

RESÚMENES EJECUTIVOS DE PLANES DE NEGOCIOS PROPUESTA DE VALOR Y OPORTUNIDAD DE NEGOCIOS

Prof. José Pablo Dapena

Goltone S.A.

Quién no se ha emocionado con el gol de Maradona a los ingleses en el mundial de 1986??? A quién no le gustaría revivir el gol de Burruchaga en la final del mundial 86, que coronó a la Argentina campeona del mundo por 2da vez en la historia??? Qué hincha de Boca no se alegra cada vez que escucha el relato del gol de Martín Palermo al Real Madrid, que coronó al Boca de Bianchi campeón del mundo??

Todas estas y otras emociones podrán ser revividas por los simpatizantes del fútbol cada vez que reciban un llamado telefónico a su teléfono celular, ya que nuestra empresa, pionera en el mercado, planea ofrecer ringtones (los sonidos que se activan en el teléfono celular cada vez que se recibe un llamado, un mensaje de texto, notificación de la casilla de mensajes, etc.) con los relatos de los goles de fútbol que pueden ser comprados semana a semana y ser escuchados como notificación de cada llamado entrante al teléfono celular.

Si bien ese es el foco primario de nuestra compañía, complementaremos la oferta de ringtones con campañas políticas, mensajes de actores y conductores famosos, y contenido para adultos. A mediano plazo también sumaremos estos servicios para actuar como ringbacktones, una nueva tecnología actualmente en desarrollo que permite seleccionar la música o mensaje que escucha la persona que nos llama al teléfono celular.

El objetivo es cubrir, de manera integrada, toda la oferta de material de “personalización” de los teléfonos celulares, ya que la tendencia a diferenciar los equipos esta causando furor entre los usuarios de la telefonía celular.

Spin S.A.

Una idea pensada para reducir el impacto ambiental

Spin S.A., será la primer empresa en el país en implementar el proceso de remoldeado integral del neumático, transformando el scrap generado por los fabricantes en productos con los mismos estándares de calidad y seguridad que el de una cubierta nueva.

Solamente en Argentina se generan 320 toneladas por año de residuos de neumáticos que podrían ser reutilizados. Esto equivale a un ahorro anual de más de 1.000.000 litros de petróleo. Por otro lado, representa una erogación para las empresas fabricantes de neumáticos, que deben gestionar el traslado y la deposición final de estos residuos en el CEAMSE.

A nivel mundial existen compañías que se dedican a la reutilización de los neumáticos que llegan al fin de su vida útil, generando para los grandes productores una competencia significativa basada en precio, mediante la oferta de productos de menor calidad. A diferencia de esta estrategia, Spin S.A. solucionará en forma conjunta con los principales fabricantes el problema de la generación de residuos, ofreciendo a un número limitado de distribuidores un producto nunca antes rodado, de alta calidad y bajo costo.



Los fabricantes utilizarán a SPIN S.A., como justificación de su posición a favor de la promulgación de la ley 25.626, que prohíbe la importación de neumáticos usados y remodelados, debido a que se trata de una maniobra encubierta para el envío de desperdicios desde el resto del mundo hacia nuestro territorio.

Basado en el aprovechamiento del scrap de los productores, el volumen de nuestra empresa será menor al 1% de su producción, posicionándonos como un partner y no como una amenaza en escala a su negocio.

Un equipo vinculado al mercado de neumáticos

La principal ventaja competitiva de este emprendimiento es el expertise de los socios fundadores de SPIN S.A., un equipo multidisciplinario con experiencia laboral y contactos dentro de las empresas multinacionales de neumáticos. En particular, el Ing. Rodríguez se desempeña como gerente de Tecnología y Calidad de Pirelli Neumáticos S.A.I.C. y cuenta con estrechos vínculos con los directivos del resto de los fabricantes.

Un proyecto dirigido al segmento de bajo precio

Nuestra operación aprovechará la estructura de los neumáticos radiales de auto y camioneta descartados por defectos estéticos, aprovechando de esta manera el 80% del costo de fabricación de un producto que hasta la fecha se descartaba.

Mediante un proceso versátil y modular, se recubre nuevamente la estructura con compuestos de primera calidad y se los vuelve a moldear con diseño y marca propia.

