

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INTERCONTINENTAL
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA LICENCIATURA EN CIENCIAS CONTABLES

**SERVICIO DE CONSULTORIA Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS
AGRICOLA.**

Elivelto Ramos de Oliveira

Tutor: Lic. José D. Ramírez Román

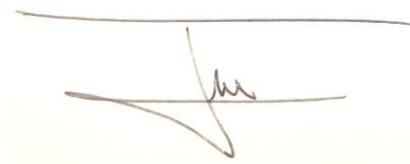
Proyecto presentado en la Universidad Tecnológica Intercontinental como requisito parcial para obtención del título de Licenciado en Ciencias Contables.

Hernandarias, 2022

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR

Quien suscribe, Lic. José D. Ramírez Román, con documento de identidad N° **3.178.110**, tutor del trabajo de investigación titulado “**Servicio de consultoría y comercialización de productos agrícola.**”, elaborado por la alumna **Elivelto Ramos de Oliveira** para obtener el Título de **Licenciado en Ciencias Contables** hace constar que dicho trabajo reúne los requisitos exigidos por la Universidad Tecnológica Intercontinental y puede ser sometido a evaluación y presentarse ante los docentes que fueren designados para integrar la Mesa Examinadora.

En la ciudad de Hernandarias, a los 12 días del mes de Julio de 2022

A handwritten signature in brown ink, appearing to read 'José D. Ramírez Román', is written over a horizontal line. The signature is contained within a light yellow rectangular box.

.....
Lic. José D. Ramírez Román.

Dedico este trabajo a:

Mis padres por siempre brindar el apoyo necesario para la realización de este proyecto y la culminación de la carrera.

Agradezco a:

Primeramente, a Dios por las oportunidades brindadas al largo de la vida, a mis padres por todo el apoyo fundamental para culminación de la carrera y a todas las personas involucrada que hicieron posible la realización de este proyecto.

TABLA DE CONTENIDO

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR.....	II
RESUMEN.....	2
MARCO INTRODUCTORIO	3
INTRODUCCIÓN.....	3
TEMA DE INVESTIGACIÓN	4
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	5
PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	5
OBJETIVO GENERAL	5
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	5
JUSTIFICACIÓN	6
LÍMITES Y ALCANCE	7
<i>Ámbito epistemológico.....</i>	<i>7</i>
<i>Espacio geográfico.....</i>	<i>7</i>
<i>Tiempo de aplicación.....</i>	<i>7</i>
ESTUDIO DE MERCADO	8
INTRODUCCIÓN.....	8
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	8
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	9
PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	9
OBJETIVOS GENERALES	9
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	10
JUSTIFICACIÓN	10
ASPECTO TEÓRICO	11
<i>Antecedentes del Proyecto</i>	<i>11</i>
DEFINICIÓN	11
<i>Estudio de Mercado</i>	<i>11</i>
<i>Demanda</i>	<i>11</i>
<i>Oferta</i>	<i>12</i>
<i>Precio.....</i>	<i>12</i>
<i>Comercialización.....</i>	<i>12</i>
METODOLOGÍA.....	12
<i>Tipo de Investigación</i>	<i>12</i>
<i>Nivel de Conocimiento</i>	<i>12</i>
<i>Diseño de la Investigación.....</i>	<i>12</i>
<i>Población</i>	<i>12</i>
<i>Muestra</i>	<i>13</i>
<i>Enfoque cuantitativo</i>	<i>14</i>
<i>Muestra probabilística.....</i>	<i>14</i>
<i>Técnicas e instrumentos de recolección de datos</i>	<i>15</i>
<i>Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....</i>	<i>15</i>
<i>Consideraciones éticas.....</i>	<i>15</i>
SITUACIÓN ECONÓMICA	16

<i>Inflación</i>	16
<i>Salario mínimo legal del Paraguay</i>	16
<i>Producto interno bruto (PIB)</i>	17
<i>Cotización de moneda extranjera</i>	19
<i>Tasa de interés del mercado</i>	20
RESULTADO DEL ESTUDIO DE MERCADO	20
<i>Análisis de la Demanda.</i>	20
ANÁLISIS DE LA OFERTA	27
ANÁLISIS DEL PRECIO	30
ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN	32
CONCLUSIÓN	35
ESTUDIO TÉCNICO	37
INTRODUCCIÓN.....	37
OBJETIVO GENERAL	37
OBJETIVO ESPECIFICO	37
JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO	38
ASPECTO TEÓRICO	38
<i>Empresa</i>	38
<i>Localización de la empresa</i>	38
<i>Empresa de servicios</i>	39
<i>Empresa comercial</i>	39
<i>Estructura Organizacional</i>	39
<i>Organigrama</i>	39
<i>Manual de Funciones</i>	39
<i>Misión</i>	39
<i>Visión</i>	39
<i>Organización de la empresa</i>	40
<i>Aspectos Legales</i>	40
<i>Términos</i>	41
METODOLOGÍA.....	42
DESARROLLO TÉCNICO	42
<i>Definición del Negocio</i>	42
<i>Logo y eslogan de la empresa</i>	42
<i>Organización de la empresa</i>	43
<i>Forma jurídica</i>	43
<i>Visión:</i>	43
<i>Misión</i>	43
<i>Objetivos Estratégicos</i>	44
<i>Estructura Organizacional</i>	47
<i>Manual de funciones</i>	48
<i>Obras físicas y equipamiento</i>	52
<i>Compromisos sociales y legales</i>	57
CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO	59
ESTUDIO FINANCIERO	61
INTRODUCCIÓN.....	61
OBJETIVO GENERAL	61

OBJETIVO ESPECÍFICOS	61
JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO	62
ASPECTO TEÓRICO	62
<i>Estudio Financiero</i>	62
<i>Fuentes de Financiación</i>	62
<i>Presupuesto</i>	62
<i>Presupuesto de inversión</i>	62
<i>Presupuesto de Personal</i>	62
<i>Presupuesto de Compras</i>	63
<i>Presupuestos de Ventas</i>	63
<i>Mercado meta</i>	63
<i>Contabilidad</i>	63
<i>Balance</i>	63
<i>Estado de Resultados</i>	63
<i>Flujo de Caja</i>	63
<i>Análisis Financiero</i>	63
METODOLOGÍA	64
DESARROLLO FINANCIERO.....	65
CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO.....	80
ESTUDIO ECONÓMICO.....	81
INTRODUCCIÓN.....	81
OBJETIVO GENERAL	81
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	81
JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO	82
ASPECTO TEÓRICO	82
<i>Estudio Económico</i>	82
<i>Valor Actual Neto (VAN)</i>	82
<i>Tasa Interna de Retorno (TIR)</i>	82
<i>Relación Beneficio – Costo (B/C)</i>	82
<i>Periodo de Recuperación de Capital (PRC)</i>	83
<i>Punto de Equilibrio Económico (PE)</i>	83
<i>Punto de equilibrio contable</i>	83
<i>Punto de equilibrio financiero</i>	83
METODOLOGÍA.....	83
DESARROLLO ECONÓMICO	84
<i>Cálculo e Interpretación del Valor Actual Neto (VAN)</i>	84
CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO.....	88
CONCLUSIÓN.....	89
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	90

LISTA DE TABLA

TABLA 1. TASA DE INFLACIÓN	16
TABLA 2. SALARIO	17
TABLA 3. CRECIMIENTO DEL PRODUCTO INTERNO BRUTO.....	17
TABLA 4. CRECIMIENTO SECTOR AGRÍCOLA	18
TABLA 5. COTIZACIÓN PROMEDIO DEL DÓLAR.....	19
TABLA 6. PROMEDIO TASA PASIVA NOMINALES	20
TABLA 7. LUGAR DONDE RESIDE.....	20
TABLA 9. SI NUNCA HAS REALIZADO EL ANÁLISIS DE SUELO ESPECIFIQUE EL MOTIVO.....	22
TABLA 10. HECTÁREAS CON QUE CUENTA SUS PARCELAS AGRÍCOLAS.....	23
FIGURA 6. LA FRECUENCIA QUE UTILIZA PRODUCTOS AGRÍCOLAS PARA CORRECCIÓN DEL SUELO	25
FIGURA 7. LOS KILOGRAMOS DE PRODUCTOS QUE UTILIZA POR HECTÁREAS EN SU PARCELA AGRÍCOLA.....	26
TABLA 13. LA FRECUENCIA QUE SUELE REALIZAR LOS ANÁLISIS DE SUELO DE SU PARCELA AGRÍCOLA.....	26
TABLA 14. LUGAR DÓNDE ADQUIERE LOS SERVICIOS DE ANÁLISIS DE SUELO PARA SU PARCELA AGRÍCOLA	27
TABLA 17. EL VALOR QUE PAGAN PARA REALIZAR LOS ANÁLISIS DE SUELO DE SU PARCELA AGRÍCOLA.....	30
TABLA 18. VALOR QUE PAGAN EN PROMEDIO LA TONELADA DEL PRODUCTOS AGRÍCOLA	31
TABLA 19 . EL SISTEMA DE PAGO QUE UTILIZAN	32
TABLA 20. LOS MEDIOS QUE UTILIZAN PARA INFORMARSE	33
TABLA 21. ANÁLISIS DE FODA	43
TABLA 22. CUADRO DE PERSONAL.....	48
TABLA 23. FUNCIONES DEL GERENTE.....	49
TABLA 24. FUNCIONES DE LA SECRETARIA.....	50
TABLA 25. FUNCIONES DE LOS AGRÓNOMOS	51
TABLA 27. NECESIDADES FÍSICAS Y EQUIPAMIENTOS	53
TABLA 29. CAPITAL DE OPERATIVO PREVISTO.....	65
TABLA 30. PRESUPUESTO MENSUAL DE PERSONAL.....	66
TABLA 31. PRESUPUESTO ANUAL DEL PERSONAL.....	67
TABLA 32. DETERMINACIÓN DEL MERCADO META PARA LA CONSULTORÍA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRICOLASO	67

TABLA 33. PROYECCIONES DE VENTAS	68
TABLA 34. COMPRAS PREVISTAS	69
TABLA 35. INVENTARIOS DE MERCADERÍAS.....	69
TABLA .36. GASTOS FIJOS MENSUALES PREVISTOS	70
TABLA 37. GASTOS FIJOS ANUALES PREVISTOS.....	70
TABLA 38. COMPENSACIÓN DEL IVA.....	71
TABLA 39. REVALUÓ Y DEPRECIACIONES ANUALES DE LOS BIENES.....	72
TABLA 40. AMORTIZACIÓN ANUAL DE CARGOS DIFERIDOS	73
TABLA 41. FLUJO DE CAJA PROYECTADO	74
TABLA 42. BALANCE GENERAL PROYECTADO	75
TABLA 43. RESULTADOS PROYECTADOS	76
TABLA 44. INDICADORES DE LIQUIDEZ	77
TABLA 45. ÍNDICE DE SOLVENCIA	78
TABLA 46. INDICADORES DE RENTABILIDAD	78
TABLA 46. DETERMINACIÓN DEL VALOR ACTUAL NETO.....	84
TABLA 47. DETERMINACIÓN DE LA TASA INTERNA DE RETORNO	84
TABLA 48. DETERMINACIÓN DE LA RELACIÓN BENEFICIO COSTO	85
TABLA 49. DETERMINACIÓN DEL PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL....	86
TABLA 50. DETERMINACIÓN DE PUNTO DE EQUILIBRIO	87

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1. CÁLCULO DE MUESTRA.....	13
FIGURA 2. LUGAR DONDE RESIDEN	21
TABLA 8. SI HA REALIZADO ALGUNA VEZ ANÁLISIS DE SUELO DE SU PARCELA AGRÍCOLA PARA BAJO VOLUMEN DE AGUA.....	21
FIGURA 3. SI HA REALIZADO ALGUNA VEZ ANÁLISIS DE SUELO DE SU PARCELA AGRÍCOLA PARA BAJO VOLUMEN DE AGUA.....	22
FIGURA 4. SI NUNCA HAS REALIZADO EL ANÁLISIS DE SUELO ESPECIFIQUE EL MOTIVO.....	23
FIGURA 5. LAS HECTÁREAS QUE CUENTA SUS PARCELAS AGRÍCOLAS	24
TABLA 12. LOS KILOGRAMOS DE PRODUCTOS QUE UTILIZA POR HECTÁREAS EN SU PARCELA AGRÍCOLA.....	25
FIGURA 8. LA FRECUENCIA QUE SUELE REALIZAR LOS ANÁLISIS DE SUELO DE SU PARCELA AGRÍCOLA.....	27
FIGURA 11. MOTIVO POR EL CUAL NO SE ENCUENTRA SATISFECHO.....	30

FIGURA 12. EL VALOR PAGA PARA REALIZAR LOS ANÁLISIS DE SUELO DE SU PARCELA AGRÍCOLA.....	31
FIGURA 13. VALOR QUE PAGAN LA TONELADA DEL PRODUCTOS AGRÍCOLA	32
FIGURA 14. EL SISTEMA DE PAGO QUE UTILIZAN	33
FIGURA 15. LOS MEDIOS QUE UTILIZAN PARA INFORMARSE.....	34
FIGURA 16. LOGO Y ESLOGAN DE LA EMPRESA	42
FIGURA 16. ORGANIGRAMA	47
FIGURA 17. CROQUIS DE UBICACIÓN DE LA EMPRESA.....	52
FIGURA 18. CROQUIS DE LA EMPRESA	53
FUGURA 26. FLUJOGRAMA DE COMPRA VENTA DE PRODUCTOS AGRICOLA	55
FIGURA 19. FLUJOGRAMA DE COMPRA VENTA DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS.....	56
FIGURA 20. PROCESO DE LA VENTA DE LOS SERVICIOS PRESTADOS.	57

**Servicio de consultoría y comercialización de productos agrícola para bajo
volumen de agua.**

Elivelto Ramos de Oliveira

Universidad Tecnológica Intercontinental

Carrera de Licenciatura en Ciencias Contables, Sede Hernandarias.

Resumen

El desarrollo de este trabajo obedece a un proyecto de inversión como requisito parcial, en el marco académico de la Universidad Tecnológica Intercontinental, para la obtención del título de Licenciatura en Ciencias Contables, entre sus principales apartados se encuentran. La Introducción, se plantea el problema de investigación como; ¿Será viable la puesta en marcha de una empresa de servicio de consultoría y comercialización de productos agrícola para bajo volumen de agua de la ciudad San Alberto, año 2022? De aquí surgen las preguntas de investigación, el objetivo general y los objetivos específicos justificando la necesidad de los agricultores de contar con una empresa que brinda apoyo al sector ya que en dicha ciudad para obtener estos servicios es necesario buscar empresas de otras partes del país, porque la ciudad carece de empresas dedicadas a la actividad de consultoría de suelo. La metodología de investigación, demuestra el avance con un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo, no experimental para lo cual se ha establecido la población y una muestra de 110 personas productores de la zona, a quienes se han aplicado la técnica de la encuesta apoyada por el cuestionario estructurado con preguntas mixtas. Posteriormente el resultado logrado en el estudio económico nos demuestra que la empresa recuperara su capital en dos años y ocho meses, con VAN de Gs. 339.020.492 y tasa de interés de retorno del 40.37%, y teniendo en cuenta que iniciara con un capital de Gs. 418.639.000. La habilidad de la organización de la empresa proyectada se sostiene en los componentes legales que aboga su creación, además de su planificación estructural.

Palabras Clave: Empresa, Producto Agrícolas, Investigación, servicios y comercialización.

Marco Introdutorio

Introducción

El presente trabajo trata de la apertura de una empresa de consultoría de producción y comercialización de productos agrícolas en la ciudad de San Alberto, dicha ciudad se encuentra ubicada en el departamento de Alto Paraná, en donde la mayor parte de los pobladores se dedica a la producción de granos agrícolas y otras actividades de apoyo al sector.

Por lo que la idea es crear una empresa que se dedique al consultoría y comercialización de productos para optimizar las carencias de ciertos nutrientes necesarios para el cultivo, de esta forma se pretende orientar a los productores a utilizarlos necesarios en suplir estas carencias en el suelo, dichos productos serán comercializados por la empresa, proporcionando así un asesoramiento completo a los agricultores de la zona. El estudio de mercado determina la demanda insatisfecha que existe.

Este primer capítulo, denominado Introdutorio, expone el origen y el enunciado del problema investigado, sus objetivos y la justificación del trabajo.

El Estudio de Mercado se ocupa del desarrollo del proyecto propiamente dicho, expresado en los cuatro estudios específicos. El estudio de mercado que se inicia con la descripción del producto, una descripción de las condiciones económicas en la que se va insertar la empresa, un análisis de la demanda, la oferta, el precio, la comercialización y concluye con las primeras apreciaciones con respecto a la factibilidad del proyecto.

El Estudio Técnico puntualiza las condiciones de infraestructura requeridas por el proyecto, la tecnología a ser utilizada, el estudio de costos y describe la estructura y forma jurídica de la empresa y sus responsabilidades legales.

El Estudio Financiero que, a partir de los resultados de los dos primeros estudios, planifica los presupuestos de personal, de compras, de ventas de

servicios, gastos de funcionamiento y de depreciaciones y revalúo. Estos presupuestos originan el Estado de Resultados, el Flujo de Caja y Balance General, todos proyectados a lo largo de cinco años.

Finalmente, el Estudio Económico es el que mide y determina la rentabilidad del proyecto mediante los cálculos del Valor Actual Neto (VAN), la relación Beneficio/Costo (B/C), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el período de recuperación de la inversión inicial (PRC).

El capítulo de las Conclusiones recoge las respuestas dadas por el estudio a las preguntas formuladas inicialmente.

Tema de Investigación

Servicio de consultoría y comercialización de productos agrícola para bajo volumen de agua de la ciudad San Alberto, año 2022.

Planteamiento del Problema

Al percatarse que en la ciudad de San Alberto la principal fuente de ingreso de los pobladores de la región es derivada de la actividad agrícola se ve la necesidad de implementación de una empresa destinada a brindar apoyo al sector y aportar de manera positiva para el mejoramiento de dicha actividad, ya que en la ciudad mencionada carece de este tipo de asistencia.

La investigación probará la viabilidad que expresa Sobrero, F año 2009 “la capacidad de un proyecto de asimilarse al medio intervenido y transformarlo, en forma sostenible”.

Teniendo en cuenta los aspectos mencionados, se decide emprender el presente proyecto con el propósito de determinar la viabilidad desde el punto de vista técnico, financiero, económico y de mercado antes de su ejecución y por ende determinar la necesidad de los recursos con antelación.

Formulación del Problema

¿Será viable la puesta en marcha de una empresa de servicio de consultoría y comercialización de productos agrícola para bajo volumen de agua de la ciudad San Alberto, año 2022?

Preguntas de Investigación

¿Cuál es el resultado del estudio de mercado para la puesta en marcha de una empresa de servicio de consultoría y comercialización de productos agrícola para bajo volumen de agua de la ciudad San Alberto, año 2022?

¿Cuál es el resultado del estudio de técnico para la puesta en marcha de una empresa de servicio de consultoría y comercialización de productos agrícola para bajo volumen de agua de la ciudad San Alberto, año 2022?

¿Cuál es el resultado del estudio de financiero para la puesta en marcha de una empresa de servicio de consultoría y comercialización de productos agrícola para bajo volumen de agua de la ciudad San Alberto, año 2022?

¿Cuál es el resultado del estudio de económico para la puesta en marcha de una empresa de servicio de consultoría y comercialización de productos agrícola para bajo volumen de agua de la ciudad San Alberto, año 2022?

Objetivo General

Determinar la viabilidad para la puesta en marcha de una empresa de servicio de consultoría y comercialización de productos agrícola para bajo volumen de agua de la ciudad San Alberto, año 2022.

Objetivos Específicos

Demostrar el resultado del estudio de mercado para la puesta en marcha de una empresa de servicio de consultoría y comercialización de productos agrícola para bajo volumen de agua de la ciudad San Alberto, año 2022.

Demostrar el resultado del estudio de técnico para la puesta en marcha de una empresa de servicio de consultoría y comercialización de productos agrícola para bajo volumen de agua de la ciudad San Alberto, año 2022.

Demostrar el resultado del estudio de financiero para la puesta en marcha de una empresa de servicio de consultoría y comercialización de productos agrícola para bajo volumen de agua de la ciudad San Alberto, año 2022.

Demostrar el resultado del estudio de económico para la puesta en marcha de una empresa de servicio de consultoría y comercialización de productos agrícola para bajo volumen de agua de la ciudad San Alberto, año 2022.

Justificación

Este proyecto se elabora para determinar la viabilidad de una empresa de servicio de consultoría y comercialización de productos agrícola para bajo volumen de agua, se elige este tema tras la observación que en dicha ciudad los agricultores para obtener estos servicios tienden a buscar empresas de otras partes del país, porque la ciudad carece de empresas dedicadas a esta actividad.

Por otro lado, este tipo de actividad es conocida por la mayoría de la población de la ciudad en donde se desea realizar el proyecto, teniendo así gran potencial de aumentar el mercado local, generando excelentes resultados económicos y desarrollo social a la ciudad de San Alberto.

El estudio no tendrá aplicación práctica, está elaborada específicamente para fines de información que beneficiaran a todas las personas interesadas en el tema, ya sean inversionistas que deseen emprender en el área o universitarios que deseen utilizar estudios de este proyecto.

La intención al presentar el siguiente proyecto a la Facultad de Ciencias Contables de la Universidad Tecnológica Intercontinental es cumplir con el requisito necesario para la obtención del título Universitario de Licenciatura en Ciencias Contables.

Límites y alcance

Esta investigación ha delimitado sus límites y alcance en los indicadores mencionados a continuación.

Ámbito epistemológico

Esta investigación se ubica dentro del campo de las Ciencias Empresariales. Se limita al área de Proyecto de Inversión. Específicamente se centrará en el estudio de las características el resultado del estudio de económico para la puesta en marcha de una empresa de servicio de consultoría y comercialización de productos agrícola para bajo volumen de agua de la ciudad San Alberto, año 2022.

