



**UNCUYO**  
UNIVERSIDAD  
NACIONAL DE CUYO

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS – UNIVERSIDAD NACIONAL DE CUYO

## EL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO EN EL RUBRO GASTRONÓMICO

### **Autor**

Juan Francisco Peris Roccaro

Número de registro: 29331

Correo: [juanfperis@gmail.com](mailto:juanfperis@gmail.com)

### **Director**

Esp. Cdor. Contursi Juan Franco

**Mendoza, 2025**



# ÍNDICE

Resumen Técnico.....	4
Introducción .....	5
1.1. El Impuesto al Valor Agregado (IVA) en Argentina.....	7
1.1.1. Reseña histórica y relevancia recaudatoria .....	7
1.1.2. Alícuotas y estructura del impuesto .....	8
1.1.3. El mecanismo de débito y crédito fiscal .....	9
1.1.4. Exenciones y su lógica fiscal .....	9
1.2. El sector gastronómico en la provincia de Mendoza .....	10
1.2.1. Relevancia económica y social .....	10
1.2.2. La sinergia entre gastronomía y turismo .....	10
1.2.3. Tendencias y demanda actual.....	11
1.3. Comparativa internacional. El IVA en la gastronomía.....	12
1.3.1. La experiencia de la Unión Europea .....	12
1.3.2. Beneficios de una tasa reducida .....	12
2.1. Descripción del modelo de negocio y metodología.....	14
2.2. Análisis de costos del menú de tres pasos .....	15
2.2.1. Costo de materia prima: Entrada.....	15
2.2.2. Costo de materia prima: Plato principal.....	16
2.2.3. Costo de materia prima: Postre .....	17
2.2.4. Costo total de materia prima por menú .....	18
2.3. Análisis comparativo trimestral (Febrero-Abril 2025) .....	18
2.3.1. Cálculo del IVA crédito fiscal.....	18
2.3.2. Flujo de fondos proyectado: Febrero 2025 (515 menús) .....	19
2.3.3 Flujo de fondos proyectado: Marzo 2025 (578 menús) .....	20
2.3.4 Flujo de fondos proyectado: Abril 2025 (612 menús) .....	21
2.3.5. Tabla comparativa de resultados trimestrales .....	22
Conclusiones del análisis trimestral.....	22
2.4. Impacto de la carga tributaria en la rentabilidad.....	23



2.4.1. Análisis gráfico de la composición de costos .....	23
3.1. El escenario propuesto: Reducción del IVA al 10,5% .....	25
3.2. Impacto de la reducción del IVA en el trimestre Febrero - Abril 2025 .....	25
3.3. Oportunidades competitivas y fiscales para Mendoza.....	26
3.4. Efectos secundarios para el Fisco .....	27
3.5. Efectos potenciales en la gestión empresarial.....	27
4.1. De la sostenibilidad financiera al bienestar humano .....	28
4.2. ¿Qué es el bienestar organizacional? .....	28
4.3. El bienestar organizacional como negocio .....	29
4.4. Conectando la rentabilidad con el bienestar: El círculo virtuoso .....	30
Conclusiones Finales .....	31
BIBLIOGRAFÍA .....	33
ANEXOS .....	34
Anexo I.....	34
Anexo II .....	35
Anexo III .....	36
Anexo IV .....	37
Anexo V .....	38
Anexo VI.....	39



## **Resumen Técnico**

En el siguiente trabajo de investigación se desarrolla un tema principal: la evaluación del impacto del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en el sector gastronómico de Mendoza y su influencia en la rentabilidad y competitividad de los negocios. Esta investigación es relevante debido a la importancia económica del sector gastronómico en la provincia, su significativa contribución al empleo y su rol fundamental como atractivo turístico. Comprender a fondo el impacto del IVA en este sector es fundamental para el desarrollo económico regional y la formulación de políticas fiscales adecuadas que fomenten su crecimiento sostenible.

Se aborda el análisis desde un marco teórico que define al IVA como un tributo indirecto que grava el consumo y al rubro gastronómico como el conjunto de establecimientos dedicados a la venta de comida y servicios de restaurantes. A través de una simulación de caso práctico trimestral, se desglosa la estructura de costos de un menú, identificando la incidencia de la materia prima, los costos laborales y la carga tributaria total, incorporando el efecto del crédito fiscal y débito fiscal del IVA para un análisis preciso.

Finalmente, se explora un escenario hipotético de reducción de la alícuota del IVA del 21% al 10,5%, analizando sus potenciales beneficios económicos y sociales a lo largo del trimestre estudiado. Se concluye vinculando la salud financiera de las empresas del sector con el concepto de bienestar organizacional, proponiéndolo como una ventaja competitiva clave que se vería fortalecida por una política fiscal más favorable, permitiendo la reinversión de los excedentes en el capital humano.



Palabras clave: IVA - IMPUESTO AL VALOR AGREGADO – GASTRONOMÍA –  
TURISMO - COMPETITIVIDAD

## **Introducción**

A lo largo de este trabajo de investigación, se busca analizar el impacto del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en el sector gastronómico de la provincia de Mendoza, con el objetivo de comprender cómo este impuesto afecta la actividad económica y financiera de las empresas involucradas en este rubro. Además, se analizará cómo el IVA incide en la dinámica económica de la provincia y del país en general, considerando la importancia estratégica del turismo y la gastronomía en la economía local.

En la actualidad, el sector gastronómico juega un papel fundamental en la economía de Mendoza. No solo es una parte importante de la cultura y la identidad local, sino que también genera empleo, ingresos y aporta significativamente al Producto Bruto Geográfico (PBG) provincial. La gastronomía es considerada una manifestación profunda de nuestra identidad cultural, una herramienta esencial en la construcción de una comunidad sostenible y consciente de su entorno.

La provincia de Mendoza, reconocida mundialmente por su producción vitivinícola, ha experimentado un crecimiento notable en su oferta gastronómica, que incluye una diversidad de restaurantes, bares y otros establecimientos. Este crecimiento ha sido acompañado por un aumento en la competencia, lo que convierte la rentabilidad y la sostenibilidad de estos negocios en temas críticos de análisis. Según datos de la ONU Turismo, más de un tercio del gasto de un turista está dedicado a la comida, lo que subraya su rol como motor económico.



En este contexto, el IVA es un factor de gran relevancia. Siendo un impuesto indirecto que grava el valor agregado en cada etapa de la producción y distribución, puede tener un impacto significativo en la estructura de costos de las empresas del sector, afectando directamente su competitividad y rentabilidad. Esta investigación se propone desentrañar la magnitud de dicho impacto y analizar alternativas que podrían fomentar un mayor desarrollo para uno de los pilares económicos de la provincia.



# CAPÍTULO I

## Marco teórico del IVA y el sector gastronómico.

### 1.1. El Impuesto al Valor Agregado (IVA) en Argentina

#### 1.1.1. Reseña histórica y relevancia recaudatoria

El Impuesto al Valor Agregado (IVA) es una pieza fundamental en el sistema tributario argentino. Se trata de un tributo indirecto que grava el consumo de bienes y servicios en todo el territorio nacional, aplicándose en la mayoría de las transacciones comerciales. Su mecanismo se basa en una aplicación gradual a lo largo de la cadena de producción y distribución, donde cada actor económico contribuye en proporción al valor que agrega al producto o servicio.

