamiento de nuevos productos, campañas publicitarias y mejoramiento del servicio. Un alto grado de rivalidad limita la rentabilidad del sector. Esto depende de factores como el poder de los competidores, el crecimiento del rubro, la diversidad de la competencia, entre otros.

De acuerdo al relevamiento de mercado hecho en la zona donde se pretende establecer el proyecto, hay solamente tres negocios que se encargan de la indumentaria deportiva en el lugar analizado (de los cuales solo uno de los tres vende productos oficiales), lo cual favorece

Nicolás Mihelic

que se pueda cumplir con los objetivos de venta fijados al haber muy poca competencia en la zona.

En cuanto al negocio competidor que comercializa artículos oficiales a unos 100 metros de distancia donde se ubicaría el proyecto en cuestión, sus productos se venden al mismo precio que los del proyecto y poseen una menor variedad en sus productos por el motivo de que su principal actividad es la venta de zapatillas; por lo tanto, se puede afirmar que este proyecto es una alternativa superadora al de la competencia en lo que respecta a la venta de artículos deportivos.

Proveedores: Es la capacidad de negociación con la que cuentan los proveedores de un sector. Los proveedores poderosos capturan una mayor parte del valor para sí mismos cobrando precios más altos, restringiendo la calidad o los servicios, o transfiriendo los costos a los participantes del sector. Puede ser más o menos holgada en función de la concentración de empresas, del número de proveedores, del volumen de compra, entre otras cosas.

Al ser un nuevo negocio, la capacidad de negociación con los proveedores que tiene esta empresa es baja. Sin embargo, el hecho de que el nivel de competencia interno que hay en el mercado sea muy bajo puede dar como resultado que este negocio tenga una posición más favorable dentro de la negociación.

Algunos de los proveedores con los que se maneja este proyecto son Adidas, Nike, Fila, Topper, entre otros.

Clientes: Es la capacidad de negociación con la que cuentan los clientes de un determinado sector/mercado. Los clientes poderosos son capaces de capturar su valor si obligan a que los

precios bajen, exigen mejor calidad o mejores servicios y hacen que los participantes del sector se enfrenten. Los compradores son poderosos si tienen poder de negociación en relación con los participantes del sector, especialmente si son sensibles a los precios, y usan su poder principalmente para presionar con el objetivo de lograr reducciones de precios. Por poner un ejemplo, cuanto menor número de clientes existan, mayor será su poder de negociación para presionar la demanda y bajar precios.

En este proyecto, el modelo de cliente promedio es de sexo masculino de entre 20 y 40 años de edad, originario de la clase media que realiza actividad deportiva de manera frecuente. Los clientes poseen bajo nivel de negociación debido a que hay muy poca oferta de productos que satisface la misma necesidad que brinda el servicio que pretende dar este proyecto dentro del mercado donde se encuentran.

En cuanto a la ubicación de los clientes, el proyecto apunta no solo a atraer clientes de la ciudad de Miramar, sino también a clientes de ciudades cercanas (Otamendi, Mar del Sur, entre otras) que carecen de negocios de venta de indumentaria deportiva. Además, también se encuentra la posibilidad de captar una mayor cantidad de clientela gracias a la oleada de turistas que vienen a Miramar, principalmente en la época veraniega.

Sustitutos: Un producto sustituto cumple la misma función (o similar) que el producto de un sector mediante formas distintas. Los sustitutos siempre están presentes, pero a menudo es fácil no percatarse de ellos porque podrían ser muy diferentes del producto del sector. Cuando la amenaza de sustitutos es alta, la rentabilidad del sector sufre. Esto depende de factores como la disponibilidad de sustitutos cercanos, los precios relativos de los productos sustitutos, la facilidad de cambio que pueda tener el comprador, entre otros.

En el caso de la indumentaria, se lo puede reemplazar con otros tipos de indumentaria (textil, artesanal, etc.) ajena al rubro de la indumentaria deportiva. Si se pretende rivalizar con productos dentro del rubro deportivo, se lo puede reemplazar con artículos tales como pelotas, muñequeas, raquetas, entre otros.

