

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE
PRENDAS DE VESTIR PARA MADRES GESTANTES Y LACTANTES EN
LA CIUDAD DE DR. JUAN EULOGIO ESTIGARRIBIA, AÑO 2022.**

Luz Erika Franco Ruiz

Vanessa Antonia González Ramírez

Tutor: Lic. José D. Ramírez Román

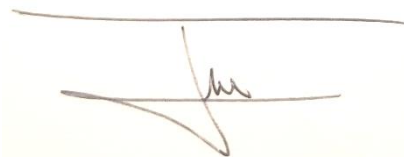
Proyecto presentado en la Universidad Tecnológica Intercontinental como requisito parcial para obtención del título de Licenciado en Ciencias Contables.

Dr. J. E. Estigarribia, 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 “**Creación de una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la Ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022**”, elaborado por las alumnas **Luz Erika Franco Ruiz y Vanessa Antonia González Ramírez** 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 Dr. Juan Eulogio Estigarribia, 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 highlight.

.....
Lic. José D. Ramírez Román.

Dedico este trabajo a:

A Dios por darme fortaleza de seguir adelante, mis Padres, a mi esposo y familia por su apoyo y acompañamiento constante para el logro de este proyecto. Por enseñarme el valor del estudio.

Luz Erika Franco Ruiz

Dedico a:

Mis padres y hermanos, quienes han sido mi apoyo incondicional a lo largo de toda mi carrera universitaria.

Vanessa Antonia González Ramírez

Agradecemos a:

A Dios, por permitirnos culminar el estudio con éxito, por el amor y la magnificencia con que se relaciona con nosotros.

A nuestros padres y hermanos por todo el amor y la dedicación con la que nos enseñaron a tener fe, a vivir y luchar por superarnos día tras día.

TABLA DE CONTENIDO

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR.....	II
PORTADA.....	1
RESUMEN.....	2
MARCO INTRODUCTORIO	3
INTRODUCCIÓN.....	3
TEMA DE INVESTIGACIÓN	5
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	6
PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	6
OBJETIVO GENERAL	7
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	7
JUSTIFICACIÓN	7
LÍMITES Y ALCANCE.....	9
<i>Ámbito epistemológico.....</i>	<i>9</i>
<i>Espacio geográfico.....</i>	<i>9</i>
<i>Tiempo de aplicación.....</i>	<i>9</i>
ESTUDIO DE MERCADO	10
INTRODUCCIÓN.....	10
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	11
PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	11
OBJETIVOS GENERALES	12
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	12
JUSTIFICACIÓN	12
ASPECTO TEÓRICO	13
<i>Antecedentes del Proyecto</i>	<i>13</i>
DEFINICIÓN	14
<i>Estudio de Mercado</i>	<i>14</i>
<i>El Producto</i>	<i>14</i>
<i>Demanda</i>	<i>14</i>
Demanda satisfecha.....	14
Demanda insatisfecha.....	14
Demanda insatisfecha.....	14
Mercado meta.....	14
Mercado de Competencia Perfecta.....	14
<i>Oferta</i>	<i>15</i>
Oferta oligopólica.....	15
Oferta monopólica.....	15
<i>Precio</i>	<i>15</i>
Precios de demanda.....	15
Precio de oferta	15
Precio de mercado	15
<i>Comercialización</i>	<i>15</i>
Canales de comercialización	16

Canales audiovisuales	16
Canales electrónicos.....	16
Estrategias de marketing.....	16
METODOLOGÍA.....	17
<i>Tipo de Investigación</i>	17
<i>Nivel de Conocimiento</i>	17
<i>Diseño de la Investigación</i>	17
<i>Población</i>	18
Muestra.....	19
Muestra probabilística aleatoria simple.....	21
Técnicas de muestreo	21
<i>Técnicas e instrumentos de recolección de datos</i>	22
<i>Técnicas de procesamiento y análisis de da</i>	22
Estadística para el análisis de datos	22
Estadística descriptiva.....	23
Representación gráfica de los datos	23
<i>Consideraciones éticas</i>	24
SITUACIÓN ECONÓMICA.....	24
<i>Inflación</i>	24
<i>Salarios</i>	26
<i>Producto Interno Bruto (PIB</i>	27
<i>Tasas Pasivas</i>	28
RESULTADO DEL ESTUDIO DE MERCADO	30
<i>Análisis de la Demanda</i>	30
<i>Análisis de la Oferta</i>	34
<i>Análisis del Precio</i>	38
<i>Análisis de la Comercialización</i>	40
CONCLUSIÓN	45
ESTUDIO TÉCNICO	47
INTRODUCCIÓN.....	47
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	47
PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	47
OBJETIVO ESPECIFICO.....	48
JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO	48
ASPECTO TEÓRICO	49
<i>Estudio Técnico</i>	49
<i>Empresa</i>	49
Clasificación de Empresa.....	50
Tipos de empresas	53
<i>Estructura Organizacional:</i>	56
Organigrama.....	56
Manual de Funciones	56
Misión	56
Visión.....	56
Diagrama de flujo de procesos.....	56
<i>Proyecto de Inversión</i>	57
Tipos de Proyectos	58

