



Universidad Católica de Cuyo Sede San Luis

Facultad de Cs Económicas y Empresariales



Universidad Católica de Cuyo

Facultad de Cs. Económicas y Empresariales

Sede San Luis

Carrera: Contador Público

Proyecto de Inversión: **“Instalación de un
centro de lubricación y mecánica ligera con
sistema de franquicia”**

Autor: Rios David Nicolás

Director: Cr. Zabala Juan Carlos

San Luis, Mayo 2022



Universidad Católica de Cuyo Sede San Luis

Facultad de Cs Económicas y Empresariales

PÁGINA DE EVALUACIÓN

Universidad Católica de Cuyo – Sede San Luis

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Carrera Contador Público

Título del trabajo: “Instalación de un centro de lubricación y mecánica ligera con sistema de franquicia”

Autor: Rios David Nicolás

Fecha de presentación:



AGRADECIMIENTOS

A mi director Contador y Profesor Juan Carlos, por estos meses de trabajo constante, por su apoyo, paciencia y dedicación, gracias.

Al comité evaluador Lorena Analía Farran, María Antonieta Gil Vergés y Marita Galeano.

A todos los integrantes de la Universidad Católica de Cuyo Sede San Luis, por aceptarme como alumno y por su amabilidad durante todo el proceso.

A mis compañeros de cursada, por compartir cada día la aventura de aprender y enriquecer esta maravillosa experiencia.

A Lubricentro Total Quartz Mendoza y sus integrantes, por permitirme formar parte del equipo y en especial a Juan Pablo Vicente y Lucia Reale por el apoyo y tanta ayuda y cariño recibido durante estos años.

A mi familia y amigos, por ser pilar en mi vida, por apoyar incondicionalmente mis decisiones y ser partícipes de este viaje.



RESUMEN DEL TRABAJO

Nombre del proyecto: “Instalación de un centro de lubricación y mecánica ligera con sistema de franquicia”

Autor: - Rios David Nicolás,

- DNI:33233674
- Matrícula: 4449

Tipo de proyecto:

- Rubro automotor.
- Rama mecánica ligera.

Producto: La empresa presta servicio de lubricación al rubro automotor y comercializa productos de esta naturaleza destinados a los habitantes de la ciudad de San Luis, con un local de atención al público.

PALABRAS CLAVE

Lubricentro

Vehículos

Automotor

Negocio

Inversión

Sustentable



ÍNDICE

1. ANTECEDENTES.....	12
1.1 Introducción al proyecto	12
1.2 Naturaleza del proyecto	12
1.3 Objetivo general:.....	13
1.4 Objetivos específicos:	13
1.5 Descripción del proyecto	14
2. MARCO TEÓRICO.....	15
2.1 Franquicias.....	15
2.1.1 <i>Definición y conceptualización</i>	15
2.1.2 <i>¿Cómo elegir una franquicia y qué tener en cuenta?</i>	16
2.1.3 <i>Ventajas y obstáculos de las franquicias</i>	17
2.2 Empresas de Triple Impacto	18
2.2.1 <i>Concepto</i>	18
2.2.2 <i>Objetivos de Desarrollo Sustentable</i>	19
2.2.3 <i>Sistema de franquicia y empresas de triple impacto</i>	23
2.2.4 <i>Beneficios</i>	24
3. ESTUDIO DE VIABILIDAD TÉCNICA.....	27
3.1. Estudio de contrato de franquicia.	27
3.2. Materiales utilizados	27
3.3 Localización.....	28
3.4 Planos.....	31



3.5	Bienes de uso y equipamiento.	32
3.5.1.	<i>Tipo de tecnología</i>	32
3.5.2.	<i>Maquinaria</i>	36
3.5.3	<i>Cuadro de bienes de uso</i>	47
3.6	Capital humano (mano de obra).....	49
3.7	Capacidad de máxima de producción	50
3.7.1	<i>Capacidad de Producción Mínima</i>	51
3.7.2	<i>Capacidad de Producción Esperada y Punto de Equilibrio</i>	52
3.8	Monto total de la inversión.	53
3.9	Diseño del proceso productivo.	53
3.10	Análisis FODA	55
3.11	Análisis de las 5 fuerzas de Michael Porter.....	57
3.12	Análisis de las 4P vs. Análisis de las 4C.	58
3.13	Análisis de Objetivos de Desarrollo Sustentable.....	60
4.	ESTUDIO DE MERCADO	65
4.1	Descripción de los servicios	65
4.2	Descripción de los productos.....	67
4.3	Descripción de la marca en el mercado.	69
4.4	Competidores, productos sustitutos y similares.....	71
4.5	Destino	72
4.6	Mercado a abastecer.....	72
4.7	Análisis de precio de productos y servicios.....	73



4.8	Análisis de la demanda	74
4.9	Análisis de la oferta.	78
4.10	Distribución y comunicación.	79
5.	ESTUDIO LEGAL.....	82
5.1	Forma Jurídica	82
5.2	Inscripción y Legalización.....	82
5.3	Normas de carácter tributarias.	85
5.4	Normas de carácter laboral	90
5.5	Normas de carácter ambiental.....	91
6.	ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	95
6.1	Nombre de Fantasía	95
6.2	Organigrama.	95
6.3	Procesos administrativos.....	95
6.4	<i>Cursograma Área Comercial</i>	97
7.	ESTUDIO FINANCIERO.....	99
7.1	Planilla de inversión inicial.....	99
7.1.1	<i>Bienes Muebles (Tangibles)</i>	99
7.1.2	<i>Gastos de puesta en marcha (Intangibles)</i>	99
7.1.3	<i>Capital de trabajo</i>	100
7.1.4	<i>Detalle de compras de mercaderías</i>	100
7.1.5	<i>Cronograma de Inversiones</i>	105
7.2	Cuadro de Amortizaciones.....	106



7.3	Ingresos por ventas	106
7.3.1	<i>Ingresos por ventas</i>	106
7.3.2	<i>Créditos por ventas</i>	107
7.4	Costos operativos.....	108
7.4.1	<i>Gastos operativos anuales</i>	108
7.4.2	<i>Costos Fijos, Costos Variables y Punto de equilibrio</i>	109
7.5	Flujo de Fondos Proyectado	111
7.5.1	<i>Tasa de corte</i>	112
7.5.2	<i>Indicadores Financieros</i>	112
7.5.3	<i>Conclusión</i>	113
8.	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	115
8.1	Análisis de Financiamiento.....	115
8.2	Variabilidad en la cantidad Demandada.....	118
8.3	Variabilidad en los precios de ventas.....	120
8.4	Variabilidad en los precios de materiales y mercaderías.....	121
8.5	Variabilidad en los costos fijos.....	122
8.6	Análisis del efecto inflacionario sobre los costos totales.....	123
8.7	Análisis del efecto inflacionario sobre el flujo de fondos proyectado.....	124
8.8	Cuadro resumen análisis de sensibilidad.....	125
9.	CONCLUSIONES Y APORTES.....	126
10.	BIBLIOGRAFÍA.....	127
11.	ANEXOS.....	129



Universidad Católica de Cuyo Sede San Luis
Facultad de Cs Económicas y Empresariales

12. GLOSARIO 135



Universidad Católica de Cuyo Sede San Luis
Facultad de Cs Económicas y Empresariales

“INSTALACIÓN DE UN CENTRO DE LUBRICACIÓN Y MECÁNICA LIGERA CON SISTEMA DE FRANQUICIA”



Universidad Católica de Cuyo Sede San Luis
Facultad de Cs Económicas y Empresariales

ANTECEDENTES



1. ANTECEDENTES

En todo el mundo, el parque automotor está en constante crecimiento en cantidad y calidad. Los procesos productivos de las diferentes fábricas han mejorado notablemente en tecnologías, costos y tiempos de producción, lo que impacta directamente en los hábitos de consumo de las personas.

En la Argentina, en los últimos años el parque automotor ha disminuido su crecimiento debido a la devaluación de la moneda y la crisis económica que esto trajo, sumado a la recesión producto de las políticas de aislamiento obligatorio que atravesamos por la pandemia COVID-19 durante el año 2020 y 2021; sin embargo, el parque automotor de nuestro país llega a ser en algunas ciudades de un vehículo por persona. Por razones técnicas, cada uno de estos vehículos debe someterse, al menos una vez al año, a los correspondientes servicios de mantenimiento y lubricación de sus piezas para su correcta durabilidad y funcionamiento.

Por otro lado, los hábitos de consumo de las personas en general en los últimos tiempos han cambiado o están en proceso de cambio. Cada vez son más los consumidores que buscan productos y servicios orientados a generar un impacto positivo en el medio ambiente y en la sociedad y al mismo tiempo pretenden agilizar los tiempos de espera.

1.1 Introducción al proyecto

El propósito de este proyecto consiste en evaluar la factibilidad económica y financiera de poner en marcha una franquicia de un centro de lubricación y mecánica rápida en la ciudad de San Luis.

Tiene como objetivo en primer lugar evaluar los aspectos más importantes del contrato de franquicia y ponerlos en el contexto legal y técnico de la ciudad para una clara proyección de la inversión del negocio. En segundo lugar pretende identificar los costos y montos de la inversión inicial para luego, de acuerdo a una estimación de ingresos y egresos proyectados, determinar el margen de rentabilidad, periodo de recupero de la inversión y otros índices que nos permitan valorar si es un proyecto económica y financieramente viable.

1.2 Naturaleza del proyecto



Este proyecto de inversión está focalizado en la instalación de un centro especializado en lubricación y mecánica rápida para vehículos livianos y utilitarios bajo la modalidad de franquicias de la Red *Quartz Auto Service* perteneciente a la multinacional Total Energies S.E.

La idea de este proyecto surge de la necesidad de terceros interesados en arribar a la provincia de San Luis para expandir la marca y este modelo de negocio.

La inversión de este proyecto debe acogerse por contrato a un periodo no mayor a 5 años.

Este modelo de negocios, si bien tiene como actividad principal prestar un servicio de cambio de aceite, filtros, y piezas de fácil instalación, está orientado a generar una experiencia confortable y gratificante a sus clientes en el tiempo de espera; logrando así una importante diferenciación en el servicio que vende respecto a otros negocios del mismo rubro, consiguiendo mejor posicionamiento de la marca.

Entre los puntos claves a tener en cuenta en la actividad del negocio, se encuentran no solo la calidad y el precio del producto, sino también los profesionales involucrados, los tiempos de duración, las instalaciones preparadas para la espera con espacios de cafetería, conectividad a internet, zonas de observación del trabajo en los vehículos, la limpieza de las instalaciones, el compromiso con el medio ambiente, la comunicación y los servicios de post-venta.

1.3 Objetivo general:

El objetivo general de este trabajo es reunir información concreta para elaborar y proponer un plan de negocio, con énfasis en el estudio de mercado, para la instalación de un servicentro de lubricación y mecánica rápida bajo un sistema de franquicia de una marca de renombre internacional en la ciudad de San Luis.

1.4 Objetivos específicos:

Los objetivos específicos de este estudio incluyen:

- Realizar un estudio de las disposiciones legales, reglamentarias y técnicas requeridas para la puesta en marcha de un servicentro de lubricación.



- Hacer un estudio de la franquicia para entender el funcionamiento de estas, conocer su marco legal y su normativa en la provincia de San Luis.
- Establecer factores internos y externos de negocio, tales como fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.
- Realizar un estudio de mercado para este proyecto y futuros.
- Demostrar la rentabilidad del proyecto.
- Determinar puntos clave relacionados con políticas sociales y de cuidado de medio ambiente.
- Asegurarse que la franquicia tenga sentido financiero y operativo antes de su puesta en marcha.
- Evaluar las políticas ecológicas y sociales disponibles del negocio y su factibilidad técnica y económica para establecer una ventaja competitiva de frente a posibles sustitutos o competidores ofreciendo diferenciación y calidad.
- Estudiar todo el proceso del proyecto, para crear un modelo de negocio para proyectos posteriores.

1.5 Descripción del proyecto

Este proyecto de inversión identifica los antecedentes y cambios del mercado actual para responder a las demandas de los consumidores en cuanto se refiere a calidad del producto, tecnologías aplicadas, capacitación de los profesionales y administración del tiempo de espera, para ofrecer una diferenciación respecto de otros competidores.

Actualmente son muy pocas las marcas que pertenecen al rubro que ofrecen este tipo de servicio.

El presente trabajo tiene como finalidad capturar el modelo de negocios que propone bajo sistema de franquicia la marca Total Quartz Auto Services de Total Energies S.E. en la ciudad de San Luis y analizar la rentabilidad de su instalación.



2. MARCO TEÓRICO

2.1 Franquicias

2.1.1 Definición y conceptualización

De acuerdo a la definición de la Asociación Argentina de Marcas y Franquicias (AAMF), “el sistema de franquicias es un tipo de contrato por el que una empresa (el franquiciador o el franquiciante) que cuenta con un modelo de negocios probado y una marca reconocida, otorga a otra (el franquiciado) el derecho a la comercialización o explotación comercial de sus productos o servicios y marcas, dentro de un territorio y por un tiempo determinados, bajo ciertas condiciones comerciales; esto es, a cambio de una compensación económica. Las compensaciones más comunes son: canon de ingreso, regalías fijas o variables y aportes por servicios específicos como, por ejemplo, publicidad.

Este sistema le permite al franquiciante crecer ampliando su red de distribución con capital de terceros y generando economía de escala, y por otro lado, le permite al franquiciado invertir en un negocio con un nivel de riesgo relativamente bajo, o al menos conocido, ya que el franquiciante cuenta con el *know-how* (conocimiento) para replicar un modelo de negocios probadamente exitoso y con una marca reconocida”¹.

“El sistema de franquicia se originó a fines del siglo XIX en Estados Unidos, para mejorar el método de distribución y venta de mercaderías a través de terceros, pero su boom ocurrió tras la Segunda Guerra Mundial, cuando el gobierno estadounidense estimuló su crecimiento.

En Argentina, hasta hace algunos años este tipo de contrato no estaba regulado a pesar de que se implementaba desde hacía muchos años. Se regía por los usos y costumbres y se dejaba en manos de los involucrados los acuerdos, términos y plazos”².

En nuestro país, en el año 2015, con la entrada en vigencia del nuevo Código Civil y Comercial, se reglamentó por primera vez esta modalidad contractual.

¹ <https://aamf.com.ar/franquicias/que-son-las-franquicias>.

² <https://www.iprofesional.com/legales>



El artículo 1512, expresa que: “Hay franquicia comercial cuando una parte, denominada franquiciante otorga a otra, llamada franquiciado el derecho a utilizar un sistema probado, destinado a comercializar determinados bienes o servicios bajo el nombre comercial, emblema o la marca del franquiciante, quien provee un conjunto de conocimientos técnicos y la prestación continua de asistencia técnica o comercial contra una prestación directa o indirecta del franquiciado”.³

2.1.2 ¿Cómo elegir una franquicia y qué tener en cuenta?

A la hora de elegir una franquicia debemos de tener en cuenta varios aspectos personales y del mercados donde queremos iniciar la actividad, estos pueden ser los gustos personales y la calidad de vida que quiera tener al desarrollarla, el ciclo de vida del producto que va a comercializar, las características de la empresa, la satisfacción de los actuales franquiciados y de los clientes, la zona donde quisiera instalar la franquicia, etc.

La Guía Argentina de Franquicias en su plataforma web recomienda:⁴

1- Seleccionar el rubro

- Definir el capital a invertir.
- Definir días y carga horaria, que estaría dispuesto a trabajar.
- ¿Puede verse trabajando a gusto en el negocio elegido?
- Elegir también por su formación y estilo de vida, no solo por la rentabilidad.
- La franquicia que se adapte a su perfil personal, es la más rentable para usted.

2- Investigar / Buscar información

- En webs y medios gráficos especializados en el sector.
- En exposiciones y/o eventos de franquicias.

3- Al seleccionar la franquicia

- Solicitar información a la empresa.
- Analizar la información y solicitar entrevista.
- Visitar locales y contactar con franquiciados para que compartan su experiencia.

³ Lorenzetti R. (2014). *Código Civil y Comercial de la Nación*. La Ley. pág. 293.

⁴ Franchising en Argentina. <https://www.gaf-franquicias.com/preguntas.php>.



- Revisar la información recibida en la entrevista en profundidad, y de ser posible con un consultor.
- Es de utilidad hacer esto con otras franquicias y compararlas.
- Solicitar una nueva entrevista y despejar las nuevas dudas que hayan surgido.

4- Solicitarle a la empresa

- Dossier informativo de la franquicia.
- Precontrato.
- Locales en funcionamiento.
- Detalles de la inversión.
- Obligaciones financieras del franquiciado.
- Apoyo en la apertura del local.
- Apoyo de marketing, capacitación y publicidad.

5- Repaso

- Volver a comparar y analizar las propuestas.
- Recordar los locales y franquiciados visitados o contactados.
- Imagínese trabajando en ese negocio.

2.1.3 Ventajas y obstáculos de las franquicias

Existen una serie de ventajas y obstáculos que se presentan para las partes involucradas en el negocio de las franquicias.

Ventajas:

- Uso de una marca registrada y de prestigio (en la mayoría de los casos)
- Disminución de riesgos
- Operación independiente
- Economía de escala
- Capacitación y apoyo permanente
- *Management* estadístico
- Poder de compra y publicidad corporativa

El franquiciado recibe un plan completo para que pueda gestionar eficientemente el negocio adquirido, la empresa le provee un *know how* de instrucciones y soluciones para la mayoría de



los problemas que puedan surgirle. Una marca registrada y conocida, es algo que otorga un cierto nivel de seguridad y apoyo. El franquiciado entra “de la mano” de quienes saben operar el negocio.

Obstáculos:

- Riesgo de desprestigio por mala operación del franquiciado
- Menos discrecionalidad
- Mayor control operacional
- Costo de implementación del sistema

Depende mucho de su capacidad y disponibilidad para ceder algo de su independencia. Como dueños de una franquicia, deben cumplir con ciertos controles y procedimientos establecidos por el franquiciante.

El franquiciado tiene que entregar toda la información sobre el desarrollo del negocio, y el franquiciante debe procesarla para implementarla en el programa de franquicias.

2.2 Empresas de Triple Impacto

2.2.1 Concepto

Los sistemas económicos basados en la importancia del capital como generador de riqueza y en la asignación de los recursos a través del mecanismo del mercado, generan crecimiento económico, prosperidad y calidad de vida para las personas, sin embargo, en el proceso dejan consecuencias ambientales y sociales negativas. Esta realidad pone en discusión la necesidad de un sistema económico regenerativo y sustentable. Existe un ecosistema de empresas, entre las cuales se encuentran las empresas de triple impacto, las empresas *B Corps'* y otras de beneficio e interés colectivo, que son parte del emergente de la economía ya que diseñan modelos de negocios cuyo propósito organizacional se centra en la creación de valor para las personas y el planeta. Por lo tanto, están utilizando la fuerza del mercado para resolver problemas sociales y ambientales. Esta nueva visión en el campo de los negocios hacia la sustentabilidad y el triple impacto exige una perspectiva diferente para la planificación y gestión de las empresas.



El fundador de las *BCorp* (*Benefit Corporations*) en Estados Unidos, JayCoen Gilbert, explica que existe una única regla en el sistema capitalista que gobierna a todas las empresas, sean grandes o pequeñas, familiares o sociedades anónimas, y es que el único deber de la empresa es maximizar la rentabilidad o valor económico, muchas veces generando efectos secundarios no deseados. Para maximizar las ganancias se disminuye el costo lo más posible, ya sea de la mano de obra, pasando la producción desde un país con salarios altos a un país con salarios bajos, o también haciendo solo lo que exige la ley para mitigar el daño ambiental⁵.

En este contexto existen empresas que plantean un enfoque diferente. También se basan en el mercado, pero proponen una alternativa para que las personas puedan elegir donde crear, invertir, trabajar o comprar sus productos con más conocimiento. Estas empresas buscan valor compartido para todo lo público de interés del negocio: empleados, proveedores, la comunidad, medio ambiente, entre otros, y no solo maximizar el valor económico. Es decir que posibilitan el acceso a la información sin precedentes sobre la empresa, permitiendo que la sociedad pueda elegir con más conocimiento con quien trabajar, invertir o que productos consumir.

Las empresas de triple impacto no sólo tienen la capacidad de generar valor económico sino que también generan valores sociales y ambientales. A través de sus principios la empresa se gestiona, actúa, y además, refleja la voluntad del ente de difundir dichos principios a través de su público interno y proyectado hacia aquellos actores sociales que, con las decisiones y objetivos de la empresa se pueden ver afectados, ya sea positiva o negativamente.

2.2.2 Objetivos de Desarrollo Sustentable

En septiembre de 2000, la Asamblea General de las Naciones Unidas aprobó mediante la Resolución N° 55/2 la “Declaración del Milenio”, y afianzó el compromiso de las empresas y organizaciones para el logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, lo que resultó en el año 2001 en la publicación del “Libro Verde” que abrió un gran debate y puso en discusión conceptos básicos y características de la responsabilidad social de las empresas: “*Cada vez es mayor el número de empresas europeas que fomentan sus estrategias de responsabilidad social en respuesta a diversas presiones sociales, medioambientales y económicas. Su*

⁵ Jay Coen Gilbert, (2013). *Clase Abierta sobre empresas B*. <https://www.youtube.com/watch?v=U2IC3JsgsQo>.



objetivo es transmitir una señal a los interlocutores con los que interactúan: trabajadores, accionistas, inversores, consumidores, autoridades públicas y ONG. Al obrar así, las empresas invierten en su futuro, y esperan que el compromiso que han adoptado voluntariamente contribuya a incrementar su rentabilidad.”⁶

En septiembre de 2015 la Asamblea General de las Naciones Unidas aprobó a través de la Resolución N° 70/1 la “Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible”, una oportunidad para que los países y sus sociedades emprendan un nuevo camino con el que mejorar la vida de todos, sin dejar a nadie atrás. La Agenda cuenta con 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de carácter integrado e indivisible que abarcan las esferas económica, social y ambiental, entre otras.

La Argentina, en el año 2017 a través del Decreto 499⁷ se suma a la iniciativa de la ONU y adopta los objetivos de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y crea la Red Federal de ODS, que es un espacio de participación y diálogo entre el Gobierno Nacional y los representantes políticos y técnicos que tienen a cargo la implementación de la Agenda 2030 por parte de los Gobiernos Sub-nacionales, y establece que el Consejo Nacional de Coordinación de Políticas Sociales de la Presidencia de la Nación será el organismo responsable de coordinar las acciones necesarias para la efectiva implementación de la “Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible”.

“El Consejo Nacional de Coordinación de Políticas Sociales (CNCPS), fue el organismo designado como responsable de coordinar el proceso de implementación, adaptación y seguimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Desde su creación en el año 2002 ha asumido un rol activo de articulación para la planificación, coordinación y seguimiento de las políticas sociales nacionales, con el objeto de lograr una correcta y eficaz administración de los recursos que a ellas se destinan.

En relación con los ODS el CNCPS se ha propuesto:

Posicionar a los ODS en la agenda nacional y promover su instalación a nivel provincial y local, y la sensibilización de la sociedad en su conjunto; impulsar mecanismos de participación y colaboración con todos los sectores de la vida nacional; realizar el seguimiento y evaluación de las metas definidas para los ODS a nivel nacional; **PROMOVER** un cambio

⁶ Unión Europea (2002) “Libro verde de la Comisión Europea”. ESADE-IPES. pág. 3

⁷ BOLETIN OFICIAL REPUBLICA ARGENTINA - CONSEJO NACIONAL DE COORDINACIÓN DE POLÍTICAS SOCIALES - Decreto 499/2017,



de paradigma, no sólo en términos económico, social y ambiental, sino también a nivel ético y político, adoptando los ODS como política de estado.

El CNCPS coordina el proceso de adaptación de las metas de los ODS al contexto nacional, así como la selección de indicadores relevantes, pertinentes y factibles, para el seguimiento de los progresos en materia de política pública. Proceso que requiere de un fuerte trabajo de coordinación inter-institucional, así como de la promoción de un enfoque transversal en materia de derechos humanos y género, en estrecha vinculación con el fortalecimiento de estadísticas nacionales, sub-nacionales y sectoriales.”⁸

17 Objetivos de Desarrollo Sostenible

*“Los Objetivos de desarrollo sostenible son el plan maestro para conseguir un futuro sostenible para todos. Se interrelacionan entre sí e incorporan los desafíos globales a los que nos enfrentamos día a día, como la pobreza, la desigualdad, el clima, la degradación ambiental, la prosperidad, la paz y la justicia”.*⁹



Objetivo 1. Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo, relacionado con la “Pobreza Cero”.



Objetivo 2. Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible.



Objetivo 3. Garantizar una vida sana y promover el bienestar de todos a todas las edades.



Objetivo 4. Garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad y promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos.



Objetivo 5. Lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y las niñas.



Objetivo 6. Garantizar la disponibilidad y la gestión sostenible del agua y el saneamiento para todos.

⁸ CONSEJO NACIONAL DE COORDINACION DE POLÍTICAS SOCIALES (2017). "El sector privado empresarial y los ODS". pág. 6.

⁹ MILUSKA J. "Objetivos y metas de desarrollo sostenible". <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-development-goals/>



Objetivo 7. Garantizar el acceso a una energía asequible, fiable, sostenible y moderna para todos.



Objetivo 8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.



Objetivo 9. Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.



Objetivo 10. Reducir la desigualdad en los países y entre ellos.



Objetivo 11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.



Objetivo 12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.



Objetivo 13. Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.



Objetivo 14. Conservar y utilizar sosteniblemente los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible.



Objetivo 15. Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, efectuar una ordenación sostenible de los bosques, luchar contra la desertificación, detener y revertir la degradación de las tierras y poner freno a la pérdida de diversidad biológica.



Objetivo 16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles.



Objetivo 17. Fortalecer los medios de implementación y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.



2.2.3 Sistema de franquicia y empresas de triple impacto

A pesar de que, hasta ahora, el fomento de la responsabilidad social ha correspondido fundamentalmente a algunas grandes empresas o sociedades multinacionales, ésta es importante en todos los tipos de empresas y todos los sectores de actividad, desde las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMEs) hasta las empresas multinacionales. El aumento de su puesta en práctica en las pequeñas y medianas empresas, incluidas las microempresas, es fundamental, porque son las que más contribuyen a la economía y a la creación de puestos de trabajo. Aunque muchas PYMEs ya han asumido su responsabilidad social, sobre todo a través de su participación a nivel local, una mayor sensibilización y un apoyo más importante a la difusión de las buenas prácticas podrían contribuir a fomentar la responsabilidad social entre este tipo de empresas.¹⁰¹¹

Para entender cómo se involucran las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en los sistemas de franquicias se combinan la “teoría basada en recursos” y la “teoría de la agencia”. La teoría de la agencia es utilizada para explicar la relación entre el franquiciador y el franquiciado¹². Esta teoría señala que “los administradores de las unidades propias no tienen un fuerte incentivo para desempeñarse eficientemente porque una proporción de su compensación es salario fijo, el cual es determinado independientemente del desempeño de la unidad. A su vez, los administradores de la unidad deben ser directamente monitoreados para asegurar que su desempeño esté de acuerdo con los estándares, lo cual es un costo para el franquiciante. Bajo este enfoque teórico la franquicia representa un poderoso incentivo para el franquiciado ya que su compensación varía directamente con el desempeño de la unidad, de modo que estará motivado a realizar una efectiva administración del establecimiento y de la promoción del concepto de franquicia”.

¹⁰ ORTIZ R.(2002). *Una aportación al debate sobre el Libro Verde de la responsabilidad social de la empresa*. Revista de fomento Social. pág. 595.

¹¹ GAYTÁN RAMIREZ Y FLORES VILLANUEVA.(2018) “Factores determinantes en la adopción de prácticas de responsabilidad social empresarial”. AD-minister.

¹² CAVES R y MURPHY W (1976), “Franchising: Firms, markets, and intangible assets”. Southern Economic Journal. pág 572-586



Por otro lado, de acuerdo con Penrose, *“el grado de involucramiento de una empresa en actividades de RSE se puede abordar a través de la teoría de los recursos de la firma, la cual sostiene que la empresa posee una serie de capacidades y recursos provechosos y difícilmente imitables, conocidos como activos estratégicos, que pueden constituirse en la fuente de una ventaja competitiva sostenible a largo plazo. De acuerdo con esta teoría, los recursos se dividen en dos categorías recursos tangibles y recursos intangibles. Los primeros se pueden adquirir fácilmente en el mercado por las empresas competidoras e igualmente pueden ser imitados por los competidores. En cambio, los recursos intangibles, tales como derechos de autor, patentes, diseños, marcas registradas y estructura organizacional, son valiosos y difícilmente imitables”*.¹³

Usando ambas teorías podemos afirmar que la reputación de la marca, rutinas y operaciones constituyen activos estratégicos que son propiedad del franquiciador, y que las rutinas de conocimiento compartido y la confianza inter-firma son activos estratégicos que se dan solamente por la relación franquiciador-franquiciado. De esta forma, franquiciador y franquiciado mantendrán valores compartidos, y la adopción de prácticas de RSE por parte del franquiciante serán transmitidos a los franquiciados a lo largo de su relación.

2.2.4 Beneficios

Los beneficios de montar una empresa basada en sistema de franquicias incluyen:

- Administración de costos: algunas iniciativas y políticas de cuidado del medio ambiente y concientización del personal traen aparejados la disminución en gastos innecesarios y el cuidado de los recursos.
- Mejora de la imagen: las prácticas de *marketing* responsable están vistas positivamente y fortalecen la opinión pública. Una buena reputación genera lealtad y confianza, lo que se traduce en valor agregado para los consumidores y mayor competitividad.
- Creación de valor financiero: las inversiones con perspectiva social producen el aumento en el precio de las acciones y generan una imagen favorable que atrae a nuevos capitales de inversión.

¹³ Penrose (2009) *The Theory of the Growth of the Firm*. Oxford university press.



Universidad Católica de Cuyo Sede San Luis

Facultad de Cs Económicas y Empresariales

- Calidad del ambiente laboral: las políticas de recursos humanos que logran instituir los valores y creencias de la cultura de la organización estimulan el desarrollo profesional y personal de cada uno de los miembros de la empresa. Los resultados se traducen en una mayor productividad, motivación, honestidad y compromiso con los objetivos organizacionales.
- Desarrollo de la comunidad: las empresas que promueven el desarrollo de la comunidad obtienen grandes beneficios económicos, tales como: incremento de las ventas, *performance* financiera y mayor perdurabilidad del negocio en el tiempo.