En Argentina la fabricación de neumáticos está representada por Bridgestone-Firestone, Fate y Pirelli, que en total producen anualmente 11 millones de neumáticos. Actualmente el 40% de la producción se destina al mercado local. Sumando a esto la importación el volumen total del mercado argentino alcanza los 6 millones de unidades, equivalentes a 720 millones de pesos. El mercado de bajo precio, que representa un 40% de este total, será el segmento al que estarán dirigidos nuestros productos. Los principales participantes de esta porción del mercado son las segundas marcas de los grandes fabricantes y los productos de origen asiático, de calidad inferior.

La gama de producción de cada uno de los fabricantes es del orden de las 25 medidas, algunas de las cuales son de bajo volumen o destinadas exclusivamente a la exportación. Es por esto que SPIN S.A. se concentrará en las 10 principales medidas de automóviles y una de camionetas, las cuales representan el 80% del volumen total y el 90% del de bajo precio. La participación en volumen de SPIN S.A. en este segmento sería del 1.7%, sobre un total de valor de mercado de bajo precio de \$ 234 M.

La sustentabilidad de un proyecto replicable

El vínculo contractual planteado entre SPIN S.A. con los fabricantes locales aseguraría el suministro local a mediano plazo. Consideramos a futuro la opción de replicar el negocio en los distintos países donde los fabricantes poseen unidades productivas, lo que permitiría expandir significativamente nuestra operación.

La inversión total requerida para el proyecto es de \$620k conformados de la siguiente manera: \$370k para activos fijos, \$89k para capital de trabajo y \$161k para gastos de administración y comercialización iniciales. El margen neto esperado es del 15%, logrando un payback de la inversión de 14 meses y una TIR de 105%.



Fundación Enlaces

FUNDACION ENLACES tiene por objeto desarrollar y aplicar herramientas profesionales para facilitar a las Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) el cumplimiento eficiente de su misión, permitiéndoles el acceso a fuentes de financiamiento de organismos internacionales, gobiernos, empresas extranjeras, fundaciones de desarrollo internacionales y otras fuentes de recursos.

Entendemos por Organizaciones de la Sociedad Civil, a Fundaciones, Asociaciones Civiles, Cooperativas, Microemprendimientos y Empresas sociales, y en general a todas aquellas formas de organización y organismos de base que han surgido para compensar y mejorar la acción del Estado de suplir las necesidades de la sociedad.

FUNDACION ENLACES colaborará con las OSC de Argentina y Latinoamérica, dado el vacío existente que impide, en las condiciones actuales, que las organizaciones medianas puedan acceder al mercado internacional de otorgamiento de fondos, ya que en muchos casos desconocen la existencia de los cuantiosos recursos existentes, o no disponen de las capacidades para cumplir los requisitos para obtener dichos fondos, y por su condición de organizaciones medianas se encuentran imposibilitadas de contratar a grandes consultoras multinacionales dado el costo que ello implica.

Si bien FUNDACION ENLACES no es una Organización Social de base, es decir que trabaja directamente con las personas que se benefician de su acción, al optimizar y facilitar la labor de las Organizaciones Sociales de base, ya sea mediante la capacitación, organización, focalización de proyectos y obtención de financiación para las mismas, el accionar de FUNDACION ENLACES se convierte en un efecto multiplicador importante, al derramarse sobre múltiples áreas y Organizaciones que luego reportan enormes beneficios económicos, sociales y ambientales, al país y a las personas que lo habitan.

De acuerdo a nuestras investigaciones estimamos que de las más de 105.000 Organizaciones Sociales que existen en la Argentina, según el Índice de Desarrollo de la Sociedad Civil Argentina 2004 preparado por la Fundación GADIS y el BID, sólo un 10% de ellas podrían llegar a calificar para acceder a los fondos disponibles con el fin de financiar proyectos de desarrollo, ya sea por su misión o por la capacidad de la Organización para llevarlos a cabo y a su vez reunir los requisitos exigidos por las entidades de Cooperación Internacional que brindan financiación.

Advertimos que en América Latina, y más aún en Argentina, las inhibiciones para el desarrollo tienen origen principalmente en las dificultades económicas y la escasez de recursos financieros. Sin embargo, los datos de la realidad nos indican que sí existen fondos, y más aún los hay de características muy atractivas. El mercado internacional de fondos (MIF) mantiene a disposición de la región créditos y ayudas financieras no reembolsables.