Nuevos competidores: Consistiría en la entrada potencial de empresa que vendan productos sustitutivos o alternativas a los del sector o mercado. Los nuevos entrantes en un sector introducen nuevas capacidades y un deseo de adquirir participación de mercado, lo que ejerce presión sobre los precios, costos y la tasa de inversión necesaria para competir. La amenaza de nuevos entrantes pone límites a la rentabilidad potencial de un sector. Cuando la amenaza es alta, los actores establecidos deben mantener los precios bajos o incrementar la inversión para desalentar a los nuevos competidores. Esto depende de factores como la economía de escala, los requerimientos de capital, el valor de la mercadería, políticas gubernamentales restrictivas, entre otros.

Al ser un mercado en el que no se necesita una fuerte inversión inicial para entrar, se encuentra latente la posible amenaza de la entrada de nuevos competidores. Además, el negocio puede ser fácilmente copiado por cualquier empresa que se quiera dedicar a la misma actividad, por lo que la amenaza de que entren nuevos competidores es muy fuerte.

Se planea distribuir hacia el mercado local, con posibilidad de poder expandirse hacia otros mercados en un futuro, pudiendo llegar a todas las personas que realizan actividades deportivas individuales o colectivas o también a las que deseen usarla en su vida cotidiana.

4p del marketing

Las 4p's del marketing, también llamadas Mix de marketing, representan los cuatro pilares básicos de cualquier estrategia de marketing: Producto, Precio, Plaza y Promoción. Estas cuatro herramientas deciden el nivel de gastos de marketing necesario para alcanzar sus objetivos en el mercado meta, evaluando como afectan las ventas por el dinero destinado a cada aplicación posible. Cuando las 4 están en equilibrio, tienden a influir y a conquistar al público.² Las cuatro variables del marketing son:

Producto: hace referencia a cualquier bien o servicio que se ofrezca en un mercado para su adquisición, uso o consumo y que satisfaga una necesidad. Representa la oferta tangible de la firma al mercado, incluyendo calidad, características, diseño, marca y el empaque del producto. Es la herramienta fundamental de la mercadotecnia.

En el caso del proyecto analizado se pretenden comercializar los siguientes productos:

- Camisetas: camisetas de los equipos de fútbol más populares del país y del mundo (Boca, River, Real Madrid, Barcelona, etc.)
- Pantalones: pantalones cortos de fútbol y marcas reconocidas (Adidas, Nike, etc.)
- Remeras: remeras de manga corta de running y marcas reconocidas (Adidas, Nike, etc.)
- Kit completo: kit completo de camiseta y pantalones ofrecido en forma de promoción

Punto de venta: también llamado plaza o colocación, comprende todas aquellas actividades que la empresa realiza para que el producto sea accesible y este a disposición de los consumidores.

A continuación, se describen los detalles a partir de los cuales se pretende realizar el servicio de venta de indumentaria deportiva por parte del proyecto:

- Los productos están a disposición de la venta en el local ubicado en la peatonal mencionado anteriormente
- Durante la temporada (enero y febrero) se contratará a dos empleados que atenderán todos los días de 9:00 a.m. hasta la 1:00 p.m. y de 7:00 p.m. hasta las 1:00 a.m. cobrando \$100 por hora trabajada (70 horas semanales)
- Durante el resto del año se contratará a un único empleado que atenderá los días sábado y domingo de cada mes desde las 4:00 p.m. hasta las 8:00 p.m. cobrando \$200 por hora trabajada (8 horas semanales)
- Los empleados se encargan de registrar las operaciones realizadas en un borrador, mantener los productos en buenas condiciones para su venta, realizar el arqueo de caja al cierre del día y de todas aquellas tareas relacionadas con la atención al personal

Precio: es el valor de intercambio del producto que dispone la empresa encargada de venderlo, determinado por la utilidad o la satisfacción derivada de la compra y el uso o el consumo del producto. Es la herramienta crítica de la mercadotecnia.