Universidad Católica de Cuyo Sede San Luis
Facultad de Cs Económicas y Empresariales

ESTUDIO DE VIABILIDAD TÉCNICA



3. ESTUDIO DE VIABILIDAD TÉCNICA

3.1. Estudio de contrato de franquicia.

Para comenzar se analiza y estudia el contrato de franquicia para confirmar que se podrá cumplir con las condiciones, expectativas y obligaciones de las partes.

3.2. Materiales utilizados

Un servicio de lubricación y mecánica ligera tiene como objetivo el mantenimiento preventivo del vehículo. Su material a utilizar es el aceite de motor; los filtros de aceite, aire, combustible y habitáculo; y los fluidos refrigerantes y limpia parabrisas. El control y eventual cambio de estos 7 materiales se considera un servicio básico.

En cuanto al servicio de mantenimiento preventivo completo, dependerá en primer lugar de las especificaciones de los manuales de constructores en base al kilometraje del vehículo, y en segundo del análisis y observación del mecánico principal.

En tal caso los materiales a tener en cuenta para un servicio completo podrán ser:

- Aceite de carter.
- Filtro de aceite.
- Filtro de aire.
- Filtro de habitáculo.
- Filtro de combustible.
- Líquido refrigerante.
- Líquido de freno.
- Líquido limpia parabrisas.
- Aceite de transmisión.
- Escobillas.



- Batería.
- Pastillas de freno.
- Luces e iluminación.

3.3 Localización

El local debe estar en un lugar de fácil acceso en una zona de mucho tránsito en la Ciudad de San Luis con una buena visibilidad. Es por eso, que se pretende alquilar un local ubicado en la periferia del centro capitalino, en cercanía de alguna de las vías de acceso a la ciudad.

El local debe tener una superficie mínima cubierta de 160 mts² distribuidos de manera que ingresen cómodamente 3 vehículos al mismo tiempo (medidas mínimas recomendadas por box de vehículo es 4.11mts x 8.56 mts); una altura mínima en el taller del piso al techo de 4,35 mts; baños y una entrada amplia para el ingreso de los vehículos.

Plano de la ciudad de San Luis.

Figura 1: Foto satelital de la ciudad de San Luis.



Fuente: Google maps

Ubicación del Local

Figura 2: Foto satelital de la ubicación del local, ciudad de San Luis.



Fuente: Google maps

El local estará ubicado en la esquina de Av. Juan G. Funes (ex Av. Julio a Roca) y Av. Pte. Juan Domingo Perón, tiene fácil ingreso y egreso de vehículos. Es un lugar estratégico ya que se encuentra a escasos metros de San Luis Shopping y cuenta con una excelente visualización desde Av. Santos Ortiz.

Vista de la ubicación desde Av. Santos Ortiz

Figura 3: Foto de la ubicación del local desde frente Av. acceso principal



Fuente: Google Street View

Ilustración del local visto desde el frente:

Figura 4: Ilustración vista de frente



Fuente: Total Especialidades Argentina S.A.

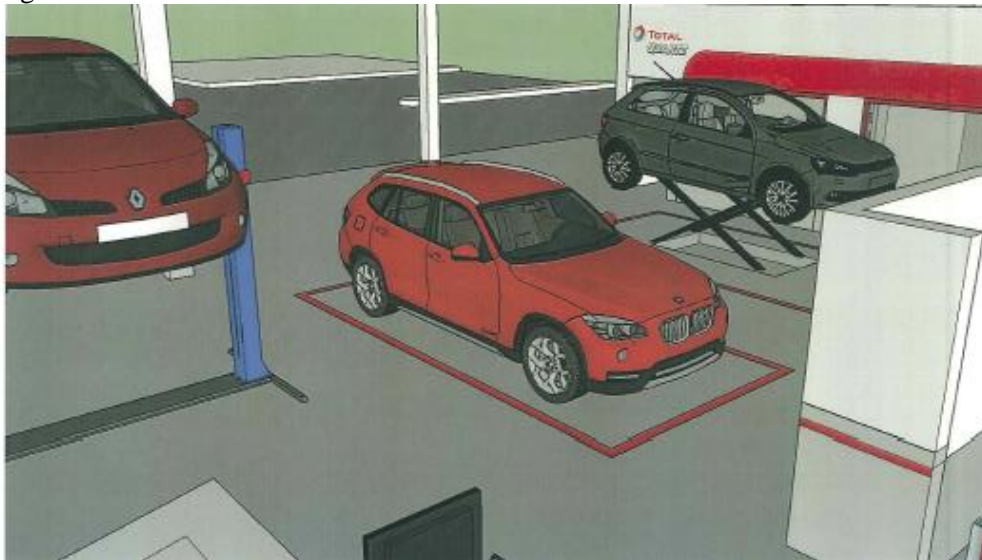
Ilustración del local visto desde adentro:

Figura 5a: Ilustración vista interior



Fuente: Total Especialidades Argentina S.A.

Figura 5b: Ilustración vista interior 2

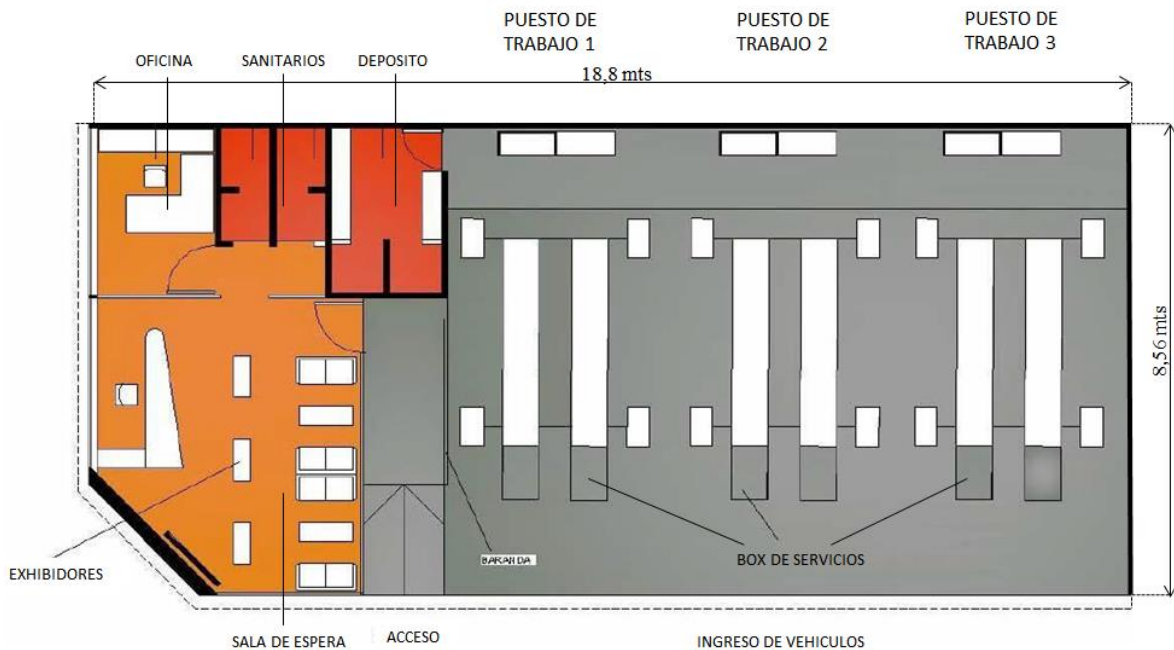


Fuente: Total Especialidades Argentina S.A.

3.4 Plano

Plano del proyecto:

Figura 6: Plano del local



Fuente: Total Especialidades Argentina S.A.

Las medidas totales del local son 18.8 mts de largo por 8.56 mts de ancho.

Taller de servicios: 11.5 mts x 8.56 mts

Salón de ventas y atención al cliente: 6.0 mts x 5.59 mts

Deposito: 2.9 mt x 1.76 mt.

Oficina: 2.9 mt x 2 mt.

3.5 Bienes de uso y equipamiento.

3.5.1. Tipo de tecnología

Para llevar a cabo el proceso del servicio no se requieren de importantes tecnologías, pero si existen 3 herramientas de trabajo que es importante diferenciar ya que requiere de mano de obra capacitada para el uso y mantenimiento:

- **Recicladora de aire acondicionado Bosch ASC 255:** Se trata de una maquina recicladora de aire acondicionado vehicular, es un equipo de entrada de gama y de una de las marcas de mejor calidad que ofrece el mercado. Modos automático y manual. Panel con teclas y pantalla color, de bajo costo y alto desempeño. Requiere personal capacitado para su uso y mantenimiento, ya que un error en el proceso puede conllevar en roturas del sistema de aire acondicionado de los vehículos.



Especificaciones:

- Modo de funcionamiento: Automático
- Prueba de fugas: Sí
- Inyección de aceite: Sí (por tiempo)



- Inyección de UV: no
- Bomba de vacío: 66L/min.
- Tanque interno:12Kg
- Compresor: 8,8CC
- **Scanner Autel Maxicheck Mx808:** Es un Scanner Automotriz de ultraportabilidad. Tiene como principal función detectar, y en algunos casos corregir, fallas a través de software que intercambian información con la E.C.U. ((Electronic Control Unit) de los vehículos.



Características:

- Lee/Borra códigos de todos los sistemas electrónicos disponibles.
- Muestra datos en vivo en formato texto, gráfico y analógico para una mejor revisión.
- Su tecnología Auto VIN identifica automáticamente fabricante, modelo y año del vehículo en un instante.
- Reaprende mordazas de EPB tras su sustitución.
- Soporta funciones IMMO.
- Regeneración forzada de DPF y ajuste de inyectores.
- Resetea Sensor Ángulo de Giro (SAS).



- Resetea kilometraje e intervalos del cambio de aceite.
- Soporta reaprendizaje de sensores TPMS.
- Soporta registros y reinicios de batería. 4 brazos largos simétricos de 3 etapas.

Especificaciones:

- Sistema operativo Android™ 4.4.4
- Procesador Cortex-A9 (1.5 GHz)
- Memoria 32GB
- Pantalla táctil capacitiva LCD de 7 pulgadas con resolución 1024×600
- Conectividad Mini USB 2.0; USB 2.0; Wi-Fi; Tarjeta Micro SD (soporta hasta 32GB)
- Sensores Sensor de luz para autoajuste del brillo
- Entrada/Salida Audio Entrada: N/D; Salida: Pitido
- Alimentación y Batería polímero-litio 3,7 V/3200 mAh, se carga con alimentación de 5 V
- Vida probada de Batería Unas 4,5 horas de uso continuado
- Entrada carga Batería 5 V/1,5 A
- Consumo eléctrico 500 mA (LCD encendido con brillo predeterminado, Wifi encendido) a 3,7 V
- Temperatura almacenamiento -20 a 70°C (-4 a 158°F)
- Temperatura funcionamiento -10 a 60°C (14 a 140°F)
- Humedad de funcionamiento 5% a 95% sin condensación
- Dimensiones 237,8 mm x 148,6 mm x 35,5 mm
- **Computadora y elementos de informática:** Esta máquina electrónica nos permite desarrollar fácilmente múltiples tareas que ahora hacen parte de nuestra vida laboral cotidiana, como la comunicación, la venta *e-commerce*, la generación de bases de datos, elaboración de presupuestos, facturación, etc. Además es imprescindible para el correcto uso de las mismas la conectividad a internet.



Características:

- Procesador: Intel Pentium Silver N5030 (4C / 4T, 1.1 / 3.1GHz, 4MB)
- Gráficos: Integrated Intel UHD Graphics 605
- Memoria RAM: 4GB Soldered DDR4-2400
- Almacenamiento: 256GB SSD M.2 2242 PCIe NVMe 2.0x4
- Pantalla: 14" HD (1366x768) TN 220nits Anti-glare
- Lector de tarjetas: MicroSD
- Puertos: Lector de tarjetas
- 2 x USB 3.2 Gen 1, MicroSD, HDMI 1.4.
- Cámara: 0.3MP
- Micrófono: 2x, Array
- Color: Platinum Grey
- Teclado: No-backlit, Español (LA)

- Batería: Integrada 32Wh
- Sistema operativo: Windows 10 Home 64, Español.

3.5.2. Maquinaria

Para llevar a cabo todos los procesos propios del negocio, será necesario utilizar además de los bienes detallados anteriormente, las siguientes maquinarias:

- **Elevadores Tijera APA 3002:** Son elevadores hidráulicos doble tijera con tecnología de punta, con capacidad de 3.000 Kg e instalación bajo nivel del piso (ver Anexo 2), lo que permite una mejor calidad de estética.



Características:

- Trabas Mecánicas, operadas con aire.
- Alarma de final de bajada
- Sistema de seguridad mecánica.
- Válvula de Sobrecarga.



- Sensores de tope de altura y seguridad.
- Alarma de bajada.
- Bajada manual de emergencia.
- Válvula paracaídas

Especificaciones:

- Capacidad 3000 Kg
 - Altura máxima 2060 mm
 - Altura mínima 330 mm
 - Largo de la plataforma 1540 mm –1740 mm
 - Tiempo de elevación 60 segundos
 - Motor 2,2 KW/2,6 KW
 - Energía eléctrica 380 V
 - Peso 810 Kg
- **Elevador de 2 columnas ERCO 5022 CEL:** Es un elevador con dos motores (uno por cada columna), dirigidos por una tarjeta electrónica para el control del sincronismo del movimiento entre las dos columnas con capacidad de carga de 5000 Kg. diseñados para la elevación de furgonetas, camionetas y demás utilitarios específicamente pesados.



Características:

- brazos largos simétricos de 3 etapas.
- Bajo mantenimiento.
- Sistema de seguridad mecánica.

Especificaciones:

- Capacidad 5000 Kg
- Altura Máxima 1900 mm
- Altura Mínima 98 mm
- Tiempo de elevación 60 segundos
- Motor 220V, 380V
- Potencia 2.2 Kw/2P, 2.6 Kw/4P



➤ Peso 790 Kg

- **Aspirador de aceite neumático:**

Es un extractor de aceite de motor por sistema de aspiración, con vaso de inspección y recipiente contenedor de 65 lt.



- **Recolector de aceite:**



Es un extractor de aceite de motor por decantación, con vaso de inspección y recipiente contenedor de 65 lt.

- **Distribuidor de aceite neumático:**

Aplica aceites por bombeo neumático, cuenta con un medidor digital y recipiente contenedor de 65 lt.



- **Kit de lubricación neumático:**



Kit de elementos para el sistema de distribución y aplique desde los tambores de aceite. Incluye jeringa vertedora con medidor digital, bomba neumática para la extracción de aceite, manguera de 10 mts y rodillo porta manguera.

- **Compresor:**



Compresor de aire de 150 lt 3 hp para el funcionamiento de los elevadores a tijera y los distribuidores de aceite.

- **Bomba de trasvase:**

Es una bomba de extracción de aceite manual para el trasvase a recipientes más pequeños.



- **Jeringa de aceite:**

Jeringa de aplique de aceite de caja y transmisión de 1000 cc.



- **Manómetro de aire:**



Pico de manguera del aire del compresor, con medidor manómetro para medir la presión del mismo.

- **Herramienta saca filtros de aceite:**



Es una herramienta universal para el enrosque y desenrosque de los filtros de unidad sellada de aceite y/o combustible.

- **Carro organizador de herramientas:**

Cajonera metálica de herramientas con ruedas para el desplazamiento.



- **Carro porta utilaje:**



Es carro metálico antioxidante desplazable que le permite al mecánico ir colocando durante su trabajo diversos elementos de diferentes tamaños.

- **Armario y tablero porta herramientas:**

Es un mueble metálico fijo organizador de herramientas.



- **Kit de herramientas:**



Kit completo de herramientas necesarias para todos los usos del taller.



- **Estación ambiental clasificadora de residuos:**



Recipiente para residuos de polietileno con
ruedas, con capacidad de 120 lt.

- **Racks estantería metálica:**



Mueble metálico organizador de mercadería.



- **Exhibidores de mercadería:**



- **TV Led 42”:**

Televisor LED, con sonido, entrada HDMI, puerto USB. Mobiliario para la sala de espera.



- **Impresora HP Toner:**





- **Teléfono Móvil Celular:**



- **Máquina Expendedora de bebidas frías y calientes:**

Es una máquina que fusiona tecnología y procesos tradicionales que dan como resultado bebidas especiales para los clientes. Botones táctiles y pantalla a color con 12 opciones de bebida disponibles. Además es totalmente automática y sin merma.

Características:

- Sistema de molido de grano para mayor extracción de sabores y aroma.
- Cuatro depósitos para solubles y un depósito para dos kilos de café
- Trabaja a 110 V con gran eficiencia y estandarización de bebidas.
- Doce opciones disponibles de bebidas:
 - Cappuccino
 - Latte
 - Cappuccino Vainilla
 - Latte Vainilla
 - Moka canela
 - Mokaccino Chocovainilla
 - Espresso
 - Espresso Largo

-Americano

-Café con leche

- Máquina 100% automática y sin merma



- **Juego de mesa y sillas metálicas:**



3.5.3 Cuadro de bienes de uso

Tabla 1: Bienes de Uso

Bien	Cant.	Marca	Estado	Precio	Total de la Inversión	Vida Útil	Amort. Anual
Recicladora de aire acondicionado	1	Bosch	Nuevo	\$ 355.000,00	\$ 355.000,00	20	\$ 17.750,00
Scanner Automotriz	1	Autel	nuevo	\$ 79.990,00	\$ 79.990,00	10	\$ 7.999,00
Computadora	1	Lenovo	nuevo	\$ 69.439,00	\$ 69.439,00	5	\$ 13.887,80
Aspirador de aceite neumático	1	Vulcano	nuevo	\$ 72.880,20	\$ 72.880,20	5	\$ 14.576,04
Recolector de aceite	1	Vulcano	nuevo	\$ 52.524,00	\$ 52.524,00	5	\$ 10.504,80
Compresor de aire	1	Vulcano	nuevo	\$ 98.021,00	\$ 98.021,00	10	\$ 9.802,10
Bomba de trasvase a palanca	5	Vulcano	nuevo	\$ 6.750,00	\$ 33.750,00	3	\$ 11.250,00
Jeringa de aceite	2	Vulcano	nuevo	\$ 3.542,00	\$ 7.084,00	10	\$ 708,40
Manómetro de aire	1	Vulcano	nuevo	\$ 37.710,00	\$ 37.710,00	10	\$ 3.771,00
Herramienta saca filtros de aceite	3	Vulcano	nuevo	\$ 860,40	\$ 2.581,20	10	\$ 258,12
Carro organizador de herramientas	1	Vulcano	nuevo	\$ 49.500,00	\$ 49.500,00	10	\$ 4.950,00



Carro porta utillaje	1	Lüsqtoff	nuevo	\$ 9.200,00	\$ 9.200,00	10	\$ 920,00
Armario y tablero porta herramientas	1	Vulcano	nuevo	\$ 77.850,00	\$ 77.850,00	10	\$ 7.785,00
Kit de herramientas	1	Lüsqtoff	nuevo	\$ 32.450,00	\$ 32.450,00	10	\$ 3.245,00
Recipiente para residuos	3	Enpa	nuevo	\$ 10.945,00	\$ 32.835,00	5	\$ 6.567,00
Estantería metálica	10	J.J.M.	nuevo	\$ 4.900,00	\$ 49.000,00	10	\$ 4.900,00
TV Led 42	1	Sanmsung	usado	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	5	\$ 5.000,00
Impresora HP Toner	1	HP	nuevo	\$ 23.000,00	\$ 23.000,00	10	\$ 2.300,00
Teléfono Móvil Celular	1	Motorolla	usado	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	5	\$ 3.000,00
Juego de mesa y sillas metálicas	3	Tolix	nuevo	\$ 31.200,00	\$ 93.600,00	10	\$ 9.360,00
Elevador Tijera APA 3002	2	Corgchi	nuevo	USD 3.812,00	*	*	*
Elevador 2 columnas Erco 5022	1	Corgchi	nuevo	USD 2.153,33	*	*	*
Distribuidor de aceite neumático	2	Raasm	nuevo	USD 856,00	*	*	*
Kit de lubricación neumático	2	Flexbimec	nuevo	USD 1.329,33	*	*	*
Exhibidores de mercadería	4	Total	usado	\$ 10.200,00	*	*	*
Máquina Expendidora de bebidas	1	Nescafe	usado	\$ 226.455,00	**	**	**
TOTAL DE LA INVERSIÓN EN BIENES DE USO					\$ 1.216.414,40		

* La maquinaria detallada es propiedad de Total Especialidades Argentina S.A., concedida en comodato de acuerdo a contrato de franquicia.

** La maquinaria detallada es propiedad de Nestle Argentina S.A., concedida de acuerdo a contrato de comodato.

Elaboración propia.



3.6 Capital humano (mano de obra).

El capital humano necesario para el proyecto está estimado en una primera etapa en 3 empleados que se dedicarán a llevar a cabo el proceso de servicio. El mismo será realizado por una persona dedicada a la atención al público y administración y otras dos personas en el área de taller.

Para los próximos años, se va a requerir aumentar la cantidad de empleados, ya que está previsto aumentar la cantidad de servicios diarios.

También se requerirá de los servicios tanto del gerente (dueño) y de personal externo para el trabajo de asesoría contable y gestión empresarial.

Perfil de los Trabajadores.

Tareas de atención al público. Las personas que vayan a realizar tareas de este tipo deben tener conocimientos sobre los productos que vende la empresa, mínimos conocimientos de computación y redes, calidez y buen trato a los clientes.

Tareas de asistente mecánico. Para poder realizar esta tarea es necesario tener buen trato con las personas, ser ordenado y poseer habilidades sobre administración de stock, conocer sobre los productos que vende la empresa, y tener facilidad de comunicación.

Además es importante que cuente con formación en mecánica ligera ya que éste puesto es un nexo entre el área de atención al público y el encargado del taller.

Tareas del mecánico. Para estas tareas se necesita a un profesional con formación y experiencia en mecánica general, con capacidad de manejo de personal.

Horarios de trabajo. El horario de atención al público se extenderá de lunes a viernes de 8:30 a 16:30 horas, y los sábados de 9:00 a 13:00 horas. Habrá un receso de 1 hora durante el día después de las 13:30 para el almuerzo y descanso del personal.

Apariencia y aspecto de los empleados: El personal administrará como un lugar de negocios limpio, ordenado y de buena presencia. Deberán vestir un uniforme en la gama de colores y luciendo las marcas y otros elementos gráficos especificados, el mismo está a cargo de la empresa y se les entregará cada vez que sea necesario; además los empleados deberán presentar un aspecto aseado y prolijo en todo momento, y brindar un trato cordial y educado a los clientes.



Capacitación y asistencia técnica. El personal recibirá periódicamente asesoramiento sobre las características técnicas y el mejor modo de empleo de los productos lubricantes marca “Total” y/o “Elf” y el *know-how* requerido para las tareas de lubricación, engrase y mecánica ligera. Este asesoramiento se realizará sin cargo, y estará organizado y a cargo de la empresa concedente de la franquicia, generalmente se realiza por *webinar*.

Seguridad Laboral: Los empleados deberán obligatoriamente hacer uso de los elementos de seguridad entregados por la empresa.

Tabla 2: Escala Salarial

GASTO DE PERSONAL	Atención Al Público	Asistente de Taller	Encargado de Taller
SALARIO MENSUAL	\$ 53.345,32	\$ 54.190,40	\$ 57.550,24
CARGA SOCIALES	\$ 9.068,70	\$ 9.212,37	\$ 9.783,54
ART	\$ 2.133,81	\$ 2.167,62	\$ 2.302,01
TOTAL	\$ 64.547,84	\$ 65.570,38	\$ 69.635,79
TOTAL MENSUAL	\$ 199.754,01		

SALARIOS ANUAL	\$ 2.596.802,15
UNIFORMES	\$ 29.300,00
ELEMENTOS DE SEGURIDAD	\$ 10.500,00
TOTAL ANUAL	\$ 2.636.602,15

Escala salarial S.M.A.T.A. noviembre 2021 incluye S.A.C.

3.7 Capacidad de máxima de producción

La capacidad máxima de producción que tiene la empresa, está determinada por la maquinaria instalada, el servicio a realizar y el capital de trabajo.

Un servicio de lubricación y mantenimiento preventivo tiene como tarea las siguientes actividades:

- ✓ Lubricación: reemplazo de aceite de cárter según especificaciones técnicas, reemplazo de filtros de aire, aceite, combustible y habitáculo.
- ✓ Control y rellenado de todos los fluidos: aceite de caja y diferencial, líquido refrigerante, limpia parabrisas, aceite hidráulico, líquido de frenos.
- ✓ Revisión eléctrica y reemplazo: luces de exterior e interior, nivel de batería.



- ✓ Revisión y reemplazo de seguridad: pastillas de freno, escobillas, tuercas de rueda.
- ✓ Revisión, control y recomendaciones: mangueras, correas, tapón de carter, escape, bujías, amortiguadores, embrague, alternador, discos de freno, neumáticos.

El tiempo promedio en realizar todas estas actividades en condiciones óptimas es de 45 minutos.

La maquinaria instalada y el capital humano están preparados para recibir 3 servicios en simultáneo cada 45 minutos, esto nos da un promedio de 28 servicios diarios en turnos de 7 hs. Este promedio de servicios diarios nos da un máximo de producción al año de 8064 servicios.

Otro dato a considerar para medir la eficiencia de los procesos, es la producción medida en litros de aceite de cárter. Si tenemos en cuenta que en promedio, entre utilitarios, pick up y vehículos livianos, consumen 5.9 litros de aceite por servicio sería equivalentes a 47576 litros de aceite al año de capacidad máxima.

3.7.1 Capacidad de Producción Mínima.

El novedoso sistema de retorno planteado por la empresa concedente en el contrato de franquicia entre partes (ANEXO I), plantea la nula obligación de *royalties* o retribuciones por parte de la operadora, y como única contraprestación se establece un volumen mínimo de compra en el en año.

De acuerdo a este cuadro, se establece un mínimo de servicios para cumplir con las obligaciones contractuales de 7000 litros de aceite el primer año de actividad, que en promedio equivalen a 4 servicios diarios aproximadamente.



Tabla 3: Consumos mínimos contractuales en litros.

CRECIMIENTO INTERANUAL		2020	2021	2022	2023	2024
Cantidad de cambios por mes		250	330	373	414	463
	producto sintético	20	30	34	38	42
	producto semisintético	40	60	68	76	85
	producto mineral	190	240	271	300	336
	N° de cheques de seguridad/rellenos por mes	250	330	373	414	463
Mix de productos						
	volumen total de lubricantes en litros / año	7000	21960	24816	27528	30792
	Sintético	500	1800	2040	2280	2520
	Semisintético	800	2880	3264	3648	4080
	Mineral	5700	17280	19512	21600	24192

Fuente: Total Especialidades Argentina S.A.

3.7.2 Capacidad de Producción Esperada y Punto de Equilibrio

En base a información de estadísticas y ventas aportadas por otras empresas franquiciadas y por la empresa concedente se espera realizar aproximadamente 3456 servicios básicos de lubricación el primer año de actividad, que en otra medida equivale a 15551 litros de aceite utilizados; y 4842 litros de aceite vendidos en mostrados para el primer año de actividad, de los cuales el 80% son representativos de la marca franquiciadora.

Se espera un crecimiento en las cantidades vendidas de productos y servicios de acuerdo al siguiente esquema:

	30%		30%		10%		10%	
Año1	→	Año2	→	Año3	→	Año4	→	Año5

Con esta información y en complementación con el cuadro de costos descriptos en el punto 7.4.2 de este trabajo, se establece un punto de equilibrio para cubrir los costos fijos de este negocio en 11549 litros de aceite para el primer año de actividad (1957 servicios).

Como se muestra en la Tabla 4 y Gráfico N°1 el análisis de la información nos permite afirmar que la capacidad instalada es viable tanto para alcanzar el punto de equilibrio como para cumplir con las obligaciones contractuales.

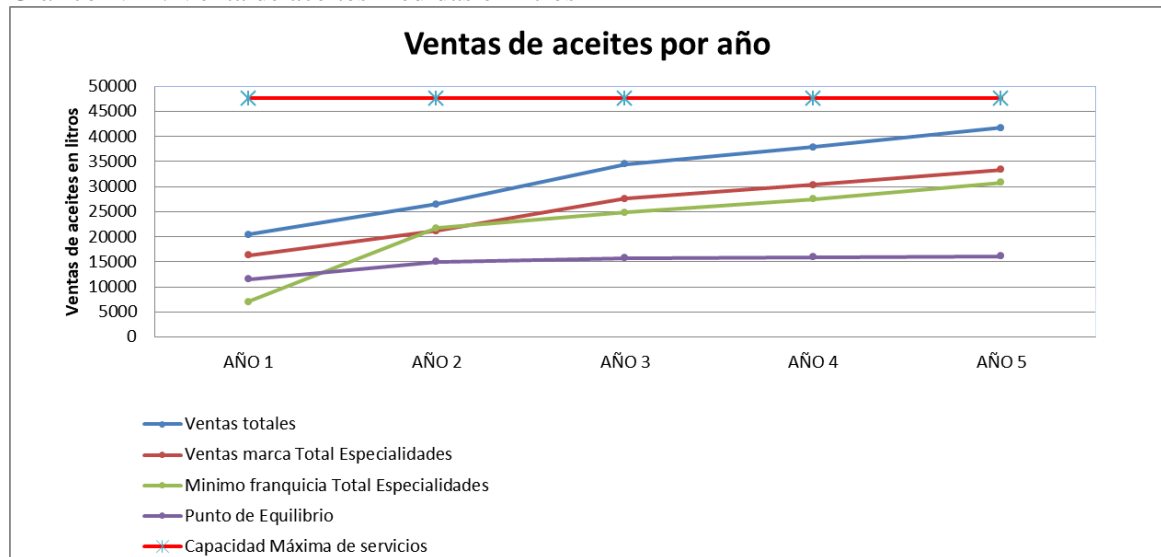


Tabla 4: Capacidades de producción en litros.

LITROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas totales	20392	26510	34463	37909	41700
Ventas marca Total Especialidades	16314	21208	27570	30328	33360
Minimo franquicia Total Especialidades	7000	21690	24816	27528	30792
Punto de Equilibrio	11549	14982	15728	15919	16103

Elaboración propia

Gráfico N° 1: Venta de aceites medidas en litros



Elaboración propia

3.8 Monto total de la inversión.

La inversión inicial de este proyecto está calculada en \$ 3.775.703,10 en concepto de provisión de maquinaria, capital de trabajo y gastos de puesta en marcha.

- Maquinaria y equipos (ver punto 7.1.1) : \$1.216.414,40
- Capital de trabajo (ver punto 7.1.3): \$1.912.669,60
- Gastos de puesta en marcha (ver punto 7.1.2): \$646.619,10

3.9 Diseño del proceso productivo.

Recepción del Vehículo

Los cliente ingresa al local en el área de sala de espera, el recepcionista genera un Presupuesto de Servicio con los datos del automóvil y del propietario y posteriormente inspecciona el vehículo y detalla las novedades en la hoja de servicio como ralladuras, golpes u otro imperfecto que pueda tener el mismo, objetos de valor que el cliente deje en el interior



de la unidad. Posteriormente el asistente mecánico atiende detenidamente los requerimientos del cliente y registra los trabajos que se va a realizar al vehículo, se le comunica el tiempo que se va a demorar los trabajos a realizar y el valor estimado a cancelar por el mantenimiento. El cliente acepta la información descrita en el Presupuesto y procede a firmar autorizando de esta forma los trabajos a realizar. Una vez acabado el proceso de recepción, se ofrecen los servicios de espera, cafetería, zona de *Wi-fi*, zona de observación, sanitarios, etc. El asistente mecánico ingresa la unidad al box de servicio.

Servicio de los Vehículos

Una vez registrada la Orden de Servicio (OS), el técnico procede a examinar los trabajos detallados que se van a ejecutar, correspondientes al plan de mantenimiento, chequea que no existan partes averiadas en el automóvil y de haberlas se avisará inmediatamente al asistente para que se le notifique al cliente tanto el daño como el valor del mantenimiento o servicios adicionales que fueran necesario.

Orden de trabajo servicio mantenimiento básico:

1. Drenado el aceite de cárter en el “recolector de aceite”
2. Reemplazo filtro de combustible.
3. Control y revisión de mangueras, tapón de cárter, escape, amortiguadores, disco y pastillas de freno, embrague, neumáticos.
4. Revisión y control de aceite de caja y diferencial.
5. Reemplazo de filtro de aceite.
6. Reemplazo filtro de aire.
7. Reemplazo filtro de habitáculo.
8. Revisión y relleno del líquido refrigerante, líquido limpia parabrisas, líquido de freno.
9. Revisión de presión de aire acondicionado.
10. Revisión de nivel de batería, estado de luces, escobillas, presión de neumáticos.



11. Revisión de correa de distribución y poli-V.

Servicio de mantenimiento completo:

1. Reemplazo de pastillas de freno.
2. Relleno o reemplazo de aceites de caja, diferencial e hidráulicos.
3. Reemplazo de batería.
4. Reemplazo de luces.
5. Reemplazo de escobillas.
6. Software detector y corrector de fallas.

Una vez completado el mantenimiento se procede a efectuar, de ser necesario, una prueba de ruta por el técnico con el objetivo de comprobar el buen funcionamiento del automóvil acorde a lo solicitado en la OS por el cliente.

Proceso de Entrega del Vehículo

El asistente de taller tiene como deber examinar que la unidad esté lista para la entrega al cliente, por lo que procederá a examinar que el automóvil esté limpio, funcionando correctamente y que el recepcionista haya ingresado todos los datos del mantenimiento para que se proceda a facturar al cliente.

3.10 Análisis FODA

Estas siglas provienen del acrónimo en inglés SWOT, en español las siglas son FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas). El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa; es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada.¹⁴

¹⁴ TALANCÓN H. (2006). La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales. *pág.* 1–16.



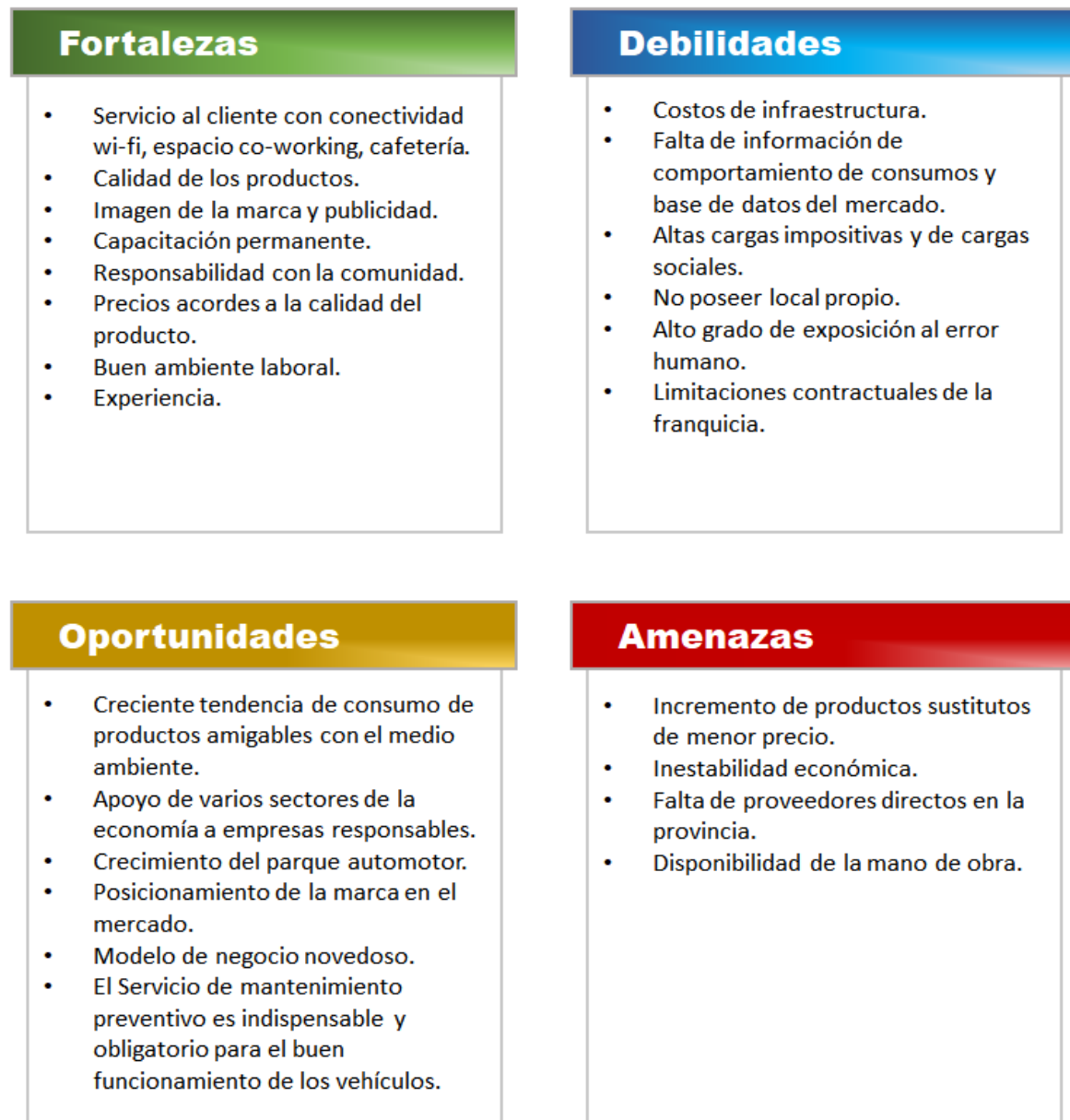
Fortalezas: Puntos fuertes, capacidades, recursos y ventajas de la empresa.

Debilidades: Puntos débiles y aspectos desfavorables de una empresa.

Oportunidades: Factores del entorno que son positivos y favorables para la empresa.

Amenazas: Factores del entorno que ponen en peligro a la empresa.

Figura 7: Análisis FODA



Elaboración propia



3.11 Análisis de las 5 fuerzas de Michael Porter.

El poder de negociación de los consumidores

Hay una favorable cantidad de clientes en relación a la cantidad de empresas que ofrecen el mismo servicio. Los consumidores no poseen información sobre las especificaciones técnicas de los productos. Los productos son de una marca reconocida. Los consumidores son sensibles al precio del producto y servicio.

Amenazas de nuevos competidores.

La actividad principal de este negocio, no solo requiere de maquinaria específica y de difícil acceso, sino que además de personal técnico capacitado, lo que convierte esta situación en favorable. También es una ventaja respecto a nuevos competidores el acceso a canales de distribución y la curva de aprendizaje.

El poder de negociación de los proveedores.

La principal situación desfavorable es el acuerdo contractual donde la operadora se obliga a cumplir con estándares de calidad y de comercialización impuestos por la concedente. Los insumos y materiales principales de este negocio tienen estándares únicos de calidad. El proyecto es importante para otros proveedores.

Amenazas de productos sustitutos.

Existen productos sustitutos que tienen estándares de calidad significativamente inferiores y/o no cumplen con especificaciones técnicas de los manuales de mantenimiento de los vehículos que se venden a precios más económicos. La capacidad de ingreso de nuevos productos es favorable.

Rivalidad entre competidores.

El servicio es complejo y requiere de una comprensión detallada por parte de los consumidores. La mayoría de los competidores tienen el mismo tamaño de infraestructura. El acceso a publicidad y canales de comunicación por parte de la empresa concedente de la franquicia genera una situación favorable respecto de los competidores.

3.12 Análisis de las 4P vs. Análisis de las 4C.

Las 4P es la versión de un modelo tradicional de análisis de *marketing*, la cual se centra en el producto, el precio, la plaza y la promoción; mientras que las 4C es un modelo actualizado del *marketing* moderno que analiza los mismos elementos que el primer modelo, pero desde el punto de vista del consumidor, estos serían: el cliente, el costo, la comunicación y la conveniencia.

Visto de otra manera, el modelo de las 4P está representado por los elementos del marketing que puede controlar la empresa, mientras que el modelo de las 4C analiza elementos que no puede controlar, ya que se basa en factores externos de comportamientos de consumo.



PRODUCTO —————→ **CLIENTE**

- Portfolio completo de la marca francesa que es referente a nivel mundial.
- Variedad de productos que responden a las exigencias de las fábricas constructoras de automóviles, combinando tecnologías que mejoran el rendimiento de los vehículos.
- Servicios que nacen como alternativa a los lubricentros tradicionales, con equipamiento moderno, y espacios limpios y estéticos.
- Los productos y servicios que se ofrecen están ideados para cubrir las exigencias de los automovilistas en la actualidad; esto refiere a productos de primer nivel que cumplan con las normas internacionales de calidad y protección del medio ambiente, y con eficiencia en los tiempos de espera.



PRECIO



COSTO

- El precio de los productos y/o servicios estará fijado por el mercado, teniendo como referencia los valores de la competencia.
- La relación directa con el fabricante del producto nos permite acceder a costos más reducidos, con bonificaciones especiales, que podrían trasladarse a los consumidores finales, obteniendo una ventaja competitiva.
- Los clientes pueden acceder a precios acordes al mercado, con un servicio de atención diferenciado.
- Los productos y servicios cuentan con diferentes alternativas de pago.
- Con el consumo de productos de la marca franquiciante, los clientes acceden automáticamente a promociones, ofertas, bonificaciones, gratificaciones y *vouchers*.



PLAZA



CONVENIENCIA

- Ubicado en la ciudad de San Luis, en un lugar de cómodo acceso y buena visibilidad.
- Plataforma *web* con información de los productos, características, fichas técnicas, guía de lubricantes, ubicación e información general.
- Servicio de *e-commerce* con guía de lubricantes.
- App de descarga gratuita en Google play y App Store.
- El local contará con cómodos accesos.
- Las guías de lubricantes de la app o la plataforma web facilitan a los consumidores información del producto antes de acercarse al local.
- Una de las características principales de los servicios prestados es la eficiencia en los tiempos de espera.
- El compromiso asumido por las políticas de la empresa en cuanto al tratamiento de los desechos generan confianza en los consumidores.
- El salón de atención al público estará preparado para brindar comodidad, clima agradable, conectividad a internet y más, para que los usuarios puedan aprovechar el tiempo de espera.



PROMOCIÓN



COMUNICACIÓN

- Centrada en primer instancia en replicar las campañas publicitarias de la marca franquiciante. Las campañas publicitarias de la marca están presentes en todos los medio audiovisuales de comunicación como tv, radio, social ads, Event Marketing, etc; además de ser patrocinadora de varios disciplinas deportivas de nivel internacional.
- El negocio usa las redes sociales para replicar las campañas publicitarias y para establecer un vínculo personalizado con los clientes.
- La interacción de los clientes a través de las redes sociales permiten que la opinión de estos respecto al servicio prestado sea conocida por todos los interesados, incluso por la misma empresa, lo cual permitirá mejorar la calidad de los servicios.
- Los usuario cuentas con herramientas gratuitas que les facilitan información importante para tomar sus decisiones de consumo de manera libre y conveniente.
- El personal capacitado, las políticas sociales y ambientales, el clima agradable y los espacios cómodos; logran crear una conexión con los clientes que fomentan cierto apego con el negocio que luego se comparten con familiares y amigos, formando así comunidades.

3.13 Análisis de Objetivos de Desarrollo Sustentable.

Este apartado tiene como finalidad determinar, clasificar y describir las actividades y políticas que el proyecto de negocio puede desarrollar para el compromiso del sector privado con el logro de metas de los Objetivos de Desarrollo Sostenible del CNCPS y cómo utilizar el impacto en la cadena de valor.

Para facilitar la labor de incorporar los principios y los ODS en las estrategias de RSE, el *World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* y *Global Reporting Initiative (GRI)* elaboraron el *SDG Compass*, una guía que ayuda a las empresas a contribuir a la nueva agenda global. La Guía *SDG Compass* presenta cinco pasos que ayudan a las empresas a maximizar su contribución a los ODS. “Las empresas pueden aplicar estos cinco pasos para ajustar o alinear su rumbo, dependiendo de dónde se encuentren en el camino de garantizar que la sostenibilidad sea un resultado de la principal estrategia del negocio. Los cinco pasos del *SDG Compass*, recaen sobre el reconocimiento de la responsabilidad de todas las empresas en: cumplir con toda la legislación pertinente, respetar los estándares internacionales mínimos y abordar como prioridad todos los impactos negativos sobre los derechos humanos.”¹⁵

Figura 8: Guía *SDG Compass*.



Fuente: <https://sdgcompass.org/>

Paso 1 SDG Compass:

¹⁵ <https://sdgcompass.org>



El proyecto descubre nuevas oportunidades de crecimiento y reducción de perfiles de riesgo mediante el desarrollo y la entrega de soluciones para el logro de los ODS. Intentará utilizar estas estrategias, metas y actividades para capitalizar beneficios. Se reconoce la responsabilidad de la empresa de cumplir con toda la legislación pertinente y los derechos universales.

Paso 2 SDG Compass:

El proyecto tiene como política identificar todos los elementos de impacto en la cadena de valor para analizar puntos críticos provenientes del uso de sus productos y servicios.

Paso 3 SDG Compass:

Se identifican y establecen los siguientes objetivos:

Objetivo 4 ODS: Formación técnica, profesional y superior de calidad para los empleados y público de interés. Asegurar que todos adquieran los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para promover el desarrollo sostenible, entre otras cosas mediante la educación para el desarrollo sostenible y los estilos de vida sostenibles, los derechos humanos, la igualdad de género, la promoción de una cultura de paz y no violencia.

Objetivo 5 ODS: Asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisorios en la vida política, económica y pública de la empresa.

Objetivo 7 ODS: Preparar la infraestructura y mejorar la tecnología para prestar servicios modernos y sostenibles. En este caso todo el local estará equipado con bombillas de luz de bajo consumo. También se tiene en cuenta para la estrategia de negocio, que la marca de los productos y servicios ofrecidos es líder mundial en el rubro en energías renovables.

Objetivo 8 ODS: La creación de empleos decentes para todos y mejorar los estándares de vida de los empleados dentro de las instalaciones es una de las prioridades.

Objetivo 9 ODS: Al igual que en las metas del Objetivo 7, se tendrá en cuenta para la estrategia de negocio, las acciones que la empresa concedente de la marca realiza a nivel mundial en innovación de proceso, modernización y el acceso a la tecnología de la información y las comunicaciones.



Objetivo 12 ODS: La empresa fomentará el uso y consumo responsable de los vehículos y de los residuos que este genera. Además tendrá como política el estricto cumplimiento con la disposición final de los residuos tanto en las instalaciones como en la elección de proveedores de servicios de recolección de estos.

Objetivo 13 ODS: El portfolio de la marca tiene productos, climáticamente inteligentes y con bajo nivel de emisión de carbono. El negocio tiene el objetivo de alentar el consumo de este tipo de productos.

Objetivo 15 ODS: Se fomentará la clasificación de residuos a través del uso de un punto verde en el local, donde trabajadores, clientes y vecinos podrán descartar sus residuos de forma sustentable. También se eliminará el uso de papel en todos los procesos del negocio.

Objetivo 17 ODS: La principal alianza para el logro de objetivos es la empresa franquiciante, con quien se comparten los principios y valores.

Paso 4 SDG Compass:

Integrar las acciones del punto anterior a las políticas de la empresa, establecer manuales de procedimiento, implementar las acciones y medir sus resultados.

Paso 5 SDG Compass:

En primera instancia, la empresa atenderá estos puntos para contribuir con un cambio en la visión de negocios y para diseñar una cadena de valor que establezca una ventaja competitiva a mediano plazo.

Una vez evaluados los primeros datos es importante que la empresa utilice los estándares internacionalmente reconocidos para sus procesos de elaboración de reportes de sostenibilidad, tales como los estándares exhaustivos ofrecidos por GRI.

Existe la posibilidad a mediano y largo plazo, si los reportes de sustentabilidad arrojan resultados positivos, de acceder a certificaciones de sustentabilidad. En la actualidad existen diversas certificaciones a las que una pequeña empresa puede aspirar. Ejemplo de ellas son Sistemas B y Sello CAME sustentable.



Universidad Católica de Cuyo Sede San Luis
Facultad de Cs Económicas y Empresariales

ESTUDIO DE MERCADO



4. ESTUDIO DE MERCADO

Este proyecto de inversión analiza y evalúa las diferentes características de mercado de la Provincia de San Luis, en adecuación a los requisitos contractuales propios de la franquicia *Quartz Auto Services*, y teniendo en cuenta que parte de la información expuesta está viciada por las consecuencias de las políticas sociales y económicas que conllevó el efecto Covid-19 desde marzo de 2020 a la actualidad.

4.1 Descripción de los servicios

Los ingenieros de las distintas fábricas constructoras de vehículos establecen manuales de procedimientos y recomendaciones para el correcto mantenimiento de estos bienes, ya sea para estirar la vida útil del bien como también para garantizar la seguridad física de sus ocupantes. El “mantenimiento preventivo” es la mejor manera de que esto se cumpla ya que se requiere una planificación cuidadosa y un programa de mantenimiento antes de que haya un problema real, así como también para mantener registros precisos de inspecciones pasadas e informes de servicio.

Los servicios que se comercializan en este negocio tiene como objetivo abordar las necesidades de los clientes respecto al control y cuidado de su vehículo, poniendo en el centro de estrategia el bienestar de las personas, la responsabilidad por el medio ambiente y la creación de valor para la sociedad.

- a) Tipo de servicios: Son servicios personalizados, de mano de obra y capital intensivo, sujeto a normas específicas muy rígidas, con base en las instalaciones, realizados sobre la propiedad o bienes de las personas y con efectos discretos en el tiempo.
- b) Descripción del servicio: Un programa de mantenimiento preventivo puede incluir puntos como la limpieza, lubricación, cambios de aceite, ajustes, reparaciones, reemplazos de piezas y revisiones parciales o completas que se programan regularmente.

Los servicios realizados tienen que ajustarse en principio a los manuales de mantenimiento definidos previamente por los constructores de acuerdo a la marca y modelo del vehículo,



pero además se va a tener como base 12 puntos claves de los mencionados anteriormente. Estos son:

1. Estado y nivel de aceite de motor
2. Estado de filtro de aire, aceite, combustible y habitáculo.
3. Nivel de carga de batería.
4. Estado y presión de neumáticos.
5. Estado del tubo de escape.
6. Nivel y estado del líquido de frenos y de pastilla de freno.
7. Nivel del refrigerante, eventual completado.
8. Nivel del líquido limpia parabrisas, eventual completado.
9. Estado y funcionamiento de luces interiores y exteriores, eventual cambio.
10. Nivel del aceite de la transmisión, eventual completado.
11. Verificación de las correas, excepto la de transmisión.
12. Estado y eventual cambio de escobillas.

Es importante definir que el mantenimiento de algunos componentes, como son los aceites de motor y filtros debe hacerse al menos 1 vez cada año o cada 12 mil Kilómetros como máximo.

El servicio de control de 12 puntos claves mencionados anteriormente se prestará de forma totalmente gratuita a los clientes. En base a éste control de 12 puntos, el auxiliar de taller a través de un informe preciso, definirá las recomendaciones de mantenimiento preventivo a realizar.

Durante el tiempo de espera se ofrecerá como parte del servicio un espacio agradable, limpio, preparado para estar cómodos, con conectividad a internet y cafetería.



4.2 Descripción de los productos.

Los productos que se comercializarán, son los referidos al mantenimiento preventivo de los vehículos.

- a) Tipo de productos: Los productos que se comercializan son bienes de consumo.
- b) Descripción de los productos: Los *Quartz Auto Services* son unidades de negocios que tiene como objeto promocionar y vender los productos del portfolio de la marca franquiciadora, por lo que los ítems que se comercializar serán mayoritariamente lo de la firma, pudiendo ofrecer también productos sustitutos de otras marcas que no sean competidoras directas (Shell, YPF, Petronas, Motul, etc.).

Entre los productos que se comercializan se pueden destacar 5 grandes categorías:

- Aceites de motor: Los aceites de motor son fluidos de alta tecnología que tienen 5 funciones principales: reducir la fricción, proteger contra la corrosión, contribuir con la estanquidad, contribuir con la limpieza y participar en la refrigeración. En resumen, el objetivo central del aceite de motor es preservar el correcto funcionamiento de las piezas dentro del motor.

Los aceites de motor están compuestos por las bases y por los aditivos. Las bases son aceites destilados del petróleo que pueden ser minerales o sintéticos (aceite mineral sometido a procesos complejos) que permiten reducir la fricción entre piezas metálicas; y los aditivos, son componentes que permiten potenciar las propiedades de los aceites bases o bien darle al lubricante propiedades nuevas entre las que se puede destacar el grado de viscosidad.

Teniendo en cuenta lo anterior, es importante aclarar que existe una amplia variedad de productos en relación a las especificaciones de los constructores de automóviles. Los Lubricantes para motores se pueden clasificar entre otros a través de sus normas internacionales A.P.I. (*American Petroleum Institute*) y sus equivalentes. Estas normas se utilizan para determinar los niveles de calidad exigidos a los lubricantes y no solo para el rendimiento, sino también para el cuidado del medio ambiente.

Es importante para este negocio tener la gama completa del portfolio de la marca en los 3 diferentes tipos de *packaging*: envase de 200 lt, 20 lt, 4 y 1lt.

- Aceites de transmisión: siguiendo los lineamientos del aceite de motor, los aceites de transmisión son aceites con paquetes de aditivos específicos para los requerimientos de la cajas de cambios y sistemas hidráulicos de los vehículos, por lo que además de cumplir con las mismas funciones y características que los aceites de motor, son de extrema presión, mayor resistencia a las temperaturas, mayor vida útil y modificadores de fricción.
- Kits de filtros: tanto para el área comercial como para el taller de servicios, se contará con 2 marcas de filtros (Wega y Masterfilt), en presentación de pack o kits que incluyen los 4 filtros que requiere el mantenimiento de los vehículos.

La elección de estas marcas se basa en primer lugar, en la relación precio/calidad de estos productos en relación a otros sustitutos, y en segundo lugar porque la naturaleza del negocio requiere disponibilidad inmediata por parte de los proveedores.

Los proveedores de estas marcas tienen en esta presentación un portfolio que abarca los filtros necesarios para más de 80 marcas/modelos de vehículos diferentes. Esta alternativa le permite al negocio eficiencia en los manejos de stock, ya que en la actualidad cualquier fabricante de filtros para el parque automotor de la Argentina, cuenta con catálogos con más de 2800 productos diferentes entre filtros de aire, aceite, combustible y habitáculo.



- Baterías: Las baterías son bienes mucho más duraderos que otros elementos del mantenimiento preventivo. Tiene una vida útil aproximada de 4 años y están clasificadas por lo general por su amperaje. Los vehículos livianos y utilitarios utilizan baterías que van desde los 70 hasta los 110 amperes.

Este negocio tendría a la venta baterías de estas características y también de dos marcas del mercado, Moura y RB.

La elección de producto tiene que ver con la necesidad de presentar al cliente dos alternativas en cuanto a calidad/precio que se ajusten a sus necesidades.



- Fluidos: los fluidos son aquellos líquidos que cumplen otras funciones en la mecánica de los automóviles como por ejemplo líquido refrigerante, líquido de freno, líquido limpia parabrisas, aditivos limpia inyectores, líquidos corta fugas, etc.
- Artículos relacionados a la cosmética del Automotor: son los productos y accesorios relacionados al cuidado de la imagen y estética de los vehículos.

4.3 Descripción de la marca en el mercado.

Total Energies “es una amplia empresa energética que produce y comercializa energías a escala global: petróleo y biocombustibles, gas natural y gases verdes, renovables y electricidad. Cuenta con más de 105.000 empleados que están comprometidos con una energía cada vez más asequible, limpia, fiable y accesible para la mayor cantidad de personas posible. Activo en más de 130 países, *Total Energies* coloca el desarrollo sostenible en todas sus dimensiones en el centro de sus proyectos y operaciones para contribuir al bienestar de las personas.”¹⁶

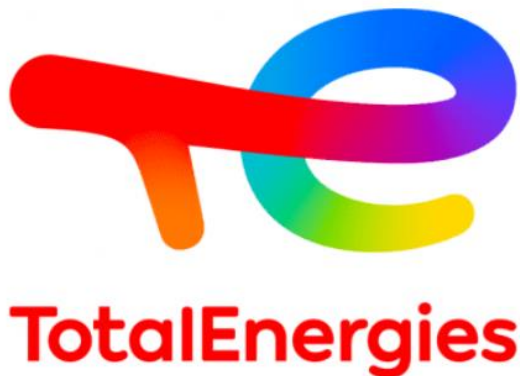
Los *Quartz Auto Service* son talleres especializados en servicios rápidos de cambio de aceite donde se ofrece un servicio de alta calidad y eficiencia, brindado por equipos capacitados y

¹⁶ TOTAL ENERGIES. "a Broad Energy Company". TotalEnergies.com



profesionales, en un ambiente limpio, prolijo y seguro. Cuenta con una gama amplia y variada de productos adaptados para cada necesidad.

- a) *Misión:* Proveer al mercado de la vasta variedad de recursos energéticos y derivados de los hidrocarburos.
- b) *Visión:* Ser actores importantes en la transición energética.
- c) *Logo:*



- d) *Políticas y compromiso sociales y ambientales:* El compromiso de *Total Energies* tiene cuatro dimensiones:
 - Energía sostenible: liderando la transformación del modelo energético para combatir el cambio climático y dar respuesta a las necesidades de las personas.
 - Bienestar de las personas: ser un nombre destacado como empleador y operador responsable.
 - Excelencia ambiental: acelerar el progreso en la gestión ambiental.
 - Creando valor para la sociedad: generando prosperidad compartida en todas las regiones.

También se han comprometido a contribuir al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas y a utilizarlos como un marco para medir y priorizar todos sus impactos de manera más efectiva.



Naciones Unidas y sus Estados miembros adoptaron los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible como un plan para abordar los desafíos mundiales de la pobreza, la protección del medio ambiente, la paz y la prosperidad para el 2030. Se pide a las empresas que contribuyan a esta agenda con sus recursos económicos y capacidad de innovación, para resolver colectivamente los temas de desarrollo sostenible.

Total Energies es líder en su sector según el primer estudio sobre alineación de estrategias corporativas de ODS de las Naciones Unidas según BloombergNEF¹⁷.

4.4 Competidores, productos sustitutos y similares.

a) *Servicios y Productos similares*: El servicio que se pretende brindar, es un servicio integral, que se tiene en cuenta tanto la calidad de los productos y el trabajo realizado, como la experiencia confortable de los clientes dentro del establecimiento. Podemos mencionar 7 Centro de Lubricación que consideramos potenciales competidores en la Ciudad de San Luis de aproximadamente 18 en total.

- Lubri-cofi: Av. España 715, Ciudad de San Luis.
- PARIS Concesionaria Oficial de Peugeot: Sarmiento 420, Ciudad de San Luis.
- Lorenzo Fiat Automotores: Av. España esquina Av. Italia, Ciudad de San Luis.
- Ford Martin Autos: Av. España 572, Ciudad de San Luis.
- Autos Mediterraneos: Av. Santos Ortiz KM 572, Ciudad de San Luis.
- YPF Boxes: hay un total de 7 franquicias en la ciudad de San Luis.
- Shell Helix; Av. Lafinur 880, Ciudad de San Luis.

Otros potenciales competidores por el volumen de ventas, experiencia y años en el mercado podrían ser:

- Vans Lubriservices; Avenida Lafinur 1201, Ciudad de San Luis.

¹⁷ https://totalenergies.com/sites/g/files/nytnzq121/files/styles/w_1110/public/images/2021-04/schema-etude-secteurs-activite_EN.png?itok=7Qtz9KFo

- Lubricentro Avenida: Av. Ejército de los Andes 1100, Ciudad de San Luis.
- Lubri Chek: Av. de los inmigrantes 1797, Ciudad de San Luis.
- Daytona Racing: Av. del viento chorrillero KM9, Juana Koslay.
- Lubricentro Fer: Av. Serrana, Ciudad de la Punta

4.5 Destino

El Proyecto tiene como una de sus fortalezas la marca que representa, por lo que está planteado para instalar la franquicia en un lugar de fácil acceso y tránsito vehicular en la ciudad de San Luis.