Espacio geográfico

La investigación situará geográficamente su estudio a instituciones ubicadas entre los límites de la ciudad de San Alberto, Departamento de Alto Paraná de la República del Paraguay.

Tiempo de aplicación

La investigación se aplicará en el año 2022.

Estudio de Mercado

Introducción

Este estudio de mercado consta de las siguientes partes siguiendo la respectiva orden, primeramente el marco introductorio de consta de, la introducción, planteamiento del problema, formulación del problema, preguntas de investigación, objetivo general, objetivos específicos, justificación, y viabilidad del estudio de mercado, seguido del marco teórico que consta de, antecedentes de la investigación de mercado, bases teóricas, cuadro de operaciones de variable, luego el marco metodológico que consta de, enfoque de la investigación, nivel de conocimiento, diseño de la investigación, población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos, procesamientos de datos, consideraciones éticas, seguido del marco analítico que consta de, presentación e interpretación de resultados, y para finalizar la conclusión y recomendación del estudio de mercado.

Específicamente en la ciudad de San Alberto la economía se caracteriza por el sector agrícola, según informaciones recolectadas con los silos que operan en la ciudad se estima que aproximadamente la ciudad posee 530 productores que realizan sus actividades en la región de forma directa.

Planteamiento del problema

Se utiliza el estudio de mercado para identificar a los potenciales clientes, la competencia y los precios de mercado, ya que son elementos fundamentales para iniciar un proyecto de inversión.

Se observa que en la ciudad de San Alberto la oferta del servicio de consultoría de tierra no cubre la demanda local lo que obliga a los productores a buscar el servicio en otras regiones, generando así un ascenso en el precio del mismo, de esta forma se pretende cubrir la demanda de este servicio a estos potenciales clientes que actualmente recurren a buscar el servicio en otras regiones, en cambio, se observa que en la ciudad existe empresas dedicadas a la comercialización de agua agrícola que es lo que también se desea implementar lo

cual podría generar un mercado más limitado y una menor demanda de dicho producto.

Formulación del Problema

¿Cuál es el resultado del estudio de mercado para la puesta en marcha de una empresa de servicio de consultoría y comercialización de productos agrícola para bajo volumen de agua de la ciudad San Alberto, año 2022?

Preguntas de investigación

¿Cuál es la demanda actual de servicio de consultoría y comercialización de productos agrícola para bajo volumen de agua de la ciudad San Alberto, año 2022?

¿Cuál es competencia de mercado que posee los servicios de consultoría y comercialización de productos agrícola para bajo volumen de agua de la ciudad San Alberto, año 2022?

¿Cuál es el precio promedio que pagan para adquirir servicio de consultoría y comercialización de productos agrícola para bajo volumen de agua de la ciudad San Alberto, año 2022?

¿Cuál es la estrategia de comercialización de servicio de consultoría y comercialización de productos agrícola para bajo volumen de agua de la ciudad San Alberto, año 2022?

Objetivos Generales

Demostrar el resultado del estudio de mercado para la puesta en marcha de una empresa de servicio de consultoría y comercialización de productos agrícola para bajo volumen de agua de la ciudad San Alberto, año 2022.

Objetivos Específicos

Demostrar el resultado de la demanda actual de servicio de consultoría y comercialización de productos agrícola para bajo volumen de agua de la ciudad San Alberto, año 2022.

Demostrar el resultado de competencia de mercado que posee servicio de consultoría y comercialización de productos agrícola para bajo volumen de agua de la ciudad San Alberto, año 2022.

Demostrar el resultado del precio promedio que pagan para adquirir los servicios de consultoría y comercialización de productos agrícola para bajo volumen de agua de la ciudad San Alberto, año 2022.

Determinar la estrategia de comercialización de servicio de consultoría y comercialización de productos agrícola para bajo volumen de agua de la ciudad San Alberto, año 2022.

Justificación

La realización del estudio de mercado en la ciudad de San Alberto es fundamental e imprescindible ya que con los datos recolectados en el presente estudio se podrá descubrir si será posible vender el servicio y producto que se desea implementar en el mercado de dicha ciudad, y se podrá determinar los posibles clientes, conocer más sobre ellos, sus métodos de negocio y sus necesidades.

Los datos que se desea recolectar con el presente estudio serán de fundamental importancia para el proyecto ya que servirá como punto de partida para la realización de los demás estudios que se desea realizar en el proyecto.

Aspecto Teórico

Antecedentes del Proyecto

El proceso investigativo requiere de una exhaustiva revisión bibliográfica a fin de respaldar las variables y dimensiones de estudio como para interpretar los resultados derivados de las fuentes primarias. Es así que se tienen las primeras revisiones referidas a los antecedentes de estudios similares en la zona referida al proyecto.

La investigadora ha recurrido a fuentes oficiales de publicación de materiales de este tipo, de donde no ha podido detectar un material similar dentro de este rubro para la zona elegida en los archivos de la Universidad Tecnológica Intercontinental, con lo que se verifica la importancia de seguir con la realización del presente trabajo de investigación y su posterior aplicación, como propuesta de solución a la problemática, considerando que los datos serán de mayor relevancia exploratorio.

Definición

Estudio de Mercado. “Es probar si existe un número suficiente de individuos o empresas que, dada ciertas condiciones presentan una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado programa de producción de bienes o servicios en un cierto periodo” (ILPES, 2001, p. 72).

Producto/ servicio. “Cualquier bien material, servicio o idea que posea un valor para el consumidor y sea susceptible de satisfacer una necesidad” (Pérez y Pérez, 2006, p. 7).

Demanda. “Es una relación que muestra las distintas cantidades de productos o mercancías que los compradores estarían dispuestos y serían capaces de adquirir a precios alternativos posibles durante cierto periodo de tiempo, suponiendo que todas las demás mercancías permanecen constantes” (Spencer, 1993, p.32).

Oferta. “Es una relación que muestra las distintas cantidades de mercancía que los vendedores estarían dispuestos y serían capaces de poner a la venta a precios alternativos durante un periodo dado de tiempo, suponiendo que todas las demás cosas permanecen constantes” (Spencer, 1993.p.35).

Precio. “El precio es la cantidad de unidades monetarias que pagamos a cambio de adquirir un producto o servicio” (Sulser, 2004, p.99).

Comercialización. “En una definición sencilla de comercialización se incluirán todas las actividades relacionadas con la movilización de los artículos desde el producto hasta el consumidor. También se comprenderían todas las actividades de intercambio de compra y venta” (Peña y Fletscher, 1985, p.101).

Metodología

Tipo de Investigación. La investigación corresponde al tipo cuantitativo, “Lo cuantitativo es perteneciente o relativo a la cantidad y de su análisis se determina sus porciones de cada elemento analizado” (Salman, Ayllon, Cordova, Langer, Sanjines y Rojas, 2003, p.115).

Nivel de Conocimiento. El nivel de conocimiento es el descriptivo.

La investigación descriptiva es un nivel básico de investigación, en el cual se convierte en la base de otros tipos de investigación; además, agregan que la mayoría de los tipos de estudio tienen, de una u otras formas, aspectos de carácter descriptivos (Bernal, 2006, p.113).

Diseño de la Investigación. El diseño es el no experimental, “Este tipo de investigación se caracteriza por la imposibilidad de manipular las variables independientes. Aquí, solo se observa los fenómenos tal como se producen naturalmente, para después analizarlos” (Diaz, 2009, p.121).

Población. “Es el conjunto de individuos que tiene ciertas características o propiedades que son las que se desea estudiar” (Fuentelsaz, Icart y Pulpón, 2006, p.55). Para la investigación de mercado se estableció como límite geográfico la ciudad de San Alberto, según la municipalidad de esta ciudad, la misma posee

12.223 habitantes hasta el año de 2020 lo cual específicamente se dedican a la actividad agrícola 530 productores aproximadamente, que en su mayoría son hombres de hasta 55 años de edad, lo cual será la población de estudio para este proyecto. Estas personas se caracterizan por adquirir los servicios de consultoría de tierra de otras regiones, como así también una parte de la población desconoce este tipo de servicio, por otra parte, la comercialización del productos agrícola es común en la región, pero su utilización se realiza de una manera empírica por los productores sin un previo análisis de una profesional del área que oriente acerca de cómo deben utilizar estos productos.

Muestra. “La muestra es el grupo de individuos que realmente se estudiara, es un subconjunto de la población. Para que se puedan generalizar los resultados obtenidos dicha muestra debe ser representativa de la población” (Fuentelsaz, Icart y Pulpón, 2006, p.55).

Figura 1. Cálculo de muestra

$$n = \frac{N \sigma^2 Z^2}{(N - 1) e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

n = Muestra

N = Tamaño de la Población

σ = Desviación estandar de la población

Z = Valor mediante nivel de confianza:

95%

99%

e = Limite aceptable de error muestral:

1%

9%

$$n = \frac{530 \quad 0,25 \quad 3,8416}{529 \quad 0,0081 + \quad 0,25 \quad 3,8416}$$

$$n = \frac{509,012}{4,2849 + \quad 0,9604}$$

$$n = \frac{509}{5,2453}$$

$n =$	110
-------	-----

Heterogeneidad.” Hace referencia de la dispersión de unas de las variantes importantes para la investigación” (Cf. Recuperado de: <https://www.netquest.com/es/gracias-calculadora-muestra>).

Tamaño del universo. “Es el conjunto total de los objetos de estudio; eventos, organizaciones, comunidades o personas, que comparten ciertas características, comunes funcionales de la investigación” (Gómez, 2006, p. 109).

Margen de error. “es el margen generado por la variación de la muestra que se explica por la fluctuación de muestreo” (Vivanco, 2005, p. 58).

Nivel de confianza. “El nivel de confianza es elegido por el muestrista en función a la precisión que exige al parámetro poblacional” (Vivanco, 2005, p.46).

Enfoque cuantitativo. “Utiliza la recolección de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo y el uso de la estadística para intentar establecer con exactitud los patrones en una población” (Gómez, 2006, p. 59).

Muestra probabilística. “La principal ventaja sea que pueda medirse el error en nuestras predicciones, utilizando la estadística. Incluso que el principal objetivo en el diseño de una muestra probabilística es reducir al mínimo este error, al que se llama error estándar” (Gómez, 2006, p. 111).

Aleatoria simple. “El muestreo aleatorio simple es un procedimiento de selección basado en la libre actuación al azar” (Vivanco, 2005, p.69).

Técnicas de muestreo. “Es el procedimiento mediante el cual se obtiene una muestra de la población. Existen dos tipos de muestreo: el probabilístico y el no probabilístico” (Fuentelsaz, Icart y Pulpón, 2006, p.56).

Técnicas e instrumentos de recolección de datos. “Recursos utilizados por el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos informaciones, es amplio el espectro que, manejado con sensatez e imaginación, permite la correcta correspondencia entre la teoría y la práctica” (Villarreal, 2000, p.17).

En esta investigación de mercado se aplicó la técnica de la encuesta y la observación empírica. Los instrumentos utilizados fueron el cuestionario, que corresponde al tipo cerrado con opciones dicotómicas y alternativas múltiples.

Técnicas de procesamiento y análisis de datos. “Concluida la fase de recolección se procede a la crítica y limpieza para proseguir con la fase interpretativa, la cual arroja resultados mediante tabulación, codificación, traficación y sistematización” (Villarreal, 2000, p.17).

Después de aplicar la encuesta a la muestra de la población estudiada se inicia un conteo de los datos adquiridos en la misma, creando planillas de agrupación de datos con el sistema de Microsoft Excel, procesando las informaciones en gráficos circulares, de barras y columnas, una vez terminado el procesamiento de datos se realiza la interpretación del mismo utilizando el Microsoft Word exponiendo los resultados obtenidos.

Consideraciones éticas.

En las investigaciones existen principios éticos a considerar, por lo que en este apartado debe presentarse la manera en que se respetaron dichos principios.

Situación económica

Inflación. La Inflación ocurre cuando sube el nivel general de precios. Se calcula mediante índices de precios, promedio ponderado de los precios de miles de productos individuales. El índice de precios al consumidor (IPC) mide el costo de una canasta de bienes y servicios de consumo a precios de mercado, en relación con el costo de dicha canasta en un año base. (Samuelson y Nordhaus, 2010, p. 632)

Tabla 1. Tasa de inflación

Años	Porcentaje de Inflación
2021	4,70%
2020	2,2%
2019	2,8 %
2018	3,2 %
2017	4,5 %

Fuente: www.bcp.gov.py

La tasa de inflación es uno de los índices que más afecta a una organización, ya que está directamente relacionada con los precios de los bienes y productos, se debe siempre analizar la inflación del país al momento de invertir dinero o capital para la apertura de una nueva empresa, para los cálculos realizados para la empresa se toma como dato el promedio de las variaciones que sufre la inflación con el pasar de los años que sería de un 3.32% de un año a otro.

Salario mínimo legal del Paraguay. El Código del Trabajo, artículo 249 expresa: “Salario mínimo el aquel suficiente para satisfacer las necesidades normales de la vida del trabajador consistente en: alimentación, habitación, vestuario, transporte, previsión, cultura y recreaciones honestas considerándolo como jefe de familia”

Tabla 2. Salario

Años	Salario Mínimo	%Variación
2021	2.289.324	4.4%
2020	2.192.839	0%
2019	2.192.839	3.8%
2018	2.112.562	3.5%
2017	2.041.123	3.9%

Fuente: <https://es.wikipedia.org>

El salario mínimo del país es otro factor importante a tener en cuenta al momento de implementar una empresa, ya que la empresa se debe regir por las leyes laborales al momento de contratar y pagar a sus funcionarios, por eso se debe realizar un análisis de las variaciones del salario mínimo, en este caso se observa que en los últimos 5 años el salario mínimo sufrió en promedio una variación del 3.78%, lo cual que será utilizado como dato para el cálculo de las proyecciones de los salarios pagados a los funcionarios de la empresa.

Producto interno bruto (PIB). Según Parkin, Esquivel y Muñoz (2007) “El PIB o producto interno bruto es el valor de mercado de bienes y servicios finales producidos en una economía durante un periodo determinado” (p.112).

Tabla 3. Crecimiento del producto interno bruto

Año	Variación en %
2021	6,8
2020	2,2
2019	0,0
2018	3,4

2017	5,0
2016	4,3

Fuente: www.ultimahora.com, datosmacro.expansion.com.

De acuerdo a la tabla se variación el producto interno bruto se observa que en el año 2017 tuvo un mayor incremento en sus cifras en comparación al periodo anterior, con posteriores decesos en sus cifras porcentuales llegando a un estancamiento económico en el año de 2019 a consecuencia de la pandemia mundial del covid-19 y el aislamiento social que fueron los principales causantes de estos resultados económicos.

Tabla 4. Crecimiento sector agrícola

Año	Variación anual en
2021	4.2
2020	9.0
2019	-6.2
2018	4.0
2017	5.7
2016	2.5

Fuente: www.bcp.gov.py

Se estima que el sector agrícola aporta al PIB del Paraguay un 8% anual entre los años de 2015 a 2019, configurando así uno de los principales motores de la economía del país, no solo la agricultura crece dentro del país sino los segmentos que le acompañan; tales como los proveedores de semillas, insumos, combustibles y lubricantes, asistencia técnica, maquinarias, transporte y almacenamiento son algunos de los sectores que se benefician de las cifras positivas que la agricultura aporta a la economía del país (Cf. Recuperado de

<https://www.abc.com.py/edicion-impresa/suplementos/economico/2021/01/10/agricultura-tecnificada-composicion-y-perspectivas-en-la-economia-paraguaya/>).

Cotización de moneda extranjera. Según Back (1990) “Es la cantidad de moneda base que se necesita para comprar o vender una unidad de moneda extranjera” (p. 113).

Tabla 5. Cotización promedio del dólar

Año	Promedio anual
2021	6.663,76
2020	6.763,54
2019	6.237,89
2018	5.730,63
2017	5.632,45
2016	5.209,84

Fuente: <https://es.investing.com/currencies/usd-pyg-historical-data>

La cotización del dólar es un dato de suma para el proyecto ya que una gran parte de las transacciones comerciales realizadas en el país se realizan con dólares americanos y en la región en donde se desea implementar la empresa no es diferente, ya que la mayor parte de transacciones que realizan los productores agrícolas es en la moneda extranjera.

Para el periodo de 2021 se utiliza las cotizaciones de los 12 meses y se calcula un promedio de los mismos, que servirán de base para los cálculos de los presupuestos de compra y venta del proyecto.

Tasa de interés del mercado. Según Churion (1994) “Es tasa pasiva cuando se trata de la que los bancos pagan por cuenta de ahorro o depósito a plazo” (p.209).

Tabla 6. Promedio tasa pasiva nominales

Año	Certificado de depósito de ahorro > 365 días
2021	6,42
2020	6,17
2019	8,57
2018	8,30
2017	7,76
2016	8,84

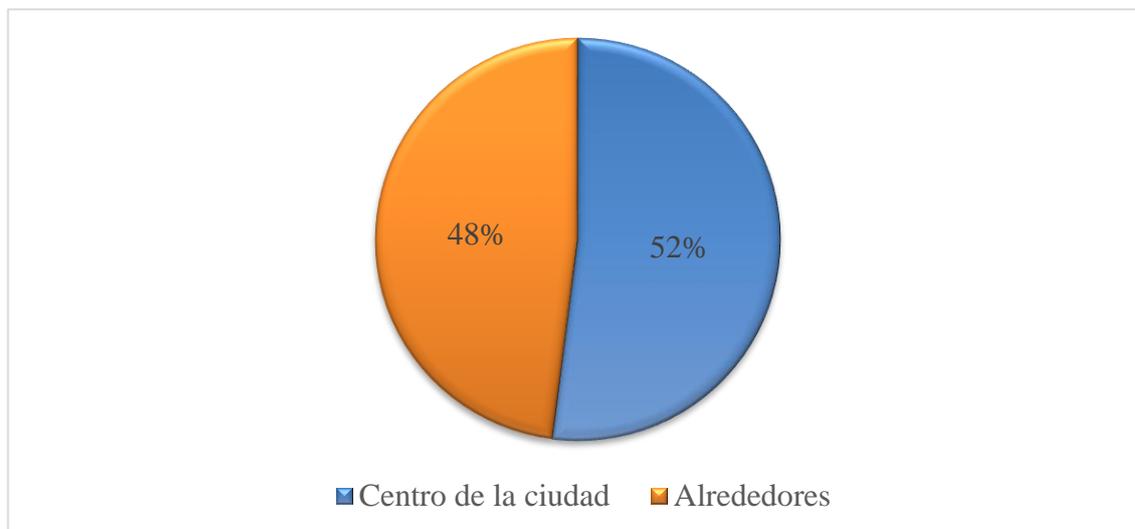
Fuente: <https://www.bancontinental.com.py/>

Resultado del Estudio de Mercado

Análisis de la Demanda.

Tabla 7. Lugar donde reside

	f	fa	%
Centro de la ciudad	57	57	52%
Alrededores	53	110	48%

Figura 2. Lugar donde residen

En el mercado estudiado, actualmente el 52% de los encuestados reside en el centro de la ciudad de San Alberto, en cambio el 48% reside en pequeñas colonias situadas alrededor del centro de la ciudad.

De estos datos, se puede deducir que la mayor parte de posibles clientes reside en el centro de la ciudad y una menor cantidad en las colonias situadas dentro del mismo distrito, por lo tanto, se deberá dar más énfasis al centro de la ciudad implementando una mayor cantidad de estrategias de comercialización para atraer a estos posibles clientes.

Tabla 8. Si ha realizado alguna vez análisis de suelo de su parcela agrícola para bajo volumen de agua.

	F	fa	%
Si	80	80	73%
No	30	110	27%
			100%

Figura 3. Si ha realizado alguna vez análisis de suelo de su parcela agrícola para bajo volumen de agua.

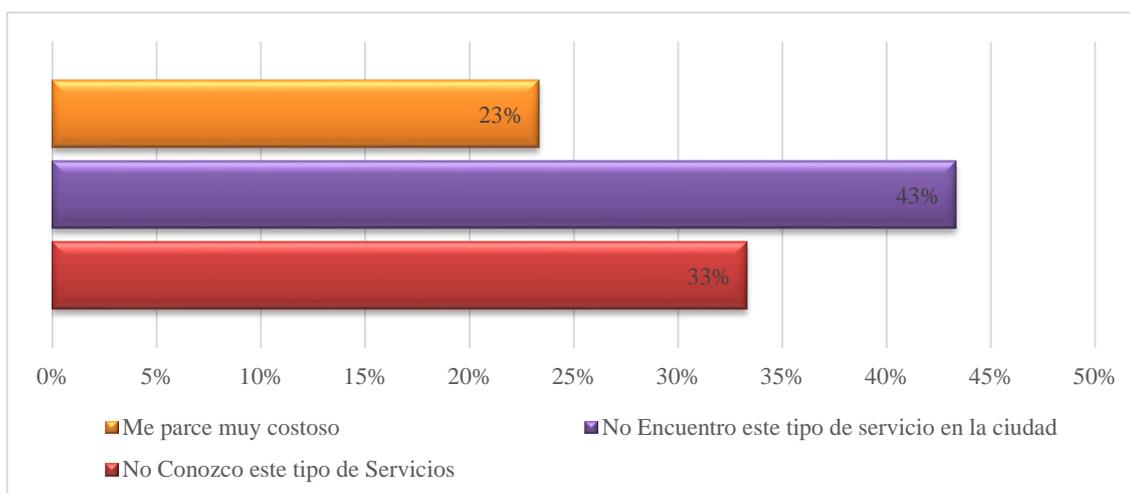


La encuesta demuestra que, el 73% de los encuestado ya realizo alguna vez análisis de suelo en sus parcelas agrícolas, en cambio, el 27% expresa que nunca lo han realizado.