<i>Aspectos Legales</i>	59
Leyes	59
<i>Términos</i>	62
Rentabilidad	62
Factibilidad.....	62
Viabilidad.....	62
METODOLOGÍA.....	62
DESARROLLO TÉCNICO	63
<i>Definición del Negocio:</i>	63
<i>Logo Tipo de la Empresa</i>	64
<i>Organización de la empresa.</i>	65
Forma jurídica	65
Visión:	65
Misión	65
Análisis FODA.....	65
Objetivos Estratégicos.....	66
Organigrama.....	67
Cuadro Personal	68
Descripción de funciones.	68
<i>Localización de la Empresa.</i>	71
Obras físicas y equipamiento	72
Provisión de mercaderías	73
Proceso de compra y venta.....	74
DECISIONES SOBRE EL PRODUCTO.....	75
COMPROMISOS SOCIALES Y LEGALES.	80
<i>Requisitos para la Apertura y Formalización de Empresas</i>	80
Forma Legal	80
Aspectos Impositivo:.....	80
Aspectos Jurídicos:.....	82
Aspecto Laboral:	82
Propiedad Intelectual:.....	82
CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO	86
ESTUDIO FINANCIERO	87
INTRODUCCIÓN.....	87
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	87
PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	87
OBJETIVO GENERAL	88
OBJETIVO ESPECIFICO.....	88
JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO	88
ASPECTO TEÓRICO	89
<i>Estudio Financiero</i>	89
Fuentes de Financiación	89
Financiación propia.	90
Financiación Ajena o Externa	90
Inversión.....	91
Inversión inicial.....	91
<i>Presupuesto</i>	91

Presupuesto de recursos humanos o de personal.....	91
Presupuesto de gasto de funcionamiento	92
Presupuesto de compras	92
Presupuesto de ventas	92
<i>Contabilidad</i>	92
<i>Balance General</i>	92
<i>Estado de Resultados</i>	93
<i>Flujo de Caja</i>	93
<i>Análisis Financiero</i>	93
Ratios Financieros.....	93
Ratios de Liquidez.....	93
Ratios de Solvencias	94
Ratios de Rentabilidad	95
Ratios de Gestión	96
METODOLOGÍA.....	97
DESARROLLO FINANCIERO.....	97
<i>Evaluación Financiera</i>	108
Utiliza índices o ratios.....	108
CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO.....	112
ESTUDIO ECONÓMICO.....	113
INTRODUCCIÓN.....	113
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	113
PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	113
OBJETIVO GENERAL	114
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	114
JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO	115
ASPECTO TEÓRICO	116
<i>Estudio Económico</i>	116
<i>Valor Actual Neto (VAN)</i>	116
<i>Tasa Interna de Retorno (TIR)</i>	117
<i>Relación Beneficio – Costo (B/C)</i>	117
<i>Periodo de Recuperación de Capital (PRC)</i>	118
<i>Punto de Equilibrio (PE)</i>	118
Punto equilibrio económico	119
Punto equilibrio financiero.....	119
METODOLOGÍA.....	120
DESARROLLO ECONÓMICO	120
CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO.....	125
CONCLUSIÓN.....	126
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	128
APÉNDICES.....	131
APÉNDICE 1. NOTA DE RESPUESTAS DE HOSPITALES	131
APÉNDICE 2. NOTA DE RESPUESTAS DE HOSPITALES	132
APÉNDICE 3. NOTA DE RESPUESTAS DE HOSPITALES	135
APÉNDICE 4. CUESTIONARIO PARA LAS MADRES GESTANTES Y LACTANTES.	139