4.6 Mercado a abastecer

El mercado al que apunta este negocio, está determinado en primer lugar por los habitantes de la ciudad de San Luis y en segundo lugar a aquellas personas que habitualmente por cuestiones personales transitan esta ciudad como lo son los habitantes de Juana Koslay, La Punta, Potrero de los Funes, etc.

Figura 9: Área urbana Gran San Luis



Fuente: INDEC



Según datos publicados por el INDEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos) en base a proyecciones realizadas sobre el último censo nacional, la población del departamento La Capital de nuestra provincia está calculada en 246.175 habitantes aproximadamente.¹⁸

Se categoriza un rango de personas que se encuentran entre los 18 y 90 años que serían los propietarios y/o usuarios de vehículos livianos y utilitarios, de este rango apuntamos a un segmento de vehículos de gama media a gama alta.

De ese rango de personas, que representa el 76.25% del total de la población de San Luis según informe INDEC, es de aproximadamente 187.708 habitantes, del cual se encuentran ocupadas formalmente 103.000 personas de un total de 105.000 que representa la Población Económicamente Activa del Gran San Luis.¹⁹

4.7 Análisis de precio de productos y servicios

La fijación de precios va a estar orientada en función de los precios de la competencia, las recomendaciones de la franquicia y el costo objetivo, calculados por el “Método del Costo Plus”²⁰; esto quiere decir que el precio de los productos será el resultado de multiplicar el costo de compra de los mismos por el Coeficiente multiplicador del Costo Plus (*markup*):

Precio Objetivo = Costo Objetivo + Margen de Utilidad Objetiva

$$\text{Precio Objetivo} = \frac{\text{Costo de Compra}}{(1 - \% \text{ Gastos Adm} - \% \text{ Gastos Com} - \% \text{ Gastos Otros} - \% \text{ Utilidad})}$$

por último,

Coeficiente multiplicador de Costo Plus =

$$1/(1 - \% \text{ Gastos Adm} - \% \text{ Gastos Com} - \% \text{ Gastos Otros} - \% \text{ Utilidad})$$

¹⁸ en base a INDEC (2021). *Mercado de trabajo. Tasas e indicadores socioeconómicos (EPH)*. pág. 18.

¹⁹ Ibídem. pág. 17. INDEC (2021). *Mercado de trabajo. Tasas e indicadores socioeconómicos (EPH)*. pág. 17.

²⁰ BILLENE, RICARDO A. (2004). *Cálculo de Costos para cotización de precios*. Colección Biblioteca.



El valor de un servicio o producto en este rubro depende de las características particulares del vehículo. En la Argentina existen aproximadamente 2760 modelos diferentes de vehículos livianos y pickup²¹ por lo que la estrategia de precios para un negocio como el que se desarrolla en este proyecto se determina definiendo precios de referencia para cada tipo de servicio.

Tabla 5: Precios de servicios.

Servicio simple	
Vehículo	Precio
Liviano Gama Alta	\$ 6.799,00
Liviano Gama Media	\$ 5.399,00
Liviano Gama Baja	\$ 3.400,00
Pick-up Gama Alta	\$ 14.209,14
Pick-up Gama Media	\$ 11.128,46
Pick-up Gama Baja	\$ 7.150,80
Servicio completo	
Adicional al Servicio básico	Precio
Servicio aceite caja e hidráulicos	\$ 4.200,00
Scanner automotriz	\$ 3.000,00
Reemplazo de pastillas de freno	\$ 5.500,00
Reemplazo de luces	\$ 600,00
Reemplazo de batería	\$ 12.000,00
Reemplazo de escobillas	\$ 2.500,00

Elaboración propia

4.8 Análisis de la demanda

4.8.1. Población actual y tasa de crecimiento

La población actual del departamento La Capital, en la provincia de San Luis está estimada en 246.175 habitantes aproximadamente, con una tasa de crecimiento de 1.3% anual²².

²¹ “CCA – Cámara del Comercio Automotor. <https://cca.org.ar/>

²² INDEC Instituto Nacional de Estadística y Censos de la República Argentina (2021). Proyecciones por departamento..

Figura 10: Población estimada de San Luis al 1 de Julio de cada Año

Departamento	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Total	443.944	450.434	456.924	463.411	469.889	476.351	482.796	489.225	495.629	502.000	508.328	514.610	520.845	527.023	533.137	539.178
La Capital	209.426	212.801	216.175	219.549	222.916	226.277	229.628	232.974	236.302	239.614	242.908	246.175	249.414	252.625	255.804	258.947

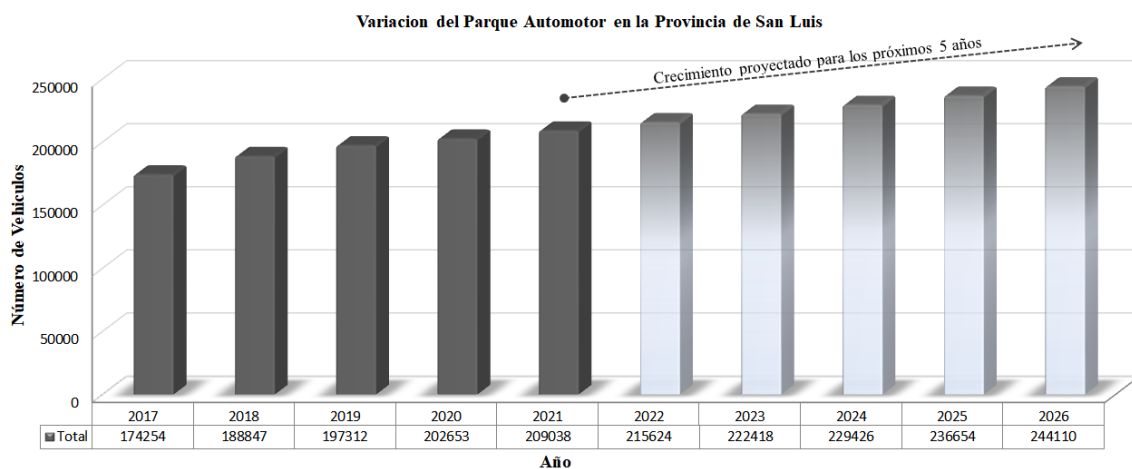
Fuente: INDEC. Proyecciones elaboradas en base a los resultados del Censo Nacional de la Población, Hogares y Vivienda 2010.

4.8.2. Determinación de la demanda y parque Automotor

Como se estableció anteriormente, el rango de personas que se tendrá en cuenta para el desarrollo de este trabajo, estará dado por todas las personas de entre 18 y 90 años que sean poseedores o usuarios de vehículos y residentes de las áreas comprendidas en el Gran San Luis. Éste rango comprende aproximadamente 187.708 personas.

En la Provincia de San Luis hay un total 209.038 vehículos activos y en condiciones registrables para circular²³, según el Boletín Estadístico de 2021 emitido por la Dirección Nacional del Registro de la Propiedad Automotor (D.N.R.P.A.) con un crecimiento anual promedio del 3.15% (1 punto por encima del porcentaje Nacional) ubicando a la provincia en el top 10 a nivel nacional de vehículos por personas (2.4 personas por cada vehículo activo). Además los Registros de Automotor N° 1, 2, 3, y 4 de la provincia, representativos de Gran San Luis, registraron 2366 inscripciones de vehículos 0KM durante el año, lo que representa un 16.65% más que el mismo periodo del año pasado (Anexo 4).

Gráfico N°2: Cantidad de vehículos en la Provincia de San Luis.



Elaboración propia en base al Boletín Estadístico D.N.R.P.A.

²³ DIRECCIÓN NACIONAL DE REGISTRO DE LA PROPIEDAD AUTOMOTOR. *Boletines Estadísticos* 2021.



Es importante aclarar, que si bien las estadísticas emitidas por las organismos oficiales muestran crecimientos en el parque automotor en la Ciudad en los últimos 10 diez años (hasta casi un 100%), los últimos años se sufrió una de las caídas más importantes de la historia en la economía de nuestro país, debido no solo a los procesos devaluatorios ocurridos entre el 2015 y 2021, sino también a la parálisis en la actividad económica producto del COVID-19. A pesar de lo señalado, se espera un crecimiento generalizado de la actividad económica y específicamente del parque automotor en los próximos años de acuerdo a los informes de relevamientos de expectativas de mercado emitidos por el Banco Central de la República Argentina y del Informe Técnico Económico emitidos por el INDEC.

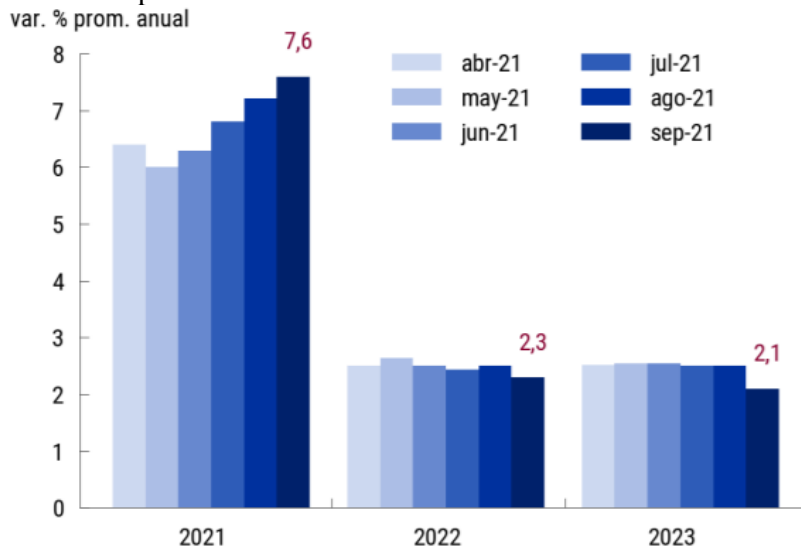
Tabla 6: Expectativas de crecimiento anual del PBI.

PIB a precios constantes					
Período	Referencia	Mediana (REM sep-21)	Dif. con REM anterior*	Promedio (REM sep-21)	Dif. con REM anterior*
2021	var. % prom. anual	7,6	+0,4 (4)	7,5	+0,3 (4)
2022	var. % prom. anual	2,3	-0,2 (1)	2,2	-0,2 (1)
2023	var. % prom. anual	2,1	-0,4 (1)	2,2	-0,1 (1)

*Comparación en relación al relevamiento previo, pudiendo no coincidir exactamente por efecto de redondeo. El número entre paréntesis indica por cuántos relevamientos consecutivos se mantiene la misma tendencia.

Fuente: Banco Central, Régimen de Expectativas de Mercado (sep-2021)

Gráfico N°3: Expectativas de crecimiento anual del PBI.



Fuente: Banco Central de la República Argentina, Régimen de Expectativas de Mercado (sep-2021)



Otro dato a tener en cuenta en este estudio de la demanda es el informe emitido por el Automóvil Club Argentino para la Municipalidad de San Luis en 2016²⁴, donde se demostró que alrededor de 153 mil automóviles ingresaban al centro capitalino por día. Este dato no es menor, ya que representa un 87.8% del total de vehículos activos en ese año en la Provincia.

Por lo tanto, llegamos a la conclusión que la demanda del servicio objeto de este trabajo estará dada por aproximadamente 76.248 vehículos registrados en el Gran San Luis, con un incremento anual del 3.15%, de los cuales requieren al menos 1 servicio de mantenimiento preventivo al año.

4.8.3. Hábitos de consumos

El “Informe de la Encuesta Nacional de Gasto de Hogares 2017-2018”²⁵ emitida por el INDEC a fines de 2019 identifica que el 9.1% de los ingresos de las personas es destinado al funcionamiento y mantenimiento de equipo para el transporte personal.

Por otro lado, la compañía Nielsen, líder global en medición de hábitos de consumo, en su Reporte Global de Responsabilidad de 2018, describe “La tendencia hacia los consumidores que desean productos ecológicos, sostenibles y respetuosos con el medio ambiente se ha consolidado en los últimos años. Los consumidores consideran las implicaciones ambientales mucho más que las generaciones anteriores. En este contexto, los Millennials son la fuerza impulsora detrás del cambio hacia productos sostenibles. Los consumidores de 21 a 34 años no solo quieren productos ecológicos, sino que también les resulta más fácil encontrarlos y hablar sobre ellos gracias a la tecnología y las redes sociales”.²⁶ El mismo informe identifica que el 73% de los consumidores prefieren productos y servicios que cumplan con las demandas de responsabilidad social.

4.8.4. Estimación de la demanda

La cantidad de servicios que se esperan realizar durante el primer año reflejada en la Tabla 7 representan el 4.36% del mercado potencial (Gráfico N°4). En la focalización del mercado es

²⁴ EL DIARIO DE LA REPÚBLICA (2019). “El parque automotor sumó 100 mil vehículos en nueve años”.

²⁵ INDEC Instituto Nacional de Estadística y Censos de la República Argentina (2019). *Informe de Gastos*. pág. 71.

²⁶ THE NIELSEN COMPANY. (2018) *Reporte de Responsabilidad Global*. pág. 120

posible señalar, en base a información de otras franquicias de la marca en Cuyo, que el 15% de la demanda sean vehículos livianos, mientras que el 85% restante sean Pick-up y utilitarios de mayor carrocería.

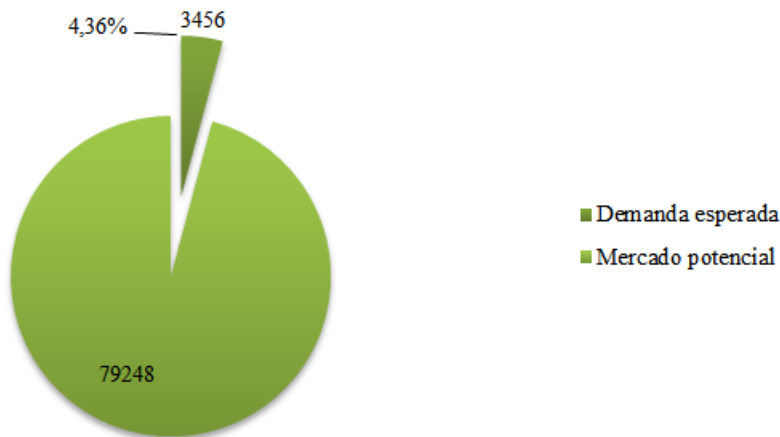
De esa misma información se desprende que el 24% de los servicios se hicieron a unidades de la marca Peugeot y Citroen, 16% a Volkswagen, 14% Renault, 11% Fiat, 10% Ford, 10% Chevrolet, 7% Toyota, 2 % a la marca Honda y el 5% a otras marcas.

Tabla 7: Demanda esperada por tipo de servicio

Servicios	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Vehículo	Q	Q	Q	Q	Q
Liviano Gama Alta	1256	1633	2123	2335	2568
Liviano Gama Media	946	1230	1599	1759	1934
Liviano Gama Baja	736	957	1244	1368	1505
Pick-up Gama Alta	222	289	375	413	454
Pick-up Gama Media	167	217	282	310	341
Pick-up Gama Baja	130	169	220	242	266
Demanda esperada	3456	4493	5841	6425	7067

Gráfico N°4: Demanda esperada Año 1.

Estimacion de demanda



4.9 Análisis de la oferta.

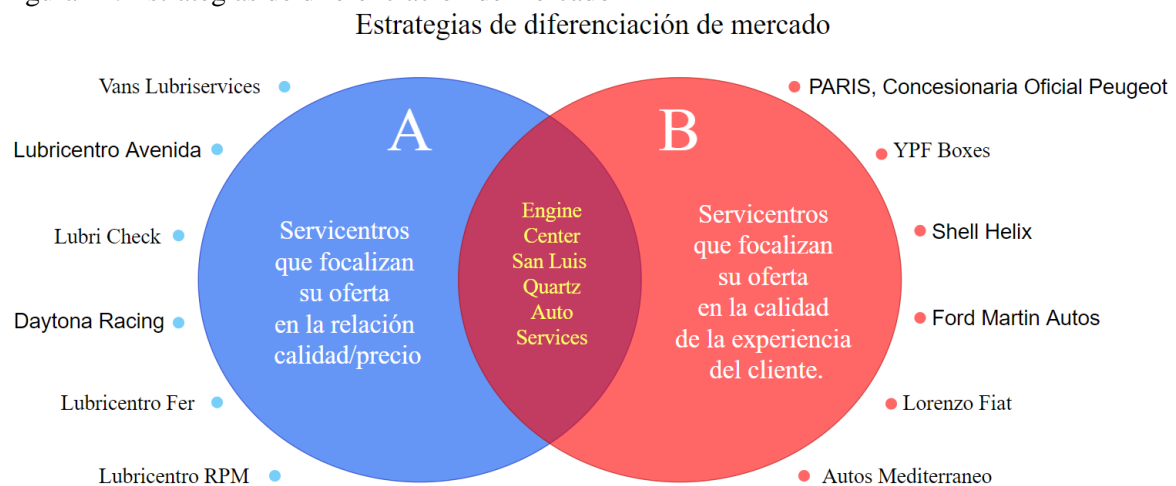
El mercado en el que se insertará este negocio se caracteriza por tener varias empresas que comercializan los mismo o similares productos, por lo que el grado de control sobre los precios es muy bajo y se regulan por el equilibrio de mercado. Ahora bien, a tener en consideración, son dos aspectos importantes: en primer lugar al tener una relación contractual directa con una marca de primer nivel mundial, se obtienen costos significativamente más

bajos que la competencia; y en segundo lugar, afirmar que la calidad de los servicios prestados permiten diferenciarnos. El proyecto está orientado a generar una experiencia confortable y gratificante a sus clientes en el tiempo de espera; logrando así diferenciarse respecto a otros negocios del mismo rubro y ganando un mejor posicionamiento de la marca en el mercado.

En base al estudio de la competencia que se realizó, y teniendo en cuenta la experiencia de los consumidores dentro del negocio, podemos dividir la oferta de este tipo de servicios en 2 grupos.

- A. Negocios focalizados en la calidad/precio del servicio en el taller.
- B. Negocios focalizados en la calidad de atención al cliente.

Figura 11: Estrategias de diferenciación de mercado



Elaboración propia

Como se muestra en la imagen, éste modelo de negocio intenta posicionar su oferta entre los consumidores que buscan el mejor precio/calidad y aquellos que están interesados en la eficiencia de los tiempos, calidad de atención, climatización, imagen, responsabilidad con terceros, modernización, etc.

En la ciudad de San Luis, en la actualidad sólo Lubri-Cofi ofrece este tipo de servicios, considerándolo así competencia directa.

4.10 Distribución y comunicación.

El Canal de distribución es de venta directa al consumidor.



Universidad Católica de Cuyo Sede San Luis

Facultad de Cs Económicas y Empresariales

El plan de comunicación del negocio se enfoca en el desarrollo e importancia de los sistemas CRM (*Customer Relationship Management*) y las redes sociales para lograr una fidelización y servicio post venta.



Universidad Católica de Cuyo Sede San Luis
Facultad de Cs Económicas y Empresariales

ESTUDIO LEGAL



5. ESTUDIO LEGAL

A continuación se describen los elementos más significativos relacionados al estudio legal e impositivo que se analizaron en relación a la viabilidad del proyecto.

5.1 Forma Jurídica

Luego de analizar las ventajas y desventajas de instrumentar este proyecto bajo la modalidad de Sociedad Anónima Unipersonal establecidas por la Ley de Sociedades N° 19950 y sus reformas por el nuevo Código Civil y Comercial, y teniendo en cuenta el reducido tamaño del negocio y los costos actuales de trámites y gestiones de inscripción, se determinó que la forma jurídica más conveniente es la de Empresario Individual o Persona Humana.

Persona Humana es la denominación que utiliza el Código Civil y Comercial de la Nación para referirse a la persona de existencia real susceptible de adquirir derechos y contraer obligaciones, en este caso un Empresario es la persona humana que realiza una actividad empresarial o profesional en nombre y por cuenta propia. El empresario individual reúne las condiciones de capacidad legal descritas en el artículo 22 y 23 del Título I, Capítulo 2, Sección 1° de la Ley 26.664²⁷: mayor de edad o menor emancipado y de libre disposición de sus bienes, habitualidad y actuación en nombre y por cuenta propia. Realiza la actividad propia de su giro comercial respondiendo ante sus acreedores con todos sus bienes presentes y futuros. No existe limitación de responsabilidad, es decir, su responsabilidad es ilimitada. No existe diferencia entre su patrimonio personal y su patrimonio comercial. Puede inscribirse en el Registro Público de Comercio (RPC). Esta inscripción es voluntaria.

5.2 Inscripción y Legalización

Los pasos para la inscripción de la persona humana son:

5.2.1. Inscripción en A.F.I.P. (Administración Federal de Ingresos Públicos)²⁸.

²⁷ LEY 26.994 (2014). *Código Civil y Comercial de la Nación*. Infoleg

²⁸ AFIP - Administración Federal de Ingresos Públicos. *Guías Paso a Paso*.
www.serviciosweb.afip.gob.ar/genericos/guiasPasoPaso/VerGuia.aspx?id=317.



- 5.2.1.1 Generación online de Clave AFIP a través de la app “MI AFIP”. La app solicita carga de información personal, DNI y datos biométricos.
 - 5.2.1.2 Solicitud de CUIT y aceptación de datos biométricos a través del sitio web del organismo www.afip.com.ar en el micrositio “Inscripción Digital”.
 - 5.2.1.3 A través del micrositio “Registro Tributario” se genera el formulario 460/E para alta de CUIT.
 - 5.2.1.4 Una vez designado el CUIT es necesario para poder operar con los servicios de AFIP ingresar al micrositio “Registro Tributario” para operar las altas a los diferentes impuestos nacionales. En éste caso bajo análisis, hay que dar el alta en impuestos IVA, Ganancias, Empleador y Autónomos.
 - 5.2.1.5 Definir los “Puntos de Venta” para poder emitir las facturas correspondientes. Punto de venta 00001 para los talonarios de facturación manual con CAI que nos exige la legislación como soporte en caso de falla de los sistemas computarizados; punto de venta 00002 para las facturas electrónicas emitidas con RCEL-Régimen de Emisión de Comprobante Electrónico en Línea; punto de venta 00003 para las facturas electrónicas emitidas con RECE-Régimen de Emisión de Comprobantes Electrónicos para utilizar con el Sistema Software a implementar. Para poder operar este punto es necesario contar con la Inscripción en la Dirección Provincial de Ingresos Públicos de la Provincia.
 - 5.2.1.6 Por último debemos imprimir el Formulario 960D “Data Fiscal” que debe estar visiblemente ubicado en el local de atención al público.
- 5.2.2. Inscripción en D.P.I.P. (Dirección Provincial de Ingresos Públicos)²⁹.
- Inscripción. Requisitos:
 1. Fotocopia del Documento Nacional de Identidad.
 2. Constancia de Inscripción en Impuestos Nacionales (A.F.I.P).
 3. Copia del Sistema Registral emitido por la página web de la A.F.I.P.
 4. Fotocopia de algún servicio (luz, gas, etc.) donde conste el domicilio donde se presta el mismo y que coincida con el Domicilio Fiscal Declarado.

²⁹ DPIP - DIRECCIÓN PROVINCIAL DE INGRESOS PÚBLICOS. *Impuesto sobre los ingresos brutos*. www.dpip.sanluis.gov.ar/impuesto-sobre-los-ingresos-brutos/.



- El trámite de inscripción se realiza de forma digital desde el sitio web <https://dpip.sanluis.gov.ar>

5.2.3. **Habilitación municipal:** Una vez terminadas las obras en la unidad de explotación se solicita la habilitación comercial a través de SIGEM – Sistema Integral de Gestión Municipal correspondiente a la municipalidad de San Luis³⁰. El mismo nos requerirá la siguiente documentación a tener en cuenta:

- Nombre de fantasía del comercio.
- Rubro.
- Contrato de locación o escritura de la propiedad.
- Libre deuda de tasas y servicios.
- Libre deuda de comercio.
- Metros cuadrados del local y Plano aprobado por la municipalidad.
- Matafuego, sistema contra incendios, cartelería y señalización de seguridad.
- Libreta Sanitaria.
- DNI.
- Constancia de inscripción en AFIP.
- Constancia de No inscripción en registro de deudores morosos.
- Informe técnico de seguridad e higiene.
- Seguro de Responsabilidad Civil que corresponda a la actividad.
- Declaración Jurada de Domicilio Fiscal Electrónico.

5.2.4. **Inscripción en el Registro de Residuos Peligrosos³¹:** Es imprescindible para poder almacenar los residuos generados por este emprendimiento, estar inscriptos en el Registro de Residuos Peligrosos de la Secretaría de Ambiente y Parques de la Provincia de San Luis. El mismo se tramita vía on-line por un Técnico en Seguridad e Higiene matriculado, previo pago de arancel anual.

Al solicitar su inscripción en el Registro Nacional de Generadores y Operadores de Residuos Peligrosos deberá presentar una declaración jurada en la que manifieste, entre otros datos exigibles, lo siguiente:

³⁰ SIGEM - Sistema Integral de Gestión Municipal. www.sigem.sanluislaciudad.gob.ar/sigem/.

³¹ MARTINEZ J. y VERGES J (2004). LEY N° IX-0335 - Ley de Residuos Peligrosos..



- a) Datos identificatorios: nombre completo o razón social; nómina del directorio, socios gerentes, administradores, representantes y/o gestores, según corresponda; domicilio legal;
- b) Domicilio real y nomenclatura catastral de las plantas generadoras de residuos peligrosos; características edilicias y de equipamiento;
- c) Características físicas, químicas y/o biológicas de cada uno de los residuos que se generen;
- d) Método y lugar de tratamiento y/o disposición final y forma de transporte, si correspondiere, para cada uno de los residuos peligrosos que se generen;
- e) Cantidad anual estimada de cada uno de los residuos que se generen;
- f) Descripción de procesos generadores de residuos peligrosos;
- g) Listado de sustancias peligrosas utilizadas;
- h) Método de evaluación de características de residuos peligrosos;
- i) Procedimiento de extracción de muestras;
- j) Método de análisis de lixiviado y estándares para su evaluación;
- k) Listado del personal expuesto a efectos producidos por las actividades de generación reguladas por la presente ley, y procedimientos precautorios y de diagnóstico precoz.

Los datos incluidos en la presente declaración jurada serán actualizados en forma anual.

5.3 Normas de carácter tributarias.

Todas las actividades económicas y las personas jurídicas en nuestro país son sujeto de políticas tributaria conforme a las distintas normas que establece el Sistema Tributario Argentino.

Unos de los principales impuestos sujetos a análisis por la actividad objeto de nuestro proyecto y por la forma jurídica en la que se encuadra, es el Impuesto a las Ganancias, según su norma actualizada de la Ley N° 20628 texto ordenado en 2019, su ARTÍCULO 1 establece *“Todas las ganancias obtenidas por personas humanas, jurídicas o demás sujetos indicados en esta ley, quedan alcanzados por el impuesto de emergencia previsto en esta norma. Las sucesiones indivisas son contribuyentes conforme lo establecido en el artículo 36.*



Los sujetos a que se refieren los párrafos anteriores, residentes en el país, tributan sobre la totalidad de sus ganancias obtenidas en el país o en el exterior, pudiendo computar como pago a cuenta del impuesto de esta ley las sumas efectivamente abonadas por impuestos análogos, sobre sus actividades en el extranjero, hasta el límite del incremento de la obligación fiscal originado por la incorporación de la ganancia obtenida en el exterior.

Los no residentes tributan exclusivamente sobre sus ganancias de fuente argentina, conforme lo previsto en el Título V y normas complementarias de esta ley”³².

Esta norma no solo define los conceptos alcanzados sino también que distingue entre 4 tipos de categorías de ganancias a tener en consideración. El este Proyecto de Inversión tomamos como forma jurídica la de Persona Humana y la Norma Legal respecto a ganancias obtenidas por esta figura está establecida en el TÍTULO II, CAPÍTULO III GANANCIAS DE TERCERA CATEGORÍA, el ARTÍCULO 53: *“Rentas comprendidas. Constituyen ganancias de la tercera categoría: d): Las derivadas de otras empresas unipersonales ubicadas en el país”* y ARTÍCULO 54: *“El resultado del balance impositivo de las empresas unipersonales comprendidas en el inciso d) del artículo 53 y de las sociedades incluidas en el inciso b) del artículo 53, se considerará, en su caso, íntegramente asignado al dueño o distribuido entre los socios aun cuando no se hubiera acreditado en sus cuentas particulares”³³.*

Por último, en cuanto respecta a la Ley N° 20628, texto ordenado en 2019, la alícuota a aplicar sobre la ganancia sujeta a impuesto luego de deducir todos los conceptos que nos permite la norma, está establecida en su ARTÍCULO 94 el que define: *“Las personas humanas y las sucesiones indivisas -mientras no exista declaratoria de herederos o testamento declarado válido que cumpla la misma finalidad- abonarán sobre las ganancias netas sujetas a impuesto las sumas que resulten de acuerdo con la siguiente escala:*

ESCALA Los montos previstos en este artículo se ajustarán anualmente, a partir del año fiscal 2018, inclusive, por el coeficiente que surja de la variación anual de la Remuneración Imponible Promedio de los Trabajadores Estables (RIPTE), correspondiente al mes de octubre del año anterior al del ajuste respecto al mismo mes del año anterior”³⁴. (Ver Anexo

³² “LEY 20628 - Ley de Impuesto a las ganancias (2019). *Texto Ordenado por Decreto 824/2019*. Boletín Oficial de la República Argentina. Pág. 1.

³³ *Ibidem*, pág. 37.

³⁴ *Ibidem*, pág. 67.



V).

El segundo Impuesto Nacional a analizar es el Impuesto al Valor Agregado (IVA) establecido por la Ley N° 20631. Esta norma abarca 3 aspectos a considerar, el Objeto, el Sujeto y el Nacimiento del Hecho Imponible.

En cuanto al Objeto podemos decir que este proyecto está alcanzado por el ARTÍCULO 1 inciso a): *“Establécese en todo el territorio de la Nación un impuesto que se aplicará sobre: Las ventas de cosas muebles situadas o colocadas en el territorio del país efectuadas por los sujetos indicados en los incisos a), b), d), e) y f) del artículo 4°, con las previsiones señaladas en el tercer párrafo de ese artículo”* e inciso b): *“Las obras, locaciones y prestaciones de servicios incluidas en el artículo 3°, realizadas en el territorio de la Nación”* en complementación al ARTÍCULO 3 inciso e) apartado 21.f): *“Las locaciones y prestaciones de servicios que se indican a continuación, en cuanto no estuvieran incluidas en los incisos precedentes: Los servicios técnicos y profesionales (de profesiones universitarias o no), artes, oficios y cualquier tipo de trabajo”*³⁵.