Tabla 9. Si nunca has realizado el análisis de suelo especifique el motivo

	f	f	%
No Conozco este tipo de Servicios	1	1	33
No Encuentro este tipo de servicio en la	1	2	43
Me parece muy costoso	7	3	23

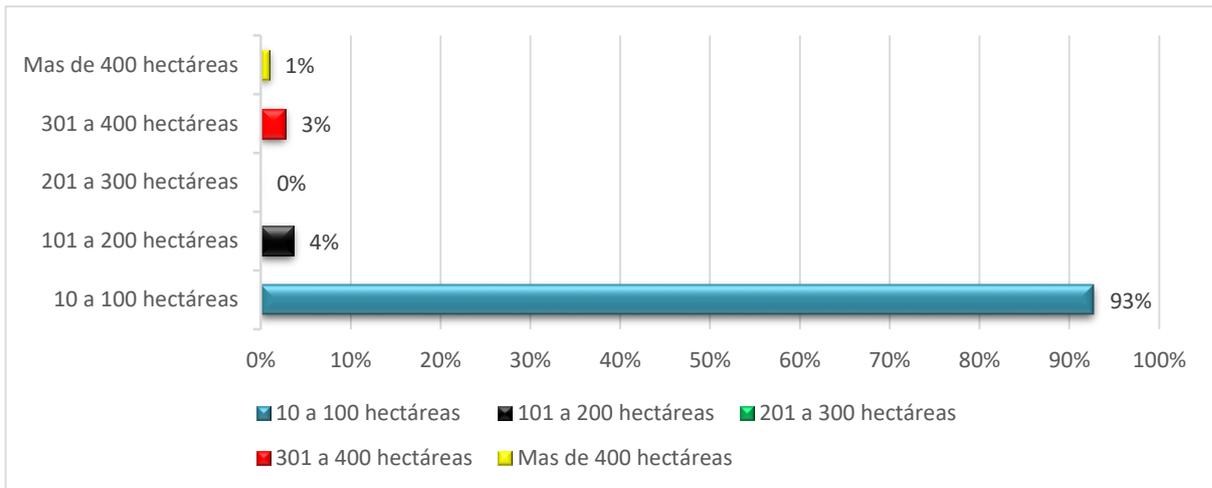
Figura 4. Si nunca has realizado el análisis de suelo especifique el motivo



La encuesta comprobó que de las 43% personas que dicen nunca haber realizado análisis de suelo de su parcela agrícola es porque no encuentran este tipo de servicio en la ciudad, el 33% afirman que no conocen este tipo de servicio y 23% expresa que le parece muy costoso realizar este tipo de análisis, de esta forma se puede deducir que existe la posibilidad de abrir el mercado local para los que aún no conocen del servicio y hacer llegar este servicio para aquellos que no encuentran con facilidad empresa del ramo en la ciudad de San Alberto.

Tabla 10. Hectáreas con que cuenta sus parcelas agrícolas

	f	fa	%
10 a 100 hectáreas	102	102	93%
101 a 200 hectáreas	4	106	4%
201 a 300 hectáreas	0	106	0%
301 a 400 hectáreas	3	109	3%
Mas de 400 hectáreas	1	110	1%

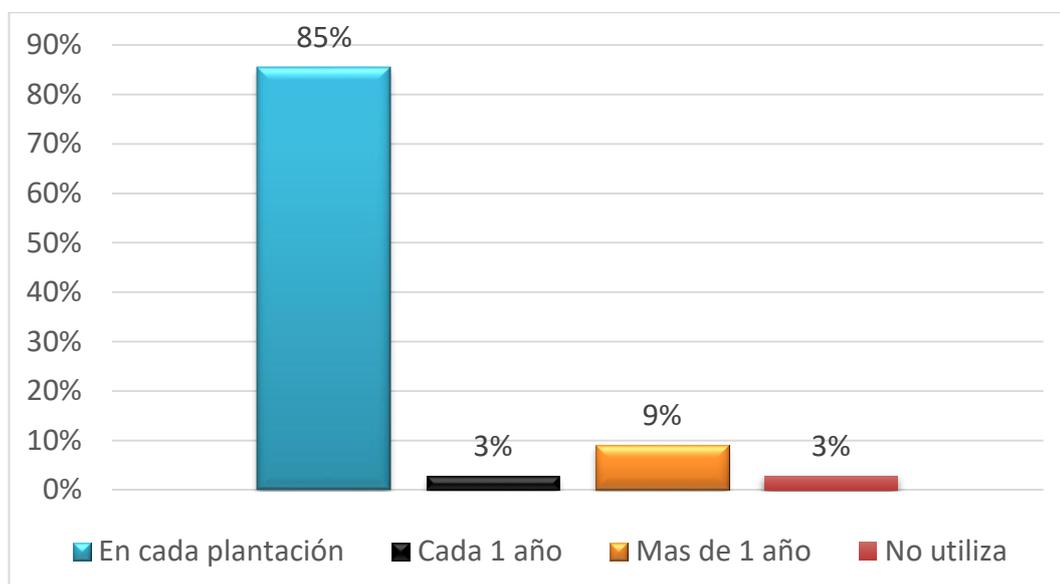
Figura 5. Las hectáreas que cuenta sus parcelas agrícolas

La encuesta demuestra que el 93% de los encuestados tienen parcelas expresan que tienen de entre 101 a 200 hectáreas, por otra parte, el 3% tiene parcelas que varían en 301 a 400 hectáreas y una minoría representada con el 1% que la mayor parte de los potenciales clientes serían los pequeños productores de la zona estudiada.

Tabla 11. La frecuencia que utiliza productos agrícolas para corrección del suelo

	f	fa	%
En cada plantación	94	94	85%
Cada 1 año	3	97	3%
Mas de 1 año	10	107	9%
No utiliza	3	110	3%

Figura 6. La frecuencia que utiliza productos agrícolas para corrección del suelo

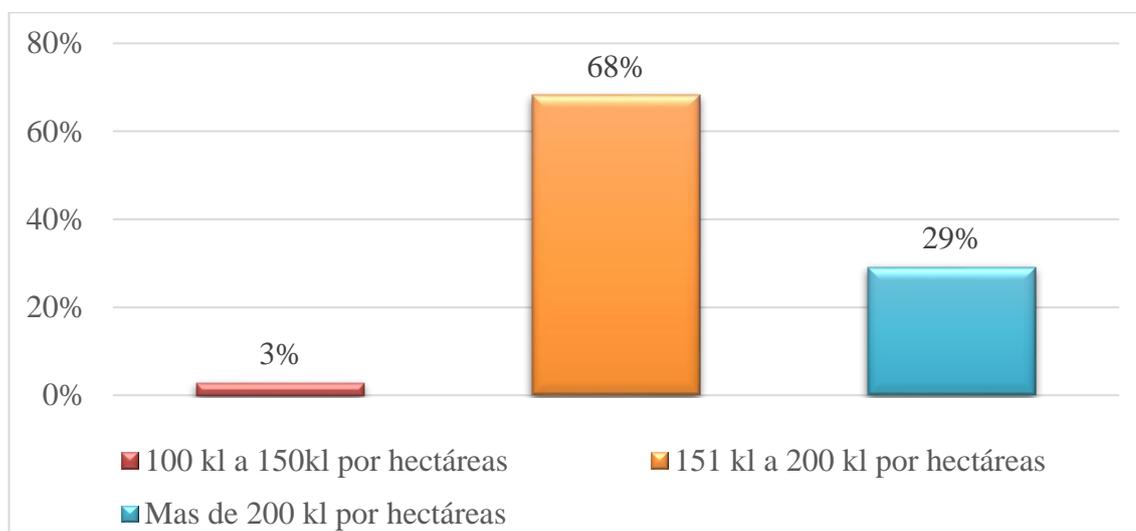


En el mercado estudiado el 85% de los encuestados afirma que utiliza algún tipo de productos agrícola en cada plantación para la corrección del suelo, el 9% expresa que utiliza los productos en un lapso de tiempo mayor de un año en sus parcelas agrícolas, el 3% lo realiza anualmente y solamente el 3% de los encuestados afirman que no lo utilizan. Con estos datos se puede deducir que la demanda de estos productos es muy alta en esta región ya que la mayor parte de los productores afirman que utilizan en todas sus plantaciones lo que podría llegar a ser tres veces al año.

Tabla 12. Los kilogramos de productos que utiliza por hectáreas en su parcela agrícola

	f	fa	%
100 kl a 150kl por hectáreas	3	3	3%
151 kl a 200 kl por hectáreas	7	78	68%
Mas de 200 kl por hectáreas	3	11	29%

Figura 7. Los kilogramos de productos que utiliza por hectáreas en su parcela agrícola



La encuesta demostró que el 68% de los productores encuestados utilizan 151 a 200 kilogramos de productos en cada hectárea de su parcela, por otra parte, el 29% afirma que utilizan más de 200 kilogramos por hectárea y solamente el 3% de los productores expresan que utilizan cifras menores que varían de 100 a 150 kilogramos por hectárea. Estos resultados son muy favorables ya que demuestra que la demanda de productos es alta y estos productores podrán convertirse en potenciales compradores de este producto.

Tabla 13. La frecuencia que suele realizar los análisis de suelo de su parcela agrícola

	f	fa	%
Cada 3 a 5 años	74	74	93%
Cada 6 a 8 años	3	77	4%
Mas de 9 años	3	80	4%

Figura 8. La frecuencia que suele realizar los análisis de suelo de su parcela agrícola



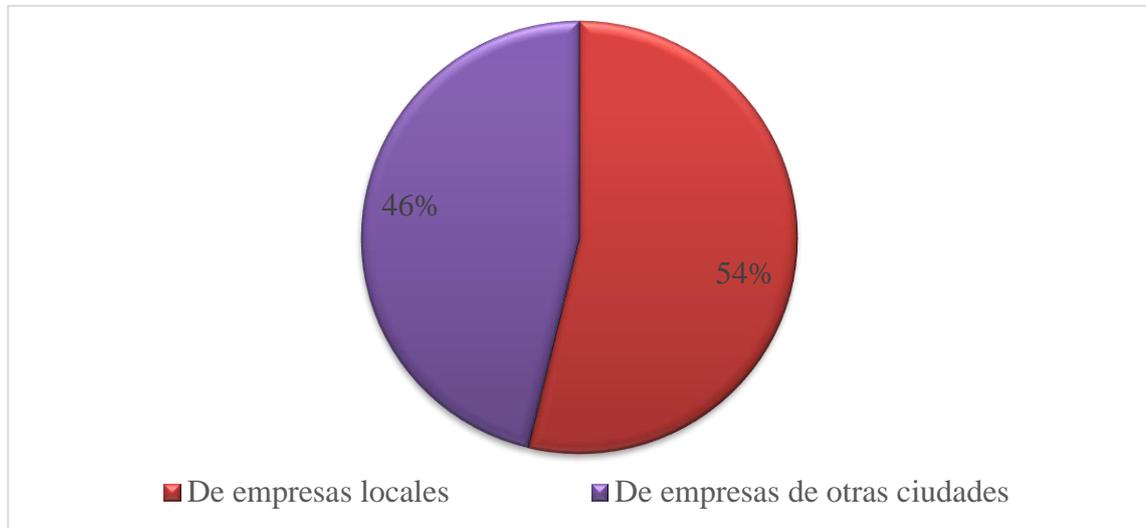
El estudio de mercado demuestra que el 92% de los productores buscan a las empresas del ramo de análisis de tierra en un lapso de tiempo de 3 a 5 años para contratar los servicios, el 4% expresa que contratan el servicio de 6 a 8 años e igualmente un 4% expresa que lo contratan un lapso mayor a 9 años, demostrando así que este tipo de servicio tiene una importante demanda en la zona solo que no es constante por el de tiempo que se necesita esperar para volver a realizarlo en una misma parcela.

Análisis de la oferta

Tabla 14. Lugar dónde adquiere los servicios de análisis de suelo para su parcela agrícola

	f	fa	%
De empresas locales	43	43	54%
De empresas de otras ciudades	37	80	46%

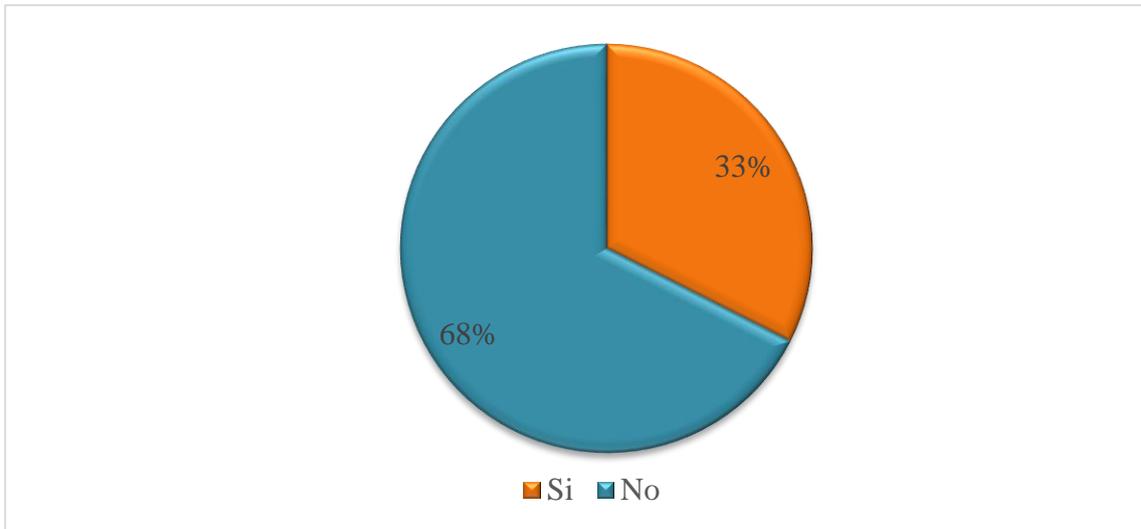
Figura 9. Lugar dónde adquiere los servicios de análisis de suelo para su parcela agrícola



En el mercado estudiado el 54% de los encuestados expresa que contrata los servicios de análisis de suelo de empresas de locales, en cambio el 46% de los productores buscan empresas de este ramo en otras ciudades, de estos datos se puede observar que la mayor parte de los productores adquieren este tipo de servicio de empresas de la competencia local y una parte del mismo adquiere el servicio de empresas de otras localidades y podrían convertirse en potenciales clientes.

Tabla 15. Si se encuentra satisfecho con el servicio de análisis de suelo

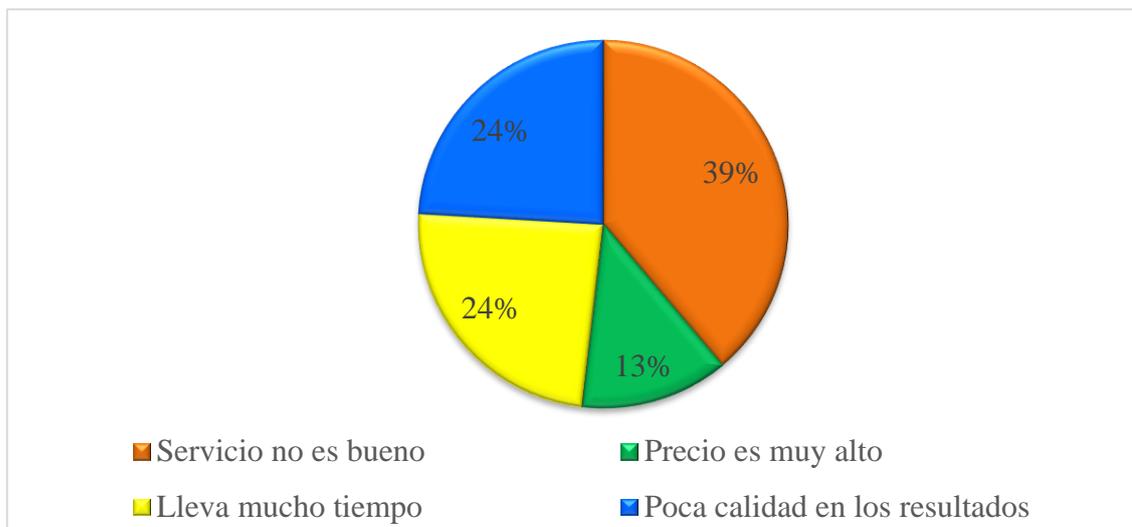
	f	fa	%
Si	26	26	33%
No	54	80	68%

Figura 10. Si se encuentra satisfecho con el servicio de análisis de suelo

De la encuesta realizada el 65% de los productores expresan que no se encuentran satisfechos con el servicio de análisis de suelo que suelen contratar y una menor parte representada en 33% de los encuestados afirma que se encuentran satisfechos con los servicios adquiridos, estos resultados son favorables ya que la mayor parte alega que no está satisfecho con los servicios, demostrando así un déficit en la competencia local.

Tabla 16. Motivo por el cual no se encuentra satisfecho

	f	fa	%
Servicio no es bueno	21	21	39%
Precio es muy alto	7	28	13%
Lleva mucho tiempo	13	41	24%
Poca calidad	13	54	24%

Figura 11. Motivo por el cual no se encuentra satisfecho

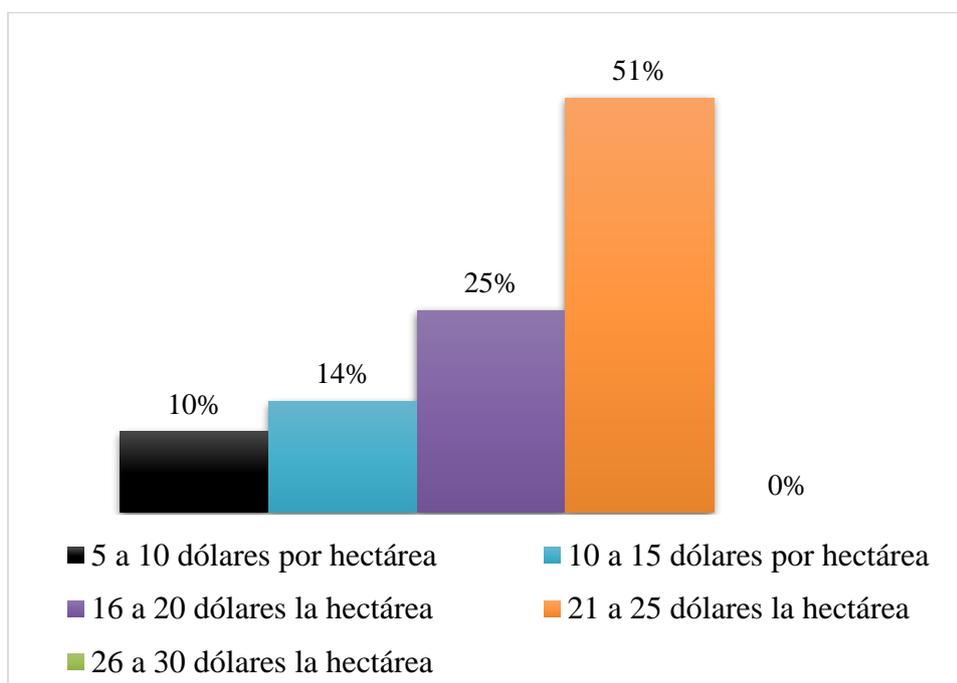
De todos los encuestados que expresaron que no se encontraban satisfecho con los servicios de análisis de suelo el 39% afirma que uno de los motivos es que el servicio ofrecido no es bueno, el 24% expresa que lleva mucho tiempo, igualmente un 25% afirma que los resultados son de poca calidad y una menor parte representada en 13% expresa que el precio le parece muy costo. Estos resultados demuestran que los servicios prestados por la competencia no satisfacen las expectativas y necesidades de los productores aumentando así las posibilidades de atraer a estos clientes insatisfechos.

Análisis del Precio

Tabla 17. El valor que pagan para realizar los análisis de suelo de su parcela agrícola

	f	fa	%
5 a 10 dólares por hectárea	8	8	10%
10 a 15 dólares por hectárea	11	19	14%
16 a 20 dólares la hectárea	20	39	25%
21 a 25 dólares la hectárea	41	80	51%
26 a 30 dólares la hectárea	0	80	0%

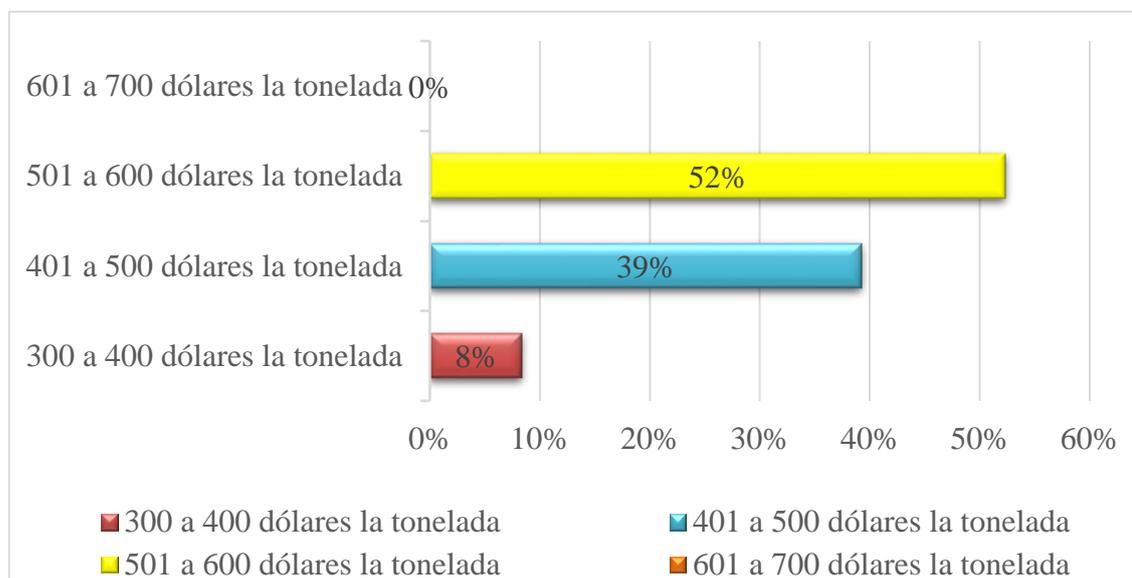
Figura 12. El valor paga para realizar los análisis de suelo de su parcela agrícola



La encuesta demostró que el 51% de los productores pagan valores que varían de 21 a 25 dólares por hectárea para la realización del análisis de suelo, el 25% expreso que pagan valores de 16 a 20 dólares por hectárea, en cambio un 14% afirma que pagan un valor de 10 a 15 dólares y una menor parte representada con el 10% de los encuestados afirma que pagan cifras de 10 a 15 dólares por hectárea.