El IVA fue introducido en Argentina el 1 de enero de 1975, mediante la Ley N.º 20.631. Reemplazó a otros impuestos indirectos, como el impuesto a las ventas, con una alícuota inicial del 13%. A lo largo de los años, la ley ha sufrido importantes modificaciones. En 1986, la alícuota se incrementó al 18%, y en 1997, se estableció la alícuota general del 21%, tasa que se mantiene hasta la actualidad<sup>1</sup>.

Su importancia para las arcas del Estado es innegable. Según datos oficiales de la Dirección Nacional de Investigaciones y Análisis Fiscal, el IVA es la principal fuente de recaudación

---

<sup>1</sup> Fuente: BBVA (2024): “IVA en Argentina: cuáles son las tasas, cómo se calcula y qué impacto tiene el impuesto en el bolsillo”, 8 de julio. En: <https://www.bbva.com/es/ar/salud-financiera/iva-en-argentina-cuales-son-las-tasas-como-se-calcula-y-que-impacto-tiene-el-impuesto-en-el-bolsillo/>



impositiva del Estado nacional. En 2022, recaudó \$5,8 billones, lo que representó el 23,8% del total y equivalió al 7% del PBI de ese año<sup>2</sup>.

### **1.1.2. Alícuotas y estructura del impuesto**

Actualmente, en Argentina coexisten tres alícuotas de IVA:

- Alícuota General (21%): Es la tasa estándar que se aplica a la mayoría de los bienes y servicios. El sector gastronómico, en su mayoría, se encuentra alcanzado por esta alícuota para servicios de restaurantes, bares y hotelería.
- Alícuota Reducida (10,5%): Se aplica a ciertos bienes y servicios considerados esenciales, como productos de la canasta básica de alimentos (harina, leche, frutas), medicamentos y transporte de pasajeros. Su objetivo es aliviar la carga impositiva en sectores vulnerables.
- Alícuota Aumentada (27%): Esta tasa grava principalmente servicios como telecomunicaciones, energía eléctrica y gas distribuido por redes, que son consumidos por las empresas o emprendimientos.

La Ley del IVA, en su Artículo 3º, inciso e), establece de manera explícita que se encuentran gravadas las prestaciones efectuadas por "bares, restaurantes, cantinas, salones de té, confiterías y en general por quienes presten servicios de refrigerios, comidas o bebidas en locales". Esto confirma que la actividad principal del rubro gastronómico está sujeta a la alícuota general del impuesto.

---

<sup>2</sup> Dirección Nacional de Investigaciones y Análisis Fiscal (2023): "Recaudación Tributaria Anual: Nominal y en % del PIB". En: <https://www.argentina.gob.ar/economia/ingresospublicos/dniaf/recaudaciontributaria>



### **1.1.3. El mecanismo de débito y crédito fiscal**

La característica central del IVA es que no es un impuesto acumulativo. Esto se logra a través de un sistema de débitos y créditos.

- Débito Fiscal: Es el IVA que un empresario o profesional adiciona a sus clientes al vender un producto o prestar un servicio. Representa una deuda con el fisco (AFIP).
- Crédito Fiscal: Es el IVA que a ese mismo empresario le adicionan sus proveedores al comprar insumos, materias primas o servicios necesarios para su actividad. Este monto puede ser deducido del débito fiscal.

La posición mensual de IVA que un contribuyente debe informar al fisco se determina por la diferencia: Débito Fiscal - Crédito Fiscal. Si el crédito fiscal es mayor al débito fiscal en un período, se genera un "saldo a favor" del contribuyente que puede ser utilizado en futuras declaraciones. Este mecanismo asegura que el impuesto se aplique únicamente sobre el valor agregado en cada etapa de la cadena productiva.

### **1.1.4. Exenciones y su lógica fiscal**

Existen ciertas actividades y operaciones que, por razones de política fiscal, están exentas del IVA. Los bienes y servicios exentos están comprendidos dentro del régimen del impuesto, pero se les ha otorgado una excepción en su aplicación. Algunos ejemplos notables incluyen los servicios educativos, los servicios médicos y de hospitalización, y los libros. Una categoría especial son las exportaciones, que no solo están exentas, sino que también otorgan al exportador el derecho de recuperar los créditos fiscales asociados, fomentando así la competitividad internacional.



## **1.2. El sector gastronómico en la provincia de Mendoza**

### **1.2.1. Relevancia económica y social**

El sector gastronómico en Mendoza es un pilar fundamental de la economía local. Junto con los sectores de alojamiento y comercio, representa un 20% del Producto Bruto Geográfico (PBG) provincial. Si se considera de forma aislada, la gastronomía aporta el 3,8% del PBG.

En 2019, el sector generó ingresos por 160 millones de dólares, representando el 1% de la facturación total de las empresas en Mendoza. Además, su rol como generador de empleo es crucial, ya que contribuye con casi un 3% del empleo privado formal en la provincia. El sector turístico en su conjunto representa el 8,6% del empleo formal total de la provincia, y dentro de este, la gastronomía es la rama más importante, generando 26.402 empleos, lo que equivale al 55,8% del total de empleos del sector turístico.<sup>3</sup>

### **1.2.2. La sinergia entre gastronomía y turismo**

La relación entre gastronomía y turismo en Mendoza es intrínseca y potente. El desarrollo del turismo del vino sentó las bases para el crecimiento de la gastronomía, y hoy ambos son considerados pilares de la matriz productiva provincial. La ONU Turismo afirma que la gastronomía es una oportunidad para revitalizar y diversificar el turismo tradicional, promoviendo el desarrollo económico local e involucrando a diversos sectores.

Mendoza se ha consolidado como un destino turístico destacado, tanto a nivel nacional como

---

<sup>3</sup> Fuente: Plan DIGAM (2024 - 2030). En: <https://www.mendoza.gov.ar/wp-content/uploads/sites/20/2024/11/Plan-DIGAM-2910.pdf>



internacional, gracias al esfuerzo de emprendedores y políticas públicas de fomento. En este contexto, la gastronomía ha experimentado un auge, creando numerosas oportunidades que requieren una preparación adecuada y una constante adaptación a un entorno competitivo. La demanda de experiencias que van más allá del plato, como visitas a productores locales, festivales y clases de cocina, está en constante crecimiento.

### **1.2.3. Tendencias y demanda actual**

La demanda gastronómica global está en constante cambio, y Mendoza, como destino de relevancia, responde a estas tendencias. Entre las principales se destacan:

- Preferencia por productos naturales y auténticos: Hay un auge en la demanda de alimentos orgánicos, con identificación geográfica y artesanales. Los consumidores buscan conectar con el origen de los productos.
- Enfoque en la vida saludable: Se priorizan alimentos frescos y opciones naturales, en línea con una creciente conciencia sobre la salud y el bienestar.
- Nuevas dietas y ética en el consumo: La necesidad de ofrecer opciones para celíacos, vegetarianos y veganos, junto con una mayor preocupación por los procesos productivos sostenibles, está moldeando los menús.
- Conexión entre cocina y comensal: Los clientes ya no son receptores pasivos; desean participar, conocer el origen de los ingredientes y dialogar con los chefs.