LISTA DE TABLAS

TABLA 2. INFLACIÓN.....	25
TABLA 3. SALARIO	26
TABLA 4. HISTORIAL DEL PIB EN PARAGUAY.....	27
TABLA 5. PROMEDIO ANUAL DE TASAS.....	28
TABLA 6. EDAD COMPRENDIDA DEL ENCUESTADO.....	30
TABLA 7. MUJER EMBARAZADA O MADRE LACTANTE.....	31
TABLA 8. COMPRAS DE PRENDAS DE VESTIR EN LA ETAPA DE GESTACIÓN O LACTANCIA.....	31
TABLA 9. FRECUENCIA DE COMPRA EN ESTA ETAPA	32
TABLA 10. TIPO DE PRENDAS DE VESTIR DE MAYOR PREFERENCIA.....	33
TABLA 11. LUGAR DE ADQUISICIÓN DE LAS PRENDAS DE VESTIR.....	34
TABLA 12. SATISFACCIÓN DE LA ATENCIÓN RECIBIDA	34
TABLA 13. ASPECTOS A MEJORAR PARA UNA BUENA ATENCIÓN.....	35
TABLA 14. SATISFACCIÓN POR LAS PRENDAS ADQUIRIDAS.....	36
TABLA 15. LA RAZÓN DE INSATISFACCIÓN POR LAS PRENDAS ADQUIRIDAS	36
TABLA 16. ATRIBUTOS QUE BUSCA AL VESTIR	37
TABLA 17. RANGO DE PRECIOS QUE SE PAGA NORMALMENTE POR LAS PRENDAS DE VESTIR	38
TABLA 18. RECIBIR DESCUENTOS ESPECIALES	39
TABLA 19. FORMA DE PAGO QUE UTILIZA AL REALIZAR LA COMPRA.....	40
TABLA 20. MEDIO MÁS ÁGIL AL REALIZAR LAS COMPRAS.....	40
TABLA 21. SISTEMA DE PAGO PARA LA COMPRA DEL PRODUCTO ESCOGIDO	41
TABLA 22. MEDIO DE INFORMACIÓN.....	42
TABLA 23. CONOCIMIENTO DE TIENDAS ESPECIALIZADAS EN PRENDAS DE VESTIR PARA MUJERES EMBARAZADAS Y MADRES LACTANTES EN LA CIUDAD	42
TABLA 24. HABILITACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE PRENDAS DE VESTIR PARA MADRES GESTANTES Y LACTANTES	43
TABLA 25. NOMBRE DEL NEGOCIO.....	63
TABLA 26. ANÁLISIS FODA	65
TABLA 27. PLANILLA DEL PERSONAL	68
TABLA 28. FUNCIONES DE LA GERENTE GENERAL.....	68
TABLA 29. FUNCIONES DE LA CAJERA	69
TABLA 30. FUNCIONES DE LA VENDEDORA.....	70

TABLA 31. LISTADO DE INVERSIÓN FÍSICA	72
TABLA 32. LÍNEA DE PRENDAS CASUALES	77
TABLA 33. LÍNEA DE PRENDAS DEPORTIVAS	78
TABLA 34. LÍNEA DE PRENDAS EJECUTIVAS	79
TABLA 35. INVERSIÓN INICIAL.....	97
TABLA 36. CAPITAL OPERATIVO.....	98
TABLA 37. FUENTE DE FINANCIAMIENTO	98
TABLA 38. PROYECCIONES FINANCIERAS. PRESUPUESTOS DE PERSONAL POR MES Y ANUAL, PROYECTADO A 5 AÑOS	98
TABLA 39. PRESUPUESTO DE GASTOS DE FUNCIONAMIENTO POR MES Y ANUAL, PROYECTADO A 5 AÑOS	99
TABLA 40. PRESUPUESTO DE COMPRAS POR MES Y ANUAL, PROYECTADO A 5 AÑOS.....	101
TABLA 41. INVENTARIO.....	101
TABLA 42. PRESUPUESTO DE VENTAS POR MES Y ANUAL, PROYECTADO A 5 AÑOS.....	102
TABLA 43. BASE DE PROYECCIONES DE VENTAS.....	102
TABLA 44. CUADRO DE INGRESOS Y EGRESOS O FLUJO DE CAJA POR MES Y ANUAL, PROYECTADO A 5 AÑOS.	103
TABLA 45. BALANCE GENERAL PROYECTADO A 5 AÑOS	104
TABLA 46. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO A 5 AÑOS.....	105
TABLA 47. CUADRO DE REVALÚO Y DEPRECIACIONES, PROYECTADO A 5 AÑOS	106
TABLA 48. LIQUIDACIÓN DEL IVA, PROYECTADO A 5 AÑOS.....	107
TABLA 49. RATIOS DE LIQUIDEZ.....	108
TABLA 50. RATIOS DE SOLVENCIA	109
TABLA 51. RATIOS DE RENTABILIDAD.....	110
TABLA 52. CÁLCULO E INTERPRETACIÓN DEL VALOR ACTUAL NETO (VAN)	120
TABLA 53. CÁLCULO E INTERPRETACIÓN DE LA TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	121
TABLA 54. CÁLCULO E INTERPRETACIÓN DE LA RELACIÓN BENEFICIO COSTO (B/C)	122
TABLA 55. CÁLCULO E INTERPRETACIÓN DEL PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL (PRC).....	123
TABLA 56. DETERMINACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LOS PUNTOS DE EQUILIBRIO	124