Desde el punto de vista del Sujeto, este emprendimiento está alcanzado por los incisos a) y e) del ARTÍCULO 4 que establece que son sujetos pasivos del impuesto quienes:

“a) Hagan habitualidad en la venta de cosas muebles, realicen actos de comercio accidentales con las mismas o sean herederos o legatarios de responsables inscriptos; en este último caso cuando enajenen bienes que en cabeza del causante hubieran sido objeto del gravamen.

e) presten servicios gravados. ”

El último aspecto a considerar es el Nacimiento del Hecho Imponible, establecidos en el ARTÍCULO 5 de la Ley, que en nuestro caso, ya sea para la venta o para los servicios, los mismos se confeccionan en el momento de la entrega del bien, emisión de la factura o acto equivalente, el que fuere anterior.

El TÍTULO III y IV de la Ley de IVA establece los mecanismos y tasas de liquidación de este impuesto, que a modo de resumen podemos decir que los montos serán los que resulten de aplicar una alícuota del 21% -ya sea para las ventas como para los servicios realizados en el taller-, la cual se calculará sobre los precios netos de facturación y deducidos los montos de IVA Crédito asumidos durante el periodo.

³⁵ LEY 20631 - Impuesto al valor Agregado (1997). Biblioteca AFIP. pág. 1



Otro concepto de carácter nacional que debemos tener en consideración a la hora de evaluar los aspectos tributario, son los referidos a las contribuciones patronales a la seguridad social que los empleadores deben realizar sobre la nómina de empleados, con destino al Sistema Integrado Previsional Argentino (Ley N° 24.241 y sus modificaciones), Instituto de Servicios Sociales para Jubilados y Pensionados (Ley N° 19.032 y sus modificaciones), Régimen Nacional de Obras Sociales (Ley N° 23.660 y sus modificaciones), Régimen Nacional del Seguro de Salud (Ley N° 23.661 y sus modificaciones), Fondo Nacional de Empleo (Ley N° 24.013 y sus modificaciones), Régimen de Asignaciones Familiares (Ley N° 24.714) y sus modificaciones, Ley de Riesgos del Trabajo (Ley N° 24.557 y sus modificaciones).

Estos conceptos serán informados a través del formulario F-931 y se calculan en base a los salarios devengados durante el periodo a informar (remunerativos).

La base para el cálculo es la siguiente:

1. Jubilación, Ley N° 24.241: se paga el 10.17%
2. Obra social, Ley N° 23.660 se paga el: 6%
3. Anses, Asignaciones familiares, Ley N° 24.714: 4.44%
4. ISSJP, Ley N° 19.032: 1.5%
5. Fondo Nacional de Empleo, N° Ley 24.013: 0.89%
6. Ley de Riesgos de Trabajo, N° 24557: se paga un importe fijo por empleado de \$111.75 aproximadamente más un monto variable que depende de la aseguradora contratada, puede estar alrededor del 4.56%
7. Seguro de Vida Obligatorio: es un importe fijo por empleado de \$24.35.

Es importante aclarar que el pago de estos conceptos se realiza conjuntamente con los aportes que el empleador debe retener a cada uno de sus empleados conforme lo establece la legislación.

A nivel provincial vamos a destacar el Impuesto a los Ingresos Brutos de la Provincia de San Luis. Los sujetos obligados son todas las personas, asociaciones, organizaciones, sociedades, empresas, que realicen actividad habitual y a título oneroso en la provincia. Este impuesto es anual, pero debe informarse y pagarse anticipos mensualmente en relación a la facturación del periodo, aplicando la alícuota que para cada actividad establece la Ley Impositiva Anual.

El Código de Actividad a tener en cuenta para el cálculo del impuesto será:



466119: “Venta al por menor de combustibles n.c.p. y lubricantes para automotores” al que corresponde una Alícuota General del 4.2%.

452990: “Mantenimiento y reparación del motor n.c.p.; mecánica integral” al que corresponde una Alícuota General del 4.2%.

453291: “Venta al por menor de partes, piezas y accesorios nuevos n.c.p.” Corresponde una Alícuota General del 4.2%.

A los fines del Artículo 215 del Código Tributario Ley N° VI-0490- 2005 y sus modificatorias, se establece un importe mínimo anual a tributar. Los mínimos establecidos serán en función de los ingresos totales anuales, del ejercicio inmediato anterior, sean gravados, no gravados o exentos y sin considerar la incidencia del Impuesto al Valor Agregado, de la actividad sujeta el mínimo especial y de acuerdo a la siguiente escala:³⁶

Tabla 8: Escala de impuestos mínimos Código Tributario de San Luis.

INGRESOS ANUALES		IMPUESTO MINIMO ANUAL
DESDE	HASTA	
	\$ 417.478,00	\$ 7.680,00
\$ 417.479,00	\$ 626.217,00	\$ 8.640,00
\$ 626.218,00	\$ 834.956,00	\$ 12.840,00
\$ 834.957,00	\$ 1.043.095,00	\$ 17.280,00
\$ 1.043.096,00	\$ 1.252.434,00	\$ 21.600,00
\$ 1.252.435,00	\$ 1.739.492,00	\$ 25.920,00
MAS DE \$ 1.739.493,00		\$ 36.480,00

Fuente: Ley Impositiva anual 2021. Ley N° VI-0490-2005

Por último, tenemos que analizar los costos referentes a las tasas y sellados municipales de la Ciudad de San Luis. Los sellados corresponden a conceptos que se deben abonar para dar inicio a los diferentes trámites que se llevan a cabo en la Municipalidad y varían según el trámite; por otro lado las tasas son canon fijos o variables que se pagan mensualmente, entre los que se destacan las tasas que inciden sobre la actividad comercial (6%₀ del facturado mensual), tasa que inciden sobre la evaluación medioambiental, tasas de alumbrado y barrido, tasas de inciden sobre la publicidad y cartelera, tasas municipales³⁷.

³⁶ CODIGO TRIBUTARIO LEY N° VI-0490-2005 (2021). *Ley Impositiva anual para el ejercicio Fiscal 2021*. D.P.I.P San Luis.

³⁷ CÓDIGO TRIBUTARIO MUNICIPAL (2021). Ordenanza Tarifaria Municipal de San Luis.



5.4 Normas de carácter laboral

El artículo 21 de la Ley de Contrato de Trabajo dicta: –“Habrá contrato de trabajo, cualquiera sea su forma o denominación, siempre que una persona física se obligue a ejecutar obra o prestar servicios en favor de la otra y bajo la dependencia de ésta, durante un periodo determinado o indeterminado de tiempo, mediante el pago de una remuneración.”- y a su vez el artículo 37 de la mencionada norma dice: -“El contrato de trabajo tendrá por objeto la prestación de una actividad personal e infungible, indeterminada o determinada. En este último caso, será conforme a la categoría profesional del trabajador si se la hubiese tenido en consideración al tiempo de celebrar el contrato o en el curso de la relación, de acuerdo a lo que prevean los estatutos profesionales y convenciones colectivas de trabajo”³⁸.

Respecto a este proyecto, toda relación laboral entre la empresa y sus trabajadores estarán reguladas por las Leyes Laborales y Previsionales Nacionales vigentes y en particular con las reglamentación establecida en el Convenio colectivo de trabajo N° 27/88 - Sindicato de Mecánicos y Afines del Transporte Automotor de la República Argentina con la Federación Argentina de Asociaciones de Talleres de Reparación Automotores y Afines.


Las Categorías Laborales por las actividades realizadas comprendidas en este Convenio están establecidas en el Artículo 8: “*Oficial inspector. Oficial de primera. Oficial. Medio Oficial. Aprendiz ayudante*”³⁹.

En el Acta Acuerdo firmada en Agosto de 2021 se estableció la siguiente escala salarial:

³⁸ LEY 20744 - Ley de Contrato de trabajo (1976). Compendio de legislación. Errepar 2011. pág. 3

³⁹ Convenio Colectivo de Trabajo 27/88 . FAATRA. pág. 7



 Sindicato de Mecánicos y Afines del Transporte Automotor de la Rep. Argentina <small>Personería Gremial N° 85. Extendida por Resolución N°10:56 D.N.T. a todo el Territorio de la República Argentina (Afilido a la C.G.T., F.L.A.T.I.M. y F.I.T.I.M.) Av. Belgrano 665 - Tel (011) 4340-7400 - Capital Federal</small>						
Convenio Colectivo de Trabajo N° 27/88 S.M.A.T.A. - F.A.A.T.R.A. - VIGENCIA 01/08/2021 AL 30/06/2022						
Artículo 34*		Básico Anterior	01/08/2021 13%	01/11/2021 9%	01/02/2022 10%	01/04/2022 10%
Personal Jornalizado Valores S/h.	Oficial Inspector	\$ 295,18	\$ 333,55	\$ 363,57	\$ 399,93	\$ 439,93
	Oficial de Primera	\$ 276,67	\$ 312,64	\$ 340,77	\$ 374,85	\$ 412,34
	Oficial	\$ 265,48	\$ 299,99	\$ 326,99	\$ 359,69	\$ 395,65
	Medio Oficial	\$ 253,28	\$ 286,21	\$ 311,96	\$ 343,16	\$ 377,48
	Peón	\$ 227,15	\$ 256,68	\$ 279,78	\$ 307,76	\$ 338,54
	Aprendices Ayudantes					
	A los 16 y 17 años	\$ 200,18	\$ 226,21	\$ 246,57	\$ 271,22	\$ 298,35
	A los 18 y 19 años	\$ 207,07	\$ 233,99	\$ 255,05	\$ 280,56	\$ 308,61
Personal Mensualizado Valores S/mes	Engrasadores-Operarios Ayudantes- Lavadores Limpiadores y Expendedores de Combustible	\$ 249,98	\$ 282,48	\$ 307,90	\$ 338,69	\$ 372,56
	Auxiliar de Primera	\$ 55.310,79	\$ 62.501,19	\$ 68.126,30	\$ 74.938,93	\$ 82.432,82
	Auxiliar de Segunda	\$ 50.703,66	\$ 57.295,13	\$ 62.451,70	\$ 68.696,87	\$ 75.566,55
	Auxiliar de Tercera	\$ 47.906,66	\$ 54.134,52	\$ 59.006,63	\$ 64.907,29	\$ 71.398,02
	Auxiliar de Cuarta	\$ 43.310,32	\$ 48.940,66	\$ 53.345,32	\$ 58.679,85	\$ 64.547,84
	Choferes	\$ 48.389,75	\$ 54.680,42	\$ 59.601,65	\$ 65.561,82	\$ 72.118,00
	Maestranza	\$ 43.471,05	\$ 49.122,29	\$ 53.543,30	\$ 58.897,63	\$ 64.787,39
	Menores de hasta 16 años	\$ 37.155,13	\$ 41.985,30	\$ 45.763,98	\$ 50.340,38	\$ 55.374,41
	Menores de 17 hasta 18 años	\$ 38.375,05	\$ 43.363,80	\$ 47.266,55	\$ 51.993,20	\$ 57.192,52
	Personal a sueldo comisión y/o bonificación	\$ 43.310,32	\$ 48.940,66	\$ 53.345,32	\$ 58.679,85	\$ 64.547,84

SERGIO PIGNANELLI
SECRETARIO GREMIAL
CONSEJO DIRECTIVO NACIONAL
S.M.A.T.A.

PABLO PAGEZ
SUBSECRETARIO GREMIAL
DE CONVENIOS Y EFECTOS LABORALES
CONSEJO DIRECTIVO NACIONAL
S.M.A.T.A.

ADRIAN VALLE
SUB SECRETARIO GREMIAL
CONSEJO DIRECTIVO NACIONAL
S.M.A.T.A.

[Handwritten signature]

5.5 Normas de carácter ambiental.

Toda generación, manipulación, transporte, tratamiento y disposición final de residuos peligrosos generados o ubicados en nuestro país quedan sujetos a las disposiciones de la Ley N° 24051⁴⁰ y deberán tratarse, declararse y mantener actualizada la información en el Registro Nacional de Generadores y Operadores de Residuos Peligrosos. Es adaptada por la provincia de San Luis por la Ley N° IX-0335-2004.⁴¹

De la Ley N° 24051 es importante considerar las siguientes definiciones para comprender el alcance de esta ley en la actividad bajo análisis de este proyecto:

Artículo 2: “Será considerado peligroso, a los efectos de esta ley, todo residuo que pueda causar daño, directa o indirectamente, a seres vivos o contaminar el suelo, el agua, la atmósfera o el ambiente en general.

⁴⁰ LEY 24.051 - Ley de Registro de Generadores y Operadores de Residuos Peligrosos.

⁴¹ LEY N° IX-0335 (2004). Ley de Residuos Peligrosos.



En particular serán considerados peligrosos los residuos indicados en el Anexo I o que posean alguna de las características enumeradas en el Anexo II de esta ley”.

Anexo I, Y8: *“Desechos de aceites minerales no aptos para el uso a que estaban destinados”.*

Y9: *“Mezclas y emulsiones de desecho de aceite y agua o de hidrocarburos y agua”.*

Y48: *“Todos los materiales y/o elementos diversos contaminados con alguno o algunos de los residuos peligrosos identificados en el Anexo I o que presenten alguna o algunas de las características peligrosas enumeradas en el Anexo II de la Ley de Residuos Peligrosos cuyo destino sea o deba ser una Operación de Eliminación según el Anexo III de la citada ley. A los efectos de la presente norma, se considerarán, en forma no excluyente, materiales diversos y/o elementos diversos contaminados, a los envases, contenedores y/o recipientes en general, tanques, silos, trapos, tierras, filtros, artículos y/o prendas de vestir de uso sanitario y/o industrial y/o de hotelería hospitalaria cuyo destino sea o deba ser una Operación de Eliminación de las previstas en el Anexo III de la presente Ley”.*

Anexo II, 3-H3: *“Líquidos inflamables: Por líquidos inflamables se entiende aquellos líquidos o mezcla de líquidos, o líquidos con sólidos en solución o suspensión.”*

Artículo 5: *“Los generadores y operadores de residuos peligrosos deberán cumplimentar, para su inscripción en el Registro, los requisitos indicados en los artículos 15, 23 y 34, según corresponda. Cumplidos los requisitos exigibles, la autoridad de aplicación otorgará el Certificado Ambiental, instrumento que acredita, en forma exclusiva, la aprobación del sistema de manipulación, transporte, tratamiento o disposición final que los inscriptos aplicarán a los residuos peligrosos. Este Certificado Ambiental será renovado en forma anual”.*

Artículo 12: *“Será considerado generador, a los efectos de la presente, toda persona física o jurídica que, como resultado de sus actos o de cualquier proceso, operación o actividad, produzca residuos calificados como peligrosos en los términos del artículo 2° de la presente”.*

Artículo 15: *“Todo generador de residuos peligrosos, al solicitar su inscripción en el Registro Nacional de Generadores y Operadores de Residuos Peligrosos deberá presentar una declaración jurada en la que manifieste...”*



Artículo 17: *“Los generadores de residuos peligrosos deberán:*

- a) Adoptar medidas tendientes a disminuir la cantidad de residuos peligrosos que generen;*
- b) Separar adecuadamente y no mezclar residuos peligrosos incompatibles entre sí;*
- c) Envasar los residuos, identificar los recipientes y su contenido, numerarlos y fecharlos, conforme lo disponga la autoridad de aplicación;*
- d) Entregar los residuos peligrosos que no traten en sus propias plantas a los transportistas autorizados, con indicación precisa del destino final en el pertinente manifiesto, al que se refiere el artículo 12 de la presente”⁴².*

⁴² LEY 24.051 - Ley de Registro de Generadores y Operadores de Residuos Peligrosos. Pág. 4 y 5.



Universidad Católica de Cuyo Sede San Luis
Facultad de Cs Económicas y Empresariales

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

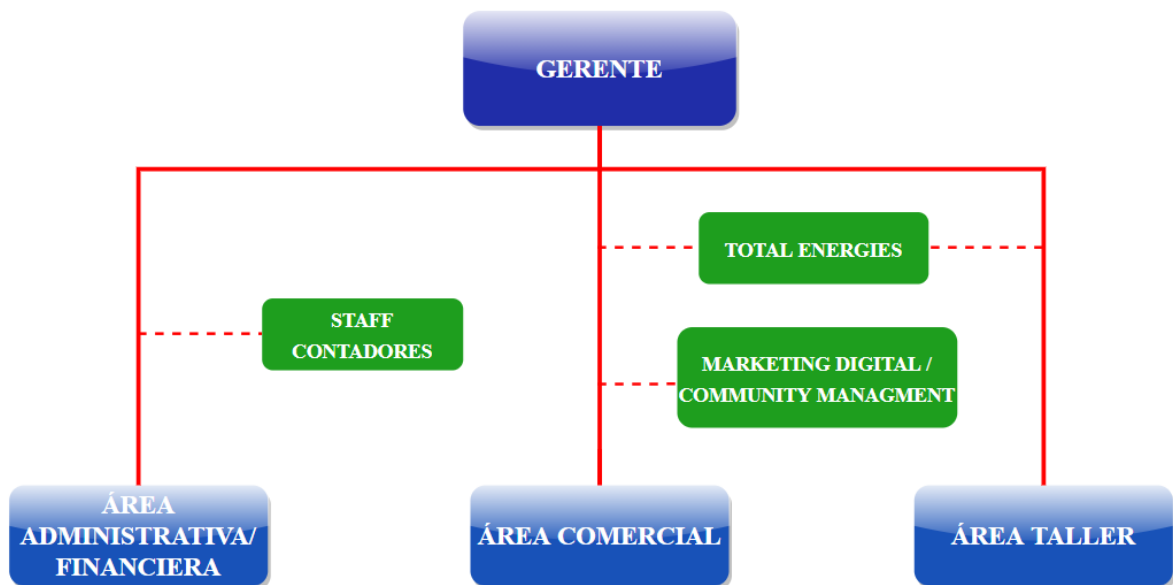
6. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

6.1 Nombre de Fantasía

Engine Center San Luis.

6.2 Organigrama.

Figura 12: Organigrama General



6.3 Procesos administrativos.

Los procesos administrativos de la empresa son:

Gerencia:

- Son todas las actividades relacionadas con la definición de objetivos estratégicos generales y específicos y del propósito socio-económico de la empresa; la planificación y programación de las diferentes actividades en las distintas áreas; y el Control de Gestión de los resultados.

Área Administrativa/ Financiera:

- Realizar las gestiones administrativas del proceso comercial y financiero en general.
- Registros contables y mantener actualizada la base de datos de los clientes.



- Mantener los archivos digitales y físicos ordenados y bien conservados.
- Administrar el Recursos Humanos.
- Gestiones administrativas de tesorería, ctas ctes y pago a proveedores.
- Administración de costos operativos.
- Cumplir con las necesidades de información que la dirección necesita para tomar decisiones que beneficien a la empresa.

Área Comercial:

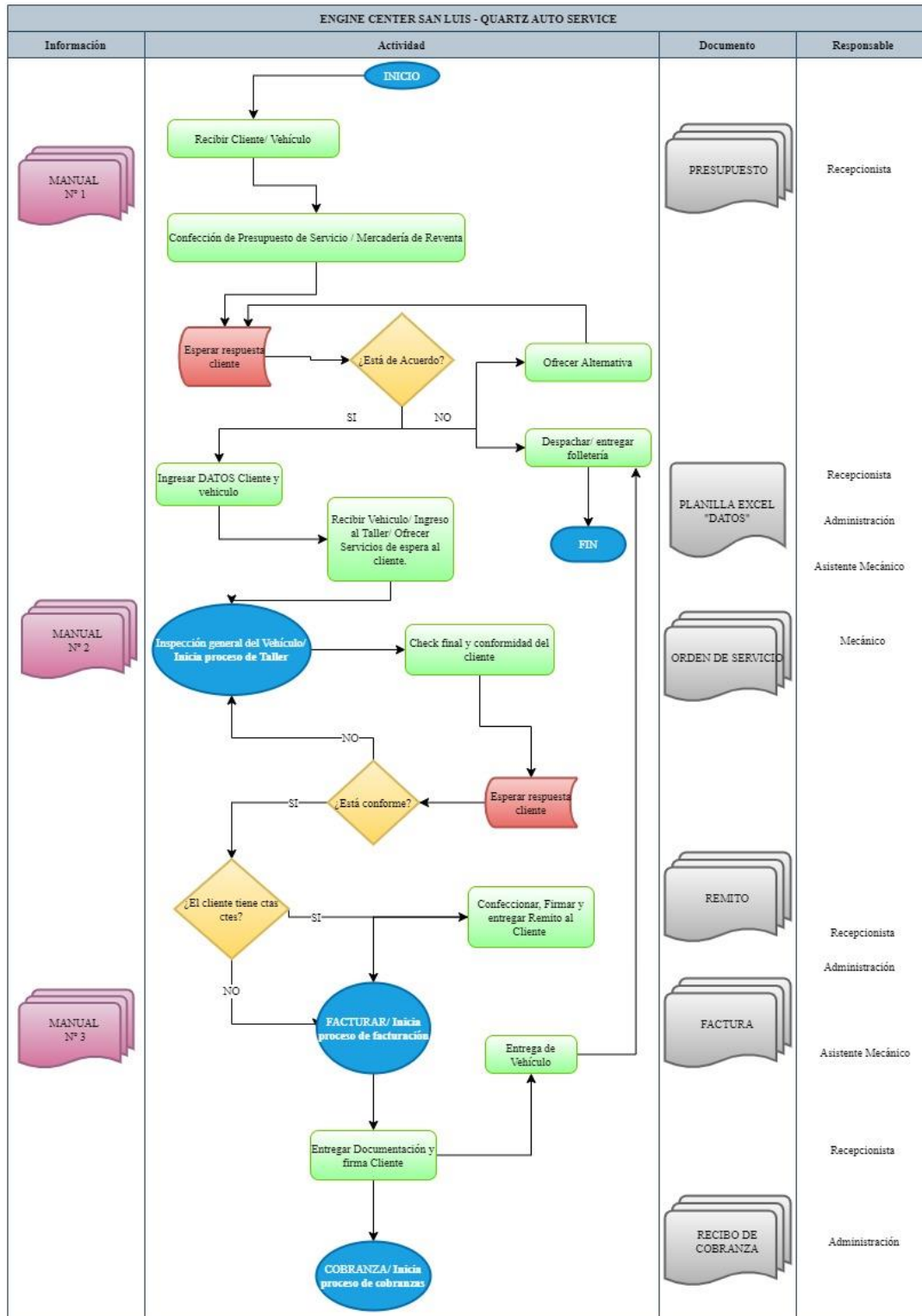
- La función principal de esta área es la atención y servicio al cliente.
- Mantener los estándares de imagen de la marca requeridos.
- Controlar y contestar las diferentes consultas de los clientes, a través de las distintas vías de comunicación: redes sociales, mail, web, etc.
- Organizar los turnos de los servicios en el área taller.
- Control y administración de Inventarios.
- El requerimiento para la compra de materia prima se realiza a través de notas de pedido firmadas por el empleado, cumpliendo con los estándares mínimos de consumo requeridos contractualmente con el Franquiciador.
- Cotizar los servicios antes de ingresar al taller.
- Se realiza control de calidad, verifica que el producto/servicio cumpla con las especificaciones de calidad al concluir cada proceso.
- Se realiza encuesta de satisfacción a los clientes.

Área Operativa:

- Recibir los vehículos, previa inspección ocular.
- Realizar los trabajos de mantenimiento, reparación, rellenado de fluidos y control de 12 puntos críticos recomendados.
- Al terminar cada actividad del área operativa se completa una Orden de Servicio indicando la cantidad de material que pasa a la siguiente etapa y cantidad de cada insumo utilizado, con el fin de determinar el costo del servicio realizado y actualizar la base de datos de los clientes.
- Entregar los vehículos a los clientes, y la documentación correspondiente al área comercial para la facturación y actualización de la base de datos.

6.4 Cursograma Área Comercial.

Figura 12: Diagrama de flujo organizacional general.





Universidad Católica de Cuyo Sede San Luis
Facultad de Cs Económicas y Empresariales

ESTUDIO FINANCIERO



7. ESTUDIO FINANCIERO

7.1 Planilla de inversión inicial

7.1.1 Bienes Muebles (Tangibles).

Detalle de bienes muebles amortizables para la puesta en marcha del local.

Tabla 9: Inversión inicial en bienes de uso

Bien	Cant.	Estado	Precio	Total de la Inversion
Recicladora de aire acond.	1	nuevo	\$ 355.000,00	\$ 355.000,00
Scanner Automotriz	1	nuevo	\$ 79.990,00	\$ 79.990,00
Computadora	1	nuevo	\$ 69.439,00	\$ 69.439,00
Aspirador de aceite neumático	1	nuevo	\$ 72.880,20	\$ 72.880,20
Recolector de aceite	1	nuevo	\$ 52.524,00	\$ 52.524,00
Compresor de aire	1	nuevo	\$ 98.021,00	\$ 98.021,00
Bomba de trasvase a palanca	5	nuevo	\$ 6.750,00	\$ 33.750,00
Jeringa de aceite	2	nuevo	\$ 3.542,00	\$ 7.084,00
Manómetro de aire	1	nuevo	\$ 37.710,00	\$ 37.710,00
Herramienta saca filtros de aceite	3	nuevo	\$ 860,40	\$ 2.581,20
Carro organizador de herramientas	1	nuevo	\$ 49.500,00	\$ 49.500,00
Carro porta utilaje	1	nuevo	\$ 9.200,00	\$ 9.200,00
Armario y tablero porta herramientas	1	nuevo	\$ 77.850,00	\$ 77.850,00
Kit de herramientas	1	nuevo	\$ 32.450,00	\$ 32.450,00
Recipiente para residuos	3	nuevo	\$ 10.945,00	\$ 32.835,00
Estantería metálica	10	nuevo	\$ 4.900,00	\$ 49.000,00
TV Led 42	1	usado	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00
Impresora HP Toner	1	nuevo	\$ 23.000,00	\$ 23.000,00
Telefono Movil Celular	1	usado	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
Juego de mesa y sillas metálicas	3	nuevo	\$ 31.200,00	\$ 93.600,00
TOTAL DE LA INVERSION				\$ 1.216.414,40

Elaboración propia

7.1.2 Gastos de puesta en marcha (Intangibles).

Detalle de gastos para el inicio de la actividad. Los mismos son amortizables en hasta 5 años y también son deducibles de impuesto a las ganancias.

Tabla 10: Gastos de puesta en marcha

Descripción	Monto
Alquiler	\$ 90.000,00
Acondicionamiento infraestructura	\$ 300.000,00
Publicidad	\$ 160.000,00



Instalación Maquinaria	\$ 25.000,00
Community Manager	\$ 20.000,00
Seguro de comercio	\$ 9.993,00
Refrigerios y Cafetería	\$ 4.500,00
Habilitación Comercial	\$ 28.760,00
Tasas y sellados municipales	\$ 1.366,10
Honorarios Contador	\$ 7.000,00
TOTAL DE GASTOS	\$ 646.619,10

Elaboración propia

7.1.3 Capital de trabajo.

Para la puesta en marcha del servicentro se realizará una primera compra en mercaderías, estimada para producir servicios y venta por mostrador para un mes y medio de trabajo, ya que los plazos de entrega de materia prima y materiales son de 15 días en algunos casos.

La inversión que se necesita en capital de trabajo para empezar con la actividad es de **\$ 1.912.669,60**, dividiéndose de esta manera:

Tabla 11: Inversión total en capital de trabajo.

Proveedor	Total de la Inversión
TOTAL ESPECIALIDADES ARGENTINA S.A.	\$ 999.821,66
TECNOLUBE S.R.L.	\$ 194.507,01
PROCHEM S.A.	\$ 30.444,21
MIPOL REPUESTOS S.A.	\$ 526.561,02
LIDER AUTOPARTES S.A.	\$ 5.214,20
BRAKEMET S.A.	\$ 69.875,00
BBA AUTOPARTES S.A.	\$ 4.530,00
BATERIAS MOURA ARGENTINA S.A.	\$ 43.005,45
BATERIAS BORGIA S.R.L.	\$ 38.711,02
TOTAL	\$ 1.912.669,60

7.1.4 Detalle de compras de mercaderías

- Total Especialidades Argentina:

Tabla 12: Detalle de compra inicial Total Especialidades Argentina S.A.