### **1.3. Comparativa internacional. El IVA en la gastronomía.**

#### **1.3.1. La experiencia de la Unión Europea**

El debate sobre la alícuota de IVA para el sector gastronómico no es exclusivo de Argentina. La Unión Europea ha implementado políticas de IVA reducido para ciertos sectores, incluyendo la restauración<sup>4</sup>, como una herramienta para fomentar la economía y el empleo.

La Directiva 2006/112/CE, que establece una estructura común para el IVA en la UE, permite a los estados miembros aplicar tasas reducidas a sectores específicos. A raíz de un informe del Comité Económico y Social Europeo, se determinó que la aplicación de estas tasas favorece la creación de empleo, disminuye la economía informal y fomenta un mayor volumen de actividad en el sector. Como consecuencia, en 2009 se incorporó formalmente a "los servicios de restauración y catering" en la lista de actividades elegibles para la tasa reducida del IVA.

#### **1.3.2. Beneficios de una tasa reducida**

La experiencia europea demuestra que una tasa de IVA reducida puede tener un impacto positivo y tangible. En Argentina, diversos referentes del sector hotelero y gastronómico han solicitado una reducción del IVA al 10,5%, argumentando que esta medida podría ser un motor clave para el crecimiento económico y la generación de empleo en el sector (Nimo, 2022; Redacción Memo, 2022). Considerar estas experiencias internacionales y adaptar las

---

<sup>4</sup> Según la Real Academia Española también se utiliza el término restauración como sinónimo de gastronomía en su cuarta acepción



políticas fiscales podría beneficiar no solo al sector gastronómico, sino a la economía provincial en su conjunto.



## **CAPÍTULO II**

### **Simulación de caso: Impacto del IVA en una empresa gastronómica de Mendoza.**

Para evaluar de manera concreta el impacto del IVA en la estructura de costos, rentabilidad y competitividad de un negocio gastronómico en Mendoza, se desarrollará una simulación basada en valores reales de un negocio gastronómico ubicado en la provincia de Mendoza.

#### **2.1. Descripción del modelo de negocio y metodología**

El caso de estudio se centra en el modelo de negocio de Gastroturix<sup>5</sup>, un chef (Facundo)<sup>6</sup> y su equipo gastronómico que presta sus servicios gastronómicos a la Bodega Mendowine<sup>7</sup>. El relevamiento de datos corresponde a los meses de Febrero, Marzo y Abril de 2025 en Mendoza, Argentina. El modelo operativo es el siguiente:

- Facundo y su equipo de 4 empleados son responsables de la totalidad de la operación gastronómica: diseño del menú, compra de materia prima, elaboración de los platos y contratación del personal de cocina y servicio.
- La bodega proporciona el espacio físico (restaurante) y se encarga del maridaje, la venta de vinos y el cobro al cliente final.
- El precio final del menú que abona el cliente en la bodega es de \$50.000.
- Gastroturix le factura a la bodega \$25.000 por cada menú vendido (el 50% del precio

---

<sup>5</sup> Nombre de fantasía del caso simulado.

<sup>6</sup> Nombre de fantasía del caso.

<sup>7</sup> Nombre de fantasía de la bodega simulada.



final), con el IVA incluido en su facturación. Este ingreso debe cubrir todos sus costos operativos y generar su rentabilidad.

- Facundo es propietario de la vajilla y equipamiento de cocina.

Para este análisis, se desglosarán los costos de un "Menú de 3 Pasos" y se proyectará un estado de resultados mensual para la operación de Matías.

## **2.2. Análisis de costos del menú de tres pasos**

Se calculará el costo de la materia prima (*food cost*) para cada plato del menú, basado en los precios de mercado de abril de 2025 (valores expresados en pesos argentinos).

### **2.2.1. Costo de materia prima: Entrada**

- Plato: Dos empanadas de carne.
- Rendimiento: 1 kg de carne y 2 kg de cebolla rinden 50 empanadas.
- Costos:
  - Carne: \$5.000 / kg
  - Cebolla: \$300 / kg
  - Tapas de empanada: \$1.200 por docena (\$100 c/u).
- Cálculo por 50 unidades:
  - Costo Carne:  $1 \text{ kg} * \$5.000 = \$5.000$
  - Costo Cebolla:  $2 \text{ kg} * \$300 = \$600$
  - Costo Tapas:  $50 \text{ unidades} * \$100 = \$5.000$
  - Costo Total (50 empanadas):  $\$5.000 + \$600 + \$5.000 = \$10.600$
- Costo por empanada:  $\$10.600 / 50 = \$212$



- Costo de la entrada (2 empanadas): \$424

### **2.2.2. Costo de materia prima: Plato principal**

- Plato: Filete a las brasas, vegetales al hierro y puré de camote.
- Cantidades por plato: 300 gramos de carne, 250 gramos de vegetales, 50 gramos de camote.
- Costos por kg/unidad:
  - Carne (filete): \$5.000 / kg
  - Pimiento Rojo: \$3.500 / kg
  - Pimiento Verde: \$3.000 / kg
  - Zapallo Zucchini: \$2.000 / kg
  - Cebolla: \$300 / kg
  - Zanahoria: \$750 / kg
  - Ajo: \$40 / diente
  - Camote: \$700 / kg
- Cálculo por plato:
  - Costo Carne:  $0,300 \text{ kg} * \$5.000 = \$1.500$
  - Costo Vegetales:
    - P. Rojo:  $0,025 \text{ kg} * \$3.500 = \$87,5$
    - P. Verde:  $0,025 \text{ kg} * \$3.000 = \$75$
    - Zucchini:  $0,050 \text{ kg} * \$2.000 = \$100$
    - Cebolla:  $0,050 \text{ kg} * \$300 = \$15$
    - Zanahoria:  $0,050 \text{ kg} * \$750 = \$37,5$



- Ajo: 1 diente \* \$40 = \$40
- Subtotal Vegetales: \$355
- Costo Puré de Camote: 0,050 kg \* \$700 = \$35
- Costo del plato principal: \$1.500 + \$355 + \$35 = \$1.890

### **2.2.3. Costo de materia prima: Postre**

- Plato: Peras a la crema con vino y azúcar (se sirve media pera por porción).
- Rendimiento: 15 peras, 0,5 kg de azúcar, 1 litro de vino y 1 litro de crema rinden 20 porciones.
- Costos:
  - Azúcar: \$1.000 / kg
  - Vino: \$2.500 / L
  - Crema: \$6.500 / kg (se asume 1L  $\approx$  1kg)
  - Pera: \$1.000 / kg (se asume aprox. 5 peras por kg, por lo tanto 15 peras  $\approx$  3 kg).
- Cálculo por 20 porciones:
  - Costo Azúcar: 0,5 kg \* \$1.000 = \$500
  - Costo Vino: 1 L \* \$2.500 = \$2.500
  - Costo Crema: 1 L \* \$6.500 = \$6.500
  - Costo Peras: 3 kg \* \$1.000 = \$3.000
  - Costo Total (20 porciones): \$500 + \$2.500 + \$6.500 + \$3.000 = \$12.500
- Costo del postre (1 porción): \$12.500 / 20 = \$625



#### **2.2.4. Costo total de materia prima por menú**

El costo total de materia prima para el Menú de 3 Pasos es la suma de cada componente:

$$\text{Costo Total} = \$424 \text{ (Entrada)} + \$1.890 \text{ (Principal)} + \$625 \text{ (Postre)} = \$2.939$$

#### **2.3. Análisis comparativo trimestral (Febrero-Abril 2025)**

Para obtener una visión completa de la dinámica del negocio, se extiende el análisis a los meses de febrero, marzo y abril de 2025, utilizando los datos de ventas y costos para cada período.