LISTAS DE FIGURAS

FIGURA 1. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE MUESTRA.....	20
FIGURA 2. INFLACIÓN	25
FIGURA 3. SALARIO	26
FIGURA 4. HISTORIAL DEL PIB EN PARAGUAY	27
FIGURA 5. TASA PASIVA.....	28
FIGURA 6. EDAD COMPRENDIDA DEL ENCUESTADO	30
FIGURA 7. MUJER EMBARAZADA O MADRE LACTANTE	31
FIGURA 8. COMPRAS DE PRENDAS DE VESTIR EN LA ETAPA DE GESTACIÓN O LACTANCIA.....	32
FIGURA 9. FRECUENCIA DE COMPRA EN ESTA ETAPA	32
FIGURA 10. TIPO DE PRENDAS DE VESTIR DE MAYOR PREFERENCIA	33
FIGURA 11. LUGAR DE ADQUISICIÓN DE LAS PRENDAS DE VESTIR	34
FIGURA 12. SATISFACCIÓN DE LA ATENCIÓN RECIBIDA	35
FIGURA 13. ASPECTOS A MEJORAR PARA UNA BUENA ATENCIÓN	35
FIGURA 14. SATISFACCIÓN POR LAS PRENDAS ADQUIRIDAS	36
FIGURA 15. LA RAZÓN DE INSATISFACCIÓN POR LAS PRENDAS ADQUIRIDAS	37
FIGURA 16. ATRIBUTOS QUE BUSCA AL VESTIR.....	37
FIGURA 17. RANGO DE PRECIOS QUE SE PAGA NORMALMENTE POR LAS PRENDAS DE VESTIR	38
FIGURA 18. RECIBIR DESCUENTOS ESPECIALES	39
FIGURA 19. FORMA DE PAGO QUE UTILIZA AL REALIZAR LA COMPRA	40
FIGURA 20. MEDIO MÁS ÁGIL AL REALIZAR LAS COMPRAS	41
FIGURA 21. SISTEMA DE PAGO PARA LA COMPRA DEL PRODUCTO ESCOGIDO ...	41
FIGURA 22. MEDIO DE INFORMACIÓN	42
FIGURA 23. CONOCIMIENTO DE TIENDAS ESPECIALIZADAS EN PRENDAS DE VESTIR PARA MUJERES EMBARAZADAS Y MADRES LACTANTES EN LA CIUDAD	43
FIGURA 24. HABILITACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE PRENDAS DE VESTIR PARA MADRES GESTANTES Y LACTANTES	44
FIGURA 25. LOGO Y ESLOGAN DE LA EMPRESA	64
FIGURA 26. ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA	67
FIGURA 27. MACRO LOCALIZACIÓN	71
FIGURA 28. MICROLOCALIZACIÓN	72

FIGURA 29. FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE COMPRAS	74
FIGURA 30. FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE VENTAS	75
FIGURA 31. PRENDAS CASUALES	76
FIGURA 32. PRENDAS DEPORTIVAS	78
FIGURA 33. PRENDAS EJECUTIVAS	79

**Creación de una empresa comercializadora de prendas de vestir para
madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio
Estigarribia, año 2022.**