Los precios a los que se pretenden comercializar los productos ofrecidos por la empresa en el primer año son los siguientes:

- Camiseta: se vende a un precio de \$1600 cada una
- Pantalones: se venden a un precio de \$800 cada uno
- Remeras: se venden a un precio de \$600 cada una
- Kit: se vende a un precio de \$2200 cada uno

Publicidad: es la definición de las distintas actividades que la empresa realiza para comunicar la excelencia de sus productos y persuadir a los clientes objetivos para su adquisición, así como también con sus consumidores actuales y potenciales.

Con respecto a la estrategia de publicidad que pretende realizar el proyecto en cuestión, se planea publicitar el local en dos radios locales con el objetivo de que el entorno pueda conocer de forma más efectiva el emprendimiento, además de imprimir folletos para repartir en la vía pública con el propósito de que el público conozca el nuevo negocio y tenga la posibilidad de conocerlo de una forma directa.

ANALISIS TECNICO

Para poder poner en funcionamiento el local se necesita:

- 4 percheros
- 100 perchas
- Un mostrador
- Un ventilador
- 4 sillas
- 2 espejos
- Un posnet
- Una notebook

La reposición de mercadería se realizara una vez cada dos meses por medio de un flete que transportara el stock correspondiente de acuerdo al faltante de productos que se necesiten cubrir. Se contacta a los proveedores cuando alguno de los productos alcanza el stock mínimo. Se encomienda la tarea del traslado de mercaderías a una empresa de transportes que viajará a los lugares de los respectivos proveedores para retirar los pedidos de mercadería correspondiente y trasladarla al negocio. El costo del transporte es de \$700 por cada viaje.³

El precio por el cual se estiman conseguir los bienes necesarios para realizar la inversión y poner en funcionamiento la actividad son:

CONCEPTO	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Percheros	4	850 ⁴	\$3400
Perchas	100	3 ⁵	\$300
Mostrador	1	2800 ⁶	\$2800
Ventilador	1	1100 ⁷	\$1100
Sillas	4	750 ⁸	\$3000
Espejos	2	340 ⁹	\$680
Posnet	1	800	\$800
Notebook	1	10100 ¹⁰	\$10100
Subtotal			\$22180

Precios al 31/7/18

De acuerdo con los acuerdos con los proveedores, los precios a los que se adquieren los productos son los siguientes:

- Camisetas: \$1000
- Pantalones: \$400
- Remeras: \$300

El local donde se realizarán las actividades comerciales se encuentra en la peatonal de Miramar, teniendo las dimensiones de 5 metros de ancho y 15 metros de largo. Este local se alquilara por el precio de \$240000 por año, previo acuerdo con el dueño del lugar.

En cuanto a los servicios:

- Gas: se prevé un gasto de \$300 por mes durante los meses de mayo hasta octubre debido al tiempo de atención (8 horas semanales)
- Electricidad:

Nicolás Mihelic

- Durante el año, se prevé un gasto de \$500 por mes debido al tiempo de atención (8 horas semanales)
- Durante la temporada (diciembre a febrero), se prevé un gasto de \$1500 por mes debido al aumento en el horario de atención

ANALISIS ECONOMICO-FINANCIERO

Componentes de la inversión

La inversión necesaria para poner en funcionamiento el negocio de acuerdo a lo desarrollado anteriormente está compuesta de la siguiente forma:

CONCEPTO	UNIDADES	P UNITARIO	TOTALES
Percheros	4	\$ 850,00	\$ 3.400,00
Perchas	100	\$ 3,00	\$ 300,00
Mostrador	1	\$ 2.800,00	\$ 2.800,00
Ventilador	1	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00
Sillas	4	\$ 750,00	\$ 3.000,00
Espejos	2	\$ 340,00	\$ 680,00
Posnet	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Computadora	1	\$ 10.100,00	\$ 10.100,00
SUBTOTAL			\$ 22.180,00

Los fondos necesarios para poder realizar la inversión requerida serán aportados por el empresario en su totalidad, debido a la intención que este tiene para tener el control total del proyecto en cuestión.