##### **2.3.1. Cálculo del IVA crédito fiscal**

Para determinar el saldo del IVA, es necesario calcular el crédito fiscal generado por las compras de insumos y servicios gravados. Se asume que las verduras y frutas se adquieren en mercados en donde los vendedores son monotributistas con factura tipo "C", por lo que no generan crédito fiscal.

- Crédito fiscal por materia prima:
  - Compras gravadas por menú:
    - Carne (entrada y principal):  $(\$5.000/50) * 2 + \$1.500 = \$200 + \$1.500 = \$1.700$
    - Tapas de empanada:  $\$100 * 2 = \$200$
    - Postre (azúcar, vino, crema):  $(\$500 + \$2.500 + \$6.500) / 20 = \$475$
    - Total compras gravadas por menú:  $\$1.700 + \$200 + \$475 = \$2.375$
  - IVA crédito fiscal por menú:  $\$1.700 - (\$1.700 / 1,105) + \$675 - (\$675 / 1,21) = \$161 + \$117 = \$278$



- Crédito fiscal por servicios:
  - Honorarios estudio contable:  $\$105.000 - (\$105.000 / 1,21) = \$18.223,14$

### 2.3.2. Flujo de fondos proyectado: Febrero 2025 (515 menús)

En este cuadro se muestra el flujo de fondos proyectado de Febrero 2025 respecto del IVA y los flujos del período.

Concepto	Monto	%
Ingresos Brutos (IVA Incluido)	\$ 12.875.000,00	100% (3)
Ingresos Netos de IVA	\$ 10.640.495,87	
IVA Débito Fiscal	\$ 2.234.504,13	
(-) Costo Total Materia Prima (1)	-\$ 1.513.585,00	11,76%
Margen Bruto	\$ 11.361.415,00	88,24%
(-) Costos Laborales	-\$ 4.962.005,00	38,54%
(-) Costos Administrativos	-\$ 755.000,00	5,86%
(-) Retenciones (IIBB y Ganancias) (2)	-\$ 638.429,75	4,96%
Resultado Neto del Flujo Positivo	\$ 5.005.980,25	38,88%
(-) IVA a Pagar (4)	-\$ 2.073.110,99	16,10%
Flujo de Fondos del Período	\$ 2.932.869,26	22,78%

(1) Costo Total Materia Prima Unitario = \$2.939 (IVA incluido)

(2) Se incluye Retenciones de IIBB y Ganancias teniendo en cuenta el impacto financiero en el Flujo de Fondos

(3) Se trabaja sobre montos brutos

(4) IVA Débito Fiscal - IVA Crédito Fiscal (materia prima + servicios contables)

Fuente: Elaboración propia



### 2.3.3 Flujo de fondos proyectado: Marzo 2025 (578 menús)

En este cuadro se muestra el flujo de fondos proyectado de Marzo 2025 respecto del IVA y los flujos del período.

<b>Concepto</b>	<b>Monto</b>	<b>%</b>
Ingresos Brutos (IVA incluido)	\$ 14.450.000,00	100% (3)
Ingresos Netos de IVA	\$ 11.942.148,76	
IVA Débito Fiscal	\$ 2.507.851,24	
(-) Costo Total Materia Prima (1)	<b>-\$ 1.698.742</b>	<b>11,76%</b>
Margen Bruto	\$ 12.751.258	88,24%
(-) Costos Laborales	<b>-\$ 5.236.403,00</b>	<b>36,24%</b>
(-) Costos Administrativos	<b>-\$ 755.000</b>	<b>5,22%</b>
(-) Retenciones (IIBB y Ganancias) (2)	<b>-\$ 716.528,93</b>	<b>4,96%</b>
Resultado Neto del Flujo Positivo	<b>\$ 6.043.326,07</b>	<b>41,82%</b>
(-) IVA a Pagar (4)	<b>-\$ 2.328.944,10</b>	<b>16%</b>
Flujo de Fondos del Período	<b>\$ 3.714.381,97</b>	<b>25,71%</b>

(1) Costo Total Materia Prima Unitario = \$2.939 (IVA incluido)

(2) Se incluye Retenciones de IIBB y Ganancias teniendo en cuenta el impacto financiero en el Flujo de Fondos

(3) Se trabaja sobre montos brutos

(4) IVA Débito Fiscal - IVA Crédito Fiscal (materia prima + servicios contables)

Fuente: Elaboración propia



### 2.3.4 Flujo de fondos proyectado: Abril 2025 (612 menús)

En este cuadro se muestra el flujo de fondos proyectado de Abril 2025 respecto del IVA y los flujos del período.

Concepto	Monto	%
Ingresos Brutos (IVA incluido)	\$ 15.300.000,00	100% (3)
Ingresos Netos de IVA	\$ 12.644.628,10	
IVA Débito Fiscal	\$ 2.655.371,90	
(-) Costo Total Materia Prima (1)	-\$ 1.798.668	11,76%
Margen Bruto	\$ 13.501.332	88,24%
(-) Costos Laborales	-\$ 5.499.991	35,95%
(-) Costos Administrativos	-\$ 755.000	4,93%
(-) Retenciones (IIBB y Ganancias) (2)	-\$ 758.677,69	4,96%
Resultado Neto del Flujo Positivo	\$ 6.487.663,31	42,40%
(-) IVA a Pagar (4)	-\$ 2.467.012,76	16,12%
Flujo de Fondos del Período	\$ 4.020.650,55	26,28%

(1) Costo Total Materia Prima Unitario = \$2.939 (IVA incluido)

(2) Se incluye Retenciones de IIBB y Ganancias teniendo en cuenta el impacto financiero en el Flujo de Fondos

(3) Se trabaja sobre montos brutos

(4) IVA Débito Fiscal - IVA Crédito Fiscal (materia prima + servicios contables)

Fuente: Elaboración propia



### 2.3.5. Tabla comparativa de resultados trimestrales

A continuación, se muestra la tabla comparativa de los meses de Febrero, Marzo y Abril de los ingresos netos de IVA, el resultado, el margen neto y el IVA a pagar (o a favor).