Tabla 18. Valor que pagan en promedio la tonelada del productos agrícola

	f	fa	%
300 a 400 dólares la tonelada	9	9	8%
401 a 500 dólares la tonelada	42	51	39%
501 a 600 dólares la tonelada	56	107	52%
601 a 700 dólares la tonelada	0	107	0%

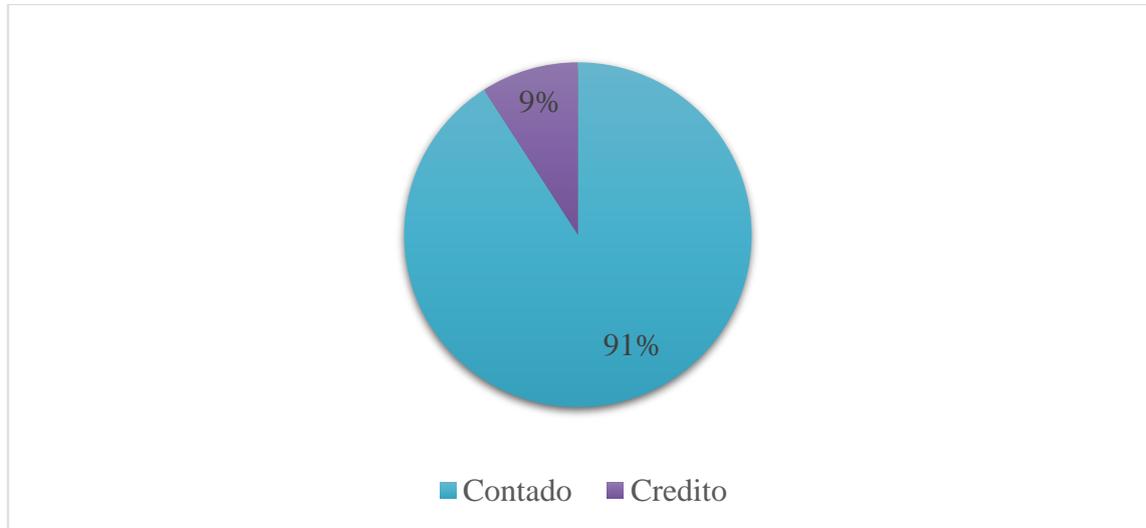
Figura 13. Valor que pagan la tonelada del productos agrícola

La encuesta demuestra que el 52% de los productores pagan 501 a 600 dólares la tonelada de productos agrícola, el 39% expresan que pagan valores que varían de 401 a 500 dólares por toneladas, una menor parte representada con 8% de los productores afirman que pagan 300 a 400 dólares la tonelada, y ninguno de los encuestados expresaron que pagan valores mayores a 600 dólares por toneladas.

Análisis de la Comercialización

Tabla 19 . El sistema de pago que utilizan

Qué sistema de pago utiliza para la compra del producto			
	f	fa	%
Contado	100	100	91%
Crédito	10	110	9%

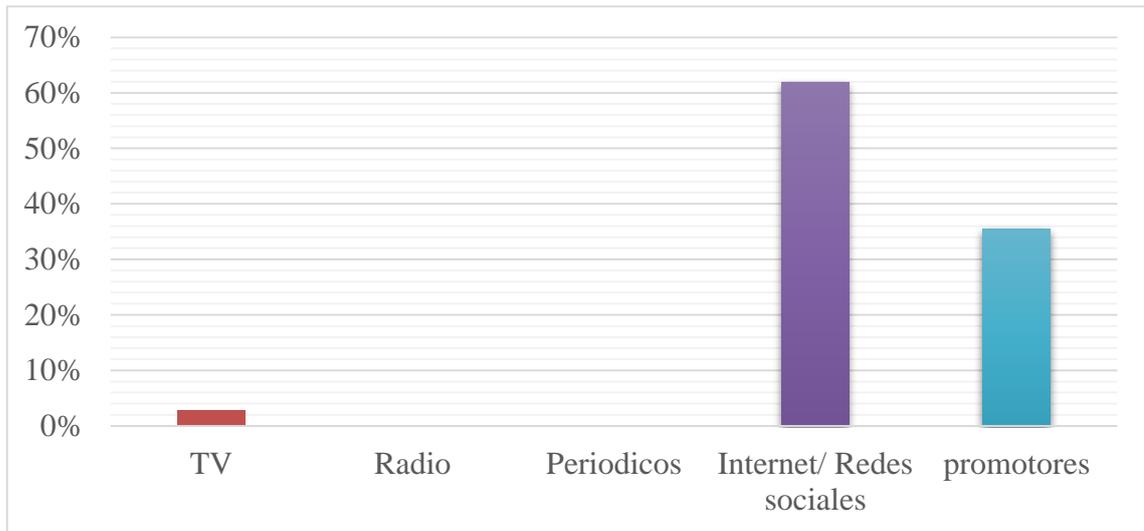
Figura 14. El sistema de pago que utilizan

De todos los encuestados el 91% expresa que utiliza la forma de pago al contado a la hora de comprar sus productos y solamente el 9% prefieren utilizar la forma de pago a crédito.

Tabla 20. Los medios que utilizan para informarse

	f	fa	%
TV	3	3	3%
Radio		3	
Periódicos		3	
Internet/ Redes sociales	68	71	62%
promotores	39	110	35%

Figura 15. Los medios que utilizan para informarse



Conclusión

Luego de analizar los datos resultantes de la encuesta realizada a los productores de San Alberto se observa que la demanda del servicio de consultoría de tierra es muy favorable ya que el 73% de los encuestados afirman que lo están realizando a cada 4 años en promedio, pero demostraron un grado de insatisfacción del 68% de los servicios recibidos, demostrando así que existe una gran demanda insatisfecha que se podrá cubrir, en relación a la demanda de productos agrícolas los resultados obtenidos fueron muy positivos ya que el 85% de los productores afirma que utilizan productos en cada una de sus plantaciones y que lo consiguen de proveedores locales, utilizando un promedio de 176 kilogramos por cada hectárea plantada. El 94% de los productores afirma que utilizan productos en parcelas agrícolas a cada 3 años en promedio, aplicando en promedio 1.750 kilogramos por hectárea.

En la ciudad de San Alberto existe una competencia importante que viene supliendo el 54% de la demanda del local, en relación a los servicios de consultoría de tierra los encuestados expresaron un grado de insatisfacción principalmente por alegar que los servicios contratados no eran buenos y llevaban mucho tiempo, estos resultados demuestran que los servicios prestados no satisfacen las expectativas de los productores, de esta manera se ve la posibilidad de suplir sus necesidades y atraer a estos clientes insatisfechos. Por otra parte, la competencia de comercialización de productos agrícolas es alta pero aun así no llega a abastecer toda la demanda de los productos en la zona estudiada.

Los estudios realizados demuestran que los encuestados pagan un valor de 23 dólares en promedio por hectárea para realizar consultoría de suelo en sus parcelas agrícolas, los mismos adquieren productos agrícolas por un valor promedio de 550 dólares por tonelada.

De acuerdo a los resultados obtenidos se observa que la mayor parte de los productores de San Alberto utiliza como forma de comercialización la compra al contado al momento de adquirir sus productos, por otro lado, al momento de buscar informaciones tienden a utilizar las redes sociales para adquirir

informaciones o lo realizan a través de promotores; de este modo estos métodos serán los implementados para la divulgación y comercialización de la empresa.

Estudio Técnico

Introducción

El análisis técnico es de suma importancia para el proyecto de inversión ya que a través de este estudio se puede conocer y determinar varios puntos necesarios dentro de un proyecto de inversión para poder llevarlo a cabo, de esta forma se pretende analizar la ubicación estratégica, necesidades de infraestructura, organización a ser utilizada, las gestiones legales y obligaciones tributarias a ser seguidas para el correcto cumplimiento de las normas establecidas. Todos estos puntos servirán de como base para determinar el mejor destino de los equipamiento y recursos para la obtención de los beneficios esperados.

Para llevar a cabo esos análisis mencionados anteriormente, se plantea los siguientes objetivos de investigación.

Objetivo General

Demostrar el resultado del estudio de técnico para la puesta en marcha de una empresa de servicio de consultoría y comercialización de productos agrícola para bajo volumen de agua de la ciudad San Alberto, año 2022.

Objetivo Especifico

Demostrar la ubicación geográfica para la puesta en marcha de una empresa de servicio de consultoría y comercialización de productos agrícola para bajo volumen de agua de la ciudad San Alberto, año 2022..

Demostrar la estructura física y equipamientos necesarios para la puesta en marcha de una empresa de servicio de consultoría y comercialización de productos agrícola para bajo volumen de agua de la ciudad San Alberto, año 2022.

Demostrar la estructura organizacional utilizada para la puesta en marcha de una empresa de servicio de consultoría y comercialización de productos agrícola para bajo volumen de agua de la ciudad San Alberto, año 2022..

Demostrar el plantel humano necesario para la puesta en marcha de una empresa de servicio de consultoría y comercialización de productos agrícola para bajo volumen de agua de la ciudad San Alberto, año 2022..

Demostrar los aspectos legales a tener en cuenta para la puesta en marcha de una empresa de servicio de consultoría y comercialización de productos agrícola para bajo volumen de agua de la ciudad San Alberto, año 2022..

Justificación del Estudio

El estudio técnico es imprescindible para dar continuidad al proyecto de inversión, ya que a través de los análisis realizados en el mismo se puede conocer la estructura necesaria para llevará cabo las actividades esperadas con el presente proyecto, todos los recursos primordiales para desarrollar las funciones con calidad y eficiencia por parte de cada uno de los miembros de la empresa.

Aspecto Teórico

Estudio Técnico. “El estudio técnico no solamente ha de demostrar la viabilidad técnica del proyecto, sino que también debe demostrar y justificar cual es la alternativa técnica que mejor se ajusta a los criterios de optimización que corresponde aplicar al proyecto” (ILPES, 2001, p.92).

Empresa. “La empresa es una realidad compleja con una dimensión económica, técnica, jurídica y psicológica; y cualquier otra definición que no contemple estos aspectos se convierte en una concepción parcial de la realidad empresarial” (López, Cuesta y Jesús, 2010, p.230).

Localización de la empresa. “La localización se refiere tanto a la macro localización como a la micro localización de la nueva unidad de producción, llegándose hasta la definición precisa de su ubicación en una ciudad o en una zona rural” (ILPES, 2011, p.94).

Croquis de ubicación. “El croquis de una determinada región representada en un mapa, tiene como objetivo principal destacar una reducida extensión de terreno, donde se visualizan ciertos detalles previamente

considerados de acuerdo a las labores de planificación que se llevaran a cabo” (Caso, 2006, p.72).

Empresa de servicios. “La empresa de servicio es la que produce un bien intangible: la realización del propio servicio por el cual se obtiene los ingresos correspondientes” (Pere, 2009, p.75).

Empresa comercial. “Una empresa comercial tiene como actividad comercial la compra venta de productos, que ha comprado previamente de sus proveedores, sin modificar sus características físicas” (Pere, 2009, p.76).

Estructura Organizacional. “Es la forma en que los órganos y cargos están distribuidos en los distintos niveles (grados) y en los diversos departamentos de la empresa. La estructura organizacional es compleja y puede ser representada gráficamente mediante un organigrama” (p.86).

Organigrama. “En el organigrama de estructuración de la empresa configuran, funciones, niveles y conexiones entre todos ellos” (Artal, 2007, p.57).

Manual de Funciones. “Su utilidad es muy grande cuando se sabe usar. Facilita la identificación de los puestos, sus límites, soporta a la organización en su orden que necesita para su buen funcionamiento, permite la fluidez del trabajo, su complementación y eficiencia” (Montalván, 1999, p.25).

Misión. “La misión de una compañía defiere de la visión en que abarca tanto el propósito de la compañía como la base de la competencia y la ventaja competitiva” (Martínez, Milla, 2005, p.22).

Visión. “Podíamos definir como la declaración que determina donde queremos llevar en el futuro” (Martínez, Milla, 2005, p.21).

Objetivo empresaria. “La teoría económica neoclásica o de la escuela marginalista considero como único objetivo empresarial la maximización del beneficio. Este beneficio se considera global, poco operativo y propio de los modelos modistas” (Angeles, Guiner, 2007, p.209).

Logo. “El logo de una empresa suele consistir en una combinación de diseño, colores y palabras, que va íntimamente ligado a la imagen corporativa de la empresa” (Navarro, 2001, p.133).

Eslogan. “El eslogan se resume a la relación emocional que la marca pretende establecer. En ocasiones, al eslogan se considera parte del logotipo, pues en cierto modo es su logotipo verbal” (Navarro, 2014, p.120).

Proyecto de Inversión. “Se puede decir que un proyecto de inversión es una propuesta que surge como resultado del estudio que la sustentan y que está conformada por un conjunto determinado de acciones con el fin de lograr objetivos determinados” (Fernández, 2007, p.15).

Organización de la empresa. “Es un conjunto de procesos plenamente diferenciado e integrado en un sistema, es lo que define a la organización” (Alonso, Ocegueda, 2006, p 10).

Tipos de Proyectos. Es una empresa unipersonal con financiación propia.

Aspectos Legales. Las normativas legales que son primordiales para la constitución y realización de las actividades de la empresa se basan en el Código Civil Paraguayo y en la Ley 1034/83 que es la ley del comerciante en donde se rigen todas las pautas a tener en cuenta para las actividades desarrolladas. En cuanto a lo tributario se deben regir por la Ley 6380/19 de modernización y simplificación del sistema tributario nacional que expresa todas las particularidades de la liquidación de impuesto, ya sea del IVA general así como el IRE General que es la forma de liquidación elegida para dicha empresa así como expresa el Decreto 3182/19 art 14 “Las empresas unipersonales y las entidades privadas comprendidas en el numeral 8) del artículo 2° de la Ley que inician sus operaciones, podrán optar por aplicar este Régimen desde el primer ejercicio, independientemente del monto de sus ingresos”, por otra parte se tiene en cuenta el Decreto 3107/19 para la liquidación del impuesto al valor agregado, por ultimo, se utiliza el Decreto- Ley 1860/50 y código laboral de la Ley 213/93 para

las contrataciones de los funcionarios y sus respectivas remuneraciones, vacaciones, beneficios y obligaciones que se deben cumplir con los trabajadores.

Términos

Rentabilidad. “Es sinónimo de ganancia, utilidad y beneficio. Se trata de un objetivo válido para cualquier empresa, ya que a partir de la obtención de los resultados positivos ella puede mirar con optimismo no solo su presente, sino también su futuro” (Faga, 2006, p.12).

Factibilidad. “Podrán pronosticar con mayor certeza el rumbo de éxito o fracaso de una idea de negocio, si se lo realiza dentro de parámetros de alta calidad, de exigencia de emprendedores e inversores sobre ellos mismos y el equipo encargado” (Ramírez, 2004, p.44).

Viabilidad. “Para que un proyecto sea viable debe cumplir satisfactoriamente los requerimientos técnicos, legales, organizacionales, ambientales, financieros y de mercado” (Hamilton, 2005, p.18).

Costos. “Se entiende por costo la suma de erogaciones en que incurre una persona para la adquisición de un bien o servicio, con la intención de que genere un ingreso en el futuro” (Rojas, 2007, p.8).

Análisis de suelo. “Es una herramienta valiosa del manejo del suelo, ya que determina el contenido de nutrientes disponible, así como la capacidad nutritiva el suelo” (Nuila, Aguirre, 2003, p.3).

Productos agrícola. “Una amplia provisión de todos los elementos indispensables para que brote y se desarrolle la vida vegetal” (Gautier, 1893, p.13).

Metodología

Análisis de los componentes para la creación y puesta en marcha de una empresa de servicios de consultoría y comercialización de productos agrícola, para agricultores de la ciudad de San Alberto; considerando los aspectos legales y tributarios, de organización y estructura administrativa y de localización.

Desarrollo Técnico

Definición del Negocio. La empresa tiene como nombre ER Consultoría de Elivelto Ramos de Oliveira, se trata de una empresa constituida con la finalidad de ofrecer un servicio de consultoría y comercialización de productos agrícola para bajo volumen de agua, para los pobladores de San Alberto que se dediquen a la actividad agrícola.

ER Consultoría es una empresa de investigación y desarrollo, donde brinda consultoría a nivel de campo en tecnología para la aplicación de plaguicidas agrícolas y afines, cuenta con tecnología DBV utilizando bajo volumen tanto en aplicación terrestre como aérea.

Logo y eslogan de la empresa

Figura 16. Logo y eslogan de la empresa

El logo de la empresa representa las plantaciones agrícolas en su proceso de crecimiento, utilizando los colores verde y naranja que representa el crecimiento, naturaleza y creatividad. El eslogan representa a la intención que tiene la empresa al ser implementada que es brindar innovación y aumento de productividad en la agricultura local.



Organización de la empresa

Forma jurídica. La empresa está constituida como una unipersonal.

Visión: Marcando la diferencia, buscando siempre la excelencia y el compromiso en todos los procesos, buscando una agricultura moderna y sustentable, enfocada en el uso consciente del recurso hídrico, beneficiando así a las generaciones futuras.

Misión: Acercar nuestras tecnologías de precisión de bajo volumen al productor, con el objetivo de fumigar de forma eficaz, segura y sostenible; contribuyendo así a la calidad de vida de la sociedad ya la preservación del agua y del medio ambiente..

VALORES

INNOVACIÓN

COMPETENCIA

RESPECTO

PROFESIONALISMO

COMPROMISO

PRINCIPIO MORAL

TRANSPARENCIA

RESPONSABILIDAD

Análisis FODA: Se realiza para diagnosticar las oportunidades y amenazas que puede enfrentar la empresa, citadas en la siguiente tabla.

Tabla 21. Análisis de FODA

Oportunidades	Amenazas
---------------	----------

Oportunidades en el mercado.	Amenaza en el transporte de los productos.
Mayor mercado a ser alcanzado.	Aumento significativo en los costos de los productos.

Objetivos Estratégicos. Los objetivos estratégicos sirven como base para establecer lo que se desea conquistar con la empresa a corto, mediano y a largo plazo, para la presente empresa se trazan los siguientes objetivos:

Buscar nuevas soluciones en tecnologías, visando una agricultura moderna y sostenible.

Realiza tus tareas profesionales con el apoyo de conocimientos, habilidades y actitudes asertivas.

Actuar éticamente, respetando la diversidad cultural, el capital intelectual, el medio ambiente, la sociedad y las generaciones futuras.

Desempeñar sus funciones con dedicación, ética y respeto al capital humano.

Actuar de manera dedicada y comprometida con los principios, valores, visión y misión de la empresa.

Ser responsable de sus acciones y decisiones, siempre comprometido con los objetivos de la empresa.

Productos.

Productos	Características	Beneficios
<p>STRENG BIO ESTIMULANTE</p> 	<p>Producto soluble en agua, compatible con una amplia gama de pH de pulverización; Libre de metales pesados; Listo disponible para la planta; Dosificación baja por Hectárea; Líquido y fácil de aplicar;</p>	<p>Efecto estimulante, mayor enraizamiento; Mayor absorción de agua y nutrientes; Promueve un mejor desarrollo vegetativo y arquitectura vegetal; Resistencia al estrés abiótico; Incorpora beneficios positivos para la salud, nutrición y calidad general de las plantas; *Aumento de la productividad;</p>
<p>TOP PREMIUN</p> 	<p>Productor líquido y de fácil aplicación; Alta solubilidad; Sin formación de grumos y grasas en la solución de aplicación; Alto poder tenso activo, humectante y esparcidor; Dosificación baja por Hectárea; Producto con pH neutro;</p>	<p>Producto neutro; Estabiliza, acondiciona y prepara el agua para la adición de agroquímicos; Tampón de suspensión; Acción antievaporante; Micronización de gotas; Dispersión sin escorrentía; Efecto portador; Control de deriva;</p>
<p>MAX PREMIUN</p> 	<p>Producto líquido y de fácil aplicación Alta Solubilidad Sin Formación de grasas Alto poder surfactante, humectante y esparcidor.</p>	<p>Estabiliza, condiciona y prepara el agua para la adición de los agroquímicos Acción anti-evaporante. Efecto acarreador</p>

	Baja dosis por hectáreas	Controla los derivados
<p>IRON</p> 	<p>Alto rendimiento en la aplicación; Absorción rápida; Mejor cobertura foliar y sabores más homogéneos; Dosificación baja por Hectárea; No fitotóxico para el cultivo; Producto soluble en agua, compatible con una amplia gama de pH de pulverización;</p>	<p>Componente fundamental en los procesos de fotosíntesis siendo uno de los componentes de la clorofila; Metabolismo de los carbohidratos; Formador de lignina y pared celular; Ayuda en varios sistemas de enzimas vegetales; Mejora la translocación de productos químicos, por su acción transportadora;</p>
<p>BORO</p> 	<p>Boro líquido y de fácil aplicación; Alta solubilidad y compatibilidad de las lechadas de aplicación; Listo disponible para cultivo; Producto soluble en agua, compatible con una amplia gama de pH de pulverización; Potencia la acción de los herbicidas sistémicos;</p>	<p>Más número de raíces; Estabilidad en la pared celular; Participa en la formación de proteínas; Participa en la producción de la hormona AIA; Mayor asentamiento de flores y frutos; Estabilidad de producción; Mejora de la microbiota del suelo; Menos lixiviación;</p>

Estructura Organizacional.

El organigrama es de tipo vertical que está estructurado por los puestos que ocupan los sectores administrativos y operativos de la empresa.