Análisis económico

A continuación se expone en pesos el siguiente detalle del estado de resultados a lo largo de los cinco años proyectados:

Estado de resultados	A1	A2	A3	A4	A5
Ventas	\$ 1.380.000,00	\$ 1.738.800,00	\$ 2.099.601,00	\$ 2.540.517,21	\$ 2.934.297,38
menos					
CMV	\$ 800.000,00	1.008.000,00	\$ 1.217.160,00	\$ 1.472.763,60	\$ 1.701.041,96
Subtotal	\$ 580.000,00	\$ 730.800,00	\$ 882.441,00	\$ 1.067.753,61	\$ 1.233.255,42
menos					
Costo comercialización	\$ 467.000,00	\$ 560.400,00	\$ 644.460,00	\$ 717.738,00	\$ 753.624,90
Total	\$ 113.000,00	\$ 170.400,00	\$ 237.981,00	\$ 350.015,61	\$ 479.630,52

El ítem de las ventas se compone de la siguiente manera:

Año	A0	A1	A2	A3	A4	A5
Venta camisetas	0	\$ 640.000,00	\$ 806.400,00	\$ 973.728,00	\$ 1.178.210,88	\$ 1.360.833,57
Venta pantalones	0	\$ 160.000,00	\$ 201.600,00	\$ 243.432,00	\$ 294.552,72	\$ 340.208,39
Venta remeras	0	\$ 360.000,00	\$ 453.600,00	\$ 547.722,00	\$ 662.743,62	\$ 765.468,88
Venta kit	0	\$ 220.000,00	\$ 277.200,00	\$ 334.719,00	\$ 405.009,99	\$ 467.786,54
Subtotal Ingresos	0	\$ 1.380.000,00	\$ 1.738.800,00	\$ 2.099.601,00	\$ 2.540.517,21	\$ 2.934.297,38

El ítem del costo de las mercaderías vendidas se compone de la siguiente manera:

		A1	A2	A3	A4	A5
Costo camisetas	precio	\$ 1.000	\$ 1.200	\$ 1.380	\$ 1.518	\$ 1.593,90
	cantidad	500	525	551	606	667
Costo pantalones	precio	\$ 400	\$ 480	\$ 552	\$ 607,20	\$ 637,56
	cantidad	300	315	331	364	400
Costo remeras	precio	\$ 300	\$ 360	\$ 414	\$ 455,40	\$ 478,17
	cantidad	600	630	662	728	800
TOTAL		\$ 800.000	\$ 1.008.000	\$ 1.217.160	\$ 1.472.763,60	\$ 1.701.746,63

El ítem de los costos de comercialización se compone de la siguiente manera:

Año		A1	A2	A3	A4	A5
Gas		\$ 1.800,00	\$ 2.160,00	\$ 2.484,00	\$ 2.732,40	\$ 2.869,02
Luz		\$ 9.000,00	\$ 10.800,00	\$ 12.420,00	\$ 13.662,00	\$ 14.345,10
Alquiler local		\$ 240.000,00	\$ 288.000,00	\$ 331.200,00	\$ 364.320,00	\$ 382.536,00
MO vendedores temporada		\$ 128.000,00	\$ 153.600,00	\$ 176.640,00	\$ 203.136,00	\$ 213.292,80
MO vendedores año		\$ 64.000,00	\$ 76.800,00	\$ 88.320,00	\$ 97.152,00	\$ 102.009,60
Publicidad		\$ 20.000,00	\$ 24.000,00	\$ 27.600,00	\$ 30.360,00	\$ 31.878,00
Fletes de transporte		\$ 4.200,00	\$ 5.040,00	\$ 5.796,00	\$ 6.375,60	\$ 6.694,38
TOTAL		\$ 467.000,00	\$ 560.400,00	\$ 644.460,00	\$ 717.738,00	\$ 753.624,90

Punto de equilibrio

Es un modelo decisional de corto plazo que permite la relación entre los costos y volúmenes de producción y ventas y los resultados que generan el comportamiento de las variables dentro de los parámetros establecidos.