<b>Concepto</b>	<b>Febrero (515 menús)</b>	<b>Marzo (578 menús)</b>	<b>Abril (612 menús)</b>
Ingresos Netos de IVA	\$ 10.640.495,87	\$ 11.942.148,76	\$ 12.644.628,10
Resultado Neto del Flujo Positivo	\$ 5.005.980,25	\$ 6.043.326,07	\$ 6.487.663,31
Margen Neto	38,88%	41,82%	42,40%
IVA a Pagar	-\$ 2.073.110,99	-\$ 2.328.944,10	-\$ 2.467.012,76

Fuente: Elaboración propia

### Conclusiones del análisis trimestral

El análisis trimestral revela varios puntos cruciales sobre la estructura del negocio:

1. Alto apalancamiento operativo: En la estructura de costos se evidencia la predominancia de los costos fijos laborales (ver anexos ...). Esto significa que, una vez superado el punto de equilibrio, cada venta adicional genera un alto margen de contribución que impacta directamente en la ganancia neta. Esto se evidencia en el salto del margen neto del 38.8% en Febrero al 42.4% en Abril.
2. Sensibilidad al volumen: La contracara del alto apalancamiento es la alta sensibilidad al volumen de ventas. Una caída en la demanda podría rápidamente llevar al negocio a una situación de pérdida. El análisis demuestra que la viabilidad del modelo depende críticamente de mantener un alto nivel de ocupación.



3. Impacto fiscal creciente: A medida que aumentan las ventas y la rentabilidad, también lo hace la carga tributaria total (IVA a pagar + retenciones). En abril, el total de impuestos a pagar, desde el punto de vista financiero (flujo de fondos), asciende a más de 2,4 millones de pesos (\$2.655.371,90 - \$188.359).

## **2.4. Impacto de la carga tributaria en la rentabilidad**

### **2.4.1. Análisis gráfico de la composición de costos**

Para visualizar la estructura de costos promedio del trimestre, la siguiente tabla desglosa los egresos mensuales totales de la operación del chef. A continuación, se representará esta información en un gráfico de torta que reflejará los costos en términos de porcentaje, lo que permitirá una comprensión clara de la distribución de los costos.

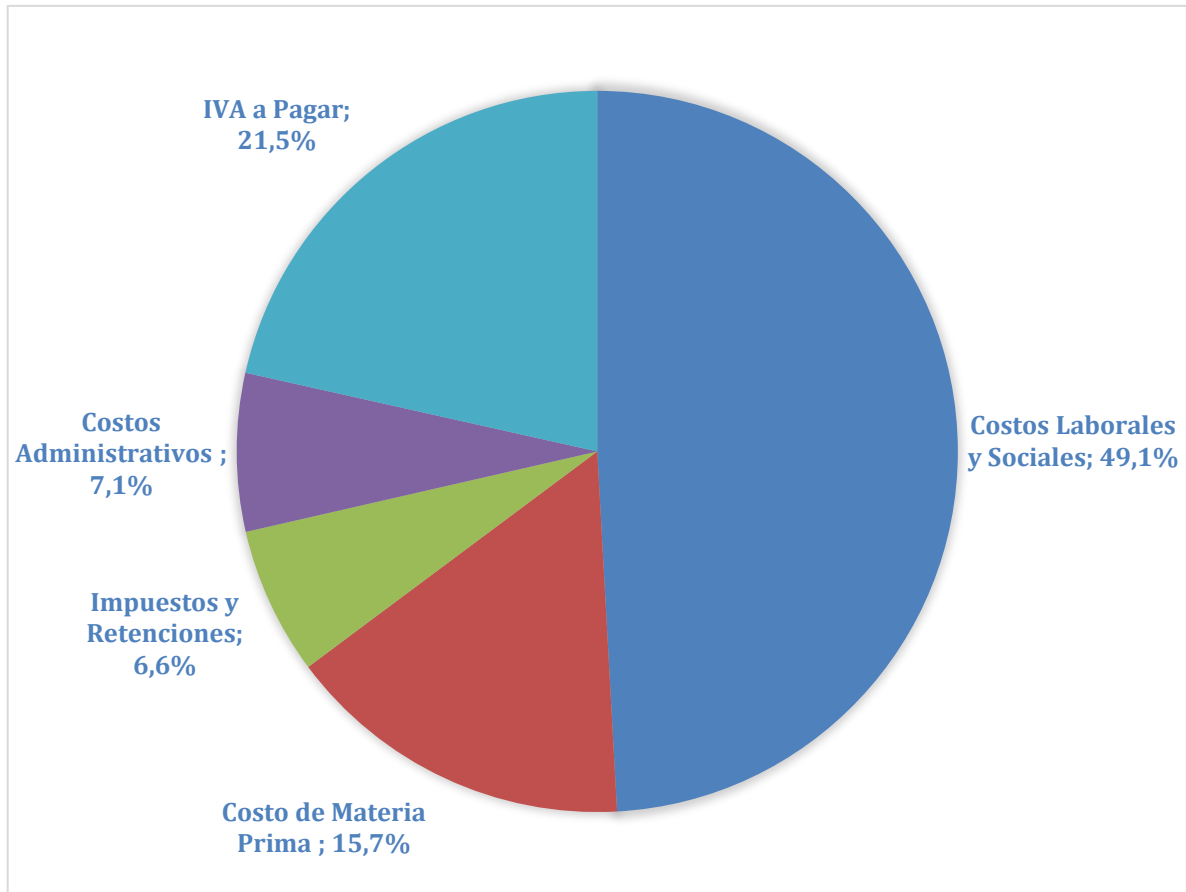
**Tabla I: Composición de los costos**

<b>Categoría</b>	<b>Monto Promedio</b>	<b>Porcentaje</b>
Costos Laborales y Sociales	\$ 5.232.800	49,1%
Costo de Materia Prima	\$ 1.670.331,67	15,7%
Impuestos y Retenciones	\$ 704.545,46	6,6%
Costos Administrativos	\$ 755.000	7,1%
IVA a Pagar	\$ 2.289.689,28	21,5%
Total	\$ 10.652.366,07	100%



Fuente: Elaboración propia

**Gráfico I: Composición de los costos**



Fuente: Elaboración propia

En este gráfico se evidencia que la carga de costos laborales representa la principal partida de egresos (49,1%), lo que subraya la importancia de la gestión del capital humano y el impacto de la legislación laboral en la rentabilidad del sector.



## **CAPÍTULO III**

### **Análisis de una potencial reducción de alícuota de IVA.**

La simulación anterior evidencia una realidad de rentabilidad positiva, pero con márgenes ajustados. En este capítulo, se analizará el impacto que tendría una política fiscal de fomento, específicamente la reducción de la alícuota general del IVA para el sector gastronómico del 21% al 10,5%.

#### **3.1. El escenario propuesto: Reducción del IVA al 10,5%**

Se mantiene la misma facturación bruta de Gastroturix a la bodega para cada mes, pero ahora con un 10,5% de IVA incluido. Se recalcula la base imponible y el resultado neto para cada período.

#### **3.2. Impacto de la reducción del IVA en el trimestre Febrero - Abril 2025**

En la siguiente Tabla se muestra un impacto considerable por la reducción de la alícuota del IVA sobre la actividad; con una alícuota reducida, el flujo de fondos trimestral aumentaría en más de 3,3 millones de pesos, un incremento promedio del 31,38%.