Luz Erika Franco Ruiz

Vanessa Antonia González Ramírez

Universidad Tecnológica Intercontinental

Carrera de Licenciatura en Ciencias Contables, Dr. J. Eulogio Estigarribia

luzfranco.cc@gmail.com

vagr040699@gmail.com

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 rentable la creación de una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la Ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022? De aquí surgen las preguntas de investigación, el objetivo general y los objetivos específicos justificando la necesidad de las personas en la zona de contar con un negocio de este ramo, que ofrezca precio, calidad y seguridad al momento de la entrega de las prendas de vestir, además este proyecto ayudará a generar más empleos a la población de esta ciudad. La metodología de investigación, demuestra el avance con un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo, no experimental para lo cual se ha establecido la población 4.361 mujeres gestantes y lactantes, según resumen de consultas de hospitales de la zona consultadas y una muestra de 115 mujeres gestantes y lactantes, 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 recuperará su capital en cuatro años, con VAN de 47.440.430 y tasa de interés de retorno del 23.77%, y teniendo en cuenta que iniciará con un capital de 128.695.000. 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. Prendas de Vestir, Rentabilidad, Población, Resultados

Marco Introductorio

Introducción

Esta investigación se basa en la creación de una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, en donde surge la necesidad de atender un segmento que hasta ahora ha permanecido descuidado, ya que en la actualidad se posee mucha demanda de estas prendas por las exigencias de las futuras mamás.

El gran reto es la de poder abrir un local que ofrecerá la mejor calidad de prendas de vestir, enfocándose en el mercado, buscando ventajas en precios, ofreciendo una atención personalizada para poder satisfacer las necesidades de las madres sean estas gestantes o lactantes. Por ello, la idea del negocio es la de brindar un lugar en donde puedan encontrar todo lo que necesitan en esta etapa, con variedad de precios, modelos y marcas.

Por otro lado, en tiempos difíciles la idea emprendedora de una persona puede favorecer para que el mismo sea más llevadero. La situación mundial desbordada como consecuencia de la pandemia trajo consigo una serie de aprietos, no sólo sanitaria, sino además de problemas económicos, empresas que cerraron sus puertas y un aumento del desempleo. En contrapartida, una de las opciones válidas que podría llevarse a cabo es la creación de un negocio con iniciativas propias e innovadoras acordes al mundo globalizado en el cual vivimos.

La investigación se llevará a cabo en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, un lugar donde se potencia el progreso mediante el surgimiento de puestos laborales generados por las industrias asentadas en el lugar y en el casco urbano de la localidad. Para el efecto, se plantea el presente proyecto que busca concretar un plan de negocio para la creación de una tienda exclusiva para madres sean estas gestantes o lactantes, ofreciéndoles las tendencias actuales del mercado y que ellas se sientan cómodas, bellas y seguras de sí mismas que disfruten en esta hermosa etapa de sus vidas.

El material estructurado, como producto de la investigación se organiza metodológicamente en apartados bien identificados tales como: parte preliminar, introducción del proyecto, estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero, estudio económico y aspectos finales.

En la parte preliminar se expone la portada, constancia de aprobación del tutor, las listas de contenidos, tablas, figuras y abreviaturas, la portada interna y el resumen.

En la introducción del proyecto, se exponen las cuestiones generales de la investigación, planteamiento y formulación del problema, preguntas de investigación, objetivo general, objetivos específicos, como también la justificación y viabilidad de la investigación.

En el estudio del mercado, se desarrollan los aspectos concernientes a la investigación del mercado en los diferentes marcos: introductorio, teórico, metodológico y analítico. Se habla de demanda, oferta, precio y comercialización, que son los componentes principales del estudio de mercado.

El estudio técnico presenta explicaciones relacionadas a temas técnicos del proyecto, con los mismos requerimientos del estudio de mercado, con la introducción, aspecto teórico, metodológico y analítico del estudio técnico. En este apartado se habla fundamentalmente acerca de la localización, obras físicas, equipamiento, organización humana de la empresa y los aspectos legales.

En el estudio financiero de igual manera se desarrollan los apartados mencionados anteriormente, complementados con el análisis financiero mediante la confección de los presupuestos, estados contables y las ratios financieras.

Finalmente, el estudio económico demuestra de qué manera los índices de rentabilidad verifican las ventajas o desventajas de la implementación del proyecto en base a la interpretación de cada resultado. Se presentan los resultados del valor actual neto, la tasa interna de retorno, el periodo de recuperación de capital, la relación beneficio-costos y el punto de equilibrio.