El punto de equilibrio está dado por un volumen de ventas tal que, deducidos los costos variables, arroje un saldo que alcance a cubrir exactamente el monto de los costos fijos.

Cuando el resultado no solo alcanza a cubrir los costos fijos sino que los supera, entonces constituye una ganancia.

Los supuestos de este modelo son los siguientes:

- El comportamiento de los costos y los ingresos son lineales
- Todos los costos se clasifican en fijos o variables
- Los costos fijos permanecen constantes dentro del análisis
- Los costos variables son proporcionales al volumen
- Los precios de venta deben permanecer invariables
- Los ingresos y costos se comparan sobre una misma actividad base

De acuerdo a lo mencionado previamente y agregando el supuesto de que en este caso la mezcla de los productos se mantiene constante, se realiza el siguiente cuadro del punto de equilibrio expresado en unidades:

Punto de equilibrio en unid					Margen contribución	
Producto	Unidades	Ventas	% mezcla (U)	CV	\$	%
Camisetas	400	\$ 640.000,00	31%	\$ 400.000,00	\$ 240.000,00	38%
Pantalones	200	\$ 160.000,00	15%	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	50%
Remeras	600	\$ 360.000,00	46%	\$ 180.000,00	\$ 180.000,00	50%
Kit	100	\$ 220.000,00	8%	\$ 140.000,00	\$ 80.000,00	36%
Total	1300	\$ 1.380.000,00	100%	\$ 800.000,00	\$ 580.000,00	174%
	CF	\$ 467.000,00				
	Qequilibrio	1047		Mseguridad (Q)	253	

Como se puede observar, la cantidad de equilibrio es de 1047 unidades, teniendo un margen de maniobra de 253 unidades por encima del equilibrio.

A continuación, se realiza el siguiente cuadro del punto de equilibrio expresado en moneda:

Punto de equilibrio (Vtas)					Margen contribución	
Producto	Unidades	Ventas	% mezcla (vtas)	CV	\$	%
Camisetas	400	\$ 640.000,00		\$ 400.000,00	\$ 240.000,00	38%
Pantalones	200	\$ 160.000,00		\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	50%
Remeras	600	\$ 360.000,00		\$ 180.000,00	\$ 180.000,00	50%
Kit	100	\$ 220.000,00		\$ 140.000,00	\$ 80.000,00	36%
Total	1300	\$ 1.380.000,00	0	\$ 800.000,00	\$ 580.000,00	174%
	CF	\$ 467.000,00				
	Vtas equilibrio	\$ 1.111.137,93		Mseguridad (V)	\$ 268.862,07	

Como se puede observar, el monto de ventas para estar en equilibrio es de \$1.111.137,93, teniendo un margen de maniobra de \$268.862,07 por encima del equilibrio.

Análisis financiero

En cuanto a los ingresos y egresos se aplican los siguientes supuestos:

- De acuerdo al Banco Central de la República Argentina al 31/7/2018, los valores de inflación en los siguientes años será de:
 - 17% en 2019
 - 13% en 2020
 - 9% en 2021
 - 5% en 2022
- En base a los valores mencionados anteriormente, en el proyecto se estiman los siguientes márgenes que se agregaran a los precios del año anterior:
 - 20% (año 2)
 - 15% (año 3)
 - 10% (año 4)
 - 5% (año 5)
- Las unidades vendidas se incrementarán a razón del 5% anual por igual en todos sus productos para los primeros tres años y un 10% anual para el cuarto y quinto año
- Estos valores están condicionados por las políticas monetarias que realicen los agentes económicos tanto internos como externos, lo que puede aumentar la incertidumbre en cuanto a la volatilidad de los precios relativos explicados en este proyecto