Figura 16. Organigrama

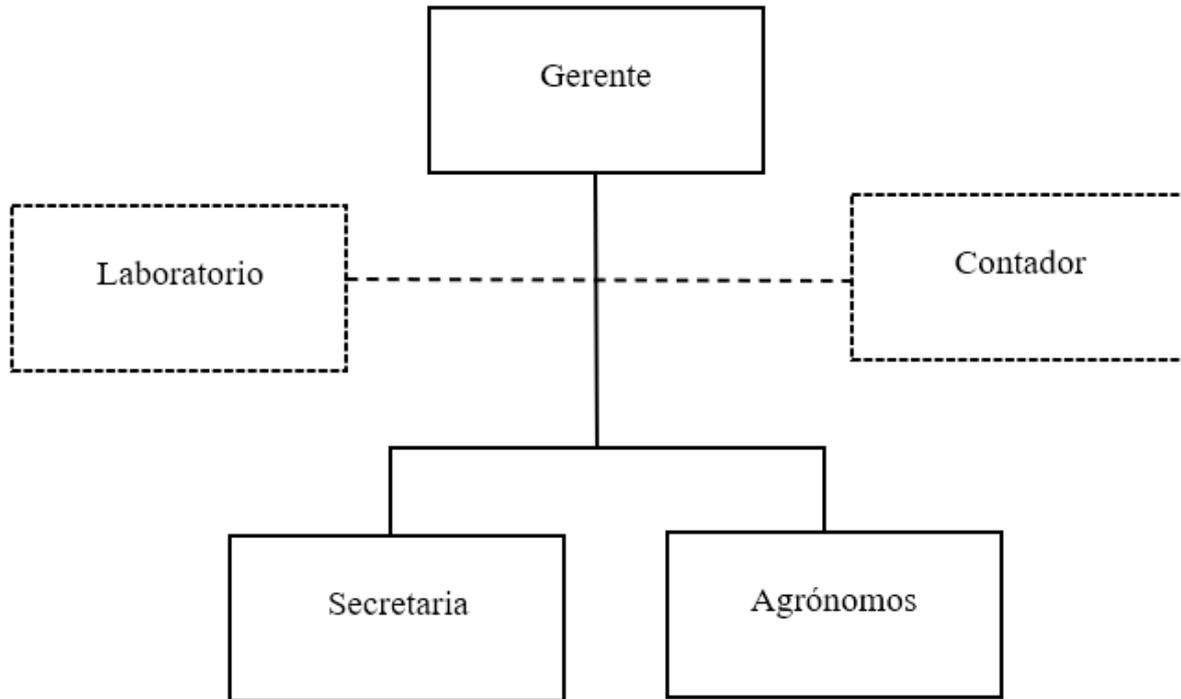


Tabla 22. Cuadro de personal

Área o sector	Cargo	Cantidad	Tipo de contrato			Tipo de Remuneración				
			Pe	Te	Po	Su	Jo	Co	De	Pa
Administrativo	Gerente	1	X			X				
Administrativo	Secretaria	1	X			X				
Operativo	Vendedor Agrónomos	3	X			X				

Observación: Pe: Permanente; Te: Temporal; Po: Por Obra; Su: Sueldo; Jo: Jornal; Co: Comisión; De: Destajo; Pa: en Participación,

Manual de funciones. La empresa dispondrá de un manual de funciones por cada cargo de la empresa, que servirá como guía para el personal que este designado a dicho puesto, los mismos se detallan a continuación.

Tabla 23. Funciones del gerente

	Manual de: Organización y Funciones	
	Sector: Administrativo	
Denominación del Puesto: Gerente		
Relación superior: Sin relación superior		
Relación horizontal: Sin relación horizontal		
Relación inferior: Secretaria, Agrónomos.		
N°	Tareas y responsabilidades	Frecuencia
1	Planificar, dirigir, organizar, coordinar y supervisar el trabajo desarrollado por el personal de cada puesto de trabajo.	Diariamente.
2	Trazar técnicas de trabajo para asegurar el cumplimiento de los objetivos.	Diariamente.
3	Solucionar problemas administrativos.	En cada caso.
4	Resolución de quejas e inquietudes de los clientes.	En cada caso.
5	Contratar y capacitar personales para cada cargo.	En cada caso.
6	Gestionar los trámites necesarios para la comercialización de los productos.	Diariamente.
7	Recibir los informes de la secretaria de los productos vendidos y de los servicios realizados.	Mensualmente.
8	Realizar las transferencias o pagos a los proveedores de los productos.	En cada caso.
9	Depositar en el banco los cheques de los clientes por los pagos de los servicios prestados y la venta del producto.	En cada caso.

Tabla 24. Funciones de la secretaria

	Manual de: Organización y Funciones	
	Sector: Administrativo	
Denominación del Puesto: Secretaria		
Relación superior: Gerente		
Relación horizontal: Agrónomos		
Relación inferior: Sin relación inferior		
N°	Tareas y responsabilidades	Frecuencia
1	Hacer y recibir llamadas telefónicas, emails de los clientes y para mantener informado los jefes de los compromisos y otros asuntos de la gerencia.	Diariamente.
2	Asesorar y dirigir a los visitantes a los agrónomos o al gerente según corresponda.	En cada caso.
3	Acomodar a los visitantes o al futuro cliente en un asiento para esperar hasta que llegue el momento de su cita, o hasta que la persona que desean ver se encuentre libre.	En cada caso.
4	Hacerse cargo de mantener la empresa limpia y organizada.	Diariamente.
5	Cobrar a los clientes y emitir la correspondiente factura.	Diariamente.
6	Recibir los informes de los agrónomos de los productos pedidos o vendidos, de los servicios realizados y remitir al gerente.	Mensualmente.
7	Realizar un informe al gerente de los pagos que se necesitan realizar a los proveedores.	En cada caso.

Tabla 25. Funciones de los agrónomos

	Manual de: Organización y Funciones	
	Sector: Operativo	
Denominación del Puesto: Vendedor - Agrónomos		
Relación superior: Gerente		
Relación horizontal: Secretaria		
Relación inferior: Sin relación inferior		
N°	Tareas y responsabilidades	Frecuencia
1	Recibir a los productores y prestar asesoramiento de los servicios prestados por la empresa y orientar sobre los productos a ser utilizados.	Diariamente.
2	Ir a las parcelas agrícolas y recolectar las muestras de tierra y almacenar en el depósito de muestras.	Diariamente.
3	Realizar informes sobre los productos vendidos y de los servicios realizados y remitir a la secretaria.	Mensualmente.
4	Llamar a los clientes cuando se tenga los resultados de los análisis de suelo y explicar a los productores los resultados arrojados y las correcciones necesarias.	En cada caso.
5	Mantener el depósito de muestras limpio y ordenado.	Diariamente.
6	Llevar al laboratorio las muestras de suelo que fueron colectadas en el día.	Diariamente.
7	Verificar los pedidos en el camión, una vez que lleguen a la empresa y asegurar el correcto almacenaje en el depósito de la empresa o del cliente, según el caso.	En cada caso.

Localización de la Empresa. la empresa se localiza en la ciudad de San Alberto departamento de Alto Paraná, República del Paraguay, zona este.

Figura 18. Croquis de la empresa



Tabla 27. Necesidades físicas y equipamientos

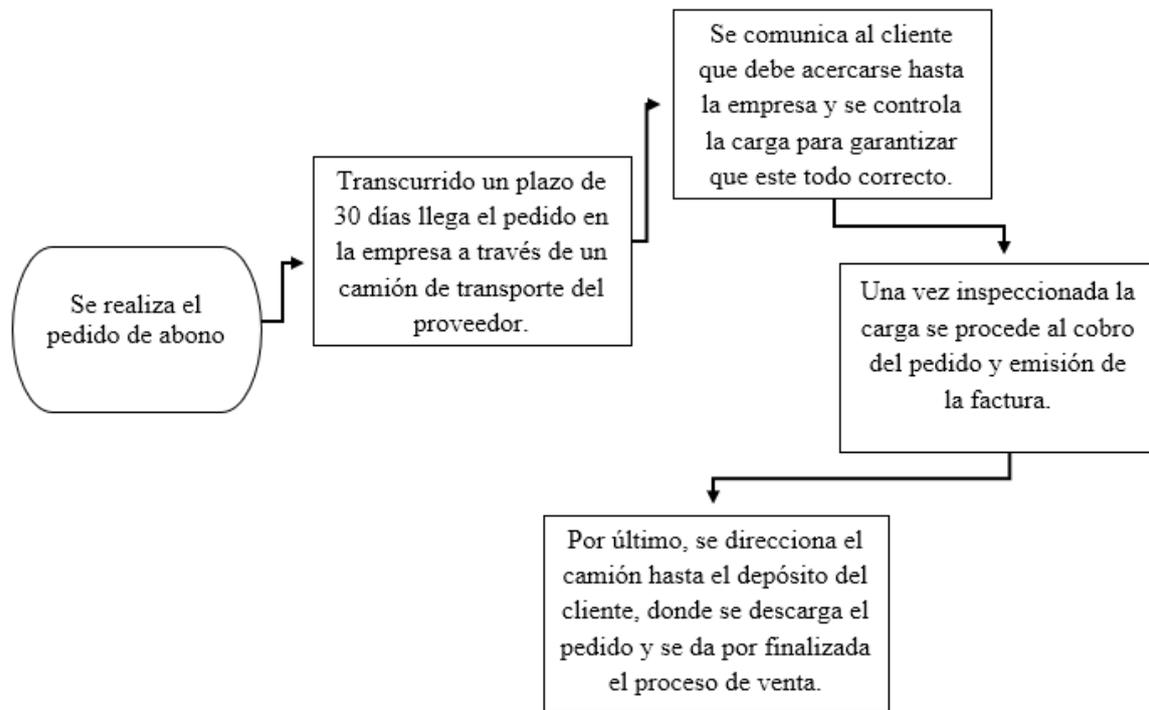
Cantidad	Descripción- articulo
3	Silla giratoria para oficina zenisei H1 negro de 5 radios con ruedas doble, base cromada, apoya brazos cubiertos, respaldo y asiento con acolchado plus.
5	Silla giratoria con ruedas modelo CONFORT POINT, color negro en piel sintética suave y resistente, base de poliamida negra bien formada.
3	Armario metálico con dos puertas corrediza de color gris, con medidas de 1.90 alto, 1.20 ancho y 0.40 fondo
4	Armario bajo con dos puertas, de madera color gris y con seguro de puerta.
4	Escritorio secretarial office, color negro con tiradores de aluminio y cajones corredizos metálicos.
6	Sillas de espera para los clientes fija, de respaldo y asiento de tela y espuma de estructura negra, patas de metal y pintura epoxi.
1	Mesa para reuniones, redondo de dos metros, de madera color marrón de 4 lugares.
	Bebedero purificador de pie WATERCLEAN SILVER LINE para agua fría y caliente.
1	Aire acondicionado SPLIT fama 12000 BTU f/c eco
1	Aire acondicionado SPLIT fama 18000 BTU f/c eco
1	Teléfono celular HUAWEI p40 lite
2	Impresora BROTHER multifunción laser monocromo dcp-l2540dw color negro
4	Notebook hp 14-dw0013dx i3-1005g1 /8gb/128ssd/14" /w10touch/x360/ingles de color plata.
1	Proyector de la marca Epson de color blanco resolución 800x600

1	Asistencia de software
1	Circuito cerrado con 4 cámaras 1megapixel HD visión nocturna,
1	Camioneta usada Chevrolet s10 4x4 tornado color plata, motor de 2.8
1	Perforadora de suelo tipo taladro, marca MOTOMAX de perforación de 20x80 cm de profundidad
2	Pala recta tramontina de material inoxidable con mango de madera de 74 cm
2	Azada tramontina con mango de madera.

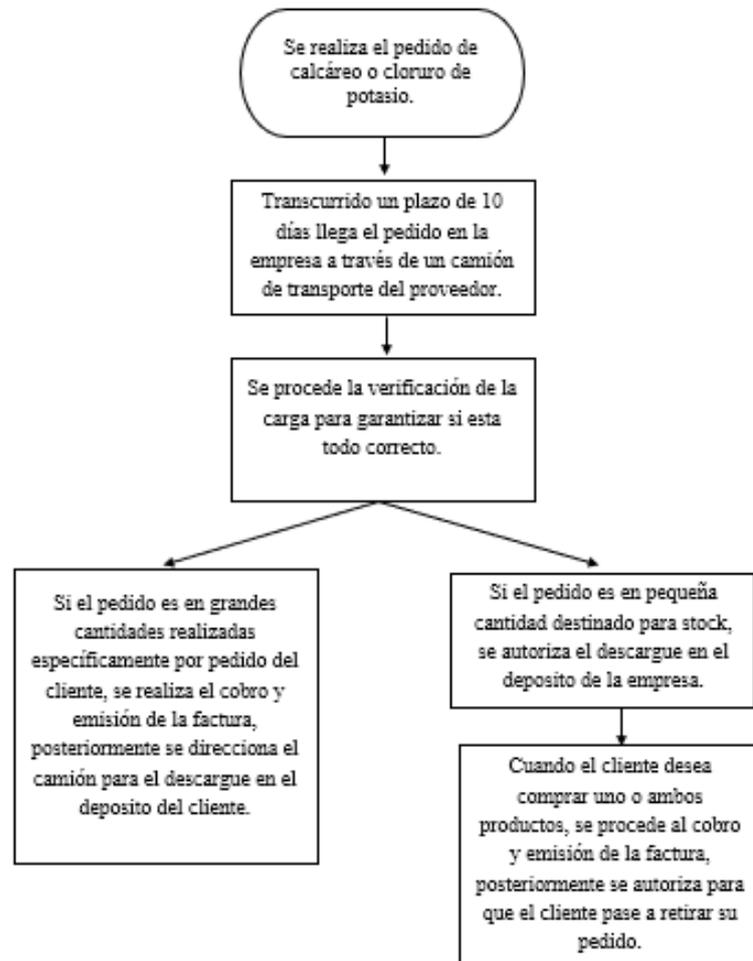
Provisión de materia prima e insumos, mercaderías. Los consultoría de suelo que se pretende realizar serán efectuados por un laboratorio contratado por la empresa por cada trabajo realizado, lo cual formara parte del costo del servicio. Los productos agrícolas serán comprados de empresas de Asunción que proveen este tipo de insumos, para luego ser comercializados a los productores de la zona.

Proceso de compra y venta. El ciclo comercial se inicia con el pedido ya sea para el proveedor o el pedido del cliente, en ambos casos son realizados a través de un contrato simple de compra venta, los pedidos con el proveedor del producto agrícola tienen una entrega del treinta por ciento del valor total, y las consultorías serán abonados una vez finalizado los análisis, en ambos casos serán abonados por transferencia bancaria por las cifras que presentan.

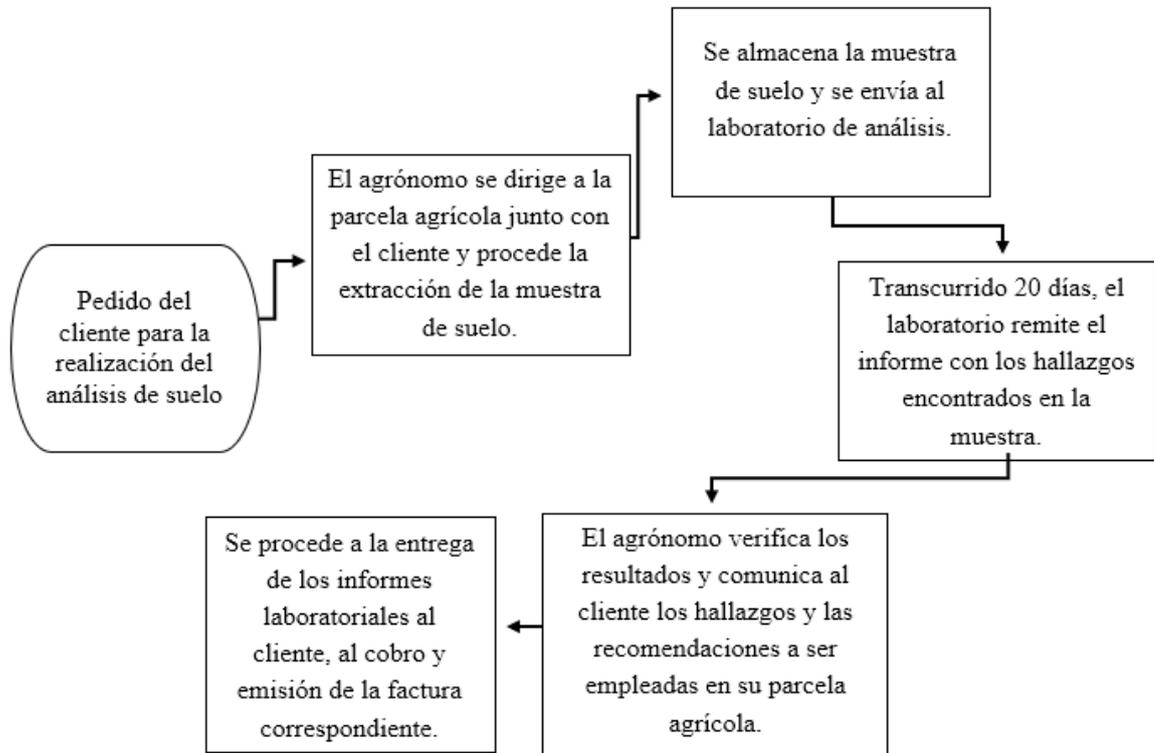
Los detalles presentados en el proceso de compra venta se detallan a continuación con los siguientes flujogramas.

Figura 26. Flujograma de compra venta de productos agrícola

El ciclo de venta de productos agrícolas consiste en la realización del pedido con la empresa proveedora de Asunción con una entrega del treinta por ciento del valor del pedido, transcurrido el tiempo establecido para la entrega del producto el mismo informa sobre el envío de la carga, que es realizada a través de un camión del proveedor que llega hasta la empresa donde se procede la verificación de la carga y el cobro al cliente para por ultimo ser enviado hasta el depósito del mismo, este producto se comercializa de esta forma por el alto costo y por ende no se dispone de stock en la empresa, solamente se comercializa por previo pedido del cliente.

Figura 19. Flujograma de compra venta de productos agrícolas

El ciclo de venta del producto agrícola se inicia con el pedido realizado con el proveedor, integrando un treinta por ciento del valor de la compra, transcurrido el plazo establecido el proveedor comunica el envío de la carga, que al momento de llegar a la empresa debe ser verificado para confirmar si está todo bien, para poder proceder al descargue ya sea en el depósito de la empresa o del cliente, según el caso. En el caso que el cliente quiera comprar una pequeña cantidad de productos agrícolas la empresa dispondrá de un stock con entrega inmediata al cliente, los productos también podrán ser comercializados por previo pedido del cliente en el caso de ser una mayor cantidad.

Figura 20. Proceso de la venta de los servicios prestados.

La prestación de servicio de consultoría, se inicia con el pedido del cliente, luego de la extracción y almacenaje de la muestra se remite al laboratorio, transcurrido el plazo establecido se recibe los informes y se informa al cliente conjuntamente con las recomendaciones acerca de los productos a ser utilizados para las correcciones correspondientes, por último, se procede a la entrega de los resultados de los análisis, al cobro y emisión de la factura correspondiente.

Compromisos sociales y legales.

Registro en la Dirección de control de insumos agrícolas y Dirección General de Agroquímicos. “Personas físicas o jurídicas que importen, exporten, fabriquen o formulen, fraccionen o comercialicen fertilizantes, biofertilizantes, inoculantes o enmiendas, están obligadas a registrarse en la Dirección General de Agroquímicos, Dirección de Control de Insumos Agrícolas, para desarrollar cualquiera de estas actividades” (Resolución 564/10 artículo 2).

Inscripción en el registro público del comercio. La ley 1034/83 en el artículo 11 expresa que: “Son obligaciones del comerciante: b) inscribir en el Registro Público de Comercio su matrícula y los documentos que la ley exige”.

Inscripción en el Registro Único de Contribuyente. “Establéese el Registro Único de Contribuyentes en el cual deberán inscribirse obligatoriamente. Las personas físicas y jurídicas sujetas de las obligaciones tributarias establecidas en las disposiciones legales cuya administración y recaudación estén a cargo del Ministerio de Hacienda” (Ley 1352/88, artículo 1).

Pagar Impuesto de Patente. “Las personas y entidades que dentro del municipio ejercen industria, comercio o profesión, pagarán el impuesto de patente anual que se establece en esta Ley” (Ley 620/76 artículo 2).

Salario de los empleados. “El salario se estipula libremente, pero no podrá ser inferior al que se establezca como mínimo de acuerdo con las prescripciones de la Ley” (Ley 2013/83 art. 228).

Aportar en el Instituto de Previsión Social.” Es obligatorio asegurar en el Instituto a todo trabajador asalariado que preste servicios o ejecute una obra en virtud de un contrato de trabajo, escrito o verbal” (Ley 1860/50 artículo 2).

Pagar el Impuesto a la Publicidad y Propaganda. “Quedan sujetos al pago del Impuesto a la publicidad o propaganda antes de su realización, letreros y proyecciones exteriores, interiores visibles desde el exterior y publicidad en locales de espectáculos públicos” (Ley 620/76 artículo 44).

Liquidar el impuesto a la renta empresarial. “Gravara todas las rentas, los beneficios o las ganancias de fuente paraguaya que provengan de todo tipo de actividades económicas, primarias, secundarias y terciarias, incluidas las agropecuarias, comerciales, industriales o de servicios, excluidas aquellas rentas gravadas por el IRP” (Ley 6380/19 art 1).

Liquidar el impuesto al valor agregado. “EL impuesto se liquidará mensualmente y se determinará por la diferencia entre el “IVA debito” y el “IVA crédito” (Ley 6380/19 art 86).

Conclusión del estudio

La empresa estará ubicada en el centro de la ciudad de San Alberto, departamento de Alto Parana, República del Paraguay a tres cuadras de la estación de servicio Petropar, será utilizado esta localización estratégica ya que esta zona de la ciudad es muy conocida por los pobladores de la zona y en específico por los productores de la misma lo que facilita el acceso a la empresa y potencializa la comercialización de los productos y servicios.