La parte final del documento expone la conclusión general del proyecto, las fuentes de consultas que permitieron el análisis de la variable y el apéndice.

Tema de Investigación

Creación de una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022.

Planteamiento del Problema

Dr. Juan Eulogio Estigarribia en la actualidad es una ciudad que gira alrededor de negocios, la información y la tecnología. Cuenta con una gran diversidad cultural, la cual favorece el mercado, a través del cual hay un número de importantes emprendimientos destinados al comercio de diferentes ramos.

En la localidad se percibe la falta de tiendas exclusivas para las madres gestantes y lactantes, es por ello que se quiere aprovechar el mercado disponible, en cuanto a maternidad se refiere, donde puedan encontrar todo lo necesario para esta bella etapa y sentirse a gusto consigo mismas ya que ello influye en la autoestima de la misma y por ende en el bienestar del bebé que lleva en su vientre.

Teniendo en cuenta esta situación, se pretende satisfacer las necesidades de los clientes elaborando un proyecto de inversión para la creación de una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia.

Por otra parte, la ropa de maternidad es aquella que está específicamente diseñada para ser usada por mujeres embarazadas. Está diseñado con un corte suelto y cómodo que se expandirá a medida que crezca el vientre de la mujer. La mayoría de los diseños también incluyen elásticos, pestañas y otros métodos de expansión que permiten soltar camisas y pantalones. En un sentido más amplio, también incluye: la ropa interior (pantis y sujetadores), etc.

(<https://spiegato.com/es/que-es-la-ropa-de-maternidad>, consultado en fecha 22 de marzo del 2022).

En vista de la problemática, se plantea determinar la rentabilidad de este proyecto, 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.

La rentabilidad se refiere a “la capacidad o aptitud de la empresa de generar un excedente a partir de un conjunto de inversiones efectuadas” (Lizcano y Castelló, 2004, p. 10).

Formulación del Problema

¿Será rentable la creación de una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la Ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022?

Preguntas de Investigación

¿Cuál es el resultado del mercado para la creación de una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022?

¿Qué estructura técnica es conveniente para la creación de una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022?

¿Cuáles son los resultados financieros para la creación de una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022?

¿Cuál es el resultado económico para la creación de empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022?

Objetivo General

Determinar la rentabilidad de la creación de una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022.

Objetivos Específicos

Identificar el resultado del mercado para la creación de una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022.

Diseñar la estructura técnica conveniente para la creación de una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022.

Demstrar los resultados financieros para la creación de una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022

Exponer el resultado económico para la creación de una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022.

Justificación

A lo largo de los años se ha observado el cambio paulatino en cuanto al estilo de vida, actualmente se encuentran mujeres más independientes que valoran el ahorro de tiempo, disfrutan estar cómodas y a la moda. En el proceso del embarazo como así también en la etapa de lactancia, la vestimenta es un factor de preocupación constante ya que implica cambios físicos, ante esto, de igual forma desean realizar sus actividades con normalidad.

Es por este motivo que el proyecto es realizado, para presentar de forma estructurada los pasos a tener en cuenta para crear una empresa destinada a la comercialización de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes, en donde

puedan encontrar en una sola tienda todos los productos necesarios para esta etapa, que brinde una experiencia de compra única. Considerando que este ramo se enfoca en las mujeres embarazadas, madres lactantes y personas que estén involucradas en la maternidad, se pretende ofrecer un servicio basándose en el entendimiento hacia el cliente, proporcionando satisfacción y tranquilidad.

Por otra parte, es esencial mencionar que el material, como fuente de información, proveerá al lector especificaciones actualizadas para ampliar sus conocimientos en cuanto a la apertura de este tipo de empresa enfocada en la comercialización de ropas relacionada a la maternidad, la cual es un segmento exclusivo y un ramo poco explotado.

Teniendo en cuenta que es un proyecto no experimental, se busca ofrecer bases teóricas, datos e informaciones de manera a que esté lo más cercano a la realidad, de esta forma podrá servir a los estudiantes de distintas áreas que pretendan profundizar el tema, utilizándolo como base para futuras investigaciones.

Los resultados de esta investigación podrán solucionar la problemática relacionada a la rentabilidad de la creación de este tipo de empresa, en el caso de considerar ejecutar el proyecto. Asimismo, será de beneficio para la localidad como factor económico, en cuanto a la generación de recursos a una parte de la sociedad como así también beneficiará al municipio a través del pago de impuestos, patentes, entre otros.