Ingresos

Para los ingresos se expone el siguiente detalle, de acuerdo a los datos mencionados a lo largo de todo este proyecto:

<u>Detalles de Ingresos</u>						
		A1	A2	A3	A4	A5
camisetas	precio	\$ 1.600,00	\$ 1.920,00	\$ 2.208,00	\$ 2.428,80	\$ 2.550,24
	cantidad en u	400	420	441	485	534
pantalones	precio	\$ 800,00	\$ 960,00	\$ 1.104,00	\$ 1.214,40	\$ 1.275,12
	cantidad en u	200	210	221	243	267
remeras	precio	\$ 600,00	\$ 720,00	\$ 828,00	\$ 910,80	\$ 956,34
	cantidad en u	600	630	662	728	800
kit	precio	\$ 2.200,00	\$ 2.640,00	\$ 3.036,00	\$ 3.339,60	\$ 3.506,58
	cantidad en u	100	105	110	121	133

En la siguiente tabla se expone los totales en pesos de lo mencionado en el cuadro anterior:

<u>Cuadro de ingresos</u>						
Año	A0	A1	A2	A3	A4	A5
Venta camisetas	0	\$ 640.000,00	\$ 806.400,00	\$ 973.728,00	\$ 1.178.210,88	\$ 1.360.833,57
Venta pantalones	0	\$ 160.000,00	\$ 201.600,00	\$ 243.432,00	\$ 294.552,72	\$ 340.208,39
Venta remeras	0	\$ 360.000,00	\$ 453.600,00	\$ 547.722,00	\$ 662.743,62	\$ 765.468,88
Venta kit	0	\$ 220.000,00	\$ 277.200,00	\$ 334.719,00	\$ 405.009,99	\$ 467.786,54
Subtotal Ingresos	0	\$ 1.380.000,00	\$ 1.738.800,00	\$ 2.099.601,00	\$ 2.540.517,21	\$ 2.934.297,38

Egresos

Para los egresos se expone el siguiente detalle, de acuerdo a los datos mencionados a lo largo de todo este proyecto:

Detalle de egresos		A1	A2	A3	A4	A5
Alquiler local	precio	\$ 20.000	\$ 24.000	\$ 27.600	\$ 30.360	\$ 31.878
	cantidad	12	12	12	12	12
MO vendedores temp.	precio	\$ 64.000	\$ 76.800	\$ 88.320	\$ 97.152	102.009,60
	cantidad	2	2	2	2	2
MO vendedores año	precio	\$ 64.000	\$ 76.800	\$ 88.320	\$ 97.152	\$ 102.009,60
	cantidad	1	1	1	1	1
Publicidad	precio	\$ 20.000	\$ 24.000	\$ 27.600	\$ 30.360	\$ 31.878
	cantidad	1	1	1	1	1
Costo camisetas	precio	\$ 1.000	\$ 1.200	\$ 1.380	\$ 1.518	\$ 1.593,60
	cantidad	500	525	551	606	667
Costo pantalones	precio	\$ 400	\$ 480	\$ 552	\$ 607,20	\$ 637,56
	cantidad	300	315	331	364	400
Costo remeras	precio	\$ 300	\$ 360	\$ 414	\$ 455,40	\$ 478,17
	cantidad	600	630	662	728	800
Costo gas	precio	\$ 300	\$ 360	\$ 414	\$ 455,40	\$ 478,17
	cantidad	6	6	6	6	6
Costo luz temporada	precio	\$ 1.500	\$ 1.800	\$ 2.070	\$ 2.277	\$ 2.390,85
	cantidad	3	3	3	3	3
Costo luz año	precio	\$ 500	\$ 600	\$ 690	\$ 759	\$ 796,95
	cantidad	9	9	9	9	9
Flete transporte	precio	\$ 700	\$ 840	\$ 966	\$ 1.062,60	\$ 1.115,73
	cantidad	6	6	6	6	6