El 60 % de los fondos que la Unión Europea (UE) destina a proyectos en Latinoamérica van a fondo perdido ya que no se presentan propuestas debidamente estructuradas bajo las condiciones requeridas por los Organismos Internacionales.

Los integrantes del equipo profesional nos encontramos, comprometidos con el desarrollo del Tercer Sector y/o llevando a cabo actividades en distintos ámbitos (asesoramiento, capacitación y consultoría).

La principal fortaleza como equipo se centra en las capacidades del management team referidas a la preparación de proyectos sociales y en la captación de fondos, como así también en la información disponible de los recursos existentes en el MIF y en el compromiso de llevar adelante el proyecto siempre y cuando se logre la financiación inicial.

Los servicios que FUNDACION ENLACES prestará en forma inmediata a su lanzamiento son los siguientes:



1. Confección de bases de datos (Ver Información Complementaria - documentos 1-2-3 y 4) de
 - 1.1. Fuentes de financiamiento del exterior.
 - 1.2. OSC con potencialidades para acceder a fuentes de financiamiento del exterior.
2. Elaboración de las exigencias que deben reunir los proyectos para acceder a solicitudes de financiamiento provenientes del exterior.
3. Asesoramiento para el diseño, seguimiento y evaluación de Proyectos Sociales.
4. Evaluación y selección de las OSC que cumplen con los requisitos mínimos para iniciar una gestión internacional.
5. Elaboración, presentación y seguimiento de las propuestas ante Organismos Internacionales y Gubernamentales, Nacionales, Extranjeros, Empresas y otras fuentes de financiación en el exterior.
6. Servicios de información de subvenciones destinadas al Tercer Sector.

Al ser una organización basada sobre el Conocimiento y el Capital Intelectual la estructura de costos de la FUNDACION ENLACES está influenciada por el costo de los honorarios profesionales del management team

Las necesidades financieras durante el primer año se estiman en la suma de \$ 250.000 que pueden llegar a \$ 300.000 en caso de que no se concrete la cobranza de los proyectos gestionados, mientras que para el segundo año se estiman en un máximo de \$ 100.000 adicionales, esta cifra puede aumentar en caso de producirse alguna dilación en la obtención de las financiaciones previstas en el plan comercial de FUNDACION ENLACES. En caso positivo, no se prevé la necesidad de nuevas financiaciones para los años sucesivos, salvo para los planes de expansión regional. De no cumplirse estas previsiones podrá ser requerida una financiación adicional para el tercer año de vida, de acuerdo con lo desarrollado en el punto 9 y en el análisis económico financiero anexo al presente documento.

Dado que existe en nuestro país un sector de la dirigencia (política, social, académica, empresaria) que participa en forma activa en la promoción de los valores que FUNDACION ENLACES sustentará y, teniendo en cuenta el monto del capital requerido para el lanzamiento, se estima que el mismo provendrá de estos donantes particulares, ONGs o Empresas con Programas de Responsabilidad Social Empresaria.

Los profesionales que hemos diseñado este proyecto estamos invirtiendo nuestro tiempo y conocimientos para llevar adelante el emprendimiento y esperamos dejar paulatinamente nuestras actuales ocupaciones una vez obtenida la financiación para el funcionamiento de FUNDACION ENLACES. Con tal motivo nos hemos comprometido por medio de un acuerdo privado de gestión a cumplir las labores a tiempo completo para alcanzar las metas con las que todos estamos consustanciados.

.....

Develar

Durante la última década las organizaciones de la sociedad civil, también llamadas del Tercer Sector se han convertido en actores protagónicos de nuestra sociedad.

En los últimos años observamos en Argentina un crecimiento significativo de este sector. Según el BID en nuestro país están trabajando 105.000 organizaciones sociales , 3.500.000 personas realizan trabajo voluntario y 9.000.000 lo hacen al menos una vez al año .



Al mismo tiempo, y a pesar de que más del 50% de la población de la Argentina, está por debajo del límite de la pobreza, ha surgido un potente movimiento de solidaridad que recorre todos los estratos sociales y todas las edades.

A pesar de este crecimiento el sector se caracteriza por una falta de profesionalización y de recursos económicos para llevar a cabo sus tareas, entre ellas sus actividades de comunicación y promoción.

A su vez las organizaciones sociales han comenzado a utilizar Internet como una herramienta cotidiana de trabajo y como una forma de difusión y de recaudación de fondos.