Para la elaboración de este proyecto se requerirá de diversas fuentes confiables, las cuales por una parte se encuentran las bibliográficas, disponibles en la biblioteca virtual de la universidad, como así también la recolección de datos que podrán ser facilitados por la colaboración de personas con conocimientos en el área, todo esto con la finalidad de facilitar al usuario una información verosímil.

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 Inversión. Específicamente se centrará en el estudio de las características de la creación de una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022.

Espacio geográfico

La investigación situará geográficamente su estudio a instituciones ubicadas entre los límites de la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, Departamento de Caaguazú de la República del Paraguay.

Tiempo de aplicación

La investigación se aplicará en el año 2022.

Estudio de Mercado

Introducción

Uno de los aspectos más importantes en la elaboración de proyectos, es el análisis del mercado, llevado a cabo mediante la aplicación de instrumentos previamente confeccionados y mediante los cuales se recolectan datos útiles y relevantes para los fines de este proyecto, ya que, un conocimiento adecuado del mismo permite lograr una visión aproximada de la participación en las ventas del sector.

El estudio de mercado para este proyecto se estructura sobre la base de análisis enfocados a conocer el escenario futuro donde estará insertada la empresa. En el primer momento, se caracteriza el producto que se piensa ofertar al mercado atendiendo la realidad y el contexto del lugar.

El segundo análisis que corresponde a la situación económica, donde se determinan los indicadores económicos anuales registrados en el país como la inflación, producto interno bruto, tasa financiera pasiva y los reajustes del salario mínimo legal.

Por otro lado, en el análisis de la demanda, se busca evidenciar la existencia de la necesidad de comercializar prendas de vestir para madres gestantes y lactantes mediante la indagación a las personas indicadas durante la aplicación de los instrumentos de recolección de datos. En este sentido, se determinan los precios relativos del mercado, como también los hábitos de negociación presentes entre los protagonistas.

Además, con el análisis de la oferta, se procura identificar a los competidores existentes dentro del mercado y se evidencia en el caso de ausencia del mismo mediante la técnica de observación pertinente.

El problema principal de este proyecto de inversión es determinar la demanda de madres gestantes y lactantes, según los análisis del entorno se visualiza la necesidad de proyectar esta empresa dedicada a la Comercialización

de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, ya que este lugar no cuenta con una compañía similar que pueda satisfacer la necesidad existente. La demanda se visualiza en la cantidad de madres embarazadas y gestantes que existe.

En consecuencia, mediante este estudio se buscará solucionar el problema de la alta demanda de comercialización de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en vista de que no existe oferta de este rubro en la zona, por lo que la investigación de mercado podrá evidenciar el nivel de necesidad existente y la proyección en el tiempo.

Se entiende por estudio de mercado “la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización” (Baca, 2001, p. 7).

Formulación del Problema

¿Cuál es el resultado del mercado para la creación de una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022?

Preguntas de investigación

¿Cuál es el comportamiento de la demanda con relación a la comercialización de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022?

¿Cuál es la situación de la oferta para la comercialización de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022?

¿Cuál es el precio estimativo para la comercialización de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022?

¿Qué estrategias de comercialización se utiliza en el mercado para la comercialización de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022?

Objetivos Generales

Demostrar el resultado del mercado para la creación de una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022.

Objetivos Específicos

Conocer el comportamiento de la demanda con relación a la comercialización de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022.

Determinar la situación de la oferta para la comercialización de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022.

Analizar el precio estimativo para la comercialización de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022.

Demostrar las estrategias de comercialización que se utiliza en el mercado para la comercialización de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022.

Justificación

Este apartado se desarrolla con base en la problemática presentada, en donde mediante la misma se podrá desarrollar y analizar varios aspectos para comprender mejor el panorama comercial al que se enfrentará este proyecto de inversión que se pretende realizar en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, es

decir que, su importancia radica en la posibilidad de conocer el entorno en el cual se desarrollará para que se pueda realizar una planeación adecuada.

Esta investigación se realiza con el fin de obtener información real con respecto a la situación del mercado relacionado con la oferta, demanda, precio y la estrategia de comercialización. Se podrá plasmar los resultados de forma científica para poder justificar las tomas de decisiones, además, proporcionar al usuario de esta información enriquecer sus conocimientos acerca del funcionamiento del mercado en el caso de pretender llevar a cabo este tipo de empresa.