Para la realización de las funciones la empresa contará con un local alquilado para realizar sus operaciones con un espacio de 10 x 7 metros, que dispondrá con un espacio de 5x3,5 metros que será utilizada como sala del gerente, un espacio de 3 x 1,70 metros que será utilizado como depósito de muestras y equipamientos, un depósito al fondo tipo galpón que será utilizado para almacenaje del stock de productos de 3 x 7 metros ,un baño de 3 x 1,30 metros para uso de los funcionarios y clientes y el restante del local será para la sala de espera y oficina de los agrónomos. En cuanto a los equipamientos, el local comercial estará totalmente amoblado con los muebles de oficina para el uso de los funcionarios y contará con los equipamientos necesarios para la extracción de las muestras, así como una perforadora tipo talando, pala, asada y armarios destinados para el almacenamiento de las mismas.

El organigrama es de tipo vertical que está estructurado por los puestos que ocupan los sectores administrativos y operativos de la empresa. El sector administrativo está compuesto por el gerente, secretaria y sector operativo este compuesto por los agrónomos de la empresa así también, la empresa contara con sectores de apoyo terciarios que serán un laboratorio y un asesor contable/tributario.

El plantel humano necesario está conformado por un gerente que es el responsable de tomar todas las decisiones y designar las funciones de la empresa, como funcionarios de la institución está la secretaria que es encargada de realizar los trámites administrativos, conjuntamente con los agrónomos que son responsables de realizar los asesoramiento a los productores acerca de los

servicios prestados, de los resultados de los análisis, los productos comercializados y realizar las extracciones de las muestras de suelo en las parcelas agrícolas de los clientes.

Las normativas legales que son primordiales para la constitución y realización de las actividades de la empresa se basan en el Código Civil Paraguayo y en la Ley 1034/83 que es la ley del comerciante en donde se rigen todas las pautas a tener en cuenta para las actividades desarrolladas. En cuanto a lo tributario se deben regir por la Ley 6380/19 de modernización y simplificación del sistema tributario nacional que expresa todas las particularidades de la liquidación de impuesto, ya sea del IVA genera con el Decreto 3107/19 l, así como el IRE General que es la forma de liquidación elegida para dicha empresa así como expresa el Decreto 3182/19 art 14 “Las empresas unipersonales y las entidades privadas comprendidas en el numeral 8)del artículo 2° de la Ley que inician sus operaciones, podrán optar por aplicar este Régimen desde el primer ejercicio, independientemente del monto de sus ingresos”, por otra parte se utiliza el Decreto- Ley 1860/50 y código laboral de la Ley 213/93 para las contrataciones de los funcionarios y sus respectivas remuneraciones, vacaciones, beneficios y obligaciones que se deben cumplir con los trabajadores.

Estudio Financiero

Introducción

El estudio financiero es de suma importancia dentro del proyecto de inversión por qué a través de los análisis realizados en este apartado se puede prever los resultados esperados con el proyecto, pudiendo así servir como base para la realización de las actividades y para la toma de decisiones referente a la empresa, permite planificar las acciones a ser tomadas en el sector financiero, determinando los gastos, costos, los ingresos que se esperan obtener en el año y se podrá determinar el capital necesario para colocar dicha empresa en marcha.

Para la realización de los análisis mencionados se trazan los siguientes objetivos.

Objetivo General

Demostrar el resultado del estudio de financiero para la puesta en marcha de una empresa de servicio de consultoría y comercialización de productos agrícola para bajo volumen de agua de la ciudad San Alberto, año 2022.

Objetivo Específicos

Demostrar inversión financiera necesaria para la puesta en marcha de una empresa de servicio de consultoría y comercialización de productos agrícola para bajo volumen de agua de la ciudad San Alberto, año 2022.

Demostrar la fuente de financiamiento para la puesta en marcha de una empresa de servicio de consultoría y comercialización de productos agrícola para bajo volumen de agua de la ciudad San Alberto, año 2022.

Demostrar el presupuesto mensual destinado al plantel humano para la puesta en marcha de una empresa de servicio de consultoría y comercialización de productos agrícola para bajo volumen de agua de la ciudad San Alberto, año 2022.

Demostrar el índice de solvencia generado de la puesta en marcha de una empresa de servicio de consultoría y comercialización de productos agrícola para bajo volumen de agua de la ciudad San Alberto, año 2022.

Justificación del Estudio

El presente estudio dará continuidad al proyecto de inversión y es de suma importancia para el mismo, ya que a través de ellos se podrá realizar las proyecciones necesarias para diagnosticar las cifras esperadas con la realización de las actividades comerciales, sin el estudio financiero no sería posible planificar las informaciones financieras necesarias para poner en marcha el proyecto de inversión.

Aspecto Teórico

Estudio Financiero. “Se utiliza para el cálculo de los ingresos que se utilizara en la determinación de las necesidades del capital, y para estimar el movimiento de caja a través del tiempo” (ILPES, 2001, p. 73).

Fuentes de Financiación: “Son los orígenes de la financiación, esto es de donde obtiene la empresa los recursos económicos para cometer las inversiones necesarias para su funcionamiento” (Herrero, 2001, p.112).

Presupuesto. “El presupuesto es una herramienta de planificación que, de una forma determinada, integra y coordina las áreas, actividades, departamentos, y responsabilidades de una organización” (Muñiz y Muñiz, 2009, p.41).

Presupuesto de inversión. “El presupuesto de inversión, es un conjunto de pronósticos en términos financieros referentes a un periodo precisado, que permite a la dirección planear y controlar de modo que pueden realizar sus objetivos en cuanto a ganancias y servicios” (Muñis, Muñis, 2009, p.41).

Presupuesto de Personal. “Se determina en función al nivel de actividad de toda la empresa ya que todas las operaciones que hayan de realizarse dependerán de la cualificación del personal” (Campoy, 2010, p.116)

Presupuesto de Compras. “Son los elementos que se incorporan en el proceso de producción y estará en función al presupuesto de materiales” (Campoy, 2010, p.116).

Presupuestos de Ventas. “Son las previsiones de ventas que esperamos alcanzar en el próximo año” (Campoy, 2010, p.115).

Presupuesto de Gastos de Funcionamiento. “Son aquellos que no varían con la producción de la empresa” (Gálvez, 2015, p.26).

Mercado meta. “Un mercado meta es la parte de un mercado seleccionado por un productor o prestador de servicio, para ofertar los bienes y servicios que produce por el cual diseña un plan de mercadotecnia especial” (Sulser, 2004, p.67).

Contabilidad. “Es una técnica de registro de información que pretende fundamentalmente informar sobre el patrimonio empresarial (bienes, derecho y obligaciones con valores económicos), y sobre el resultado de cada ejercicio o ganancia” (Herrero, 2001, p.85).

Balance. “Es un documento contable que representa la situación financiera patrimonial y financiera de la empresa en una fecha concreta, generalmente al final de cada ejercicio, pero que se puede obtener en cualquier otro momento” (Herrero, 2001, p.191).

Estado de Resultados. “Es un documento contable que refleja los resultados económicos de la empresa (beneficio o pérdida) para un periodo determinado, generalmente un año” (Herrero, 2001, p.191).

Flujo de Caja. “Resume las entradas y salidas de efectivo que se estiman ocurrirán en un periodo próximo, comparándolas y asimilándolas al saldo inicial al principio del año” (Duarte, Fernández, 2005, p. 78).

Análisis Financiero. “Por análisis financiero se entiende el estudio de los ingresos, costos y rentabilidad de las empresas individuales, considerando todos

los factores de producción como pagados a precios corrientes de mercado” (Pérez, 1993, p.10)

Ratios Financieros. “Son un conjunto de índices, resultado de relacionar dos cuentas del balance o de estado de ganancias o pérdidas” (Aching, Aching, 2006, p.14).

Índice de liquidez. “Evalúan la capacidad de la empresa de la empresa de atender sus compromisos de corto plazo” (Aching, Aching, 2006, p.15).

Índice de Gestión o actividad. “Miden la utilización del activo y comparan las cifras de ventas con el activo total” (Aching, Aching, 2006, p.15).

Índice de solvencia, endeudamiento y apalancamiento. “Ratios que relacionan los recursos y compromisos” (Aching, Aching, 2006, p.15).

Índice de rentabilidad. “Miden la capacidad de la empresa para generar riquezas” (Aching, Aching, 2006, p.15).

Fórmulas. “Es una regla expresada por medio de símbolos” (Toral, Preciado, 1985, p.3).

Interpretación de los Resultados. “Se da forma a los resultados brutos que se han obtenidos una vez que se haya codificado el texto, de tal manera que resulten significativos (que hablen) y validos a los propósitos del análisis y de la evaluación” (Cabrera, 2004, p.55).

Metodología

Análisis de los factores que participan y afectan al proyecto, a través de la planificación presupuestaria, formulación de estados contables y el uso de las herramientas financieras para interpretarlas.

Desarrollo Financiero**Tabla 28. Inversión Inicial**

CONCEPTO	GRAVADA	IVA	EXENTA	TOTAL
MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA	16.267.273	1.626.727		17.894.000
INSTALACIONES	6.350.000	635.000		6.985.000
EQUIPOS DE INFORMÁTICA	20.418.182	2.041.818		22.460.000
RODADOS	118.181.818	11.818.182		130.000.000
MAQUINARIAS E IMPLEMENTOS	1.272.727	127.273		1.400.000
GASTOS DE APERTURA	1.000.000	100.000		1.100.000
GARANTÍA DE ALQUILER			2.800.000	2.800.000
CAPITAL OPERATIVO			236.000.000	236.000.000
INVERSIÓN INICIAL	163.490.000	16.349.000	238.800.000	418.639.000

La inversión inicial es la que toda empresa proyectada requiere para la puesta en marcha de sus intenciones operativas, según su actividad prevista, en este caso, la prestación de servicio y la comercialización.

Al respecto, el monto total final requerido para activar la empresa es Gs. 418.6393.000, debiéndose aportar totalmente en el inicio de la operación comercial planteada.

El rubro que requiere de mayor monto de dinero inicial es el que se refiere al capital operativo.

El monto total de la inversión se realizará en su totalidad con fuentes propias.

Tabla 29. Capital de operativo previsto

<u>Capital Operativo</u>	
3 meses de Personal	49.808.500
3 meses Funcionamiento	34.904.000
1 mes de Compra	151.664.089
Total	236.376.589
Por redondeo	236.000.000

El capital de operativo es el dinero requerido para el movimiento comercial de cualquier empresa proyectada.

En tal sentido se ve que el monto requerido por este proyecto para su capital de operativo es Gs. 236.000.000. En este caso es para atender las necesidades de dinero de tres meses de personal de la empresa, tres meses de gastos de funcionamiento y un mes de compra.

Presupuesto del personal. Toda empresa funciona fundamentalmente con la asociación de fuerzas humanas y son quienes conforman el equipo de trabajo. Esta empresa se plantea el equipo humano según la siguiente tabla:

Tabla 30. Presupuesto mensual de personal

Cantidad	Cargo	Salario unitario	Salario Total
1	Secretaria	2.500.000	2.500.000
3	Vendedor-Agro	3.500.000	10.500.000
Total de Salarios			13.300.000
IPS Aporte Patronal 16,5%			2.194.500
Aguinaldo proporcional del mes			1.108.333
Gastos por el Personal Resultados			16.602.833

El requerimiento del personal se realiza según el perfil de cada puesto que la empresa tiene previsto.

El presupuesto se basa en los mandatos del Código Laboral, para los montos a considerar.

El desarrollo del emprendimiento tiene previsto trabajar con tres personas, todas bajo la administración del propietario.

Tabla 31. Presupuesto anual del personal

CARGO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO3	AÑO 4
SECRETARIA	33.600.000	34.870.080	36.188.169	37.556.082
VENDEDOR-AGRO	126.000.000	130.762.800	135.705.634	140.835.307
TOTAL DE SALARIOS	159.600.000	165.632.880	171.893.803	178.391.389
IPS APORTE PATRONAL	26.334.000	27.329.425	28.362.477	29.434.579
AGUINALDO	13.300.000	13.802.740	14.324.484	14.865.949
GASTOS POR EL PERSONAL RESULTADOS	199.234.000	206.765.045	214.580.764	222.691.917

La variación interanual se realizó sobre la base de 3,78%, porcentaje establecido según el promedio de variación del salario mínimo de los últimos años.

Tabla 32. Determinación del mercado meta para la Consultoría y comercialización de productos agrícolas

Población		530
Demanda Análisis de Suelo	73%	387
Hectáreas	65	25.149
Mercado Insatisfecho	68%	17.101
Utilizan al año	0,33	5.643
Mercado Meta Anual	30%	1.693
Mercado Meta Mensual	12	141

La demanda de suelo es obtenida del mercado insatisfecho que sería 17.101 hectáreas para ser suplidas con el servicio de consultoría y comercialización de productos, el análisis de suelo es realizado a cada cuatro años, por lo cual se divide los resultados anuales en doce para obtener los valores anuales que serían 5.643 hectáreas anuales, en este caso el mercado trazado para este emprendimiento es del 30% teniendo en cuenta los recursos disponibles de la empresa. Este mercado otorga la cantidad y el monto a comercializar el primer año de operación.

Tabla 33. Proyecciones de ventas

<i>Cant.</i>	<i>Detalle</i>	<i>Precio (u)</i>	<i>Total Mes</i>	<i>Año 1</i>	<i>Año 2</i>	<i>Año 3</i>	<i>Año 4</i>	<i>Año 5</i>
141	Consultoría de suelo	153.267	21.623.319	259.479.824	268.094.554	276.995.293	286.191.537	295.693.096
50	TOP PREMIUN	280.000	14.000.000	168.000.000	173.577.600	179.340.376	185.294.477	191.446.253
35	MAX	170.000	5.950.000	71.400.000	73.770.480	76.219.660	78.750.153	81.364.658
282	PREMIUN	230.000	64.860.000	778.320.000	804.160.224	830.858.343	858.442.840	886.943.143
423	STREENG	105.000	44.415.000	532.980.000	550.674.936	568.957.344	587.846.728	607.363.239
564	IRON	38.000	21.432.000	257.184.000	265.722.509	274.544.496	283.659.373	293.076.865
	BORO							
	Ventas		172.280.319	2.067.363.824	2.136.000.303	2.206.915.513	2.280.185.108	2.355.887.253
	Gravadas		156.618.471	1.879.421.658	1.941.818.457	2.006.286.830	2.072.895.552	2.141.715.685
	IVA 10%		15.661.847	187.942.166	194.181.846	200.628.683	207.289.555	214.171.568

La facturación prevista para el primer año de la empresa fue calculada teniendo como base el mercado meta establecido para la empresa.

El monto de la venta de cada año se calculó con una variación incremental de 3,32%. El porcentaje incrementado se estableció teniendo en cuenta una aproximación al promedio de la inflación de los últimos años.

Tabla 34. Compras previstas

Cant.	Detalle	Precio (u)	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
141	Consultorías de suelo	107.287	15.136.323	181.635.877	187.666.188	193.896.705	200.334.076	206.985.167
50	TOP PREMIUN	196.000	9.800.000	117.600.000	121.504.320	125.538.263	129.706.134	134.012.377
35	MAX PREMIUN	119.000	4.165.000	49.980.000	51.639.336	53.353.762	55.125.107	56.955.260
282	STREENG	161.000	45.402.000	544.824.000	562.912.157	581.600.840	600.909.988	620.860.200
423	IRON	73.500	31.090.500	373.086.000	385.472.455	398.270.141	411.492.709	425.154.267
564	BORO	26.600	15.002.400	180.028.800	186.005.756	192.181.147	198.561.561	205.153.805
Existencias								
10	TOP PREMIUN	107.287	1.072.866	1.072.866	1.108.485	1.145.287	1.183.310	1.222.596
7	MAX PREMIUN	196.000	1.372.000	1.372.000	1.417.550	1.464.613	1.513.238	1.563.478
56	STREENG	119.000	6.711.600	6.711.600	6.934.425	7.164.648	7.402.514	7.648.278
85	IRON	161.000	13.620.600	13.620.600	14.072.804	14.540.021	15.022.750	15.521.505
113	BORO	73.500	8.290.800	8.290.800	8.566.055	8.850.448	9.144.282	9.447.873
Compras								
			151.664.089	1.478.222.542	1.527.299.531	1.578.005.875	1.630.395.670	1.684.524.807
Gravadas								
			137.876.444	1.343.838.675	1.388.454.119	1.434.550.796	1.482.177.882	1.531.386.188
IVA								
			13.787.644	134.383.867	138.845.412	143.455.080	148.217.788	153.138.619

En el caso de las compras, se realizarán básicamente teniendo en cuenta las necesidades de servicios y mercaderías a vender en cada periodo, más un sobrante mínimo que se podrá tener por un periodo corto de tiempo solo como para atender casos imprevistos, ya que el producto se irá entregando mayormente de manera directa del proveedor al cliente.

Tabla 35. Inventarios de mercaderías

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo Inicial	-	28.243.514	57.424.714	87.574.729	118.725.724
Compras	1.343.838.675	1.388.454.119	1.434.550.796	1.482.177.882	1.531.386.188
Saldo Final	28.243.514	57.424.714	87.574.729	118.725.724	150.910.932
CMV	1.315.595.161	1.359.272.920	1.404.400.781	1.451.026.887	1.499.200.979

Para el inventario de mercaderías se dispone de un stock del 20% de las ventas mensuales de los productos agrícolas.

Gastos de funcionamiento. Los gastos son los sacrificios económicos que se deberán realizar para la comercialización del producto y administración de la empresa durante un periodo determinado.

Los detalles de los gastos pagados en diferentes conceptos necesarios para el funcionamiento de la empresa se detallan en la siguiente tabla:

Tabla .36. Gastos fijos mensuales previstos

Concepto	Mes 1
Combustible y lubricantes	800.000
Alquileres pagados	2.600.000
Impuesto tasa y patente	350.000
Reparación y mantenimiento	180.000
Honorarios profesionales - contador	650.000
Útiles e impresos	250.000
Remuneración personal superior	5.000.000
Agua, luz, teléfono e internet	560.000
Gastos bancarios	110.000
Gastos de limpieza	88.000
Seguros pagados	850.000
Mantenimiento y reparación rodados	350.000
Pago de post	80.000
Total	11.868.000

Tabla 37. Gastos fijos anuales previstos.

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Combustible y lubricantes	9.600.000	9.918.720	10.248.022	10.588.256	10.939.786
Alquileres Pagados	28.363.636	29.305.309	30.278.245	31.283.483	32.322.095
Impuesto Tasa y Patente	700.000	723.240	747.252	772.060	797.693
Reparación y Mantenimiento	1.963.636	2.028.829	2.096.186	2.165.780	2.237.683
Honorarios Profesionales - Contador	7.090.909	7.326.327	7.569.561	7.820.871	8.080.524
Útiles e Impresos	2.727.273	2.817.818	2.911.370	3.008.027	3.107.894
Remuneración Personal Superior	54.545.455	56.356.364	58.227.395	60.160.544	62.157.874
Agua, Luz, Teléfono e Internet	6.109.091	6.311.913	6.521.468	6.737.981	6.961.682
Gastos Bancarios	1.200.000	1.239.840	1.281.003	1.323.532	1.367.473

Gastos de Limpieza	960.000	991.872	1.024.802	1.058.826	1.093.979
Seguros Pagados	9.272.727	9.580.582	9.898.657	10.227.293	10.566.839
Mantenimiento y Reparación Rodados	3.818.182	3.944.945	4.075.918	4.211.238	4.351.051
Pago de Post	872.727	901.702	931.638	962.569	994.526
Gravadas	127.223.636	131.447.461	135.811.517	140.320.459	144.979.098
IVA 10%	11.692.364	12.080.550	12.481.624	12.896.014	13.324.162
IVA 5%					
Exenta	10.300.000	10.641.960	10.995.273	11.360.316	11.737.479
IVA CREDITO FISCAL	11.692.364	12.080.550	12.481.624	12.896.014	13.324.162

El detalle de gastos fijos muestra que el más relevante es lo que corresponde a las remuneraciones al personal superior. Estos gastos incorporan una variación incremental anual de 3,32%, esto teniendo en cuenta el promedio estadístico inflacionario de los últimos años.

El impuesto al valor agregado (IVA). Es un componente que por más de que no forme parte de la empresa de igual manera forma parte de la necesidad financiera para iniciar el negocio, motivo por el cual se considera en este proyecto. El detalle del mismo se puede ver en el siguiente cuadro.

Tabla 38. Compensación del IVA.

Crédito Fiscal	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
IVA crédito por Inversión	16.349.000				
IVA crédito por Funcionamiento	11.692.364	12.080.550	12.481.624	12.896.014	13.324.162
IVA crédito por Compra	134.383.867	138.845.412	143.455.080	148.217.788	153.138.619
total crédito fiscal	162.425.231	150.925.962	155.936.704	161.113.803	166.462.781
Débito Fiscal	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
IVA débito por ventas	187.942.166	194.181.846	200.628.683	207.289.555	214.171.568
total débito total	187.942.166	194.181.846	200.628.683	207.289.555	214.171.568
Liquidación del IVA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Crédito Fiscal					
Liquidación por 12 Meses	25.516.935	43.255.884	44.691.979	46.175.753	47.708.788
Liquidación por Mes	2.126.411	3.604.657	3.724.332	3.847.979	3.975.732
Liquidación en el Periodo	23.390.523	39.651.227	40.967.647	42.327.773	43.733.055
Pagado en el Año	23.390.523	41.777.638	44.572.304	46.052.105	47.581.035

Tabla 39. Revaluó y depreciaciones anuales de los bienes.