Producto	Cantidad	Precio	Total
MULTI 3800 15W40 208L TOT AR	1	\$ 45.476,86	\$ 45.476,86
MULTI 3800 20W50 208L TOT AR	1	\$ 45.476,86	\$ 45.476,86
QUARTZ 7000 10W40 (SN) 208L TOT AR	1	\$ 67.858,43	\$ 67.858,43
QUARTZ 9000 5W40 208L TOT AR	1	\$ 104.994,92	\$ 104.994,92
QUARTZ 7000 10W40 (SN) 20B1L TOT AR	2	\$ 16.469,50	\$ 32.939,00
QUARTZ 7000 10W40 (SN) 6B4L TOT AR	4	\$ 15.054,10	\$ 60.216,40
QUARTZ 9000 5W40 20B1L TOT AR	2	\$ 24.366,07	\$ 48.732,14
QUARTZ 9000 5W40 6B4L TOT AR	3	\$ 21.672,53	\$ 65.017,60
QUARTZ 9000 NFC 5W30 12B1L TOT C	2	\$ 15.287,78	\$ 30.575,55



QUARTZ 9000 NFC 5W30 3B5L TOT C	2	\$ 20.846,97	\$ 41.693,94
QUARTZ 9000FUT.FGC 5W30 18B1L TOT C	1	\$ 22.770,25	\$ 22.770,25
QUARTZ 9000FUT.FGC 5W30 3B5L TOT C	1	\$ 14.616,40	\$ 14.616,40
QUARTZ 9000FUT.GF5 0W20 18B1L TOT C	1	\$ 22.770,25	\$ 22.770,25
QUARTZ 9000FUT.GF5 0W20 3B5L TOT C	1	\$ 14.616,40	\$ 14.616,40
QUARTZ INEO FIRST 0W30 18B1L TOT C	1	\$ 26.245,35	\$ 26.245,35
QUARTZ INEO FIRST 0W30 4B4L TOT C	1	\$ 17.928,67	\$ 17.928,67
QUARTZ INEO L LIFE 5W30 18B1L TOT C	1	\$ 22.390,59	\$ 22.390,59
QUARTZ INEO L LIFE 5W30 3B5L TOT C	1	\$ 14.356,12	\$ 14.356,12
QUARTZ INEO L LIFE 5W30 12B1L TOT C	1	\$ 14.917,66	\$ 14.917,66
QUARTZ INEO MC3 5W30 20B1L TOT AR	1	\$ 23.729,56	\$ 23.729,56
QUARTZ INEO MC3 5W30 6B4L TOT AR	2	\$ 22.643,83	\$ 45.287,66
RUBIA 6400 15W40 208L TOT AR	1	\$ 48.875,88	\$ 48.875,88
RUBIA 7400 15W40 208L TOT AR	1	\$ 56.186,19	\$ 56.186,19
GLACELF 20B1L TOT AR	2	\$ 7.429,79	\$ 14.859,59
SUPRA RED 20B1L TOT AR	2	\$ 9.872,36	\$ 19.744,72
ELFMATIC IID 20B1L ELF AR	1	\$ 8.242,65	\$ 8.242,65
FLUIDE ATX 18B1L TOT C	1	\$ 11.293,54	\$ 11.293,54
TRANS. AXLE 7 80W90 20LP TOT AR	1	\$ 6.402,67	\$ 6.402,67
TRANS. DUAL 9 FE 75W90 18B1L TOT C	1	\$ 37.017,64	\$ 37.017,64
TRANS. GEAR 8 75W80 20B1L TOT AR	1	\$ 14.588,18	\$ 14.588,18
		TOTAL:	\$ 999.821,66

Elaboración propia en base a lista de precios Total Argentina Especialidades S.A. 12-2021

- Tecnolube S.R.L:

Tabla 13: Detalle de compra inicial Tecnolube S.R.L.

Producto	Cantidad	Precio	Total
Gulf Formula G 5W-40 4x4LT	2	\$ 10.882,81	\$ 21.765,63
Gulf Formula G 5W-40 12X1LT	1	\$ 8.669,36	\$ 8.669,36
Gulf Formula ULE 5W-30 4X4LT	1	\$ 12.497,75	\$ 12.497,75
Gulf Formula ULE 5W-30 12X1LT	1	\$ 10.259,18	\$ 10.259,18
Gulf Tec X 10W-40 6X4LT	2	\$ 9.414,73	\$ 18.829,47
Gulf Tec X 10W-40 12X1LT	1	\$ 5.487,01	\$ 5.487,01
Gulf MAX 15W-40 6X4LT	2	\$ 6.880,44	\$ 13.760,89
Gulf MAX 15W-40 12X1LT	1	\$ 4.285,60	\$ 4.285,60
Gulf MAX 20W-50 6X4LT	1	\$ 7.853,38	\$ 7.853,38
Gulf MAX 20W-50 12X1LT	1	\$ 4.905,18	\$ 4.905,18
Gulf Multi G KM 25W-60 6X4LT	1	\$ 7.820,57	\$ 7.820,57
Gulf Superfleet Supreme 15W-40 6X4LT	1	\$ 9.045,84	\$ 9.045,84
ANTIFREEZE +COOLANT Verde 12X1LT	1	\$ 5.723,22	\$ 5.723,22
ANTIFREEZE ORGANICO Rojo 1X20LTLT	1	\$ 6.872,31	\$ 6.872,31
ANTIFREEZE ORGANICO Rojo 12X1LT	1	\$ 5.697,10	\$ 5.697,10



Lava Parabrisas 1X20LT	1	\$ 1.783,84	\$ 1.783,84
Lava Parabrisas 12X1LT	2	\$ 2.772,94	\$ 5.545,88
Gulf Gear TX 75W-80 12X1LT	1	\$ 7.877,17	\$ 7.877,17
Gulf Gear EP 80W-90 12X1LT	1	\$ 5.209,38	\$ 5.209,38
Drive Fluid ISO VG 46 1X20LT	1	\$ 5.272,32	\$ 5.272,32
LIQ FRENOS DOT 4 X 12 X 1000	1	\$ 7.533,50	\$ 7.533,50
LIQ FRENOS DOT 3 18 X 500 CC	1	\$ 5.122,88	\$ 5.122,88
ABSORBENTE FERCOL X 20 KGS	1	\$ 620,25	\$ 620,25
BOBINA ELEGANT 2 x 20 cm x 400	1	\$ 1.576,14	\$ 1.576,14
PORTA BOBINA DE PIE	1	\$ 2.684,18	\$ 2.684,18
HIPOIDAL 75 W 80 X 20 LTS	1	\$ 7.809,00	\$ 7.809,00
TOTAL:			\$ 194.507,01

Elaboración propia en base a lista de precios TecnoLube S.R.L. 12-2021

- **Prochem S.A.**

Tabla 14: Detalle de compra inicial Prochem S.A.

Producto	Cantidad	Precio	Total
Pinos Blíster Surtidos	1	\$ 2.024,79	\$ 2.024,79
Mini Pinos Granel Surtido	1	\$ 7.520,66	\$ 7.520,66
Pino Classic Surtidos	1	\$ 3.887,60	\$ 3.887,60
Silicona en Aerosol Lavanda//Vibrate	1	\$ 1.350,25	\$ 1.350,25
Siliconas para Cubiertas	1	\$ 2.820,25	\$ 2.820,25
Cera Quick Detail	1	\$ 2.270,08	\$ 2.270,08
Limpia Motores AEROSOL Engine Cleaner	1	\$ 2.672,73	\$ 2.672,73
Espuma Limpia Tapizados	1	\$ 2.533,88	\$ 2.533,88
Mr Sapito Lava parabrisas Ultra Conc. 24X42ML	1	\$ 2.068,76	\$ 2.068,76
Anti Empañante	1	\$ 3.295,21	\$ 3.295,21
TOTAL:			\$ 30.444,21

Elaboración propia en base a lista de precios Prochem S.A. 12-2021

- **Mipol Repuestos S.A.**

Tabla 15: Detalle de compra inicial Mipol Repuestos S.A.

Producto	Cantidad	Precio	Total
JEEP COMPASS NEW - COMPOSICIÓN: WEG-JFA-0	1	\$ 1.779,42	\$ 1.779,42
TOYOTA COROLLA COMBO: WEG-JFA-0285+WEG-WO	8	\$ 1.324,14	\$ 10.593,08
CHEVROLET CRUZE 1.8 - COMPOSICIÓN: WEG-FA	3	\$ 1.728,53	\$ 5.185,59
CHEVROLET CRUZE 1.4 TURBO - COMPOSICIÓN:	3	\$ 1.669,32	\$ 5.007,97



TOYOTA ETIOS COMPOSICIÓN: WEG-FAP-4043+W	2	\$ 1.300,09	\$ 2.600,18
TOYOTA ETIOS NEW - COMPOSICIÓN: WEG-JFO-0	3	\$ 1.268,76	\$ 3.806,29
VW GOLF VII COMPOSICIÓN: WEG-FAP-2219 + W	2	\$ 1.459,78	\$ 2.919,56
HONDA FIT COMBO: WEG-JFA-0428/3 - WEG-AKX	2	\$ 1.386,39	\$ 2.772,79
HONDA HR-V COMBO: WEG-JFA-0440 + WEG-JFO-	3	\$ 1.546,68	\$ 4.640,05
CITROEN C4 TDCI 1.4 : WEG-FCD-2035,WEG-WO	8	\$ 2.732,29	\$ 21.858,35
PEUGEOT 208 1.6 (COMPUESTO POR: WEG-FAP-6	7	\$ 1.573,60	\$ 11.015,22
FIAT QUBO COMBO: WEG-FAP-2835 + WEG-AKX-3	1	\$ 1.320,38	\$ 1.320,38
FORD RANGER COMBO: WEG-WOE-130+WEG-WR-198	6	\$ 2.969,20	\$ 17.815,19
CHEVROLET S10 COMPOSICIÓN: WEG-WR-200/3 +	5	\$ 3.049,78	\$ 15.248,92
CHEVROLET TRACKER COMBO: WEG-WOE-313+WEG-	2	\$ 1.452,78	\$ 2.905,56
VW AMAROK COMBO: WEG-FCD-0919 - WEG-WOE-6	2	\$ 3.681,83	\$ 7.363,65
VW AMAROK NUEVA 2016/... COMBO: WEG-FCD-0	4	\$ 5.453,39	\$ 21.813,58
VW AMAROK V6 - COMBO: WEG-FCD-0923 + WEG-	2	\$ 6.138,95	\$ 12.277,90
VW AMAROK COMBO: WEG-FCD-0919 - WEG-WOE-6	2	\$ 2.878,56	\$ 5.757,12
FIAT ARGO COMBO: WEG-FAP-2829 + WEG-AKX-3	4	\$ 2.021,13	\$ 8.084,53
CHEVROLET AVEO COMBO: WEG-AKX-3534 + WEG-	2	\$ 1.893,15	\$ 3.786,31
RENAULT CAPTUR COMPOSICIÓN: WEG-FAP-9299	1	\$ 1.712,20	\$ 1.712,20
CHEVROLET CELTA 1.4L 8V - COMPOSICIÓN: WEG	4	\$ 1.266,97	\$ 5.067,86
RENAULT CLIO MIO COMPOSICIÓN: WEG-FAP-487	17	\$ 1.421,69	\$ 24.168,65
CHEVROLET CORSA COMBO: WEG-WO-130+WEG-FAP	5	\$ 1.164,39	\$ 5.821,96
RENAULT DUSTER COMBO: WEG-FAP-9273 - WEG-	2	\$ 1.350,03	\$ 2.700,06
RENAULT DUSTER OROCH 2.0L COMBO: WEG-WO-20	2	\$ 1.664,09	\$ 3.328,18
FIAT MOBI COMPOSICIÓN: WEG-FAP-9054 + WEG	1	\$ 1.665,35	\$ 1.665,35
FORD FIESTA VI - COMBO: WEG-FAP-9286+WEG-	17	\$ 1.874,71	\$ 31.870,15
FORD FOCUS III 2.0L COMPOSICIÓN: WEG-WR-19	5	\$ 2.270,42	\$ 11.352,11
TOYOTA HILUX COMBO: WEG-JFO-0211+WEG-JFA-	3	\$ 2.273,06	\$ 6.819,17
TOYOTA HILUX COMBO: WEG-JFO-0211+WEG-JFA-	5	\$ 2.358,77	\$ 11.793,84
FORD KA FREE STYLE - COMBO: WEG-FAP-7019	2	\$ 2.022,73	\$ 4.045,45
RENAULT KANGOO II COMBO: WEG-FAP-9273+WEG	18	\$ 1.382,09	\$ 24.877,68
RENAULT MASTER COMPOSICIÓN: WEG-FAP-3271/	1	\$ 2.599,32	\$ 2.599,32
MERCEDES BENZ SPRINTER COMBO: WEG-FCD-218	1	\$ 6.150,00	\$ 6.150,00
NISSAN FRONTIER NEW - COMPOSICIÓN: WEG-FA	1	\$ 4.432,49	\$ 4.432,49
NISSAN KICKS COMPOSICIÓN: WEG-JFA-0137 +	2	\$ 1.766,86	\$ 3.533,72
FIAT PALIO COMBO: WEG-WO-120+WEG-FAP-2831	5	\$ 1.326,90	\$ 6.634,49
FIAT PALIO E-TORQ COMPOSICIÓN: WEG-WOE-912	5	\$ 1.781,19	\$ 8.905,95
PEUGEOT 206 1.9L COMBO: WEG-WO-160+WEG-FAP	2	\$ 1.581,32	\$ 3.162,65
PEUGEOT 207 COMPACT 1.4 - COMPOSICIÓN: WE	6	\$ 1.545,32	\$ 9.271,94
PEUGEOT 207 COMPACT 1.6 - COMPOSICIÓN: WE	8	\$ 1.530,57	\$ 12.244,58
PEUGEOT 208 1.4/1.6 - COMBO: WEG-WOE-710+	8	\$ 1.807,74	\$ 14.461,91
CITROEN C4 1.6L COMPOSICIÓN: WEG-WOE-710 +	5	\$ 1.641,46	\$ 8.207,32
CITROEN C4 2.0L COMPOSICIÓN: WEG-WOE-710 +	5	\$ 1.667,37	\$ 8.336,84
CHEVROLET PRISMA COMBO: WEG-FAP-3286+WEG-	5	\$ 1.555,60	\$ 7.777,99
FORD RANGER 2.3L COMBO: WEG-WR-191+WEG-WOE	8	\$ 2.543,61	\$ 20.348,89
FIAT TORO NAFTA - COMBO: WEG-JFA-0998+WEG	5	\$ 2.097,00	\$ 10.484,99



VW FOX COMBO: WEG-WO-340 + WEG-FCI-1620 +	15	\$ 1.355,12	\$ 20.326,79
VW FOX COMBO: WEG-FAP-2219 + WEG-AKX-3516	5	\$ 1.462,57	\$ 7.312,83
FIAT TORO COMBO: WEG-JFA-0998+WEG-WOE-626	5	\$ 4.163,59	\$ 20.817,96
TOYOTA YARIS COMPOSICIÓN: WEG-FAP-4041+WE	2	\$ 1.579,49	\$ 3.158,98
FIAT UNO WAY - COMBO: WEG-FAP-9054 - WEG-	5	\$ 1.610,12	\$ 8.050,59
VW VENTO COMPOSICIÓN: WEG-WOE-640 + WEG-F	3	\$ 3.607,53	\$ 10.822,59
VW GOL COMBO: WEG-FCI-1620 + WEG-WO-370 +	2	\$ 1.630,90	\$ 3.261,80
VW UP COMBO: WEG-FAP-3288 + WEG-AKX-35280	2	\$ 1.873,76	\$ 3.747,51
CHEVROLET S10 COMBO: WEG-FCD-0777 + WEG-F	5	\$ 3.746,92	\$ 18.734,59
TOTAL:			\$ 526.561,02

Elaboración propia en base a lista de precios Mipol Repuestos S.A. 12-2021

- **Líder Autopartes S.A.**

Tabla 16: Detalle de compra inicial Líder Autopartes S.A.

Producto	Cantidad	Precio	Total
FOCOP LUZ H4/H7/PIOJITO PACK	1	\$ 5.214,20	\$ 5.214,20
TOTAL:			\$ 5.214,20

Elaboración propia en base a lista de precios Líder Autopartes S.A. 12-2021

- **Brakemet S.A.**

Tabla 17: Detalle de compra inicial Brakemet S.A.

Producto	Cantidad	Precio	Total
PASTILLA DE FRENO FORD FIESTA/ECOESP	5	\$ 1.216,25	\$ 6.081,25
PASTILLA DE FRENO VOLKWAGEN GOL/FOX	5	\$ 1.315,50	\$ 6.577,50
PASTILLA DE FRENO PEUGUEOT/CITROEN	5	\$ 1.420,60	\$ 7.103,00
PASTILLA DE FRENO FORD RANGER 2.2/2.5	5	\$ 3.555,50	\$ 17.777,50
PASTILLA DE FRENO VOLKWAGEN AMAROK	5	\$ 3.716,65	\$ 18.583,25
PASTILLA DE FRENO TOYOTA HILUX	5	\$ 2.750,50	\$ 13.752,50
TOTAL:			\$ 69.875,00

Elaboración propia en base a lista de precios Brakemet S.A. dic-2021

- **BBA Autopartes S.A.**

Tabla 18: Detalle de compra inicial BBA Autopartes S.A.

Producto	Cantidad	Precio	Total
ESCOBILLAS UNIVERSALES	1	\$ 4.530,00	\$ 4.530,00



TOTAL:	\$ 4.530,00
---------------	--------------------

Elaboración propia en base a lista de precios BBA Autopartes S.A. 12-2021

- **Baterías Moura Argentina S.A.**

Tabla 19: Detalle de compra inicial Baterías Moura Argentina S.A.

Producto	Cantidad	Precio	Total
RB070 BLINDADA	1	\$ 10.277,37	\$ 10.277,37
RB075 REFORZADA	1	\$ 8.763,41	\$ 8.763,41
RB085 BLINDADA	1	\$ 11.430,54	\$ 11.430,54
RB090B BLINDADA	1	\$ 12.534,13	\$ 12.534,13
		TOTAL:	\$ 43.005,45

Elaboración propia en base a lista de precios Baterías Moura Argentina S.A 12-2021

- **Baterías Borgia S.R.L.**

Tabla 20: Detalle de compra inicial Baterías Borgia S.R.L.

Producto	Cantidad	Precio	Total
RB070	1	\$ 6.971,67	\$ 6.971,67
RB075 LIVIANA	1	\$ 7.731,68	\$ 7.731,68
RB085	1	\$ 9.959,09	\$ 9.959,09
RB090A	1	\$ 14.048,58	\$ 14.048,58
		TOTAL:	\$ 38.711,02

Elaboración propia en base a lista de precios Baterías Borgia S.R.L. 12-2021

7.1.5 Cronograma de Inversiones.



La inversión inicial será de \$ 3.775.703,09

Una única reinversión se realizará en el momento 2 en concepto de aumento del portfolio de productos de marcas de referencia y bienes de uso. Por un valor de \$500.000,00 aproximadamente en capital de trabajo y \$ 456.476,40 en la compra de herramientas y mobiliario para cubrir al menos un puesto de trabajo más en el taller, ya que se estima un aumento del 30% de las ventas en relación al primer año de actividad.

Total Reinversión: \$ 956.476,40



7.2 Cuadro de Amortizaciones.

Los bienes se amortizan de acuerdo al método de amortización lineal teniendo en cuenta la vida útil económica, es decir, aquella en el que su uso resulte eficiente desde el punto de vista económico.

Tabla 21: Amortización de Bienes de Uso

Bienes de Uso	Valor de Bienes	Vida útil	Altas del Periodo 0	Altas del Periodo 2	AMORTIZACIÓN ANUAL	
					Amort Periodo 1 y 2	Amort. Periodo 3 a 5
	\$	años	\$	\$	\$	\$
Recicladora de aire acond.	355000,00	20	355000,00	0,00	17750,00	17750,00
Scanner Automotriz	79990,00	10	79990,00	0,00	7999,00	7999,00
Computadora	69439,00	5	69439,00	0,00	13887,80	13887,80
Aspirador de aceite neumático	72880,20	5	72880,20	72880,20	14576,04	29152,08
Recolector de aceite	52524,00	5	52524,00	52524,00	10504,80	21009,60
Compresor de aire	98021,00	10	98021,00	0,00	9802,10	9802,10
Bomba de trasvase a palanca	33750,00	3	33750,00	33750,00	11250,00	22500,00
Jeringa de aceite	7084,00	10	7084,00	7084,00	708,40	1416,80
Manómetro de aire	37710,00	10	37710,00	0,00	3771,00	3771,00
Herramienta saca filtros	2581,20	10	2581,20	2581,20	258,12	516,24
Carro organizador herramientas	49500,00	10	49500,00	49500,00	4950,00	9900,00
Carro porta utillaje	9200,00	10	9200,00	9200,00	920,00	1840,00
Armario y tablero porta herramientas	77850,00	10	77850,00	77850,00	7785,00	15570,00
Kit de herramientas	32450,00	10	32450,00	32450,00	3245,00	6490,00
Recipiente para residuos	32835,00	5	32835,00	0,00	6567,00	6567,00
Estantería metálica	49000,00	10	49000,00	9800,00	4900,00	5880,00
TV Led 42	25000,00	5	25000,00	0,00	5000,00	5000,00
Impresora HP Toner	23000,00	10	23000,00	0,00	2300,00	2300,00
Teléfono Móvil Celular	15000,00	5	15000,00	0,00	3000,00	3000,00
Juego de mesa y sillas	93600,00	10	93600,00	31200,00	9360,00	12480,00
Tablet	43198,00	5	0,00	43198,00	0,00	8639,60
Escritorio y Sillón	34459,00	10	0,00	34459,00	0,00	3445,90
Totales generales en pesos			1216414,40	456476,40	138534,26	208917,12

Elaboración propia.

7.3 Ingresos por ventas

7.3.1 Ingresos por ventas.

Los ingresos por ventas, son estimaciones proyectadas en forma anual, en un periodo de 5 años. Al segundo año se espera que las ventas se incrementen en un 30%, y al 69% al tercer



año de actividad, y así hasta llegar a un 80% de la capacidad máxima de producción; esto se debe a la fidelización de los clientes que genera este tipo de rubros.

Tabla 22: Estimación proyectada de ventas anuales.

Producto/Año	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	\$	\$	\$	\$	\$
Servicio Lubricación Simple	22091935,47	28719516,11	37335370,94	41068908,03	45175798,84
Servicio de Mecánica Adicionales	3733316,28	4853311,17	6309304,51	6940234,97	7634258,46
Ventas de Mostrador	4069277,22	5290060,39	6877078,50	7564786,35	8321264,99
TOTAL EN PESOS	29894528,97	38862887,66	50521753,95	55573929,35	61131322,28

Elaboración propia.

- Los datos expresados representan estimaciones de ventas en base a “informes de estadísticas y ventas 2do semestre 2021” aportados por una franquiciada de la provincia de Mendoza comparados con el volumen de mercado donde ésta realiza su actividad.
- Del mismo informe se desprende que el 46,04% de las ventas se cobran en efectivo y equivalentes, el 48.74% con tarjeta de débito o crédito, el 1.98% en cta. cte. empresa, y solo el 3.24% con cheques propios diferidos 30 días.
- No se tuvo en cuenta el efecto inflacionario.

7.3.2 *Créditos por ventas.*

Del total de ventas en pesos expresadas en el apartado anterior se espera que el 53.94% sean operaciones concretadas con alguno de los siguientes instrumentos financieros:

- Tarjeta de débito y/o crédito y billetera virtual: Estas operaciones representan el 48.74% de las cobranzas, lo que los vuelve instrumentos significativos.

Los costos a los que estos refieren son 1% para tarjetas de débito y crédito por cada operación concretada con estos instrumentos, más un costo adicional del 1.79% para tarjetas de crédito; en este último caso, el dinero será acreditado en cuenta bancaria a los 35 días.

En el caso de operaciones canceladas con billetera virtual Mercadopago, se destacan 3 situaciones: Operaciones canceladas con transferencia de dinero, se acredita en el momento sin costos adicionales; operaciones canceladas con QR a través de “dinero disponible” o tarjetas de débito, se acreditan a los 15 días aproximadamente o se puede



solicitar una acreditación inmediata con un costo de 3.15% del total de la operación; operaciones canceladas con QR a través de tarjeta de crédito, se acreditan a los 70 días o se puede solicitar acreditación inmediata con un costo de 6.39%. (Ver Anexo VI)

- Cheques diferidos 30 días fecha de factura: Se espera que el 3.24% de las operaciones sean canceladas con este instrumento. La tasa de descuento para este tipo de operaciones es de 4.76%.
- Cuenta Corriente: el 1.98 % de las ventas serán canceladas a plazo no mayor a 30 días.

En todos los casos los costos asumidos serán absorbidos por el negocio como gastos financieros, no así las operaciones con tarjeta de crédito en cuotas que insuman un costo de financiación adicional, el que tendrá que ser asumido por el cliente.

7.4 Costos operativos

7.4.1 Gastos operativos anuales

Tabla 23: Estimación proyectada Costos Operativos

TIPO DE COSTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos de Producción	\$	\$	\$	\$	\$
Materiales	17486745,05	22732768,56	29552599,13	32507859,04	35758644,95
Mano de Obra	2146117,48	2850592,68	2850592,68	2850592,68	2850592,68
SUB TOTAL	19632862,53	25583361,24	32403191,81	35358451,72	38609237,63
Costos de Comercialización	\$	\$	\$	\$	\$
Fletes	75000,00	97500,00	126750,00	139425,00	153367,50
Publicidad	251000,00	251000,00	251000,00	251000,00	251000,00
Community Manager	240000,00	240000,00	240000,00	240000,00	240000,00
Refrigerios y Cafetería	54000,00	70200,00	91260,00	100386,00	110424,60
Diarios y revistas	13800,00	13800,00	13800,00	13800,00	13800,00
Alquiler	540000,00	540000,00	540000,00	540000,00	540000,00
Ropa de Trabajo	29300,00	38900,00	38900,00	38900,00	38900,00
Elementos de Seguridad	10500,00	14000,00	14000,00	14000,00	14000,00
Seguro de Comercio	119916,00	119916,00	119916,00	119916,00	119916,00
Limpieza e Higiene	24000,00	24000,00	24000,00	24000,00	24000,00
Energía Eléctrica	72000,00	72000,00	72000,00	72000,00	72000,00
Recarga de Matafuegos	7000,00	7000,00	7000,00	7000,00	7000,00
Registro Residuos Peligrosos	5300,00	5300,00	5300,00	5300,00	5300,00
Operador de Residuos Peligrosos	120000,00	156000,00	202800,00	223080,00	245388,00
SUB TOTAL	1561816,00	1649616,00	1746726,00	1788807,00	1835096,10



Costos de Administración	\$	\$	\$	\$	\$
Cargas Sociales	450684,67	598624,46	598624,46	598624,46	598624,46
Paquete Datos Móvil	10128,00	10128,00	10128,00	10128,00	10128,00
Internet	30000,00	30000,00	30000,00	30000,00	30000,00
Sistema CRM	45900,00	45900,00	45900,00	45900,00	45900,00
Papelería	12000,00	15600,00	20280,00	22308,00	24538,80
Aguas San Luis	10800,00	10800,00	10800,00	10800,00	10800,00
Alarma	18000,00	18000,00	18000,00	18000,00	18000,00
Honorario Contador	84000,00	84000,00	84000,00	84000,00	84000,00
Honorario Técnico Seguridad e H.	8000,00	8000,00	8000,00	8000,00	8000,00
IIBB San Luis	1255570,22	1632241,28	2121913,67	2334105,03	2567515,54
Municipalidad Tasas y Servicios	26243,50	26243,50	26243,50	26243,50	26243,50
Municipalidad Comercio	74736,32	97157,22	126304,38	138934,82	152828,31
SUB TOTAL	2026062,71	2576694,46	3100194,01	3327043,82	3576578,60
Costos Financieros	\$	\$	\$	\$	\$
Gastos y Servicios Bancarios	14570,59	18941,77	24624,30	27086,73	29795,41
Comisiones T. Crédito/Débito	260813,62	339057,71	440775,02	484852,52	533337,78
Descuento de Cheques	46429,38	60358,20	78465,66	86312,22	94943,45
SUB TOTAL	321813,60	418357,68	543864,98	598251,48	658076,63
TOTAL	23542554,84	30228029,38	37793976,81	41072554,02	44678988,96

Elaboración propia

- En el año 2 se tuvo en cuenta el incremento en el capital de trabajo, incluido la contratación de un Auxiliar Mecánico.

7.4.2 Costos Fijos, Costos Variables y Punto de equilibrio.

Tabla 24: Estimación proyectada de Costos Fijos y Costos Variables

TIPO DE COSTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	\$	\$	\$	\$	\$
Costos Variables	19399865,19	25219824,74	32785772,16	36064349,38	39670784,32
Costos Fijos	4142689,65	5008204,64	5008204,64	5008204,64	5008204,64
TOTAL	23542554,84	30228029,38	37793976,81	41072554,02	44678988,96

Elaboración propia

Costos Fijos por servicio en año 1: $\$4.142.689,65/3456 = \$ 1.198,68$

Costos Variables por servicio en año 1: $\$19.399.865,19/3456 = \$ 5.613,38$

Costo Total por servicio en año 1: $\$ 6.812,06$

Análisis de progresión de costos

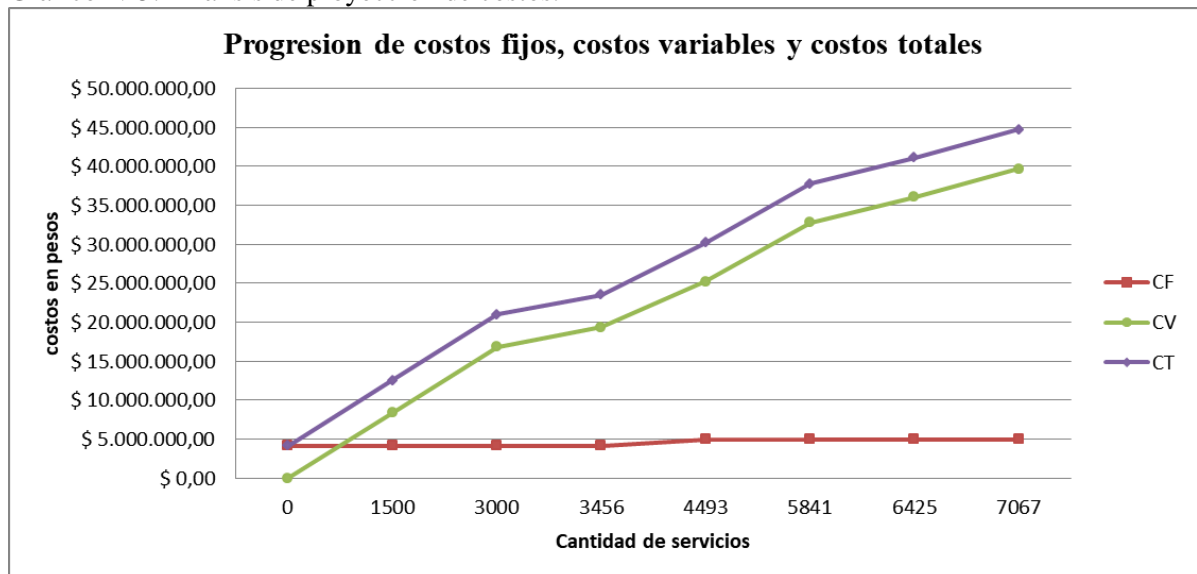


Tabla 25: Cálculo del Costo Marginal

Q	CF	CV	CT	CF me	CV me	CT me	CM g
0	\$ 4.142.689,65	\$ 0,00	\$ 4.142.689,65	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
1500	\$ 4.142.689,65	\$ 8.420.080,38	\$ 12.562.770,03	\$ 2.761,79	\$ 5.613,39	\$ 8.375,18	\$ 5.613,39
3000	\$ 4.142.689,65	\$ 16.840.160,75	\$ 20.982.850,40	\$ 1.380,90	\$ 5.613,39	\$ 6.994,28	\$ 5.613,39
3456	\$ 4.142.689,65	\$ 19.399.865,19	\$ 23.542.554,84	\$ 1.198,69	\$ 5.613,39	\$ 6.812,08	\$ 5.613,39
4493	\$ 5.008.204,64	\$ 25.219.824,74	\$ 30.228.029,38	\$ 1.114,72	\$ 5.613,39	\$ 6.728,10	\$ 6.448,18
5841	\$ 5.008.204,64	\$ 32.785.772,16	\$ 37.793.976,81	\$ 857,48	\$ 5.613,39	\$ 6.470,86	\$ 5.613,39
6425	\$ 5.008.204,64	\$ 36.064.349,38	\$ 41.072.554,02	\$ 779,52	\$ 5.613,39	\$ 6.392,91	\$ 5.613,39
7067	\$ 5.008.204,64	\$ 39.670.784,32	\$ 44.678.988,96	\$ 708,66	\$ 5.613,39	\$ 6.322,04	\$ 5.613,39

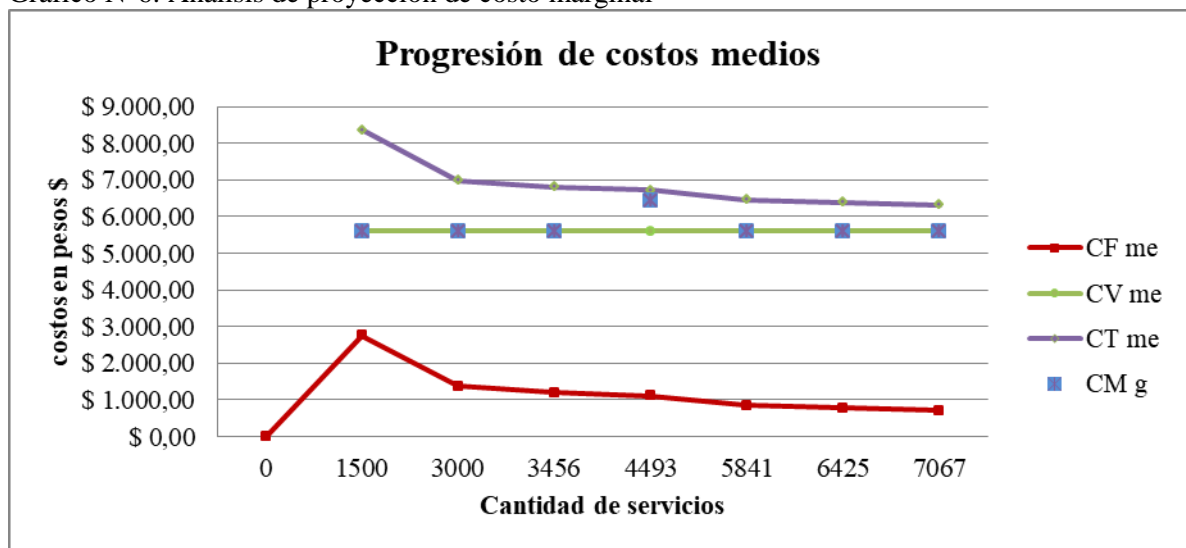
Elaboración propia.