<b>Mes (Menús)</b>	<b>Ganancia Neta (IVA 21%)</b>	<b>Ganancia Neta (IVA 10,5%)</b>	<b>Aumento de Ganancia</b>	<b>% de Incremento</b>
Febrero (515)	\$ 2.932.869,26	\$ 3.943.957,10	\$ 1.011.087,84	34,47%
Marzo (578)	\$ 3.714.381,97	\$ 4.849.156,29	\$ 1.134.774,32	30,55%
Abril (612)	\$ 4.020.650,55	\$ 5.222.176,30	\$ 1.201.525,75	29,88%
Total Trimestre	\$ 10.667.901,78	\$ 14.015.289,69	\$ 3.347.387,91	31,38%

Fuente: Elaboración propia

### **3.3. Oportunidades competitivas y fiscales para Mendoza**

Este estudio pretende poner de relieve que los incentivos tributarios mediante la reducción al 50% de la alícuota del IVA en el sector gastronómico permitiría posicionar a Mendoza con una ventaja competitiva directa frente a otras provincias.

1. Atracción de inversiones: Un régimen fiscal más favorable permitiría que Mendoza fuese un destino más atractivo para la inversión en nuevos proyectos gastronómicos, lo que produciría un mayor aporte del sector al PBG (Producto Bruto Geográfico) de Mendoza e indirectamente un aumento en el PBI nacional.
2. Turismo nacional: Podría traducirse en precios finales más competitivos para el consumidor, tanto nacionales como extranjeros, incentivando el turismo.
3. Incentivo a la formalización de la economía: Sería un incentivo tributario para ayudar a



la promoción de la formalidad en el sector.

### **3.4. Efectos secundarios para el Fisco**

Uno de los efectos secundarios para el Fisco Nacional sería la disminución en la recaudación del IVA en el sector gastronómico por la reducción de la alícuota para el mismo universo de contribuyentes; sin embargo, esto se podría compensar con un aumento de la actividad y de nuevos contribuyentes. En resumen, una menor presión fiscal puede catalizar un círculo virtuoso: mayor supervivencia empresarial, incremento del consumo y aumento de la base imponible.

### **3.5. Efectos potenciales en la gestión empresarial**

La eficiencia financiera generada (un promedio de \$1.115.795 mensuales) podría ser un incentivo para reinvertir en:

- Una mejora salarial y retención de talento.
- Inversión en calidad de producto e instalaciones.
- Contratación de personal.
- Reducción de precios al consumidor.
- Capitalización y sostenibilidad.

Podríamos concluir que, la reducción del IVA se presenta como una herramienta de incentivo de política fiscal con el potencial de generar un impacto positivo multifacético en un sector estratégico para Mendoza; que indirectamente impactaría en un aumento de la recaudación tributaria a nivel nacional y provincial.



## **CAPÍTULO IV**

### **Bienestar organizacional como ventaja competitiva sostenible.**

#### **4.1. De la sostenibilidad financiera al bienestar humano**

La sostenibilidad de un negocio no depende únicamente de su estructura de costos; un factor importante para el éxito a largo plazo es el bienestar organizacional. Una empresa con rentabilidad ajustada impacta directamente en su clima laboral.

#### **4.2. ¿Qué es el bienestar organizacional?**

El bienestar es una sensación sostenible de plenitud. En el contexto empresarial, es:

“la capacidad de una organización para ofrecer y facilitar a sus colaboradores las condiciones y procesos de trabajo que permitan el despliegue de sus fortalezas individuales y grupales, para conducir el desempeño hacia metas organizacionales sustentables y sostenibles, construyendo un activo organizacional intangible difícilmente imitable”. (Fernández Reyes, 2015).

En este sentido, nos referimos a bienestar organizacional como una responsabilidad de la organización en cuanto a proveerle condiciones óptimas al colaborador para que éste pueda desempeñar su trabajo eficientemente: condiciones materiales, sociales y económicas.

Anteriormente, según diversos estudios e informes sobre la temática la mayoría de empresas y consultoras de recursos humanos solían tener procesos y evaluaciones para medir el clima



organizacional; en la actualidad cada vez son más las consultoras y empresas que evalúan el bienestar organizacional. Lo que comprendería, otros elementos como lo son remuneraciones, capacitaciones, estabilidad, clima, cultura, confianza, estabilidad, evolución entre otros. (Marque, 2022, p. 55)

### **4.3. El bienestar organizacional como negocio**

Invertir en bienestar es una estrategia rentable; las organizaciones no solo adquieren el bienestar como forma de trabajo por una cuestión ética, dado que a través de diversos estudios se ha demostrado que esta metodología mejora muchos aspectos empresariales de diferentes niveles.

A continuación, se muestra el estudio realizado por la consultora colombiana Plurum<sup>8</sup>, la cual afirma que transformar una organización hacia un clima con bienestar permite:

- Aumentar un 33% la rentabilidad.
- Aumentar un 43% la productividad.
- Disminuir un 51% la rotación de personal.
- Disminuir un 66% la inasistencia por enfermedad.
- Aumentar un 300% la innovación.

---

<sup>8</sup> Extraído de: Marque Godoy, C. M. (2020). Bienestar organizacional y aplicación de herramienta de medición [Tesis de grado, Universidad Nacional de Cuyo].



#### **4.4. Conectando la rentabilidad con el bienestar: El círculo virtuoso**

Relacionando y teniendo en cuenta lo expuesto en los apartados anteriores con nuestro estudio, la ganancia adicional de más de 3,3 millones de pesos trimestrales, generada por una política fiscal más favorable, es el recurso habilitante que permitiría a una empresa pasar de un modo de supervivencia a un modo de inversión estratégica en su capital humano.

Este excedente, si fuera sostenible en el corto, mediano y largo plazo podría financiar programas de bienestar: mejoras salariales, capacitaciones, etc. Se crea así un círculo virtuoso: la reducción del IVA mejora la rentabilidad, ésta permite invertir en bienestar, y un mayor bienestar conduce a un mejor desempeño, generando mayor sostenibilidad económica.



## **Conclusiones Finales**

Este trabajo de investigación pretende resaltar la relevancia en la significativa carga fiscal que el Impuesto al Valor Agregado, junto con otros costos estructurales, ejerce sobre la rentabilidad y viabilidad de los negocios gastronómicos en Mendoza.

La simulación de este caso práctico pretende evidenciar un escenario de rentabilidad positiva ajustada, donde la estructura de costos actual, particularmente la carga laboral, deja a los operadores en una posición de vulnerabilidad financiera.

El análisis comparativo de una reducción en la alícuota del IVA del 21% al 10,5% evidencia un impacto transformador, aumentando la rentabilidad en más de un 31% y proveyendo un alivio financiero directo y sustancial. Esta medida no solo mejoraría la rentabilidad y la sustentabilidad de las empresas existentes, sino que también ayudaría a Mendoza a incrementar su ventaja competitiva a nivel nacional e internacional, fomentando la inversión, el turismo y la formalización de la economía. Los beneficios indirectos, como el aumento de las ganancias y el estímulo al consumo, sugieren que una menor recaudación a corto plazo podría ser compensada a mediano y largo plazo.

Podríamos concluir que, se ha establecido un vínculo importante entre la sostenibilidad financiera del sector y el concepto de bienestar organizacional. Unos incentivos tributarios que permitieran un entorno fiscal más favorable podrían liberar recursos que, si son invertidos estratégicamente en el capital humano, pueden transformar la cultura empresarial, aumentar la productividad y la innovación, y propiciar una ventaja competitiva duradera.