1° Año

Bienes	Costo	Vida útil	Valor Fiscal	Coef. Rev.	Valor Reval.	Valor Registro	Deprec.	Dep. Acum.	Vida Rest.	Valor Fiscal
Muebles y Equipos de Oficina	16.267.273	5			-	16.267.273	3.253.455	3.253.455	4	13.013.818
Instalaciones	6.350.000	5			-	6.350.000	1.270.000	1.270.000	4	5.080.000
Equipos de Informática	20.418.182	2			-	20.418.182	10.209.091	10.209.091	1	10.209.091
Rodados	118.181.818	5			-	118.181.818	23.636.364	23.636.364	4	94.545.455
Maquinarias e implementos	1.272.727	10			-	1.272.727	127.273	127.273	9	1.145.455
Herramientas y equipos	380.000	5			-	380.000	76.000	76.000	4	304.000
Totales	162.490.000		-		-	162.490.000	38.496.182	38.496.182		123.993.818

2° Año

Bienes	Costo	Vida útil	Valor Fiscal	Coef. Rev.	Valor Reval.	Valor Registro	Deprec.	Dep. Acum.	Vida Rest.	Valor Fiscal
Muebles y Equipos de Oficina	16.267.273	5	13.013.818		-	13.013.818	3.253.455	6.506.909	3	9.760.364
Instalaciones	6.350.000	5	5.080.000		-	5.080.000	1.270.000	2.540.000	3	3.810.000
Equipos de Informática	20.418.182	2	10.209.091		-	10.209.091	10.209.091	20.418.182	0	-
Rodados	118.181.818	5	94.545.455		-	94.545.455	23.636.364	47.272.727	3	70.909.091
Maquinarias e implementos	1.272.727	10	1.145.455		-	1.145.455	127.273	254.545	8	1.018.182
Herramientas y equipos	380.000	5	304.000		-	304.000	76.000	152.000	3	228.000
Totales	162.870.000		124.297.818		-	123.993.818	38.496.182	76.992.364		85.497.636

3° Año

Bienes	Costo	Vida útil	Valor Fiscal	Coef. Rev.	Valor Reval.	Valor Registro	Deprec.	Dep. Acum.	Vida Rest.	Valor Fiscal
Muebles y Equipos de Oficina	16.267.273	5	9.760.364		-	9.760.364	3.253.455	9.760.364	2	6.506.909
Instalaciones	6.350.000	5	3.810.000		-	3.810.000	1.270.000	3.810.000	2	2.540.000
Equipos de Informática	20.418.182	2	-		-	-	-	-	0	-
Rodados	118.181.818	5	70.909.091		-	70.909.091	23.636.364	70.909.091	2	47.272.727
Maquinarias e implementos	1.272.727	10	1.018.182		-	1.018.182	127.273	381.818	7	890.909
Herramientas y equipos	380.000	5	228.000		-	228.000	76.000	228.000	2	152.000
Totales	162.870.000		85.497.636		-	85.497.636	28.287.091	84.861.273		57.210.545

4° Año

Bienes	Costo	Vida útil	Valor Fiscal	Coef. Rev.	Valor Reval.	Valor Registro	Deprec.	Dep. Acum.	Vida Rest.	Valor Fiscal
Muebles y Equipos de Oficina	16.267.273	5	6.506.909		-	6.506.909	3.253.455	13.013.818	1	3.253.455

Instalaciones	6.350.000	5	2.540.000	-	2.540.000	1.270.000	5.080.000	1	1.270.000
Equipos de Informática	20.418.182	2	-	-	-	-	-	0	-
Rodados	118.181.818	5	47.272.727	-	47.272.727	23.636.364	94.545.455	1	23.636.364
Maquinarias e implementos	1.272.727	10	890.909	-	890.909	127.273	509.091	6	763.636
Herramientas y equipos	380.000	5	152.000	-	152.000	76.000	304.000	1	76.000
Totales	162.870.000		57.210.545	-	57.210.545	28.287.091	113.148.364		28.923.455

5° Año

Bienes	Costo	Vida útil	Valor Fiscal	Coef. Rev.	Valor Reval.	Valor Registro	Deprec.	Dep. Acum.	Vida Rest.	Valor Fiscal
Muebles y Equipos de Oficina	16.267.273	5	3.253.455		-	3.253.455	3.253.455	16.267.273	0	-
Instalaciones	6.350.000	5	1.270.000		-	1.270.000	1.270.000	6.350.000	0	-
Equipos de Informática	20.418.182	2	-		-	-	-	-	0	-
Rodados	118.181.818	5	23.636.364		-	23.636.364	23.636.364	118.181.818	0	-
Maquinarias e implementos	1.272.727	10	763.636		-	763.636	127.273	636.364	5	636.364
Herramientas y equipos	380.000	5	152.000		-	152.000	152.000	456.000	0	-
Totales	162.870.000		29.075.455		-	28.923.455	28.287.091	141.435.455		636.364

Las depreciaciones son realizadas una vez que los bienes fueron revaluados. Estas depreciaciones se calculan en función a los años de vida útil establecidos por el fisco, así como los años de vida útil que fueron establecidos por el decreto 3182/19 art.31.

Para el coeficiente de revaluó se considera una aclaratoria de la subsecretaria de estado de tributación que establece que “Para el ejercicio fiscal cerrado al 31/12/2020 no se ha emitido tal disposición, por tanto, se aclara que en la fecha no se estaría emitiendo la resolución de actualización como en años anteriores” (SET, 2020).

Resumen de las amortizaciones. De acuerdo a los bienes de inversión inicial, la empresa tiene bienes del activo a ser amortizados, por lo que el monto anual que corresponde se establece según la siguiente tabla:

Tabla 40. Amortización anual de cargos diferidos

Cargos Diferidos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Amortización	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000

Amort. Acumulada	200.000	400.000	600.000	800.000	1.000.000
------------------	---------	---------	---------	---------	-----------

La amortización se realiza al cargo diferido declarado al inicio de la inversión y de manera lineal durante cinco años.

Flujo de caja proyectado. En la siguiente tabla se presenta el detalle de los conceptos de ingresos y egresos previstos para el proyecto.

Tabla 41. Flujo de caja proyectado

Proyección Anual	0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
Saldo Inicial		236.000.000	466.992.258	644.015.998	844.352.369	1.048.281.734
Ventas		2.067.363.824	2.136.000.303	2.206.915.513	2.280.185.108	2.355.887.253
Total Ingresos	-	2.303.363.824	2.602.992.560	2.850.931.511	3.124.537.476	3.404.168.987
EGRESOS						
Costos y Gastos						
Compras		1.478.222.542	1.527.299.531	1.578.005.875	1.630.395.670	1.684.524.807
Sueldos y Jornales		145.236.000	150.725.921	156.423.361	162.336.164	168.472.471
Aguinaldo		13.300.000	13.802.740	14.324.484	14.865.949	15.427.882
Combustible y lubricantes		9.600.000	9.918.720	10.248.022	10.588.256	10.939.786
Alquileres Pagados		31.200.000	32.235.840	33.306.070	34.411.831	35.554.304
Impuesto Tasa y Patente		700.000	723.240	747.252	772.060	797.693
Reparación y Mantenimiento		2.160.000	2.231.712	2.305.805	2.382.358	2.461.452
Honorarios Profesionales - Contador		7.800.000	8.058.960	8.326.517	8.602.958	8.888.576
Útiles e Impresos		3.000.000	3.099.600	3.202.507	3.308.830	3.418.683
Remuneración Personal Superior		60.000.000	61.992.000	64.050.134	66.176.599	68.373.662
Agua, Luz, Teléfono e Internet		6.720.000	6.943.104	7.173.615	7.411.779	7.657.850
Gastos Bancarios		1.320.000	1.363.824	1.409.103	1.455.885	1.504.221
Gastos de Limpieza		1.056.000	1.091.059	1.127.282	1.164.708	1.203.376
Seguros Pagados		10.200.000	10.538.640	10.888.523	11.250.022	11.623.523
Mantenimiento y Reparación Rodados		4.200.000	4.339.440	4.483.509	4.632.362	4.786.156
Pago de Post		960.000	991.872	1.024.802	1.058.826	1.093.979
Pagos						
Impuesto a la Renta a Pagar		-	19.867.268	696.417	1.736.983	736.252
Anticipo Impuesto a la Renta		-	19.867.268	20.563.685	22.300.668	23.036.920
IVA a Pagar		23.390.523	41.777.638	44.572.304	46.052.105	47.581.035
IPS a Pagar		37.306.500	42.108.186	43.699.875	45.351.730	47.066.026
Inversión Inicial	418.639.000					
Total de Egresos	418.639.000	1.836.371.566	1.958.976.562	2.006.579.142	2.076.255.742	2.145.148.652
Saldo Neto Anual	-418.639.000	230.992.258	177.023.740	200.336.371	203.929.365	210.738.601
Saldo Neto Acumulado	-418.639.000	466.992.258	644.015.998	844.352.369	1.048.281.734	1.259.020.335

El estado de fondos proyectado es lo que la empresa pretende movilizar en concepto de dinero en efectivo (disponibilidades), tanto ingresos como egresos. Se evidencia que en cada periodo se tiene previsto superávit. Esta situación es satisfactoria para el emprendimiento.

Balance patrimonial proyectado. El balance patrimonial demuestra la situación financiera representada por cada una de las partidas (activo, pasivo y patrimonio neto).

Tabla 42. Balance general proyectado

Partidas del Balance	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo Corriente						
Disponibilidades	236.000.000	466.992.258	644.015.998	844.352.369	1.048.281.734	1.259.020.335
Caja		5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000
Banco Cta Te.		461.992.258	639.015.998	839.352.369	1.043.281.734	1.254.020.335
IVA Crédito	16.349.000	-	-	-	-	-
Bienes de Cambio	-	28.243.514	57.424.714	87.574.729	118.725.724	150.910.932
Inventario		28.243.514	57.424.714	87.574.729	118.725.724	150.910.932
Total Activo Corriente	252.349.000	495.235.772	701.440.712	931.927.097	1.167.007.458	1.409.931.267
Activo No Corriente						
Garantía de Alquiler	2.800.000	2.800.000	2.800.000	2.800.000	2.800.000	2.800.000
Cargos Diferidos	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
(-) Amortización		(200.000)	(400.000)	(600.000)	(800.000)	(1.000.000)
Propiedad Planta y Equipo	162.490.000	123.993.818	85.497.636	57.210.545	28.923.455	636.364
Bienes		162.490.000	162.490.000	162.490.000	162.490.000	162.490.000
(+) Revalúo de bienes		-	-	-	-	-
(-) Dep. Acum. Bienes		(38.496.182)	(76.992.364)	(105.279.455)	(133.566.545)	(161.853.636)
Total Activo No Corriente	166.290.000	127.593.818	88.897.636	60.410.545	31.923.455	3.436.364
TOTAL ACTIVO	418.639.000	622.829.590	790.338.348	992.337.643	1.198.930.912	1.413.367.631
PASIVO						
Pasivo Corriente						
Cargas Sociales		3.391.500	3.519.699	3.652.743	3.790.817	3.934.110
IRE a Pagar		19.867.268	696.417	1.736.983	736.252	756.965
IVA a Pagar		2.126.411	3.604.657	3.724.332	3.847.979	3.975.732
Total Pasivo Corriente	-	25.385.179	7.820.773	9.114.058	8.375.049	8.666.807
Pasivo No Corriente						
TOTAL DEL PASIVO	-	25.385.179	7.820.773	9.114.058	8.375.049	8.666.807
PATRIMONIO NETO						
Capital	418.639.000	418.639.000	418.639.000	418.639.000	418.639.000	418.639.000
Reservas de Revalúo		-	-	-	-	-
Resultados Acumulados			178.805.411	363.878.575	564.584.585	771.916.864
Resultados del Ejercicio		178.805.411	185.073.164	200.706.010	207.332.279	214.144.960
Total de Patrimonio	418.639.000	597.444.411	782.517.575	983.223.585	1.190.555.864	1.404.700.824
TOTAL PASIVO + P. NETO	418.639.000	622.829.590	790.338.348	992.337.643	1.198.930.912	1.413.367.631

Tabla 43. Resultados proyectados

INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Por venta	1.879.421.658	1.941.818.457	2.006.286.830	2.072.895.552	2.141.715.685
Total Ingresos	1.879.421.658	1.941.818.457	2.006.286.830	2.072.895.552	2.141.715.685
EGRESOS					
<i>De Costos</i>	1.315.595.161	1.359.272.920	1.404.400.781	1.451.026.887	1.499.200.979
Costo de Ventas	1.315.595.161	1.359.272.920	1.404.400.781	1.451.026.887	1.499.200.979
<i>De personal</i>	199.234.000	206.765.045	214.580.764	222.691.917	231.109.671
Sueldos y Jornales	159.600.000	165.632.880	171.893.803	178.391.389	185.134.583
IPS Aporte Patronal	26.334.000	27.329.425	28.362.477	29.434.579	30.547.206
Aguinaldo	13.300.000	13.802.740	14.324.484	14.865.949	15.427.882
<i>De funcionamiento</i>	127.223.636	131.447.461	135.811.517	140.320.459	144.979.098
Combustible y lubricantes	9.600.000	9.918.720	10.248.022	10.588.256	10.939.786
Alquileres Pagados	28.363.636	29.305.309	30.278.245	31.283.483	32.322.095
Impuesto Tasa y Patente	700.000	723.240	747.252	772.060	797.693
Reparación y Mantenimiento	1.963.636	2.028.829	2.096.186	2.165.780	2.237.683
Honorarios Profesionales - Contador	7.090.909	7.326.327	7.569.561	7.820.871	8.080.524
Útiles e Impresos	2.727.273	2.817.818	2.911.370	3.008.027	3.107.894
Remuneración Personal Superior	54.545.455	56.356.364	58.227.395	60.160.544	62.157.874
Agua, Luz, Teléfono e Internet	6.109.091	6.311.913	6.521.468	6.737.981	6.961.682
Gastos Bancarios	1.200.000	1.239.840	1.281.003	1.323.532	1.367.473
Gastos de Limpieza	960.000	991.872	1.024.802	1.058.826	1.093.979
Seguros Pagados	9.272.727	9.580.582	9.898.657	10.227.293	10.566.839
Mantenimiento y Reparación Rodados	3.818.182	3.944.945	4.075.918	4.211.238	4.351.051
Pago de Post	872.727	901.702	931.638	962.569	994.526
<i>Amortización y Depreciaciones</i>	38.696.182	38.696.182	28.487.091	28.487.091	28.487.091
Depreciaciones	38.496.182	38.496.182	28.287.091	28.287.091	28.287.091
Amortización	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000
Total de Egresos	1.680.748.979	1.736.181.608	1.783.280.152	1.842.526.354	1.903.776.840
Utilidad Antes de Impuesto	198.672.679	205.636.849	223.006.677	230.369.199	237.938.845
IRE	19.867.268	20.563.685	22.300.668	23.036.920	23.793.884
Resultados	178.805.411	185.073.164	200.706.010	207.332.279	214.144.960

El estado de resultados muestra las ventas a ser devengadas en cada periodo, así como los costos y gastos que demandan esta actividad comercial. En este caso los resultados obtenidos con el presente proyectos son favorables ya que se observa los resultados positivos arrojados a partir del primer año de operación.

Indicadores financieros. Los indicadores financieros son los que demuestran la situación financiera a corto y largo plazo, además, los referidos a la rentabilidad.

Para la realización de los ratios serán realizados con los datos del primer año, ya que los demás períodos son proyecciones realizadas de acuerdo a los índices financieros y no configuran la realidad de la empresa. Los más relevantes para un proyecto de inversión son presentados a continuación y que se expresan en razones matemáticas.

Tabla 44. Indicadores de liquidez

Ratios de Liquidez				
				Veces
a)	Razón de Circulante =	Activo Corriente	= 495.235.772	= 19.51
		Pasivo Corriente	25.385.179	
				Veces
b)	Prueba Ácida =	Activo Corriente - Mercadería	= 466.992.258	= 18.40
		Pasivo Corriente	25.385.179	

La posición financiera de la empresa proyectada a corto plazo es fuerte, ya que con los índices se observa la capacidad de la empresa para cubrir sus deudas a corto plazo, en este caso la empresa posee con 19.51 guaraníes para cubrir cada 1 guaraní de deuda a corto plazo. Esta situación presenta que la empresa posee liquidez suficiente a corto plazo.

Tabla 45. Índice de solvencia

Ratios de Solvencia				
				%
a)	Apalancamiento =	$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$	$= \frac{25.385.179}{622.829.590}$	= 0,04
				Veces
b)	Rotación Activo Fijo =	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Fijo}}$	$= \frac{1.879.421.658}{1247.593.818}$	= 14.73
				Veces
c)	Rotación Activo Total =	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}}$	$= \frac{1.879.424.658}{622.829.590}$	= 3,02

La solvencia financiera de la empresa se muestra por el nivel de riesgo que posee a consecuencia del pasivo total. Al realizar el análisis de la situación financiera a largo plazo, se puede ver que la estructura patrimonial demuestra suficiente solvencia, ya la empresa posee solamente el 0,04% del activo comprometido a terceros y la diferencia pertenece al patrimonio neto

En relación a la rotación del activo fijo esta ratio nos indica la capacidad de ventas de la empresa en relación a la inversión hecha en el activo fijo, esto representa que la empresa está vendiendo 14.73 veces más del valor invertido en el activo fijo y 3,01 veces más que lo invertido en el activo total de la empresa, con lo que la empresa tendría suficiente movilidad económica.

Tabla 46. Indicadores de rentabilidad

Ratios de Rentabilidad				
				%
a)	Utilidades sobre Ventas =	$\frac{\text{Utilidades Liquidas}}{\text{Ventas}}$	$= \frac{178.805.411}{1.879.421.658}$	= 9.51
				%
b)	Rendimiento del Capital =	$\frac{\text{Utilidades Liquidas}}{\text{Capital}}$	$= \frac{178.805.411}{418.639.000}$	= 42.71
				%
c)	Rendimiento Activo Total =	$\frac{\text{Utilidades Liquidas}}{\text{Activo Total}}$	$= \frac{178.805.411}{622.829.590}$	= 28.71
				%

d)	Costo de Ventas con Ventas =	$\frac{\text{Costo de Ventas}}{\text{Ventas Netas}} = \frac{1.315.595.161}{1.879.421.6258} =$	70.00
			%
e)	Gastos Operativos con Ventas Netas =	$\frac{\text{Gastos Operativos}}{\text{Ventas Netas}} = \frac{365.153.818}{1.879.421.658} =$	19.43

Los indicadores de rentabilidad son los que muestran los resultados de la actividad económica de la empresa, en cuanto a ventas, costos y gastos.

En la utilidad sobre las ventas que por cada un guaraní de venta realizada la empresa tendrá una utilidad del 9.51%, con un rendimiento del capital invertido del 42.71%, con una recuperación del activo total de 28.71%, por otro lado, los costos de los productos vendidos representan un 70 % de las ventas lo cual es propio de este tipo de actividad y los gastos operativos representan un 19.43% de las ventas neta.

En tal sentido, la rentabilidad de la empresa sobre su capital es muy bueno, siendo que sus costos se encuentran en un nivel aceptable (propio de este tipo de negocio) y los gastos se encuentran en niveles elevados, por lo que la utilidad neta se encuentra en un nivel bajo. De igual manera, el proyecto genera montos suficientes para generar rentabilidad.

Conclusión del Estudio

Para la realización de dicho proyecto será necesario para activar la empresa una inversión financiera de Gs. 418.639.000, debiéndose aportar totalmente en el inicio de la operación comercial planteada.

La fuente de financiamiento será en su totalidad con un financiamiento propio del propietario de la empresa, que será destinado para el pago de los gastos iniciales de la misma y la compra de todos los recursos necesarios para el inicio de las actividades comerciales.

Para que dicha empresa esté en marcha en sus operaciones comerciales es necesario destinar un presupuesto personal mensual de Gs. 16.602.833, en los cuales configuran los sueldos pagados, el aguinaldo y el aporte patronal, así como establece el código laboral paraguayo.

Al analizar el índice de solvencia, se puede ver que la estructura patrimonial demuestra suficiente solvencia, ya la empresa posee solamente el 0,04% del activo comprometido a terceros y la diferencia pertenece al patrimonio neto. En relación a la rotación del activo fijo, la empresa está vendiendo 14,73 veces más del valor invertido en el activo fijo y 3,02 veces más que lo invertido en el activo total de la empresa, con lo que la empresa tendría suficiente movilidad económica.

Estudio Económico

Introducción

El estudio económico de un proyecto de inversión es de fundamental importancia ya que con los análisis realizados en ello se puede lograr una buena evaluación de la rentabilidad, además de toda información de carácter monetario determinado a través de una serie de evaluaciones tales como: el cálculo del valor actual neto, la tasa interna de retorno, la relación beneficio costo, el periodo de recuperación del capital y el punto de equilibrio de la empresa, con estos análisis se puede tener más seguridad al momento de invertir porque se puede pronosticar los resultados arrojados y decidir si es conveniente al inversionista invertir en dicho proyecto.

Para llevar a cabo esos análisis mencionados anteriormente, se plantea los siguientes objetivos de investigación.

Objetivo General

Demostrar el resultado del estudio de económico para la puesta en marcha de una empresa de servicio de consultoría y comercialización de productos agrícola para bajo volumen de agua de la ciudad San Alberto, año 2022.

Objetivos específicos

Demostrar el valor actual neto determinado para la puesta en marcha de una empresa de servicio de consultoría y comercialización de productos agrícola para bajo volumen de agua de la ciudad San Alberto, año 2022.

Demostrar la tasa interna de retorno determinado para la puesta en marcha de una empresa de servicio de consultoría y comercialización de productos agrícola para bajo volumen de agua de la ciudad San Alberto, año 2022.

Demostrar el periodo de recuperación de capital de la puesta en marcha de una empresa de servicio de consultoría y comercialización de productos agrícola para bajo volumen de agua de la ciudad San Alberto, año 2022.

Demostrar la relación beneficio costo determinado para la puesta en marcha de una empresa de servicio de consultoría y comercialización de productos agrícola para bajo volumen de agua de la ciudad San Alberto, año 2022.

Justificación del Estudio

Se realiza los siguientes análisis económicos de manera sistemática y ordenada para poder diagnosticar, evaluar toda la información de carácter monetario, sin el presente estudio no se podría evaluar la rentabilidad del proyecto pudiendo así generar pérdidas económicas al inversionista.