Por otro lado, en la sociedad actual estamos rodeados de imágenes. En este marco donde la imagen tiene un gran poder sobre las conductas de la sociedad, la comunicación se transforma en un campo de batalla de los mensajes y las organizaciones de la sociedad civil no están al margen de este problema.

La importancia del qué decir y cómo decirlo en una sociedad donde impera la imagen, se relaciona frecuentemente con la posibilidad de tener los medios para poder comunicar nuestras ideas. La imagen se ha convertido en un bien privado, y la obtención de las mismas muchas veces esta limitada a la inversión monetaria, en consecuencia la desigualdad va en aumento también en las posibilidades comunicacionales de aquellos que en mayor medida necesitar comunicarse.

Las organizaciones de la sociedad civil necesitan imágenes para sus comunicaciones y conseguir las mismas a veces no es tarea fácil ni económica

El proyecto consiste en la creación del primer banco online de imágenes y de fotos, DEVELAR, para uso de las organizaciones sin fines de lucro, fundaciones, y todo tipo de proyectos solidarios que cuentan con escasos recursos económicos para comprar o alquilar derechos de fotos en un repositorio de imágenes tradicional y utilizarlos en sus materiales de comunicación y actividades de promoción.

Las fotos serán donadas por fotógrafos amateurs o profesionales de todo el mundo, que en ningún momento recibirán dinero por la utilización de sus fotos pero sí otros tipos de beneficios como la posibilidad de contar con un espacio gratuito para mostrar su trabajo, pertenecer a un listado de fotógrafos ofreciendo sus servicios, contactarse con otros fotógrafos y organizaciones de todo el mundo y reconocimientos a través de premios, cartas de agradecimiento, etc.

Cualquier persona puede donar sus fotos, ya sea fotógrafo amateur o profesional, pero las mismas no sólo deberán cumplir con requisitos mínimos de calidad (800 x 600 pixels), sino que se rechazarán aquellas imágenes que DEVELAR considere que se oponen a la moral y las buenas costumbres. Entre otras nos referimos a imágenes que impliquen valores de violencia, discriminación a causa de edad, género, raza, nacionalidad, origen, religión, orientación sexual, o capacidad física o mental, pornografía o imágenes representativas de acciones ilegales.

A diferencia de los populares bancos de imágenes gratis, la característica principal de DEVELAR es que las fotos serán de excelente calidad y principalmente referidas a las áreas de trabajo de las organizaciones sin fines de lucro.

Al momento contamos con los datos de 41 fotógrafos profesionales y amateurs que estarían dispuestos a donar sus fotografías a DEVELAR. Además todas las organizaciones registradas en www.idealistas.org, en la actualidad más de 1900 serán invitadas a utilizar los servicios de DEVELAR.

Al ser un proyecto sin fines de lucro, las imágenes tendrán un costo de utilización muy bajo que en el comienzo se cobrará a través de un fee anual de \$50, ya que sería muy costoso en términos de logística para DEVELAR cobrar por el uso individual de imágenes. Con este fee, que estará muy por debajo del precio estándar de mercado, las organizaciones podrán utilizar las imágenes que deseen. Además crearemos un sistema de patrocinio por el cual distintas empresas o fundaciones pagarán y se asignará a las distintas organizaciones el derecho a uso.



El banco estará disponible para cualquier organización de cualquier parte del mundo, pero en una primera etapa nos concentraremos en las organizaciones hispano parlantes y especialmente de Argentina.

En una segunda etapa podemos evaluar la posibilidad de ampliar el servicio a otros usuarios que requieran imágenes para ser utilizadas con fines comerciales.

También de acuerdo al modo de utilización del sitio y de las descargas realizadas, podemos considerar cobrar por el uso individual de las imágenes.

Las ganancias serán invertidas íntegramente en DEVELAR, ya sea en recursos humanos o en el mantenimiento y mejoras del sitio con el fin de mejorar el servicio para las organizaciones como para los donantes de fotos.

El monto de capital requerido es de \$12000.-

DEVELAR es un proyecto sin fines de lucro y se realizará en conjunto y con el apoyo de Idealistas.org y Res Non Verba Asociación Civil .

El proyecto es llevado a cabo por un equipo altamente competente con vasta experiencia en el sector sin fines de lucro, en la ejecución de proyectos de Internet y en el mundo de la imagen.