La gastronomía no es solo un motor económico para Mendoza; es una expresión de su identidad; fomentar su desarrollo a través de políticas fiscales incentivadoras es invertir en el futuro de la provincia.



## **BIBLIOGRAFÍA**

Fernández Reyes, Ignacio (2015). Felicidad Organizacional. Ediciones B Chile, S. A, Santiago de Chile. En:

[https://books.google.com.ar/books?id=zIQsDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbg\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ar/books?id=zIQsDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbg_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

BBVA. (2018). ¿Qué es el IVA?, 3 de Mayo. En: <https://www.bbva.com/es/salud-financiera/que-es-el-iva/>

BBVA. (2024). IVA en Argentina: cuáles son las tasas, cómo se calcula y qué impacto tiene el impuesto en el bolsillo. 8 de Julio. En: <https://www.bbva.com/es/ar/salud-financiera/iva-en-argentina-cuales-son-las-tasas-como-se-calcula-y-que-impacto-tiene-el-impuesto-en-el-bolsillo/>

Fernández, A. M. (29 de abril de 2022). *Definición de rubro. Usos y ejemplos*. Definicion.com. <https://definicion.com/rubro/>

Gobierno de Mendoza. (2024). Plan de Desarrollo de la Identidad Gastronómica de Mendoza (DIGAM 2024-2030). [Archivo PDF]. En: <https://www.mendoza.gov.ar/wp-content/uploads/sites/20/2024/11/Plan-DIGAM-2910.pdf>

Marque Godoy, C. M. (2020). Bienestar organizacional y aplicación de herramienta de medición [Tesis de grado, Universidad Nacional de Cuyo].

Nimo, D. (2022). Los empresarios hoteleros y gastronómicos piden un IVA del 10,5%. Clarín. 16 de mayo. En: [https://www.clarin.com/economia/empresarios-hoteleros-gastronomicos-piden-iva-10-5-0\\_wZaBUzVab8.html?srsId=AfmBOoqiSHBBFTiBeZg-xrYPqEr0RjhI0rcfsWlmwLxHNifPdS7A6Urn](https://www.clarin.com/economia/empresarios-hoteleros-gastronomicos-piden-iva-10-5-0_wZaBUzVab8.html?srsId=AfmBOoqiSHBBFTiBeZg-xrYPqEr0RjhI0rcfsWlmwLxHNifPdS7A6Urn)

Redacción Memo. (2022). Hoteleros y gastronómicos insisten en que les apliquen la alícuota reducida del IVA. Memo. 17 de mayo. En: <https://www.memo.com.ar/economia/hoteleros-gastronomicos-alicuota-reducida-iva/>

República Argentina. (1997). Ley del Impuesto al Valor Agregado

Plan DIGAM (2024 – 2030). En:

<https://www.mendoza.gov.ar/wp-content/uploads/sites/20/2024/11/Plan-DIGAM-2910.pdf>



## ANEXOS

### Anexo I

#### 2.3.2. Flujo de Fondos Proyectado: Febrero 2025 (515 menús) detallado

Concepto	Cálculo	Monto	%
Ingresos Brutos (IVA Incluido)	$515 * \$25.000$	\$ 12.875.000,00	100% (3)
Ingresos Netos de IVA	$\$12.875.000 / 1,21$	\$ 10.640.495,87	
IVA Débito Fiscal	$\$10.640.495 * 0,21$	\$ 2.234.504,13	
(-) Costo Total Materia Prima (1)	$\$515 * 2.939$	-\$ 1.513.585,00	11,76%
Margen Bruto		\$ 11.361.415,00	88,24%
(-) Costos Laborales	$\$4.110.000$ (sueldos) + $\$85.584$ (UTHGRA) + $\$766.421$ (F 931)	-\$ 4.962.005,00	38,54%
(-) Costos Administrativos	$\$105.000$ (contador) + $\$650.000$ (administrador)	-\$ 755.000,00	5,86%
(-) Retenciones (IIBB y Ganancias) (2)	6% de $\$10.640.495,87$	-\$ 638.429,75	4,96%
Resultado Neto del Flujo Positivo		\$ 5.005.980,25	38,88%
(-) IVA a Pagar (4)	$\$2.234.504,13 - (\$143.170 + \$18.223,14)$	-\$ 2.073.110,99	16,10%
Flujo de Fondos del Período		\$ 2.932.869,26	22,78%

(1) Costo Total Materia Prima Unitario =  $\$2.939$  (IVA incluido)

(2) Se incluye Retenciones de IIBB y Ganancias teniendo en cuenta el impacto financiero en el Flujo de Fondos

(3) Se trabaja sobre montos brutos

(4) IVA Débito Fiscal - IVA Crédito Fiscal (materia prima + servicios contables)

Fuente: Elaboración propia



## Anexo II

### 2.3.3 Estado de Resultado Proyectado: Marzo 2025 (578 menús) detallado

Concepto	Cálculo	Monto	%
Ingresos Brutos (IVA incluido)	$578 * \$25.000$	\$ 14.450.000,00	100% (3)
Ingresos Netos de IVA	$\$14.450.000 / 1,21$	\$ 11.942.148,76	
IVA Débito Fiscal	$\$11.942.148,72 * 0,21$	\$ 2.507.851,24	
(-) Costo Total Materia Prima (1)	$578 * \$2.939$	-\$ 1.698.742	11,76%
Margen Bruto		\$ 12.751.258	88,24%
(-) Costos Laborales	$\$4.300.000$ (sueldos) + $100.997$ (UTHGRA) + $835.406$ (F 931)	-\$ 5.236.403,00	36,24%
(-) Costos Administrativos	$\$105.000$ (contador) + $\$650.000$ (administrador)	-\$ 755.000	5,22%
(-) Retenciones (IIBB y Ganancias) (2)	6% de $\$11.942.148,76$	-\$ 716.528,93	4,96%
Resultado Neto del Flujo Positivo		\$ 6.043.326,07	41,82%
(-) IVA a Pagar (4)	$\$2.507.851,24 - (\$160.684 + \$18.223,14)$	-\$ 2.328.944,10	16%
Flujo de Fondos del Período		\$ 3.714.381,97	25,71%

(1) Costo Total Materia Prima Unitario = \$2.939 (IVA incluido)

(2) Se incluye Retenciones de IIBB y Ganancias teniendo en cuenta el impacto financiero en el Flujo de Fondos

(3) Se trabaja sobre montos brutos

(4) IVA Débito Fiscal - IVA Crédito Fiscal (materia prima + servicios contables)

Fuente: Elaboración propia



### Anexo III

#### 2.3.4 Estado de resultado proyectado: Abril 2025 (612 menús) detallado

Concepto	Cálculo	Monto	%
Ingresos Brutos (IVA incluido)	612 * \$25.000	\$ 15.300.000,00	100% (3)
Ingresos Netos de IVA	\$15.300.000 / 1,21	\$ 12.644.628,10	
IVA Débito Fiscal		\$ 2.655.371,90	
(-) Costo Total Materia Prima (1)	612 * \$2.939	-\$ 1.798.668	12%
Margen Bruto		\$ 13.501.332	88%
(-) Costos Laborales	\$4.595.000 (sueldos) + 99.134 (UTHGRA) + 805.857 (F 931)	-\$ 5.499.991	36%
(-) Costos Administrativos	\$105.000 (contador) + \$650.000 (administrador)	-\$ 755.000	5%
(-) Retenciones (IIBB y Ganancias) (2)	6% de \$12.644.628,10	-\$ 758.677,69	5%
Resultado Neto del Flujo Positivo		\$ 6.487.663,31	42%
(-) IVA a Pagar (4)	\$2.655.371,90 - (\$170.136 + \$18.223,14)	-\$ 2.467.012,76	16%
Flujo de Fondos del Período		\$ 4.020.650,55	26%