Gráfico N°5: Análisis de proyección de costos.



Elaboración propia

Gráfico N°6: Análisis de proyección de costo marginal



Elaboración propia.



Punto de equilibrio operativo

El punto de equilibrio operativo determina el volumen de servicios y ventas con el cual el ingreso total compensa exactamente los costos totales, expresados como la suma de los costos fijos y los costos variables.

$$\text{Punto de Equilibrio Operativo} = \frac{\text{Costos fijos totales} + \text{amortizaciones}}{\text{Precio unitario} - \text{costos variables unitario}} =$$

Tabla 26: Determinación del punto de equilibrio

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
C Fijos Totales	\$ 4293560,51	\$ 5229458,36	\$ 5229458,36	\$ 5229458,36	\$ 5229458,36
Precio - C.V.	\$ 2209,95	\$ 2043,23	\$ 1972,14	\$ 1950,60	\$ 1931,01
P.E.	1943	2559	2652	2681	2708
P.E. diario	7	9	9	9	9

Elaboración propia.

Prueba de equilibrio

Tabla 27: Prueba de equilibrio.

	año 1 en \$	año 2 en \$	año 3 en \$	año 4 en \$	año 5 en \$
Venta de E.	16805534,15	22138946,36	22937002,27	23190322,11	23425517,64
Costo de E.	12511973,64	16909488,00	17707543,90	17960863,75	18196059,28
Utilidad Bruta	4293560,51	5229458,36	5229458,36	5229458,36	5229458,36
CF Totales	4293560,51	5229458,36	5229458,36	5229458,36	5229458,36
Utilidad Neta	-	-	-	-	-

Elaboración propia

7.5 Flujo de Fondos Proyectado

Tabla 28: Flujo de Fondos Proyectado

Concepto	Periodo 0	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
Ventas	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Total de ventas	0,00	29894528,97	38862887,66	50521753,95	55573929,35	61131322,28
Otros ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1 = Total de Ingresos Operativos	0,00	29894528,97	38862887,66	50521753,95	55573929,35	61131322,28
Compras comerciales	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Total compras de mercaderías	0,00	17486745,05	22732768,56	29552599,13	32507859,04	35758644,95
Total de Compras	0,00	17486745,05	22732768,56	29552599,13	32507859,04	35758644,95
Costos Operativos	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Costo de mano de obra	0,00	2146117,48	2850592,68	2850592,68	2850592,68	2850592,68
Gastos de comercialización	0,00	1561816,00	1649616,00	1746726,00	1788807,00	1835096,10
Gastos de administración	0,00	2026062,71	2576694,46	3100194,01	3327043,82	3576578,60



Gastos financieros	0,00	321813,60	418357,68	543864,98	598251,48	658076,63
Cargas fiscales - IVA	0,00	1742382,25	3146437,02	4121044,59	4543374,53	5007937,47
2 = Total de Egresos Operativos	0,00	25284937,09	33374466,40	41915021,39	45615928,56	49686926,43
3=1-2 Saldo Operativo	0,00	4609591,88	5488421,26	8606732,56	9958000,79	11444395,85
Amortizaciones	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Amortización bienes de uso	0,00	138534,26	208917,12	208917,12	208917,12	208917,12
Amortización intangibles	0,00	12336,60	12336,60	12336,60	12336,60	12336,60
4= Total Amortizaciones	0,00	150870,86	221253,72	221253,72	221253,72	221253,72
5=3-4 Subtotal	0,00	4458721,02	5267167,54	8385478,84	9736747,07	11223142,13
6= Impuestos a las Ganancias	0,00	1363232,29	1646188,57	2737597,53	3210541,41	3730779,68
7=5-6 Resultado del periodo	0,00	3095488,73	3620978,96	5647881,31	6526205,66	7492362,45
4= Total Amortizaciones	0,00	150870,86	221253,72	221253,72	221253,72	221253,72
Inversiones:	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Gastos de puesta en marcha	646619,10	0,00	0,00	0,00	0,00	
Bienes de uso	1216414,40	0,00	456476,40	0,00	0,00	0,00
Capital de trabajo	1912669,60	0,00	500000,00	0,00	0,00	0,00
8= Total de inversiones	3775703,10	0,00	956476,40	0,00	0,00	0,00
9=7+4-8 Flujo de Fondos	-3775703,10	3246359,59	2885756,28	5869135,03	6747459,38	7713616,17

Elaboración propia

7.5.1 Tasa de corte.

La tasa de corte utilizada es del 45%. La misma corresponde al 36% de T.N.A. para de Plazos Fijos de Banco Nación Argentina y el 9% de un seguro de caución.

7.5.2 Indicadores Financieros

Valores descontados por periodo según Flujo de Fondos

Tabla 29: Valores Descontados por periodo.

	0	1	2	3	4	5
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Flujo de Fondos	-3775703,10	3246359,59	2885756,28	5869135,03	6747459,38	7713616,17
Valor Descontado	-3775703,10	-2238868,68	-1372535,69	-1925174,47	-1526399,69	-1203422,18
V. Recupero de la Inversión		-1536834,42	-164298,73	1760875,74	3287275,43	4490697,62

Elaboración propia

Indicadores financieros

VAN	\$ 4.490.697,62
TIR	99,16%



El Valor Actual Neto de la inversión calculado en base a estimaciones de ventas y costos proyectados para un periodo de 5 años y a una tasa de corte del 45%, nos da un resultado positivo de \$4.490.697,62 por sobre el capital invertido.

De igual modo, el Flujo de Fondos Proyectado nos da una Tasa Interna de Retorno del 99.16%.

Periodo de recupero

Tabla 30: Periodo de recupero de la inversión.

	Periodo 0	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Flujo de Fondos Neto	-3775703,10	3246359,59	2885756,28	5869135,03	6747459,38	7713616,17
Recupero de la Inversión	-3775703,10	-529343,51	2356412,77	8225547,80	14973007,19	22686623,36

Elaboración propia

La inversión se recupera en el tercer mes del Periodo 2 aproximadamente.

7.5.3 Conclusión

A través del análisis y constatación de los indicadores financieros, se concluye que dadas las estimaciones proyectadas, es factible y rentable la puesta en marcha del proyecto y se recomienda aceptarlo, ya que requiere una baja inversión; el periodo de recupero es corto; la rentabilidad esperada luego de haber recuperado la inversión inicial es alta y la tasa interna de retorno de la inversión es superior a las tasas de referencia del mercado.



Universidad Católica de Cuyo Sede San Luis
Facultad de Cs Económicas y Empresariales

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD



8. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

8.1 Análisis de Financiamiento.

En este supuesto, el proyecto es financiado por un préstamo otorgado por el Banco de la Nación Argentina, y cuyas características son las siguientes:

Capital solicitado: \$ 1.887.851,55

Gastos de Otorgamiento: \$ 37.757,03

Neto a acreditar: \$ 1.850.094,52

Cuota pura: \$ 99.044,72

Cuota promedio total: \$ 114.140,65

Plazo: 60 meses

Tasa Nominal Anual: 59,50%

Tasa Efectiva Anual: 78,77%

Tasa Efectiva Mensual: 4,96%

Costo Financiero Total (TEA): 102,42%

Tipo de tasa: Fija

Moneda: Pesos

Sistema de amortización: Sistema Francés

Tabla 31: Cuadro de Amortización préstamo personal Banco de la Nación Argentina.

N° Cuota	Saldo	Capital	Interés	Cuota sin I.V.A.	I.V.A. 21,00%	Cuota	Costo cuenta	Cuota mensual
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
0	1887851,55	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	37757,03	37757,03
1	1882423,03	5428,52	93616,20	99044,72	19659,40	118704,12	904,02	119608,14
2	1876725,32	5697,71	93347,01	99044,72	19602,87	118647,59	904,02	119551,61
3	1870745,07	5980,25	93064,47	99044,72	19543,54	118588,26	904,02	119492,28



4	1864468,26	6276,81	92767,91	99044,72	19481,26	118525,98	904,02	119430,00
5	1857880,19	6588,07	92456,65	99044,72	19415,90	118460,62	904,02	119364,64
6	1850965,43	6914,76	92129,96	99044,72	19347,29	118392,01	904,02	119296,03
7	1843707,78	7257,65	91787,07	99044,72	19275,28	118320,00	904,02	119224,02
8	1836090,23	7617,55	91427,17	99044,72	19199,71	118244,43	904,02	119148,45
9	1828094,93	7995,30	91049,42	99044,72	19120,38	118165,10	904,02	119069,12
10	1819703,16	8391,77	90652,95	99044,72	19037,12	118081,84	904,02	118985,86
11	1810895,25	8807,91	90236,81	99044,72	18949,73	117994,45	904,02	118898,47
12	1801650,56	9244,68	89800,04	99044,72	18858,01	117902,73	904,02	118806,75
13	1791947,44	9703,12	89341,60	99044,72	18761,74	117806,46	904,02	118710,48
14	1781763,16	10184,28	88860,44	99044,72	18660,69	117705,41	904,02	118609,43
15	1771073,85	10689,31	88355,41	99044,72	18554,64	117599,36	904,02	118503,38
16	1759854,47	11219,38	87825,34	99044,72	18443,32	117488,04	904,02	118392,06
17	1748078,74	11775,73	87268,99	99044,72	18326,49	117371,21	904,02	118275,23
18	1735719,06	12359,68	86685,04	99044,72	18203,86	117248,58	904,02	118152,60
19	1722746,49	12972,58	86072,14	99044,72	18075,15	117119,87	904,02	118023,89
20	1709130,62	13615,87	85428,85	99044,72	17940,06	116984,78	904,02	117888,80
21	1694839,55	14291,07	84753,65	99044,72	17798,27	116842,99	904,02	117747,01
22	1679839,81	14999,74	84044,98	99044,72	17649,45	116694,17	904,02	117598,19
23	1664096,25	15743,56	83301,16	99044,72	17493,24	116537,96	904,02	117441,98
24	1647571,98	16524,26	82520,46	99044,72	17329,30	116374,02	904,02	117278,04
25	1630228,30	17343,68	81701,04	99044,72	17157,22	116201,94	904,02	117105,96
26	1612024,57	18203,73	80840,99	99044,72	16976,61	116021,33	904,02	116925,35
27	1592918,13	19106,43	79938,29	99044,72	16787,04	115831,76	904,02	116735,78
28	1572864,24	20053,90	78990,82	99044,72	16588,07	115632,79	904,02	116536,81
29	1551815,89	21048,35	77996,37	99044,72	16379,24	115423,96	904,02	116327,98
30	1529723,78	22092,11	76952,61	99044,72	16160,05	115204,77	904,02	116108,79
31	1506536,16	23187,63	75857,09	99044,72	15929,99	114974,71	904,02	115878,73
32	1482198,69	24337,47	74707,25	99044,72	15688,52	114733,24	904,02	115637,26
33	1456654,35	25544,34	73500,38	99044,72	15435,08	114479,80	904,02	115383,82
34	1429843,30	26811,05	72233,67	99044,72	15169,07	114213,79	904,02	115117,81
35	1401702,72	28140,58	70904,14	99044,72	14889,87	113934,59	904,02	114838,61
36	1372166,69	29536,03	69508,69	99044,72	14596,82	113641,54	904,02	114545,56
37	1341166,01	31000,69	68044,03	99044,72	14289,25	113333,97	904,02	114237,99
38	1308628,04	32537,97	66506,75	99044,72	13966,42	113011,14	904,02	113915,16
39	1274476,55	34151,49	64893,23	99044,72	13627,58	112672,30	904,02	113576,32
40	1238631,53	35845,02	63199,70	99044,72	13271,94	112316,66	904,02	113220,68
41	1201009,00	37622,53	61422,19	99044,72	12898,66	111943,38	904,02	112847,40
42	1161520,82	39488,18	59556,54	99044,72	12506,87	111551,59	904,02	112455,61
43	1120074,47	41446,35	57598,37	99044,72	12095,66	111140,38	904,02	112044,40
44	1076572,84	43501,63	55543,09	99044,72	11664,05	110708,77	904,02	111612,79
45	1030914,02	45658,82	53385,90	99044,72	11211,04	110255,76	904,02	111159,78
46	982991,04	47922,98	51121,74	99044,72	10735,57	109780,29	904,02	110684,31
47	932691,62	50299,42	48745,30	99044,72	10236,51	109281,23	904,02	110185,25



48	879897,92	52793,71	46251,01	99044,72	9712,71	108757,43	904,02	109661,45
49	824486,24	55411,68	43633,04	99044,72	9162,94	108207,66	904,02	109111,68
50	766326,76	58159,48	40885,24	99044,72	8585,90	107630,62	904,02	108534,64
51	705283,23	61043,53	38001,19	99044,72	7980,25	107024,97	904,02	107928,99
52	641212,62	64070,61	34974,11	99044,72	7344,56	106389,28	904,02	107293,30
53	573964,83	67247,79	31796,93	99044,72	6677,36	105722,08	904,02	106626,10
54	503382,31	70582,52	28462,20	99044,72	5977,06	105021,78	904,02	105925,80
55	429299,70	74082,62	24962,10	99044,72	5242,04	104286,76	904,02	105190,78
56	351543,41	77756,28	21288,44	99044,72	4470,57	103515,29	904,02	104419,31
57	269931,29	81612,12	17432,60	99044,72	3660,85	102705,57	904,02	103609,59
58	184272,13	85659,16	13385,56	99044,72	2810,97	101855,69	904,02	102759,71
59	94365,23	89906,90	9137,82	99044,72	1918,94	100963,66	904,02	101867,68
60	-0,03	94365,27	4679,45	99044,72	982,69	100027,41	904,02	100931,43

Fuente: Banco de la Nación Argentina. Abril-2022

Cuadro de amortización resumido por año

Tabla 32: Cuadro de Amortización préstamo personal Banco de la Nación Argentina resumido

Periodo	Interés del Periodo	Capital Amortizado	Cuota Pura	Gestión y Otorg.	Gastos Admin.	IVA	Cuota Total	Saldo Deuda
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
AÑO 1	1102335,65	86200,99	1188536,64	37757,03	10848,24	231490,49	1468632,40	1801650,56
AÑO 2	1034458,06	154078,58	1188536,64	0,00	10848,24	217236,19	1416621,07	1647571,98
AÑO 3	913131,35	275405,29	1188536,64	0,00	10848,24	191757,58	1391142,46	1372166,69
AÑO 4	696267,86	492268,78	1188536,64	0,00	10848,24	146216,25	1345601,13	879897,92
AÑO 5	308638,69	879897,95	1188536,64	0,00	10848,24	64814,12	1264199,00	0,00

Elaboración propia

Flujo de Fondos Proyectado

Tabla 33: Flujo de Fondos Proyectado con amortización y gastos del préstamo.

Concepto	Periodo 0	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
Ventas	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Total de ventas		29894528,97	38862887,66	50521753,95	55573929,35	61131322,28
Otros ingresos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1 = Total de Ingresos Operativos		29894528,97	38862887,66	50521753,95	55573929,35	61131322,28
Compras comerciales	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Total compras de mercaderías		17486745,05	22732768,56	29552599,13	32507859,04	35758644,95
Total de Compras		17486745,05	22732768,56	29552599,13	32507859,04	35758644,95
Costos Operativos	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Costo de mano de obra		2146117,48	2850592,68	2850592,68	2850592,68	2850592,68
Gastos de comercialización		1561816,00	1649616,00	1746726,00	1788807,00	1835096,10
Gastos de administración		2026062,71	2576694,46	3100194,01	3327043,82	3576578,60
Gastos financieros		370418,87	429205,92	554713,22	609099,72	668924,87
Cargas fiscales – IVA		1510891,76	2929200,83	3929287,01	4397158,28	4943123,35



INTERESES PRÉSTAMO		1102335,65	1034458,06	913131,35	696267,86	308638,69
2 = Total de Egresos Operativos		26204387,52	34202536,51	42647243,40	46176828,41	49941599,24
3=1-2 Saldo Operativo		3690141,45	4660351,15	7874510,55	9397100,94	11189723,04
Amortizaciones	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Amortización bienes de uso		138534,26	208917,12	208917,12	208917,12	208917,12
Amortización intangibles		12336,60	12336,60	12336,60	12336,60	12336,60
4= Total Amortizaciones		150870,86	221253,72	221253,72	221253,72	221253,72
5=3-4 Subtotal		3539270,59	4439097,43	7653256,83	9175847,22	10968469,32
6= Impuestos a las Ganancias		1041424,64	1356364,03	2481319,83	3014226,46	3641644,20
7=5-6 Resultado del periodo		2497845,95	3082733,39	5171937,00	6161620,76	7326825,12
4= Total Amortizaciones		150870,86	221253,72	221253,72	221253,72	221253,72
FINANCIAMIENTO	\$	\$	\$	\$	\$	\$
PRÉSTAMOS BANCARIOS	1850094,52	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
CUOTAS DE AMORTIZACIÓN		86200,99	154078,58	275405,29	492268,78	879897,95
10= TOTAL DE AMOR FIN	1850094,52	-86200,99	-154078,58	-275405,29	-492268,78	-879897,95
Inversiones:	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Gastos de puesta en marcha	646619,10	0,00	0,00	0,00	0,00	
Bienes de uso	1216414,40	0,00	456476,40	0,00	0,00	0,00
Capital de trabajo	1912669,60	0,00	500000,00	0,00	0,00	0,00
8= Total de inversiones	3775703,10	0,00	956476,40	0,00	0,00	0,00
9=7+4-8-10 Flujo de Fondos	-1925608,58	2562515,82	2193432,13	5117785,43	5890605,70	6668180,89

Elaboración propia.

VAN: \$ 4.936.497,06

TIR: 149.79%

8.2 Variabilidad en la cantidad Demandada.

Los servicios y productos que se comercializan, además de ser conocidos mundialmente, son esenciales y obligatorios para el correcto funcionamiento de un vehículo, por lo que no se espera una disminución en la demanda.

No obstante, existen situaciones internas y externas poco comunes de las que se tiene conocimiento donde la demanda podría disminuir.

Por lo tanto se considera un análisis de indicadores financieros en un supuesto en que la demanda disminuye un 10% cada año.



Tabla 34: Flujo de Fondos Proyectado con disminución del 10% de la demanda

Concepto	Periodo 0	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
Ventas	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Total de ventas	0,00	26905076,07	34976598,89	45469578,56	50016536,41	55018190,06
Otros ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1 = Total de Ingresos Operativos	0,00	26905076,07	34976598,89	45469578,56	50016536,41	55018190,06
Compras comerciales	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Total compras de mercaderías	0,00	15738070,54	20459491,71	26597339,22	29257073,14	32182780,45
Total de Compras	0,00	15738070,54	20459491,71	26597339,22	29257073,14	32182780,45
Costos Operativos	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Costo de mano de obra	0,00	2146117,48	2850592,68	2850592,68	2850592,68	2850592,68
Gastos de comercialización	0,00	1561816,00	1649616,00	1746726,00	1788807,00	1835096,10
Gastos de administración	0,00	1893032,06	2403754,61	2875372,21	3079739,83	3304544,22
Gastos financieros	0,00	289632,24	376521,91	489478,48	538426,33	592268,96
Cargas fiscales – IVA	0,00	1488576,88	2816490,03	3692113,50	4071550,34	4488930,86
2 = Total de Egresos Operativos	0,00	23117245,19	30556466,94	38251622,09	41586189,32	45254213,28
3=1-2 Saldo Operativo	0,00	3787830,88	4420131,95	7217956,47	8430347,09	9763976,78
Amortizaciones	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Amortización bienes de uso	0,00	138534,26	208917,12	208917,12	208917,12	208917,12
Amortización intangibles	0,00	12336,60	12336,60	12336,60	12336,60	12336,60
4= Total Amortizaciones	0,00	150870,86	221253,72	221253,72	221253,72	221253,72
5=3-4 Subtotal	0,00	3636960,02	4198878,23	6996702,75	8209093,37	9542723,06
6= Impuestos a las Ganancias	0,00	1075615,94	1272287,32	2251525,90	2675862,62	3142633,01
7=5-6 Resultado del periodo	0,00	2561344,08	2926590,92	4745176,85	5533230,76	6400090,05
4= Total Amortizaciones	0,00	150870,86	221253,72	221253,72	221253,72	221253,72
Inversiones:	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Gastos de puesta en marcha	646619,10	0,00	0,00	0,00	0,00	
Bienes de uso	1216414,40	0,00	456476,40	0,00	0,00	0,00
Capital de trabajo	1912669,60	0,00	500000,00	0,00	0,00	0,00
8= Total de inversiones	3775703,10	0,00	956476,40	0,00	0,00	0,00
9=7+4-8 Flujo de Fondos	-3775703,10	2712214,94	2191368,24	4966430,57	5754484,48	6621343,77

Elaboración propia.

VAN: \$ 3.745.455,92

TIR: 89,84%



8.3 Variabilidad en los precios de ventas.

En este punto se ha supuesto que se produce un aumento del 10% en los precios generalizados, manteniendo constantes las cantidad de servicios y productos vendidos, lo que se traduce en un aumento del 10% del total de ventas en pesos para cada periodo y el impacto de esto en los costos variables asociados.

Tabla 35: Flujo de Fondos Proyectado con aumento del 10% de los precios de ventas.

Concepto	Periodo 0	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
Ventas	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Total de ventas	0,00	32883981,86	42749176,42	55573929,35	61131322,28	67244454,51
Otros ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1 = Total de Ingresos Operativos	0,00	32883981,86	42749176,42	55573929,35	61131322,28	67244454,51
Compras comerciales	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Total compras de mercaderías	0,00	17486745,05	22732768,56	29552599,13	32507859,04	35758644,95
Total de Compras	0,00	17486745,05	22732768,56	29552599,13	32507859,04	35758644,95
Costos Operativos	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Costo de mano de obra	0,00	2146117,48	2850592,68	2850592,68	2850592,68	2850592,68
Gastos de comercialización	0,00	1561816,00	1649616,00	1746726,00	1788807,00	1835096,10
Gastos de administración	0,00	2159093,36	2749634,31	3325015,82	3574347,80	3848612,99
Gastos financieros	0,00	353994,96	460193,45	598251,48	658076,63	723884,29
Cargas fiscales – IVA	0,00	2363409,27	3953772,15	5170580,26	5697863,77	6277875,63
2 = Total de Egresos Operativos	0,00	26071176,12	34396577,15	43243765,36	47077546,92	51294706,64
3=1-2 Saldo Operativo	0,00	6812805,74	8352599,27	12330163,98	14053775,36	15949747,87
Amortizaciones	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Amortización bienes de uso	0,00	138534,26	208917,12	208917,12	208917,12	208917,12
Amortización intangibles	0,00	12336,60	12336,60	12336,60	12336,60	12336,60
4= Total Amortizaciones	0,00	150870,86	221253,72	221253,72	221253,72	221253,72
5=3-4 Subtotal	0,00	6661934,88	8131345,55	12108910,26	13832521,64	15728494,15
6= Impuestos a las Ganancias	0,00	2134357,14	2648650,88	4040798,53	4644062,51	5307652,89
7=5-6 Resultado del periodo	0,00	4527577,74	5482694,67	8068111,74	9188459,13	10420841,26
4= Total Amortizaciones	0,00	150870,86	221253,72	221253,72	221253,72	221253,72
Inversiones:	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Gastos de puesta en marcha	646619,10	0,00	0,00	0,00	0,00	
Bienes de uso	1216414,40	0,00	456476,40	0,00	0,00	0,00
Capital de trabajo	1912669,60	0,00	500000,00	0,00	0,00	0,00
8= Total de inversiones	3775703,10	0,00	956476,40	0,00	0,00	0,00
9=7+4-8 Flujo de Fondos	-3775703,10	4678448,60	4747471,99	8289365,46	9409712,85	10642094,98

Elaboración propia.

VAN: \$ 9.648.434,46

TIR: 154,66%



8.4 Variabilidad en los precios de materiales y mercaderías.

En este punto se ha supuesto que se produce un aumento del 10% en el precio de las mercaderías y los materiales directos de producción.

Tabla 36: Flujo de Fondos Proyectado con aumento del 10% del valor de las mercaderías.

Concepto	Periodo 0	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
Ventas	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Total de ventas	0,00	29894528,97	38862887,66	50521753,95	55573929,35	61131322,28
Otros ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1 = Total de Ingresos Operativos	0,00	29894528,97	38862887,66	50521753,95	55573929,35	61131322,28
Compras comerciales	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Total compras de mercaderías	0,00	19235419,55	25006045,42	32507859,04	35758644,95	39334509,44
Total de Compras	0,00	19235419,55	25006045,42	32507859,04	35758644,95	39334509,44
Costos Operativos						
Costo de mano de obra	0,00	2146117,48	2850592,68	2850592,68	2850592,68	2850592,68
Gastos de comercialización	0,00	1561816,00	1649616,00	1746726,00	1788807,00	1835096,10
Gastos de administración	0,00	2026062,71	2576694,46	3100194,01	3327043,82	3576578,60
Gastos financieros	0,00	321813,60	418357,68	543864,98	598251,48	658076,63
Cargas fiscales – IVA	0,00	1375160,61	2669048,88	3500440,01	3860709,49	4257005,93
2 = Total de Egresos Operativos	0,00	26666389,95	35170355,12	44249676,72	48184049,42	52511859,39
3=1-2 Saldo Operativo	0,00	3228139,02	3692532,54	6272077,23	7389879,93	8619462,90
Amortizaciones	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Amortización bienes de uso	0,00	138534,26	208917,12	208917,12	208917,12	208917,12
Amortización intangibles	0,00	12336,60	12336,60	12336,60	12336,60	12336,60
4= Total Amortizaciones	0,00	150870,86	221253,72	221253,72	221253,72	221253,72
5=3-4 Subtotal	0,00	3077268,16	3471278,82	6050823,51	7168626,21	8398209,18
6= Impuestos a las Ganancias	0,00	879723,79	1017627,52	1920468,16	2311699,11	2742053,15
7=5-6 Resultado del periodo	0,00	2197544,37	2453651,30	4130355,35	4856927,10	5656156,03
4= Total Amortizaciones	0,00	150870,86	221253,72	221253,72	221253,72	221253,72
Inversiones:	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Gastos de puesta en marcha	646619,10	0,00	0,00	0,00	0,00	
Bienes de uso	1216414,40	0,00	456476,40	0,00	0,00	0,00
Capital de trabajo	1912669,60	0,00	500000,00	0,00	0,00	0,00
8= Total de inversiones	3775703,10	0,00	956476,40	0,00	0,00	0,00
9=7+4-8 Flujo de Fondos	-3775703,10	2348415,23	1718428,62	4351609,07	5078180,82	5877409,75

Elaboración propia.

VAN: \$ 2653265.34

TIR: 77.26%



8.5 Variabilidad en los costos fijos.

En este punto se ha supuesto que se produce un aumento del 10% en los costos fijos como la mano de obra, alquileres, tasas y servicios, etc.

Tabla 37: Flujo de Fondos Proyectado con aumento del 10% en los costos fijos.