Con los datos hallados se puede tomar una mejor decisión acerca del destino de los recursos disponibles y se puede demostrar los posibles resultados a ser obtenidos con el presente proyecto de inversión.

Aspecto Teórico

Estudio Económico. “El estudio económico deberá comprender todos aquellos datos que serán necesarios posteriormente para calcular los diferentes parámetros de la rentabilidad” (CATIE, 1986, p.23).

Valor Actual Neto (VAN). “Este indicador de evaluación permite Conocer el valor del dinero actual, que va a recibir en un proyecto futuro, a una tasa de interés y un período determinado, a fin de comparar este valor con la inversión inicial” (Hamilton y Pezo, 2005, p.172).

Tasa Interna de Retorno (TIR). “Se puede definir como la tasa interna de retorno como la tasa de interés que equilibra la inversión con sus ingresos y egresos en cualquier punto” (Carillo y Carillo, 2012, p 85).

Relación Beneficio – Costo (B/C). “Es un indicador que permite hallar la relación existente entre el valor actual de los flujos futuros y el valor actual de la inversión del proyecto. Si el resultado es mayor que uno, ello indica que es mayor al beneficio de la inversión” (Arroyo, Vásquez, 2017, p. 68).

Periodo de Recuperación de Capital (PRC). “Es el tiempo que toma recuperar el costo inicial de un proyecto de presupuesto de capital, sin considerar el valor del dinero en el tiempo” (Eremy, Finnerty y Stowe, 2000, p.313).

Punto de Equilibrio Económico (PE). “Representa el nivel de los ingresos por ventas que se debe realizar para que la empresa no obtenga utilidades ni pérdidas en su ejecución, es decir, que los montos de los ingresos se igualan a los costos en este periodo” (Koch, 2000, p. 119).

Punto de equilibrio contable. “Lo definimos como el nivel de ventas que hacen que la utilidad se cero; es decir, aquel nivel de ventas que cubre los costos fijos y variables, adicionando las depreciaciones, amortizaciones, provisiones, pago de impuestos y nivel mínimo de caja” (Tanaka, 2001, p.227).

Punto de equilibrio económico. “Representa el punto de partida para indicar cuantas unidades deben de venderse si una compañía opera sin pérdidas” (Aching, 2006, p.176).

Punto de equilibrio financiero. “Es el punto donde la contribución marginal por producto, cubre todos los costos fijos mas los gastos financieros y la utilidad antes del impuesto es igual a cero” (Lloyd, 2010, p.185).

Metodología

Decisión de aceptar o rechazar el proyecto aplicando las técnicas de evaluación de proyectos de inversión que se presentan a continuación:

Desarrollo Económico

Cálculo e Interpretación del Valor Actual Neto (VAN).

Tabla 46. Determinación del valor actual neto

CALCULO DEL VAN			
Tasa de Descuento		11,00%	
Año	Flujo Neto Actual	Factor de Descuento	Flujo Neto Actualizado
0	-418.639.000		-418.639.000
1	230.992.258	0,900900901	208.101.133
2	177.023.740	0,811622433	143.676.439
3	200.336.371	0,731191381	146.484.228
4	203.929.365	0,658730974	134.334.589
5	210.738.601	0,593451328	125.063.103
VAN 1 =			339.020.492
Factor de Descuento			
1			
$(1 + i)^n$			

El valor actual neto es el dinero que promete el proyecto a su fecha de elaboración y evaluación. Para el cálculo de la tasa de descuento se tiene en cuenta el promedio de los últimos cinco años de dos índices económicos, la tasa pasiva con un promedio de 7,928 y el promedio de inflación que es de 3,32, configurando así una tasa de descuento del 11% que fue utilizada para el cálculo de VAN. A una tasa de descuento del 11%, el proyecto arroja un valor actual neto de Gs. 339.020.492. Este valor se considera relevante para el proyecto, en vista que es positivo y arroja un monto importante.

Cálculo e Interpretación de la Tasa Interna de Retorno (TIR).

Tabla 47. Determinación de la tasa interna de retorno

CALCULO DEL TIR					
Tasa de Descuento		38,00%		43,00%	
Año	Flujo Neto Actual	Factor de Descuento	Flujo Neto Actualizado	Factor de Descuento	Flujo Neto Actualizado
0	-418.639.000		-418.639.000		-418.639.000
1	230.992.258	0,724637681	167.385.694	0,699300699	161.533.047

2	177.023.740	0,525099769	92.955.125	0,489021468	86.568.409
3	200.336.371	0,380507079	76.229.407	0,341973055	68.509.641
4	203.929.365	0,275729767	56.229.396	0,239141996	48.768.076
5	210.738.601	0,199804179	42.106.453	0,167232165	35.242.273
		VAN 1 =	16.267.076	VAN 2 =	-18.017.555
			+		-
			TIR =	$i1 + \frac{(i2 - i1) VAN1}{VAN1 + VAN2}$	
VAN	Valor Actual Neto				
TIR	Tasa Interna de Retorno				
i	tasa de descuento		TIR =	38,00%	813.354
					34.284.631
			TIR =	38,00%	2%
			TIR =	40,37%	

La TIR se entiende como la tasa máxima anual que puede pagar el proyecto, se considera cuando la tasa arroja un van igual a cero. Este porcentaje se compara con la tasa del mercado financiero y se toma la decisión que parezca más atractiva al inversionista.

En cuanto al valor relativo que arroja como resultado el proyecto, se tiene a la tasa interna de retorno, que en la tabla se muestra una tasa de 40.37%.

La tasa obtenida supera a la pasiva del mercado financiero, por lo que es un resultado favorable para el proyecto.

Cálculo e Interpretación de la Relación Beneficio Costo (B/C).

Tabla 48. Determinación de la relación beneficio costo

BENEFICIO COSTO ACTUALIZADO						
Tasa de Descuento		11,00%		11,00%		
Año	Ingreso	Factor de Descuento	Ingreso Actualizado	Egreso	Factor de Descuento	Egreso Actualizado
0						418.639.000
1	2.067.363.824	0,900900901	1.862.489.931	1.836.371.566	0,900900901	1.654.388.798
2	2.136.000.303	0,811622433	1.733.625.763	1.958.976.562	0,811622433	1.589.949.324
3	2.206.915.513	0,731191381	1.613.677.602	2.006.579.142	0,731191381	1.467.193.375
4	2.280.185.108	0,658730974	1.502.028.557	2.076.255.742	0,658730974	1.367.693.968
5	2.355.887.253	0,593451328	1.398.104.419	2.145.148.652	0,593451328	1.273.041.317
	BA		8.109.926.273	CA		7.770.905.781

VAN BA - CA

VAN 8.109.926.273 - 7.770.905.781

VAN	339.020.492
-----	-------------

B/C	$\frac{BA}{CA}$
-----	-----------------

B/C	$\frac{8.109.926.273}{7.770.905.781}$
-----	---------------------------------------

B/C	1,04
-----	------

La relación beneficio costo representa la proporción de utilidad por cada cantidad monetaria de costo. Su cálculo consiste en dividir la sumatoria de los ingresos actualizados y los egresos actualizados a la misma tasa de descuento del VAN, se considera favorable cuando resulta mayor que la unidad.

Para el cálculo de la tasa de descuento se tiene en cuenta el promedio de los últimos cinco años de dos índices económicos, la tasa pasiva con un promedio de 7,928 y el promedio de inflación que es de 3,32, configurando así una tasa de descuento del 11% que fue utilizada para el cálculo de VAN.

Este indicador revela que por cada guaraní destinado al proyecto se podrá obtener 1,04 G. El resultado es superior a la unidad, o sea, por cada G de costo se tiene un valor superior de 0,04 veces.

Cálculo e Interpretación del Periodo de Recuperación del Capital (PRC).

Tabla 49. Determinación del periodo de recuperación del capital

Período	Utilidad	Saldo de la Inversión Inicial
Año 0		-418.639.000
Año 1	178.805.411	-239.833.589
Año 2	185.073.164	-54.760.425
Año 3	200.706.010	145.945.585
Año 4	207.332.279	353.277.864
Año 5	214.144.960	567.422.824

PRC = $\frac{\text{Saldo de la Inversión Inicial}}{\text{Utilidad}}$ *Por regla de Tres Simple*

$$\text{PRC} = \frac{\text{Resultado del Año Siguiente}}{200.760.010} = \frac{54.760.425}{200.760.010} = 0,27$$

$$x = \frac{657.125.096}{200.760.010} = 3$$

PRC = 2 año/s
3 meses

El PCR evalúa el tiempo en años y meses que transcurre para que la empresa pueda recuperar la inversión inicial. Se puede notar en la tabla que el inversionista que apueste por este proyecto podrá recuperar su dinero en 2 años y 3 meses. El periodo es considerado relativamente corto, por lo que esta situación se considera muy favorable para la realización del proyecto.

Tabla 50. Determinación de punto de equilibrio

<i>Punto de Equilibrio en Guaraníes</i>					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	2.067.363.824	2.136.000.303	2.206.915.513	2.280.185.108	2.355.887.253
Costos y gastos variables	1.478.222.542	1.527.299.531	1.578.005.875	1.630.395.670	1.684.524.807
Margen de contribución	589.141.281	608.700.772	628.909.637	649.789.437	671.362.447
Costos y gastos fijos	358.149.023	431.677.031	428.573.267	445.860.072	460.623.846
Resultados	230.992.258	177.023.740	200.336.371	203.929.365	210.738.601
Mc %	28%	28%	28%	28%	28%
Punto de equilibrio financiero	1.256.785.695	1.514.803.846	1.503.912.382	1.564.573.750	1.616.381.512

$$\text{Punto de Equilibrio Financiero (G)} = \frac{\text{Costos y Gastos Fijos G}}{MC \%}$$

El equilibrio contable es cuando la empresa cubre sus costos y gastos con un cierto monto de venta, este indicador posibilita a la organización predisponer sus metas por encima del punto de equilibrio. Este equilibrio se logra exclusivamente con la aplicación del principio de lo devengado. En este sentido, el nivel de facturación que la empresa deberá lograr para que pueda cubrir sus costos y gastos se encuentra entre Gs. 1.256.785.695 a 1.616.381.512.

Conclusión del Estudio

Al analizar los análisis del estudio económico se determina un valor actual neto de Gs. 339.020.492. a una tasa de descuento del 11%, demostrando así que la empresa obtendrá esta cifra monetaria una vez descontado todos sus costos y gastos, este valor se considera relevante para el proyecto, en vista que es positivo y arroja un monto importante.

Por otro lado, teniendo en cuenta el resultado determinado de la tasa interna de retorno, configura una tasa de 40.37% lo que representa la tasa máxima que puede generar este proyecto de inversión que comparando con la tasa pasiva bancaria resulta muy positiva para el inversionista.

Una vez realizado las inversiones necesarias para la puesta en marcha de la empresa de servicios consultoría y comercialización de productos agrícolas se podrá recuperar el capital invertido en un tiempo de 2 años y 3 meses y el restante tiempo de vida de proyecto configura recursos por encima del capital recuperado. El periodo es considerado relativamente corto, por lo que esta situación se considera muy favorable para la realización del proyecto.

Por último, al observar los resultados determinados con el análisis de beneficio costo se demuestra que por cada guaraní destinado al proyecto se podrá obtener 1,04 guaraníes. El resultado es superior a la unidad, o sea, por cada un guaraní invertido se tiene un valor superior de 0,04.

CONCLUSIÓN

Al concluir el trabajo de investigación, se presentan los resultados a las preguntas formuladas inicialmente.

Al primero objetivo general, se responde que existe la viabilidad de la apertura de este tipo de empresa.

El primer objetivo específico, se observa que la demanda del servicio de consultoría y comercialización de productos agrícolas es muy favorable ya que el 73% con un grado de insatisfacción del 68% de los servicios recibidos, la demanda de productos agrícolas los resultados fueron que el 85% de los productores afirma que utilizan productos en cada una de sus plantaciones, el 94% de los productores afirma que utilizan el producto a cada 3 años. En cuanto a la oferta, la competencia que viene supliendo el 54% de la demanda de los servicios de consultoría de tierra, pero expresaron un grado de insatisfacción, de esta manera se ve la posibilidad de atraer a estos clientes insatisfechos. Por otra parte, la competencia de comercialización de este tipo de productos es alta pero aun así no llega a abastecer toda la demanda de los productos en la zona estudiada.

El segundo objetivo específico, se determina que la empresa estará ubicada en el centro de San Alberto, contando con un local alquilado de 10 x 7 metros, con espacios que serán utilizados como sala del gerente, depósito de muestras y equipamientos, un almacenaje del stock, un baño para uso de los y el restante del local será para la sala de espera y oficina de los agrónomos. En cuanto a los equipamientos, el local comercial estará totalmente amoblado con los muebles de oficina para el uso de los funcionarios y contará con los equipamientos necesarios para la extracción de las muestras y almacenamiento de las mismas. El organigrama es de tipo vertical que está estructurado por los puestos que ocupan los sectores administrativos y operativos de la empresa, conformado por: un gerente, una secretaria y dos agrónomos. Para la constitución y realización de las actividades de la empresa se basan en el Código Civil Paraguayo y en la Ley 1034/83, En cuanto a lo tributario se deben regir por la Ley 6380/19, el Decreto 3182/19 y el Decreto 3107/19 que expresa todas las particularidades de la

liquidación de impuesto, ya sea del IVA general, así como el IRE General, por otra parte se utiliza el Decreto- Ley 1860/50 y código laboral de la Ley 213/93 para las contrataciones ,remuneraciones, vacaciones, beneficios y obligaciones que se deben cumplir con los trabajadores.

El tercero objetivo, demuestra que para la realización del proyecto será necesario una inversión financiera de Gs. 418.639.000, lo cual será en su totalidad con un financiamiento propio del propietario de la empresa, destinando un presupuesto mensual de Gs. 16.602.833, en los cuales configuran los sueldos pagados, el aguinaldo y el aporte patronal, así como establece el código laboral paraguayo.

Al analizar el índice de solvencia, se puede ver que la empresa posee solamente el 0,04% del activo comprometido. En relación a la rotación del activo fijo, la empresa está vendiendo 14.73 veces más del valor invertido en el activo fijo y 3.02 veces más que lo invertido en el activo total de la empresa, con lo que la empresa tendría suficiente movilidad económica.

El cuarto objetivo, demuestra un valor actual neto de Gs. 339.020.492. a una tasa de descuento del 11%, por otro lado, de la tasa interna de retorno, configura una tasa de 40.37% lo que representa la tasa máxima que puede generar este proyecto de inversión que comparando con la tasa pasiva bancaria resulta muy positiva para el inversionista, pudiendo recuperar el capital invertido en un tiempo de 2 años y 3 meses y obteniendo un beneficio costo de 1,04 guaraníes, o sea, por cada un guaraní invertido se tiene un valor superior de 0,04.

Con esto se dan por satisfechas todas las cuestiones planteadas en el proyecto.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Aching Guzmán, C. (2006). *Matemáticas financieras para toma de decisiones empresariales*. Lima, Perú: Serie Pymes.
- Aching Guzmán, C. y Aching Samatelo, J. L. (2006). *Ratios Financieros Y Matemáticas de la Mercadotecnia*. España: Juan Carlos Martínez Coll.
- Augusto Bernal Torres, C. (2006). *Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Naucalpan, México: Pearson Educación.
- Cabrera, F. (2004). *Evaluación participativa: Concepto y fases de desarrollo, la acción social: cuadernos de formación. Temas generales*. Barcelona, España: Cáritas Española.
- Campoy, D. M. (2010). *Cómo gestionar y planificar un proyecto en la empresa*. España: Ideas propias Editorial S.L.
- Caso Neira, A (2006). *Técnicas de medición de trabajo*. Madrid, España: FC editorial.
- Castells Artal, M. (2007). *Organización del departamento de ventas y gestión de vendedores*. Madrid, España: ESIC Editorial.
- Castells Artal, M. (2007). *Organización del departamento de ventas y gestión de vendedores*. Madrid, España: ESIC Editorial.
- Centro Agronómico Tropical de investigación y enseñanza (1986). *Fundamento del manejo de cuencas*. Peten, Guatemala: Bib Orton.
- Compañía administradora de guanos. (1932). *Boletín Volumen 8*. Universidad de California.
- Dale Lloyd, J. (2010). *Proyectos políticos, revueltas populares y represión oficial en México*. Ciudad de México, México: Universidad Iberoamericana.
- Decreto que Reglamenta el Impuesto a la renta empresarial N° 3182/2019, Congreso de la Nación Paraguaya (2019).

Decreto que Reglamenta el Impuesto al valor agregado N° 3107/2019, Congreso de la Nación Paraguay (2019).

Díaz Narváez, V. P. (2009). *Metodología de la investigación científica y bioestadística: para médicos, odontólogos y estudiantes de ciencias de la salud*. Provincia de Santiago, Chile: RIL Editores.

Duarte Schlageter, J. y Fernández Alonso, L. (2005). *Finanzas operativas, un coloquio*. México: Herberto Ruz.

Estallo Gil Ángeles, M. y Fuente Guiner, F. (2007). *Como crear y hacer funcionar una empresa*. Bogotá, Colombia: ESIC Editorial.

Faga, A. H. (2006). *Cómo profundizar en el análisis de sus costos para tomar mejores decisiones*. Argentina: Ediciones Granica S.A.

Fernández Espinoza, S. (2007). *Los proyectos de inversión: evaluación financiera*. Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica.

Fuentelsaz Gallego, C. Icart Isern, M. T. y Pulpón Segura, A. M. (2006). *Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesina*. Barcelona, España: Edicions Universitat Barcelona.

Gálvez Pulido, A. (2015). *Cuentas contables y financieras en restauración*. España: Editorial Elearning S.L.

Garces Montalvan, C. (1999). *Los recursos humanos para la pequeña y mediana empresa*. Ciudad de México, México: Universidad Iberoamericana.

Gómez, M. M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Córdoba Rep. Argentina, Argentina: Editorial Brujas.

Gutiérrez Navarro, C. (2014). *Como aprovechar las ideas creativas en el mundo empresarial*. Madrid, España: ESIC Editorial.

Hamilton Wilson, M. (2005). *Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados*. Colombia: Convenio Andrés Bello.

Hernández Orozco, C. (2007). *Análisis administrativo. Técnicas y métodos*. Costa Rica: EUNED.

Herrero Palomo, J. (2001). *Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa*. España: Editorial Paraninfo.

Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social (2001). *Guía para representación de proyectos*. Madrid, España: Siglo XXI.

Ley de Creación del Instituto de Previsión Social N° 1860/1950, Congreso de la Nación Paraguaya (1950).

Ley de Modernización y Simplificación Tributaria N° 6380/2019, Congreso de la Nación Paraguaya (2019).

Ley del Comerciante N° 1034/1983. Congreso de la Nación Paraguaya (1983).

Ley que Establece el Código del trabajo N° 213/1993, Congreso de la Nación Paraguaya (1993).

Ley que Establece el régimen tributario para las municipalidades de 1, 2, 3 categoría N° 620/1976, Congreso de la Nación Paraguaya (1976).

Ley que establece el Registro Único de Contribuyentes N° 1352/1988, Congreso de la Nación Paraguaya (1988).

López, M. D. González de la Cuesta, M. y Muñoz Torres, M. J. (2010). *Fundamentos de economía, empresa, derecho, administración y metodología de la investigación aplicada a la RSC colección sostenibilidad y responsabilidad social corporativa*. España: Netbiblo.

Martínez, P. D y Gutiérrez Milla, A. (2005). *La elaboración de un plan estratégico y su implantación a través del cuadro de mando integral*. Madrid, España: Ediciones Diaz de santos.

Muñiz, L. y Muñiz González, L. (2009). *Control presupuestario*. Barcelona, España: Profit editorial.

- Murguía Alonso, E.G. y Ocegueda Melgoza, V. (2006). *Teoría de las organizaciones*. Ciudad de México, México: Ediciones Umbral.
- Nicolas, P. (2009). *Costes para la dirección de empresas*. Barcelona, España: Univ. Autónoma de Barcelona.
- Nuila de Mejía, J. A. y Aguirre Castro, C. A. (2003). *Instituto Interamericano de Cooperación Para la Agricultura*. Venezuela: IICA Biblioteca Venezuela.
- Parkin, M., Esquivel, G y Muños, M. (2007). *Macroeconomía Versión Latinoamérica*. Guadalajara, México: Pearson Educación/
- Pérez, L. E. (1993). *Un Método Eficaz Para el Análisis Financiero de Pequeños y Medianos Proyectos de Inversión*. San José, Costa Rica: IICA Biblioteca Venezuela.
- Ramírez, E. (2004). *Proyectos de inversión competitivos. Formulación y evaluación de proyectos de inversión con visión emprendedora estratégica*. Palmira, Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- Resolución que actualiza la normativa para el control de los fertilizantes, biofertilizantes, inoculantes y enmiendas de uso agrícola N° 564/2010, Congreso de la Nación Paraguaya (2010).
- Rojas Medina, R. (2007). *Sistemas de costos: un proceso para su implementación*. Bogotá, Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- Samuelson, P. A. y Nordhaus, W. D. (2010). *Economía con aplicaciones a Latinoamérica*. Ciudad de México, México: Editor sponsor.
- Servicio de Minas del Estado, Departamento de Producción, Servicio Nacional de Geología y Minería (2012). *Anuario de la minería de Chile*. Providencia, Chile: El Servicio.
- Tanaka Nakasone, G. (2001). *Análisis de Estados Financieros Para la Toma de Decisiones*. Lima, Perú: Fondo Editorial PUCP.

Toral Gutiérrez, C. y Preciado Cisneros, M. (1985). *Curso de Matemáticas*.
México: Editorial Progreso.

Villarreal Morales, J. (2000). *Cucunubá: modelo para un desarrollo sostenible*.
Bogotá, Colombia: Universidad de Bogotá.

Vivanco, M. (2005). *Muestreo Estadístico. Diseño Y Aplicaciones*. Santiago,
Chile: Editorial Universitaria.