XXX, actualmente es coordinadora de un sitio en Internet dirigido a la comunidad hispano hablante del mundo entero, que tiene el fin promover la relación entre personas y organizaciones sin fines de lucro.

Es Licenciada en Publicidad y Profesora de Publicidad de la Universidad del Salvador. Trabajó durante 8 años en el sector privado en empresas relacionadas con el mundo de Internet. En el 2002 estaba trabajando en el área de marketing y media de Discovirtual, el primer supermercado online de Argentina, cuando comenzó a colaborar como voluntaria en Res Non Verba como encargada de comunicación externa e interna del sitio www.daunamano.org que a fines del 2003 se fusionó con www.idealistas.org. Actualmente realiza el curso de Promoción Juvenil para el Desarrollo en el Centro Cultural Konex.

YYY licenciada en Publicidad de la Universidad del Salvador y actualmente está realizando un estudio de Postgrado en PROJECT MANAGEMENT en la Universidad de Belgrano. Trabaja desde Junio de 1999 en E-volution, uno de los empresas de desarrollo de soluciones web más importantes del país como Project Leader como responsable interno y externos de cuentas de grandes clientes y coordinando equipos de trabajo. También trabajó durante 3 años en SONY de Argentina en el área de promoción y ventas.

JJJ es Lic. En Marketing de la UCES y actualmente realiza un curso de Postgrado en PROJECT MANAGEMENT la Universidad de Belgrano. Trabaja desde el 2001 en E-volution como ejecutiva de cuentas de clientes como Peugeot México , Peugeot Argentina, Peugeot Campus, Peugeot Servicios, Renault Argentina, Grupo Santader (México) , Visa México, Web Center Visa México, Sony, AYE Televisión Network, Microsoft Latinoamérica. Sus principales tareas son la detección de oportunidades comerciales y seguimiento y control de proyectos. Además trabajó en el área de marketing de distintas agencias de promociones.

HHH es diseñadora gráfica de la Universidad de Buenos Aires. Es especialista en diseño web y actualmente se desempeña como líder de proyectos de diseño en E-volution y tiene a cargo un equipo de trabajo de 6 personas. Trabaja para clientes como Peugeot Argentina, Peugeot México, Sony México, Visa México, Microsoft Latinoamérica. Además es voluntaria de Idealistas.org realizando trabajos de diseños web y diseño en general y realiza trabajos free lance.

Fue docente en las materias Historia de la comunicación visual II y Diseño Gráfico II en de la carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires.

BBB es diseñadora gráfica recibida en el Instituto ORT y realizó diversos cursos de fotografía, tipografía, marketing y publicidad.

Desde 1997 trabaja en E-volution como directora creativa realizando proyectos para clientes como Levis, Dockers, Telmex, Disney, Copa Fox, BBVA Consolidar, Molinos, entre otros. Actualmente es voluntaria de Idealistas.org en el área de contenidos, buscando noticias positivas en Internet sobre el sector sin fines de lucro.

.....

BA Malt

Hoy en día las microcervecías y home-brewers no tienen opciones a la hora de elegir las características de su principal materia prima, la malta base para la elaboración de sus cervezas, y se ven sujetas al proceso de importación para adquirir las maltas especiales de calidad.

A su vez el servicio que reciben de sus proveedores locales de malta no es el esperado por ellas, ya que no tiene opciones en las características técnicas, ni tampoco tienen una óptima calidad. Teniendo en cuenta estos puntos mencionados BA Malt nace con el objetivo de ser una micromaltería modelo con el fin de abastecer a las microcervecías y a los home-brewers con la malta que ellos desean de acuerdo a sus propias especificaciones. Proyectándose en el 2006 exportar a los mercados de Brasil, Uruguay, Chile, Bolivia y Perú.

El consumo de malta base para estos clientes es de aprox. 300 toneladas/año, con un valor de ventas anuales estimadas de \$480.000, considerando sólo el mercado local. El consumo de maltas especiales es de 30 toneladas año, lo que representan unos \$105.000 aprox.

La inversión del proyecto será a través de la autofinanciación por parte de sus socios en un 60% y el resto a través de inversionistas y proveedores de materias primas (cebada cervecera). La inversión del proyecto será a través de la autofinanciación por parte de sus socios en un 60% y el resto a través de inversionistas y proveedores de materias primas (cebada cervecera).