Concepto	Periodo 0	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
Ventas	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Total de ventas	0,00	29894528,97	38862887,66	50521753,95	55573929,35	61131322,28
Otros ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1 = Total de Ingresos Operativos	0,00	29894528,97	38862887,66	50521753,95	55573929,35	61131322,28
Compras comerciales	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Total compras de mercaderías	0,00	17486745,05	22732768,56	29552599,13	32507859,04	35758644,95
Total de Compras	0,00	17486745,05	22732768,56	29552599,13	32507859,04	35758644,95
Costos Operativos	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Costo de mano de obra	0,00	2360729,23	3135651,95	3135651,95	3135651,95	3135651,95
Gastos de comercialización	0,00	1693097,60	1782207,60	1879317,60	1921398,60	1967687,70
Gastos de administración	0,00	2094438,33	2659864,06	3183363,61	3410213,42	3659748,20
Gastos financieros	0,00	321813,60	418357,68	543864,98	598251,48	658076,63
Cargas fiscales – IVA	0,00	1732431,86	3136211,53	4110819,10	4533149,05	4997711,99
2 = Total de Egresos Operativos	0,00	25689255,67	33865061,38	42405616,37	46106523,53	50177521,41
3=1-2 Saldo Operativo	0,00	4205273,30	4997826,28	8116137,58	9467405,82	10953800,87
Amortizaciones	\$	\$	\$	\$	\$	\$
amortización bienes de uso	0,00	138534,26	208917,12	208917,12	208917,12	208917,12
amortización intangibles	0,00	12336,60	12336,60	12336,60	12336,60	12336,60
4= Total Amortizaciones	0,00	150870,86	221253,72	221253,72	221253,72	221253,72
5=3-4 Subtotal	0,00	4054402,44	4776572,56	7894883,86	9246152,10	10732547,15
6= Impuestos a las Ganancias	0,00	1221720,79	1474480,33	2565889,29	3038833,17	3559071,44
7=5-6 Resultado del periodo	0,00	2832681,65	3302092,23	5328994,58	6207318,93	7173475,71
4= Total Amortizaciones	0,00	150870,86	221253,72	221253,72	221253,72	221253,72
Inversiones:	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Gastos de puesta en marcha	646619,10	0,00	0,00	0,00	0,00	
Bienes de uso	1216414,40	0,00	456476,40	0,00	0,00	0,00
Capital de trabajo	1912669,60	0,00	500000,00	0,00	0,00	0,00
8= Total de inversiones	3775703,10	0,00	956476,40	0,00	0,00	0,00
9=7+4-8 Flujo de Fondos	-3775703,10	2983552,51	2566869,55	5550248,30	6428572,65	7394729,43

Elaboración propia.

VAN: \$ 3.931.292,47

TIR: 92.34%



8.6 Análisis del efecto inflacionario sobre los costos totales.

El análisis económico y financiero sobre el flujo de fondos proyectado expuesto en el punto 7.5, se realizó sin tener en cuenta el efecto inflacionario. No obstante, los acontecimientos económicos en nuestro país, nos invitan a estudiar el efecto de este fenómeno. Por lo tanto, en este apartado se ha considerado el impacto inflacionario únicamente sobre los costos totales en el flujo de fondos proyectado, sin ajustar los precios de ventas de productos y servicios.

A tal efecto se utilizó el índice promedio de expectativas de inflación anual publicado por el Banco Central de la República Argentina en el Relevamiento de Expectativas de Mercado en diciembre del 2021, equivalente al 53.9%.

Tabla 38: Flujo de Fondos Proyectado con aumento del 53.9% en los costos totales.

Concepto	Periodo 0	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
Ventas	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Total de ventas	0,00	29894528,97	38862887,66	50521753,95	55573929,35	61131322,28
Otros ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1 = Total de Ingresos Operativos	0,00	29894528,97	38862887,66	50521753,95	55573929,35	61131322,28
Compras comerciales	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Total compras de mercaderías	0,00	26912100,63	34985730,82	45481450,06	50029595,07	55032554,57
Total de Compras	0,00	26912100,63	34985730,82	45481450,06	50029595,07	55032554,57
Costos Operativos	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Costo de mano de obra	0,00	3302874,80	4387062,13	4387062,13	4387062,13	4387062,13
Gastos de comercialización	0,00	2403634,82	2538759,02	2688211,31	2796855,63	2868094,56
Gastos de administración	0,00	2401075,29	3046327,52	3576231,74	3805856,91	4058444,59
Gastos financieros	0,00	321813,60	418357,68	543864,98	598251,48	658076,63
Cargas fiscales – IVA	0,00	-311628,35	488112,71	681757,60	756455,24	848759,30
2 = Total de Egresos Operativos	0,00	35029870,79	45864349,88	57358577,84	62374076,46	67852991,79
3=1-2 Saldo Operativo	0,00	-5135341,82	-7001462,22	-6836823,88	-6800147,12	-6721669,51
Amortizaciones	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Amortización bienes de uso	0,00	138534,26	208917,12	208917,12	208917,12	208917,12
Amortización intangibles	0,00	12336,60	12336,60	12336,60	12336,60	12336,60
4= Total Amortizaciones	0,00	150870,86	221253,72	221253,72	221253,72	221253,72
5=3-4 Subtotal	0,00	-5286212,68	-7222715,94	-7058077,60	-7021400,84	-6942923,23
6= Impuestos a las Ganancias	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
7=5-6 Resultado del periodo	0,00	-5286212,68	-7222715,94	-7058077,60	-7021400,84	-6942923,23
4= Total Amortizaciones	0,00	150870,86	221253,72	221253,72	221253,72	221253,72
Inversiones:	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Gastos de puesta en marcha	646619,10	0,00	0,00	0,00	0,00	
Bienes de uso	1216414,40	0,00	456476,40	0,00	0,00	0,00
Capital de trabajo	1912669,60	0,00	500000,00	0,00	0,00	0,00
8= Total de inversiones	3775703,10	0,00	956476,40	0,00	0,00	0,00



9=7+4-8 Flujo de Fondos	-3775703,10	-5135341,82	-7957938,62	-6836823,88	-6800147,12	-6721669,51
-------------------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

Elaboración propia.

VAN: -\$ 15.931.883,92

En el caso de este análisis, se obtuvo un VAN menor a cero, con lo que sería suficiente para asegurar que como inversionistas no recuperaríamos la inversión, además de tener que financiar con recursos externos los costos fijos y variables.

8.7 Análisis del efecto inflacionario sobre el flujo de fondos proyectado.

En contraste con el análisis del punto anterior, en este apartado se ha evaluado como podría afectar el aumento generalizado de precios por efecto de la inflación, sobre el flujo de fondos proyectado del punto 7.5; lo que se traduce en un incremento del total de ventas en pesos para cada periodo y los costos totales en un 53.9% (Índice Promedio de expectativas de Inflación Anual – R.E.M. – B.C.A. dic-2021).

Tabla 39: Flujo de Fondos Proyectado con aumento del 53.9% en los precios de ventas y costos totales.

Concepto	Periodo 0	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
Ventas	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Total de ventas	0,00	46007680,08	59809984,10	77752979,33	85528277,27	94081104,99
Otros ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1 = Total de Ingresos Operativos	0,00	46007680,08	59809984,10	77752979,33	85528277,27	94081104,99
Compras comerciales	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Total compras de mercaderías	0,00	26912100,63	34985730,82	45481450,06	50029595,07	55032554,57
Total de Compras	0,00	26912100,63	34985730,82	45481450,06	50029595,07	55032554,57
Costos Operativos	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Costo de mano de obra	0,00	3302874,80	4387062,13	4387062,13	4387062,13	4387062,13
Gastos de comercialización	0,00	2403634,82	2538759,02	2688211,31	2796855,63	2868094,56
Gastos de administración	0,00	3118110,51	3978473,31	4788021,27	5138825,39	5524709,92
Gastos financieros	0,00	495271,13	643852,47	837008,21	920709,03	1012779,93
Cargas fiscales - IVA	0,00	3035707,30	4839649,06	6338754,85	6979152,22	7693725,98
2 = Total de Egresos Operativos	0,00	39267699,19	51373526,81	64520507,84	70252199,47	76518927,10
3=1-2 Saldo Operativo	0,00	6739980,89	8436457,30	13232471,49	15276077,80	17562177,89
Amortizaciones	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Amortización bienes de uso	0,00	138534,26	208917,12	208917,12	208917,12	208917,12
Amortización intangibles	0,00	12336,60	12336,60	12336,60	12336,60	12336,60
4= Total Amortizaciones	0,00	150870,86	221253,72	221253,72	221253,72	221253,72
5=3-4 Subtotal	0,00	6589110,03	8215203,58	13011217,77	15054824,08	17340924,17
6= Impuestos a las Ganancias	0,00	2108868,44	2678001,19	4356606,15	5071868,36	5872003,40
7=5-6 Resultado del periodo	0,00	4480241,58	5537202,39	8654611,61	9982955,71	11468920,78
4= Total Amortizaciones	0,00	150870,86	221253,72	221253,72	221253,72	221253,72



Inversiones:	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Gastos de puesta en marcha	646619,10	0,00	0,00	0,00	0,00	
Bienes de uso	1216414,40	0,00	456476,40	0,00	0,00	0,00
Capital de trabajo	1912669,60	0,00	500000,00	0,00	0,00	0,00
8= Total de inversiones	3775703,10	0,00	956476,40	0,00	0,00	0,00
9=7+4-8 Flujo de Fondos	3775703,10	4631112,44	4801979,71	8875865,33	10204209,43	11690174,50

Elaboración propia.

VAN: \$ 8.745.734,01

TIR: 172.75%

8.8 Cuadro resumen análisis de sensibilidad.

Tabla 40: Resumen de análisis de sensibilidad.

	VAN	TIR	Periodo de Recupero
7.5 Proyecto Original	\$ 4.490.697,62	99,16%	2do año
8.1 Análisis de financiamiento	\$ 4.936.497,06	149,79%	1er año
8.2 Variabilidad en la demanda	\$ 3.745.455,92	89,84%	2do año
8.3 Variabilidad en los precios de ventas	\$ 9.648.434,46	154,66%	1er año
8.4 Variabilidad en los precios de mercaderías	\$ 2.653.265,34	77,26%	2do año
8.5 Variabilidad en los costos fijos	\$ 3.931.292,47	92,34%	2do año
8.6 Análisis del efecto inflacionario sobre los costos totales.	-\$ 15.931.883,92	0,00%	no recupera
8.7 Análisis del efecto inflacionario sobre el flujo de fondos proyectado.	\$ 8.745.734,01	142,75%	1er año

Elaboración propia



9. CONCLUSIONES Y APORTES

9.1. Conclusiones

- Después de haber llevado a cabo las investigaciones cualitativas y cuantitativas del mercado, se comprobó que existe una potencial demanda para los productos y servicios ofrecidos por este negocio; que este mercado está en crecimiento y que las ventas esperadas superan ampliamente los mínimos requeridos por la franquicia y costos de funcionamiento.
- Del análisis de factibilidad económica financiera, se llega a la conclusión que el lanzamiento de un centro de lubricación y mecánica ligera con sistema de franquicia de una marca reconocida es rentable y además la tasa de rentabilidad de los rendimientos futuros esperados de la inversión es superior a la tasa de rendimiento de referencia del mercado.
- Para que el modelo de negocio tenga valor en el tiempo para futuros proyectos, es importante la fidelización con los clientes, las políticas de impacto positivo, y el uso de internet y redes sociales como medio de comunicación.
- Es factible desarrollar políticas responsables con el medio ambiente y el público de interés, y que este aporte acelerara el posicionamiento e imagen del negocio en la provincia.

9.2. Aportes

- La cantidad de litros de aceite vendidos anualmente es proporcional a la cantidad de litros de residuos peligrosos que se generan en esta actividad; se sugiere realizar esfuerzos para mejorar los procedimientos para el tratamiento y disposición final de estos residuos, no solo por el impacto negativo que estos tienen en el ambiente sino que representa un costo significativamente alto.
- Uno de los desafíos que representa este rubro es la administración logística. En la actualidad, la mayoría de los proveedores de mercaderías e insumos se encuentran fuera de la provincia, lo que representa costos de fletes excesivamente altos. Una buena gestión de este recurso puede ser beneficioso para el negocio.



10. BIBLIOGRAFÍA

AFIP - Administración Federal de Ingresos Públicos. *Guías Paso a Paso*.
www.serviciosweb.afip.gob.ar/genericos/guiasPasoPaso/VerGuia.aspx?id=317.

BILLENE, RICARDO A. (2004). *Cálculo de Costos para cotización de precios*. Colección Biblioteca.

BOLETIN OFICIAL REPUBLICA ARGENTINA - CONSEJO NACIONAL DE COORDINACIÓN DE POLÍTICAS SOCIALES - Decreto 499/2017.

CAVES R y MURPHY W (1976), “*Franchising: Firms, markets, and intangible assets*”. Southern Economic Journal.

CCA – Cámara del Comercio Automotor. <https://cca.org.ar>

CODIGO TRIBUTARIO LEY N° VI-0490-2005 (2021). *Ley Impositiva anual para el ejercicio Fiscal 2021*. D.P.I.P San Luis.

CÓDIGO TRIBUTARIO MUNICIPAL (2021). Ordenanza Tarifaria Municipal de San Luis.

Convenio Colectivo de Trabajo 27/88 . FAATRA.

CONSEJO NACIONAL DE COORDINACION DE POLÍTICAS SOCIALES (2017). *El sector privado empresarial y los ODS*.

DIRECCION NACIONAL DE REGISTRO DE LA PROPIEDAD AUTOMOTOR. *Boletines Estadísticos 2021*.

EL DIARIO DE LA REPUBLICA (2019). “*El parque automotor sumó 100 mil vehículos en nueve años*”.

Franchising en Argentina. <https://www.gaf-franquicias.com/preguntas.php>.

GAYTÁN RAMIREZ Y FLORES VILLANUEVA.(2018) “*Factores determinantes en la adopción de prácticas de responsabilidad social empresarial*”. AD-minister.

INDEC (2021). *Mercado de trabajo. Tasas e indicadores socioeconómicos (EPH)*.

INDEC Instituto Nacional de Estadística y Censos de la República Argentina (2021). *Proyecciones por departamento*. www.indec.gob.ar/indec/web/Nivel4-Tema-2-24-119.



INDEC Instituto Nacional de Estadística y Censos de la República Argentina (2019). *Informe de Gastos*.

LEY 26.994 (2014). *Código Civil y Comercial de la Nación*.

LEY 20628 - Ley de Impuesto a las ganancias (2019). *Texto Ordenado por Decreto 824/2019*.

LEY 20631 - Impuesto al valor Agregado.

LEY 20744 - Ley de Contrato de trabajo. Compendio de legislación. Errepar 2011.

LEY 24.051 - Ley de Registro de Generadores y Operadores de Residuos Peligrosos.

LEY N° IX-0335 (2004). Ley de Residuos Peligrosos.

Lorenzetti R. (2014). *Código Civil y Comercial de la Nación*. La Ley.

MILUSKA J. “Objetivos y metas de desarrollo sostenible”.
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-development-goals/>

ORTIZ R.(2002). *Una aportación al debate sobre el Libro Verde de la responsabilidad social de la empresa*. Revista de fomento Social.

PENROSE (2009). *The Theory of the Growth of the Firm*. Oxford university press.

THE NIELSEN COMPANY. (2018) *Reporte de Responsabilidad Global*.

TALANCÓN H. (2006). La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales.

TOTAL ENERGIES. *A Broad Energy Company*. www.TotalEnergies.com

Unión Europea (2002). Libro verde de la Comisión Europea. ESADE-IPES.

www.dnrpa.gov.ar/portal_dnrpa/estadisticas/rsss_tramites/tram_parque.php?anio=2021&origen=portal_dnrpa



11.ANEXOS

ANEXO I

Aspectos contractuales:

3. No retribución.

Se deja expresa constancia de que la Concedente no percibirá *royalties* o retribuciones específicas por la designación de la Operadora.

10. Compra de los Productos.

10.1. La Operadora se obliga a comprar los lubricantes y otros fluidos para automotores livianos, pesados y especialidades (los "**Productos**") en forma directa a TEA o al distribuidor autorizado que corresponda según su zona geográfica (a su exclusivo criterio), y a revenderlos por cuenta y riesgo propios, obligándose únicamente por sí. Se deja expresa constancia de que la Operadora no tiene, bajo ningún concepto, calidad de agente o representante comercial de la Concedente.

10.2. En caso de que la Operadora adquiera los Productos en forma directa de la Concedente, la transferencia de la propiedad de los mismos no se llevará a cabo hasta que el precio total haya sido efectivamente pagado por la Operadora a la Concedente.

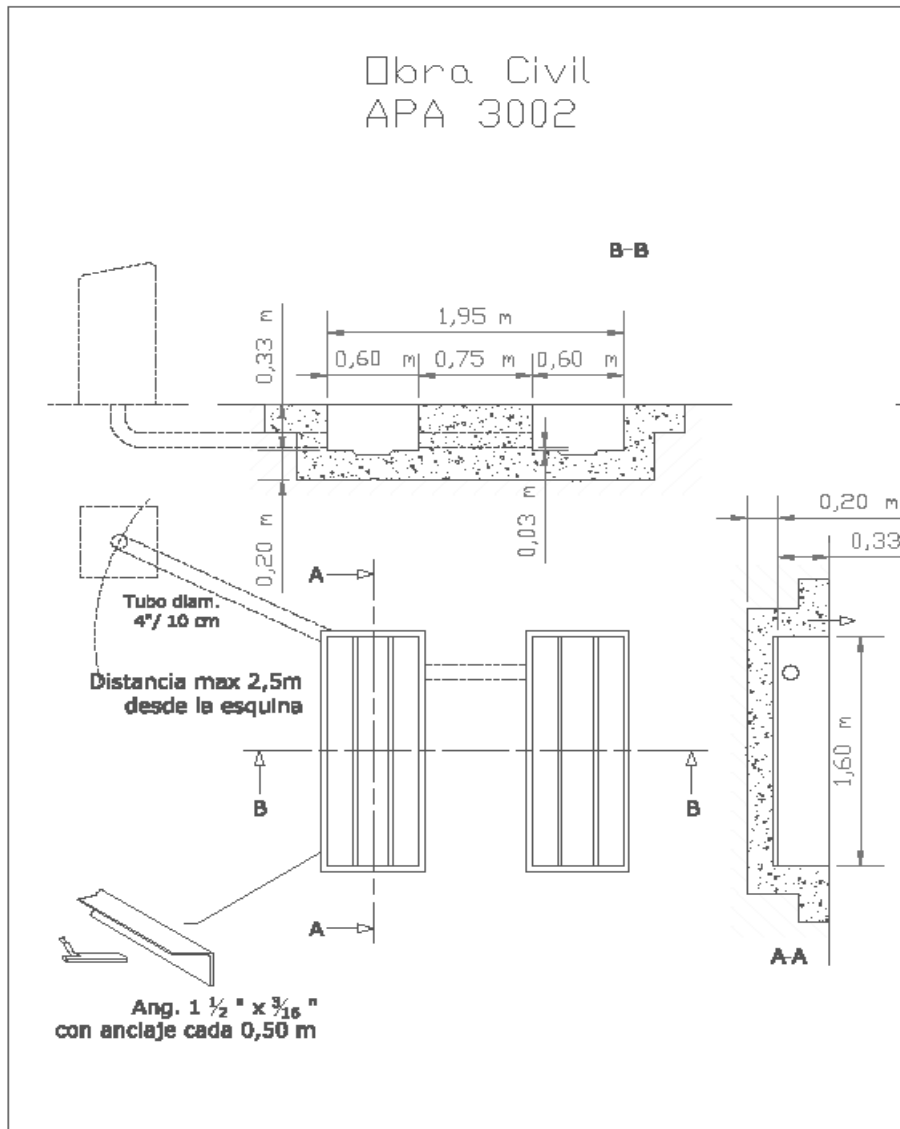
10.3. Cualquier reclamo por parte de la Operadora relacionado con vicios o defectos de los Productos no será aceptado a menos de que se notifique por escrito a más tardar dentro de las 48 a 72 horas corridas posteriores a la entrega de los Productos con pruebas suficientes del supuesto defecto.

15. Objetivos de venta.

La Operadora se obliga a realizar el volumen mínimo de compra de Productos, ya sea en forma directa a la Concedente o al distribuidor que por su zona geográfica le corresponda, que se indica a continuación:

ANEXO II

Planos de Instalación Elevadores Tijera APA 3002



ANEXO III

Paso SDG Compass

¿Qué contiene?			Pag
	Resumen Ejecutivo	¿Por qué los ODS son importantes para los negocios?	4
		¿Qué es el SDG Compass?	5
	Paso 01 Entendiendo los ODS		6
		¿Qué son los ODS?	7
		Entendiendo el caso empresarial	8
		Las responsabilidades mínimas de las empresas	10
	Paso 02 Definiendo prioridades		11
		Mapear la cadena de valor para identificar áreas de impacto	12
		Seleccionar indicadores y recopilar datos	14
		Definir prioridades	15
	Paso 03 Estableciendo objetivos		16
		Definir el alcance de los objetivos y seleccionar KPI	17
		Definir la línea base, seleccionar tipo de objetivo	18
		Configurar el nivel de ambición	18
		Anunciar el compromiso que se tiene con los ODS	20
	Paso 04 Integrando		21
		Anclar los objetivos de sostenibilidad dentro del negocio	22
		Integrar la sostenibilidad en todas las funciones	23
		Participar en alianzas	24
	Paso 05 Reportando y comunicando		25
		Procesos de reporte y comunicación efectivos	27
		Comunicando el desempeño frente a los ODS	28



ANEXO IV

Inscripción mensual de vehículos automotor año 2021 D.N.R.P.A.

28/5/22, 17:38

DNRPA

DIRECCIÓN NACIONAL DE LOS REGISTROS NACIONALES DE LA PROPIEDAD DEL AUTOMOTOR Y DE CRÉDITOS PRENDARIOS



ORGANIZACIÓN

CONSULTAS

TRÁMITES

ACCESO RESTRINGIDO

DEPENDENCIAS

CONCURSOS

PRENSA

Estadística Anual por Provincia - Trámite

Detalle de RRSS por Provincia

Trámite: INSCRIPCIÓN INICIAL NAC.E IMPORT.

Provincia: SAN LUIS - Año: 2021

Tipo de Vehículo: Automotor

RRSS / Mes	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
19001 - BUENA ESPERANZA	14	6	13	9	7	11	13	13	11	8	8	6	119
19002 - QUINES	21	8	12	15	4	12	13	11	11	6	8	10	131
19003 - SAN LUIS N° 1	62	34	51	48	28	46	44	51	139	39	42	29	613
19004 - TILISARAO	45	40	47	37	18	53	35	37	26	27	31	21	417
19005 - VILLA MERCEDES N° 1	70	32	48	46	28	55	36	41	40	32	33	25	486
19006 - VILLA MERCEDES N° 2	69	45	38	35	29	46	45	35	38	39	34	26	479
19007 - SAN LUIS N° 2	67	62	51	52	25	60	54	47	44	26	49	19	556
19008 - SAN LUIS N° 3	75	39	44	53	25	55	45	51	41	34	40	25	527
19009 - SAN LUIS N° 4	100	63	61	40	51	62	71	57	48	43	40	34	670
TOTAL	523	329	365	335	215	400	356	343	398	254	285	195	3998



ANEXO V

Tramos de escala ART 94 Decreto 824/2019 Ley 20628.



Ministerio de Economía
Argentina

Dirección Nacional de Investigaciones y Análisis Fiscal
Subsecretaría de Ingresos Públicos
Secretaría de Hacienda

II. PERSONAS HUMANAS Y SUCESIONES INDIVISAS

TASAS, TRAMOS DE ESCALAS Y DEDUCCIONES PERSONALES

Ley N° 20.628, t.o. Dto. N° 824/2019, arts. 30 y 93

PERIODO FISCAL 2022

TASAS Y TRAMOS DE ESCALA

GANANCIA NETA IMPONIBLE ACUMULADA		PAGARÁN		
Más de \$	a \$	\$	Más el %	Sobre el excedente de \$
0	97.202,00	-	5	-
97.202,00	194.404,01	4.860,10	9	97.202,00
194.404,01	291.606,01	13.608,28	12	194.404,01
291.606,01	388.808,02	25.272,52	15	291.606,01
388.808,02	583.212,02	39.852,82	19	388.808,02
583.212,02	777.616,02	76.789,58	23	583.212,02
777.616,02	1.166.424,03	121.502,50	27	777.616,02
1.166.424,03	1.555.232,07	226.480,66	31	1.166.424,03
1.555.232,07	en adelante	347.011,16	35	1.555.232,07

NORMA LEGAL: Ley N° 27.346

DEDUCCIONES PERSONALES ANUALES

CONCEPTO	\$ (1)
GANANCIA NO IMPONIBLE	252.564,84
CARGAS DE FAMILIA	
- Cónyuge/unión convivencial	235.457,25
- HIJOS	118.741,97
- HIJOS INCAPACITADOS PARA EL TRABAJO	237.483,94
- OTRAS CARGAS	-
DEDUCCION ESPECIAL -Trabajador autónomo-	505.129,66
DEDUCCION ESPECIAL -Trabajador en relación de dependencia y jubilados (B) (3)-	1.212.311,24
DEDUCCION ESPECIAL -Nuevos profesionales/emprendedores-	631.412,12

NORMA LEGAL: Leyes N° 27.346 y 27.617

DEDUCCIONES PERSONALES ANUALES

(1) Diferencial para determinadas provincias y partido.

Cuando se trate de empleados en relación de dependencia que trabajen y jubilados que vivan en las Provincias de La Pampa, Río Negro, Chubut, Neuquén, Santa Cruz, Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur y el Partido de Patagones de la provincia de Buenos Aires, art.1 Ley N° 25.272, las deducciones personales computables se incrementarán en un 22%.

(2) Deducción específica para los jubilados.

Cuando se trate de las rentas de jubilaciones, las deducciones por ganancia no imponible y deducción especial, serán reemplazadas por una deducción específica equivalente a 8 veces la suma de los haberes mínimos garantizados que fijó ANSES, siempre que esta última suma resulte superior a la de las deducciones antes dichas. Lo dispuesto no será de aplicación respecto de aquellos sujetos que perciban y/o obtengan ingresos de distinta naturaleza a los allí previstos supuestos al monto previsto en las ganancias no imponibles. Tampoco corresponderá esa deducción para quienes se encuentren obligados a tributar el impuesto sobre los Bienes Personales, siempre y cuando esta obligación no surja exclusivamente de la tenencia de un inmueble para vivienda única.

(3) Deducción especial incrementada.

Cuando se trate de rentas por desempeño de cargos públicos, trabajadores en relación de dependencia y jubilaciones, no corresponderá retención alguna del impuesto cuando la remuneración bruta del mes que se liquida -en el período comprendido entre el 01/01/2022 y el 31/12/2022- o el promedio de las remuneraciones brutas mensuales desde el 01/01/2022 hasta el 31/12/2022, a ese mes, el que fuere menor, no supere los \$ 225.937.

A tal efecto, los agentes de retención computarán, en el mes que se liquida, una deducción especial incrementada, de manera tal que la ganancia neta sujeta a impuesto quede igual a 0.

En aquellos meses en que la remuneración bruta del mes que se liquida en el período 2022, o el promedio de las remuneraciones brutas mensuales desde el 01/01/2022 hasta el 31/12/2022 -el que fuere menor- supere los \$ 225.937 y resulte inferior o igual a \$ 260.580, los agentes de retención computarán, en el mes que se liquida, una deducción especial incrementada -segunda parte del penúltimo párrafo del Inc. c) del art. 30 de la Ley de Impuesto a las Ganancias-, según tabla publicada en el sitio web: www.afip.gob.ar



ANEXO VI

Costos de billetera virtual

15/5/22, 14:32

¿Cuánto cuesta recibir pagos con Mercado Pago?

Cuando cobrás con Mercado Pago con link de pago

Medio de pago	Pagás	Tenés el dinero disponible
Con dinero disponible en Mercado Pago, tarjeta de débito, crédito, efectivo, transferencia, depósito o Mercado Crédito	5,99% + IVA	En el momento.
	3,99% + IVA	10 días después de que el pago se encuentre aprobado a liquidar.
	2,99% + IVA	18 días después de que el pago se encuentre aprobado a liquidar.
	1,79% + IVA	35 días después de que el pago se encuentre aprobado a liquidar.

Si necesitás que el comprador agregue dinero a la operación, también pagás la comisión que hayas elegido.

Si cobrás a través de Televentas, pagás 1,99% + IVA y tenés el dinero disponible 30 días después de que el pago se encuentre aprobado a liquidar.

Cuando cobrás en tu negocio con Point

Para configurar tus ventas con un lector de tarjetas de Point, ingresá a [Tu negocio > Costos](#) y elegí la opción que quieras.

Medio de pago	Pagás	Tenés el dinero disponible
Con tarjeta de débito.	3,15% + IVA	En el momento.
	3,09% + IVA	1 día después de que el pago se encuentre aprobado a liquidar.
Con tarjeta de crédito.	6,39% + IVA	En el momento.
	6,09% + IVA	2 días después de que el pago se encuentre aprobado a liquidar.
	4,29% + IVA	10 días después de que el pago se encuentre aprobado a liquidar.
	3,39% + IVA	18 días después de que el pago se encuentre aprobado a liquidar.
		35 días después de que el

Este sitio usa cookies

Entendido

Al navegar en nuestro sitio aceptas que usemos cookies para personalizar tu experiencia según la Declaración de Privacidad.

Configurar cookies

https://www.mercadopago.com.ar/ayuda/costo-recibir-pagos_220

2/5



12.GLOSARIO

AAMF: Asociación Argentina de Marcas y Franquicias.

CNCPS: Consejo Nacional de Coordinación de Políticas Sociales.

ODS: Objetivos de Desarrollo Sustentable.

PYME: Pequeña y Mediana Empresa.

RSE: Responsabilidad Social Empresarial.

TEA: Total Especialidades Argentina S.A.

OS: Orden de Servicio.

WBCSD: World Business Council for Sustainable Development.

GRI: Global Reporting Initiative.

CAME: Cámara Argentina de la Mediana Empresa.

INDEC: Instituto Nacional de Estadística y Censos.

D.N.R.P.A.: Dirección Nacional del Registro de la Propiedad Automotor.

R.P.C.: Registro Público de Comercio.

A.F.I.P.: Administración Federal de Ingresos Públicos.

D.P.I.P.: Dirección Provincial de Ingresos Públicos.

S.I.G.E.M.: Sistema Integral de Gestión Municipal.

S.M.A.T.A.: Sindicato de Mecánicos y Afines del Transporte Automotor de la República Argentina.