(1) Costo Total Materia Prima Unitario = \$2.939 (IVA incluido)

(2) Se incluye Retenciones de IIBB y Ganancias teniendo en cuenta el impacto financiero en el Flujo de Fondos

(3) Se trabaja sobre montos brutos

(4) IVA Débito Fiscal - IVA Crédito Fiscal (materia prima + servicios contables)

Fuente: Elaboración propia

En estos Anexos se detalla el Flujo de Fondos de los meses mencionados, lo que incluye las retenciones del impuesto a los ingresos brutos (IIBB) e impuesto a las ganancias (Gcias), desde el punto de vista del impacto financiero mensual.

El cálculo se ha realizado a partir de los importes totales para luego deducir el IVA, tanto débito fiscal – crédito fiscal.



## Anexo IV

### 3.2 Estado de resultado proyectado: Febrero 2025 (IVA 10,5%)

Concepto	Cálculo	Monto	%
Ingresos Brutos (IVA incluido)	$515 * \$25.000$	\$ 12.875.000,00	100% (3)
Ingresos Netos de IVA	$\$12.875.000 / 1,105$	\$ 11.651.583,71	
IVA Débito Fiscal	$\$11.651.583,71 * 0,105$	\$ 1.223.416,29	
(-) Costo Total Materia Prima (1)	$\$515 * 2.939$	-\$ 1.513.585,00	11,76%
Margen Bruto		\$ 11.361.415,00	88,24%
(-) Costos Laborales	$\$4.110.000$ (sueldos) + $\$85.584$ (UTHGRA) + $\$766.421$ (931)	-\$ 4.962.005,00	38,54%
(-) Costos Administrativos	$\$105.000$ (contador) + $\$650.000$ (administrador)	-\$ 755.000,00	5,86%
(-) Retenciones (IIBB y Ganancias) (2)	6% de $\$10.640.495,87$	-\$ 638.429,75	4,96%
Resultado Neto del Flujo Positivo		\$ 5.005.980,25	38,88%
(-) IVA a Pagar (4)	$\$1.223.416,29 - (\$143.170 + \$18.223,14)$	-\$ 1.062.023,15	8,25%
Flujo de Fondos del Período		\$ 3.943.957,10	30,63%

(1) Costo Total Materia Prima Unitario =  $\$2.939$  (IVA incluido)

(2) Se incluye Retenciones de IIBB y Ganancias teniendo en cuenta el impacto financiero en el Flujo de Fondos

(3) Se trabaja sobre montos brutos

(4) IVA Débito Fiscal - IVA Crédito Fiscal (materia prima + servicios contables)

Fuente: Elaboración propia



## Anexo V

### 3.2 Estado de resultado proyectado: Marzo 2025 (IVA 10,5 %)

Concepto	Cálculo	Monto	%
Ingresos Brutos (IVA incluido)	$578 * \$25.000$	\$ 14.450.000,00	100% (3)
Ingresos Netos de IVA	$\$14.450.000 / 1,105$	\$ 13.076.923,08	
IVA Débito Fiscal	$\$13.076.923,08 * 0,21$	\$ 1.373.076,92	
(-) Costo Total Materia Prima (1)	$578 * \$2.939$	-\$ 1.698.742	11,76%
Margen Bruto		\$ 12.751.258	88,24%
(-) Costos Laborales	$\$4.300.000$ (sueldos) + $100.997$ (UTHGRA) + $835.406$ (931)	-\$ 5.236.403,00	36,24%
(-) Costos Administrativos	$\$105.000$ (contador) + $\$650.000$ (administrador)	-\$ 755.000	5,22%
(-) Retenciones (IIBB y Ganancias) (2)	6% de $\$11.942.148,76$	-\$ 716.528,93	4,96%
Resultado Neto del Flujo Positivo		\$ 6.043.326,07	41,82%
(-) IVA a Pagar (4)	$\$1.373.076,92 - (\$160.684 + \$18.223,14)$	-\$ 1.194.169,78	8%
Flujo de Fondos del Período		\$ 4.849.156,29	33,56%

(1) Costo Total Materia Prima Unitario =  $\$2.939$  (IVA incluido)

(2) Se incluye Retenciones de IIBB y Ganancias teniendo en cuenta el impacto financiero en el Flujo de Fondos

(3) Se trabaja sobre montos brutos

(4) IVA Débito Fiscal - IVA Crédito Fiscal (materia prima + servicios contables)

Fuente: Elaboración propia



## Anexo VI

### 3.2 Estado de resultado proyectado: Abril 2025 (IVA 10,5 %)

Concepto	Cálculo	Monto	%
Ingresos Brutos (IVA incluido)	612 * \$25.000	\$ 15.300.000,00	100% (3)
Ingresos Netos de IVA	\$15.300.000 / 1,105	\$ 13.846.153,85	
IVA Débito Fiscal	\$12.644.628,1 * 0,105	\$ 1.453.846,15	
(-) Costo Total Materia Prima (1)	612 * \$2.939	-\$ 1.798.668	11,76%
Margen Bruto		\$ 13.501.332	88,24%
(-) Costos Laborales	\$4.595.000 (sueldos) + 99.134 (UTHGRA) + 805.857 (931)	-\$ 5.499.991	35,95%
(-) Costos Administrativos	\$105.000 (contador) + \$650.000 (administrador)	-\$ 755.000	4,93%
(-) Retenciones (IIBB y Ganancias) (2)	6% de \$12.644.628,10	-\$ 758.677,69	4,96%
Resultado Neto del Flujo Positivo		\$ 6.487.663,31	42,40%
(-) IVA a Pagar (4)	\$1.453.846,15 - (\$170.136 + \$18.223,14)	-\$ 1.265.487,01	8,27%
Flujo de Fondos del Período		\$ 5.222.176,30	34,13%

(1) Costo Total Materia Prima Unitario = \$2.939 (IVA incluido)

(2) Se incluye Retenciones de IIBB y Ganancias teniendo en cuenta el impacto financiero en el Flujo de Fondos

(3) Se trabaja sobre montos brutos

(4) IVA Débito Fiscal - IVA Crédito Fiscal (materia prima + servicios contables)

Fuente: Elaboración propia



## **DECLARACIÓN JURADA RESOLUCIÓN 212/99 CD**

El autor de este trabajo declara que fue elaborado sin utilizar ningún otro material que no haya dado a conocer en las referencias que nunca fue presentado para su evaluación en carreras universitarias y que no transgrede o afecta los derechos de terceros.

Mendoza, 14 de Octubre de 2025

Juan Francisco Peris

Número de registro: 29331

DNI: 39018047