LA EMPRESA

BA Malt es un microemprendimiento que se encuentra en su fase de start-up. La misma se encargará de la producción, distribución y comercialización de maltas Premium y Especiales. La planta estará situada a 100 Km de Bs As en un campo de 150 has. Parte del campo se destinará a sembrar cebada para abastecimiento propio.

La fecha prevista de puesta en marcha es para Febrero 2005.

MANAGEMENT TEAM

BA Malt es un emprendimiento impulsado por el Ing. Martín Boan, el cual posee una amplia trayectoria en el proceso de elaboración de malta y cerveza, actualmente es el responsable de la producción de una de las principales plantas elaboradoras de cerveza de Argentina. El resto del equipo se conforma por un management team compuesto por Fernando Gimenez, Raúl Piva y Alfredo Wilkinson, profesionales con habilidades complementarias y experiencia en funciones

que contribuirán a agregar valor al emprendimiento.

INDUSTRIA Y COMPETENCIA

El mercado local de las maltas para microcervecías y home-brewers se encuentra en expansión. El consumo de malta por estos clientes es de aprox. 300 toneladas/año, con una concreta posibilidad de exportar al exterior (países de Latinoamérica). Si consideramos que el valor de la malta oscila entre \$ 1.600 y \$ 3.500 la tonelada dependiendo de sus características, el valor anual estimado del mercado ascendería \$585.000.

Las maltas base utilizada es Pilsen, mientras que las especiales utilizadas son, Chocolate, Tostada, Munich, Diastásica y Cristal.

La cerveza más producida por las microcervecías es la estilo Ale, pero dado que no hay malta tipo Pale Ale en el mercado local se usa la tipo Pilsen, por lo cual BA Malt insertará este tipo de malta en el mercado.

La producción de maltas en la Argentina para abastecer este nicho está centrada en:

Maltas Base:

§ Suyay Malta: baja calidad para los microcerveceros. No produce, solo fracciona y distribuye. Servicio al cliente deficiente.

§ Cargill: calidad buena pero no óptima para los microcerveceros, producción a granel.

§ Maltería Puan: baja calidad para los microcerveceros.

§ Una característica común de Suyay y Maltería Puan es la variabilidad del producto entre partidas entregadas.

Maltas especiales: principalmente se importa de Alemania. Se produce algún tipo de malta especial en forma local de muy baja calidad. Los players son:

§ Minicervecería: importador de Weyermann (Alemania).

§ Cargill: acaba de finalizar una investigación de mercado y tiene en estudio una posible importación en curso.

§ Suyay Malta: baja calidad para los microcerveceros. Produce y distribuye. Servicio al cliente deficiente.

MARKETING

La estrategia va a estar basada en la calidad y el servicio diferencial. Esto significa elaborar la malta de acuerdo a "medida" del cliente, garantizando la misma malta por un tiempo establecido. Para esto se va a aprovechar el mercado en expansión.

La estrategia de ingreso al mercado va a ser la visita de cliente por cliente en base al listado ya confeccionado (microcervecías y distribuidores a home-brewers) ofreciendo el producto y una financiación adecuada (algo hoy en día no ofrecido por la competencia) El asesoramiento en cuanto al uso del producto va a ser otro servicio diferencial a ofrecer aprovechando el know how que posee BA Malt en elaboración de cervezas.

FINANZAS

Para el start up de BA Malt se necesitan aproximadamente: \$115.000

§ Montaje y puesta en marcha de la planta (Fase 1 - 2004): \$ 25.000

§ Puesta en marcha de la planta (Fase 2 – 2005): \$ 40.000



§	Compra Cebada:	\$ 30.000
§	Capital de trabajo	\$ 20.000

Considerando esta oportunidad de negocio detectada del análisis y conocimiento del mercado maltero, BA Malt está requiriendo un socio estratégico que aporte \$50.000, adicionales a los \$ 65.000 que aportarán los socios. Se ofrece al inversor una participación en el capital accionario de la sociedad. Acorde a las proyecciones financieras se prevee un cash flow positivo que se repaga la inversión en 13 meses . La TIR calculada es del 52 % anual al cabo del quinto año. El VAN determinado a cinco años es de \$206.500 a una tasa de descuento del 12%.