En la siguiente tabla se expone los totales en pesos de lo mencionado en el cuadro anterior:

Cuadro de Egresos						
Año	A0	A1	A2	A3	A4	A5
Costo camisetas		\$ 500.000,00	\$ 630.000,00	\$ 760.725,00	\$ 920.477,25	\$ 1.063.151,22
Costo pantalones		\$ 120.000,00	\$ 151.200,00	\$ 182.574,00	\$ 220.914,54	\$ 255.156,29
Costo remeras		\$ 180.000,00	\$ 226.800,00	\$ 273.861,00	\$ 331.371,81	\$ 382.734,44
Gas		\$ 1.800,00	\$ 2.160,00	\$ 2.484,00	\$ 2.732,40	\$ 2.869,02
Luz		\$ 9.000,00	\$ 10.800,00	\$ 12.420,00	\$ 13.662,00	\$ 14.345,10
Alquiler local		\$ 240.000,00	\$ 288.000,00	\$ 331.200,00	\$ 364.320,00	\$ 382.536,00
MO vendedores temporada		\$ 128.000,00	\$ 153.600,00	\$ 176.640,00	\$ 203.136,00	\$ 213.292,80
MO vendedores año		\$ 64.000,00	\$ 76.800,00	\$ 88.320,00	\$ 97.152,00	\$ 102.009,60
Publicidad		\$ 20.000,00	\$ 24.000,00	\$ 27.600,00	\$ 30.360,00	\$ 31.878,00
Fletes de transporte		\$ 4.200,00	\$ 5.040,00	\$ 5.796,00	\$ 6.375,60	\$ 6.694,38
Subtotal Egresos	\$ 0,00	\$ 1.267.000,00	\$ 1.568.400,00	\$ 1.861.620,00	\$ 2.190.501,60	\$ 2.454.666,86

Tasa de descuento

Nicolás Mihelic

De acuerdo al pedido expreso del inversionista, la tasa de descuento será del 60%. Entre los motivos por los cuales eligió esa tasa se encuentra la necesidad de cubrir el riesgo que puede tener al realizar esta inversión como consecuencia de la inflación y la volatilidad de la economía y la conveniencia de invertir en otros negocios si este proyecto no rinde lo que el inversionista pretende.

También tuvo como referencia en su decisión el hecho de que la tasa de rendimiento que el banco otorga por los plazos fijos ronda entre el 45 y el 50%.

Horizonte temporal

Se eligió un tiempo para el proyecto de cinco años por el motivo de que el inversor quiere evaluar cómo impacta este negocio a mediano plazo con los factores mencionados anteriormente en la matriz FODA (nivel de consumo, posible aumento de la competencia, nivel de inflación, políticas del gobierno, entre otras cuestiones). De esta forma, se podrá evaluar de forma más eficiente el proyecto en cuestión al estimarse que las políticas económicas se mantendrán similares en los próximos cinco años.

La modificación que se haga en el horizonte temporal no cambia de forma sustancial los resultados del proyecto debido a que la inversión se recuperaría en el primer año.

Flujo de fondos

Para calcular el VAN, se parte del flujo de fondos proyectado para los cinco años, descontando los valores de los saldos de cada uno de estos cinco años a la tasa de descuento definida para obtener el resultado.

Después, con los mismos valores, se busca el valor de la TIR que indique la tasa con la que se igualará a la tasa de descuento exigida para el proyecto.

	A0	A1	A2	A3	A4	A5
Ingresos	\$ 0,00	\$ 1.380.000,00	\$ 1.738.800,00	\$ 2.099.601,00	\$ 2.540.517,21	\$ 2.934.297,38
Egresos	\$ 22.180,00	\$ 1.267.000,00	\$ 1.568.400,00	\$ 1.861.620,00	\$ 2.190.501,60	\$ 2.454.666,86
Subtotal	-\$ 22.180,00	\$ 113.000,00	\$ 170.400,00	\$ 237.981,00	\$ 350.015,61	\$ 479.630,52

VAN y TIR

El valor actual neto (VAN) se define como el valor que resulta de la diferencia entre el valor presente de los futuros ingresos netos esperados y el desembolso inicial de la inversión.¹¹ De acuerdo a los resultados que puede tener se pueden dar tres casos:

- Si el VAN es positivo: se acepta el proyecto, ya que se recuperará la inversión inicial y se obtendrá una tasa de rendimiento superior a la tasa mínima exigida para su aceptación (tasa de corte)
- Si el VAN es cero: se acepta el proyecto, ya que se recuperará la inversión inicial y se obtendrá una tasa de rendimiento igual a la tasa mínima exigida para su aceptación. En este caso habría que realizar una evaluación del riesgo al que está sometido el proyecto
- Si el VAN es negativo: no se acepta el proyecto, ya que se obtendrá una tasa de rendimiento inferior a la tasa mínima exigida para su aceptación

La tasa interna de retorno (TIR) es una medida de rentabilidad periódica de la inversión que indica cual es el porcentaje de rentabilidad que se obtiene por cada peso invertido en el proyecto. De acuerdo a los resultados que puede tener se pueden dar tres casos:

- Si la TIR es mayor a la tasa de corte: se acepta el proyecto, ya que se recuperará la inversión inicial y se obtendrá una tasa de rendimiento superior a la tasa mínima exigida para su aceptación
- Si la TIR es igual a la tasa de corte: se acepta el proyecto, ya que se recuperará la inversión inicial y se obtendrá una tasa de rendimiento igual a la tasa mínima exigida para su aceptación. En este caso habría que realizar una evaluación del riesgo al que está sometido el proyecto
- Si la TIR es menor a la tasa de corte: no se acepta el proyecto, ya que se obtendrá una tasa de rendimiento inferior a la tasa mínima exigida para su aceptación

A continuación, se obtienen los resultados del VAN y la TIR:

tasa descuento	VAN
60%	\$ 272.257,60

tasa retorno	de TIR
0%	558%

De acuerdo a los resultados arrojados en las tablas anteriores, se puede observar que el VAN llega a un valor de \$272.257,60 y la TIR alcanza el 558%, por lo cual indica que el proyecto es lucrativo desde el punto de vista económico y cumple con el rendimiento exigido por el empresario.

SUGERENCIAS PROFESIONALES

De acuerdo a todos los análisis realizados a lo largo del proyecto, en mi opinión personal el proyecto puede ser realizado principalmente por los siguientes factores:

- Un entorno favorable que posibilita el buen desarrollo del proyecto en el periodo evaluado
- La poca inversión requerida para poder realizarlo
- Las facilidades de la gestión de este negocio al no tener dificultades serias para realizar las tareas correspondientes a la administración del mismo
- La alta rentabilidad que genera el proyecto por cada peso que se invierte en el mismo
- El alto margen de seguridad que se da en el caso de no cumplir con las ventas presupuestadas

¹Porter, Michael “*Las cinco fuerzas competitivas*”

²Kotler, Philip “*Dirección de Mercadotecnia*”

³<http://www.rabbione.com.ar/tarifas>

⁴https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-636957536-perchero-doble-barral-150-x-190-con-ruedas-cano-grueso-_JM

⁵https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-718207984-perchas-plasticas-reforzadas-nuevas--_JM

⁶https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-674196881-mostrador-de-melamina-de-18-mm-blanco-con-cajon-y-estantes-_JM

⁷https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-616836718-ventilador-de-pie-20-semi-industrial-paletas-metalicas-_JM

⁸https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-694771413-sillas-vestidas-tapizadas-ecocuero-fabrica-_JM

⁹https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-609125811-espejo-marco-espejos-living-hogar-blanco-negro-mismo-precio-_JM

¹⁰https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-606949882-notebook-hp-intel-dual-core-4gb-500gb-garantia-oficial-promo-_JM

¹¹Dumrauf, Guillermo “*Finanzas corporativas*”