Asimismo, con los resultados se podrá responder al problema planteado. De la misma forma se podrá utilizar este proyecto como una fuente de información para aquellos estudiantes del área empresarial que deseen en un futuro profundizar este mismo tema para fines productivos.

Por lo tanto, este estudio es de suma relevancia en el ámbito social, siendo una herramienta clara para conocer la aceptación de este proyecto en la ciudad para llegar a financiar como modelo que contribuya a la satisfacción de las necesidades de las madres gestantes y lactantes de la localidad.

Aspecto Teórico

Antecedentes del Proyecto

Se tiene como antecedente el proyecto realizado con el título de “Comercialización de prendas de vestir para embarazadas”, la inscripción de tutoría fue el 20 de junio de 2012, como tutor la Lic. Alicia Giménez, de la sede Ñemby, Carrera de Ingeniería Comercial.

Además, otro proyecto con el título de “Comercialización de ropas para embarazadas”, con fecha 31 de marzo de 2016, el tutor fue el Mag. Lic. Alcides Sosa, desarrollado en la Sede de Coronel Oviedo, Carrera de Ingeniería Comercial.

Definición

Estudio de Mercado. “Se denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización” (Baca, 2013, p. 5).

El Producto. “Es la concretización del bien, cualquier cosa que pueda ofrecerse para satisfacer una necesidad o deseo. Abarca objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas” (Mejía, 2010, p. 56).

Demanda. “Es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o sus deseos, quienes, además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y lugar establecido” (Sapag, 2001, p. 26).

Demanda satisfecha. “Demanda satisfecha, en la que lo ofrecido al mercado es exactamente lo que éste requiere” (Baca, 2006, p. 18).

Demanda insatisfecha. “Demanda insatisfecha, en la que lo producido u ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado” (Baca, 2006, p. 18).

Demanda insatisfecha. “En la que lo producido u ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado” (Baca, 2006, p. 19).

Mercado meta. “La selección de un segmento de mercado distinto al cual dirigir una estrategia de mercadotecnia” (Schiffman y Lazar, 1991, p. 223).

Mercado de Competencia Perfecta. En este mercado, la competencia es tan intensa y las empresas se encuentran tan uniformemente divididas, que ningún vendedor o grupo de vendedores puede ejercer control alguno sobre el precio, es decir todos los tomadores de precios (Paul G. Keat, Philip K. Y. Young, 2011, p.399).

Oferta. “Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado” (Baca, 2013, p. 54).

Oferta oligopólica. “Esta situación se caracteriza porque el mercado se encuentra dominado por pocos productores” (Morales y Morales, 2009, p. 57).

Oferta monopolica. “En este caso existe un solo productor del bien o servicio que, por tal motivo, domina totalmente el mercado e impone calidad, precio y cantidad del producto o servicio que ofrece” (Morales y Morales, 2009, p. 57).

Precio. “Es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio” (Baca, 2013, p. 61).

En el análisis de precio, se puede presentar los siguientes tipos:

Precios de demanda. Es el precio máximo que el consumidor está dispuesto a pagar por el producto o servicio. La ley de la demanda manifiesta que la caída del precio de un bien o servicio aumenta la venta de este (Cf. Mankiw, 2012).

Precio de oferta. Es el precio por el cual un vendedor decidió vender un bien o servicio. La ley de la oferta refiere que mayores precios aumentan la cantidad ofrecida (Cf. Mankiw, 2012).

Precio de mercado. Es el precio real al que se puede vender o comprar un servicio o activo en un mercado abierto, en un momento determinado (Zikmund, 2002).

Comercialización. “Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar” (Baca, 2013, p. 64).

Canales de comercialización.

Canales audiovisuales. Son aquellos que combinan distintos medios: la televisión como medio divulgador-informador, el teléfono como medio de contacto con el comprador y una empresa de transporte para realizar el traslado físico de los productos. Un paradigma actual es Teletienda (ESIC Editorial, 2006).

La producción audiovisual es aquella producción de contenidos para medios de comunicación audiovisuales; especialmente el cine y la televisión; independientemente del soporte utilizado (film, vídeo, vídeo digital) y del género (ficción, documental, publicidad, entre otros (Martínez, 1997).

Canales electrónicos.

El atributo clave del canal electrónico es su capacidad para “empujar” información, Actualmente gran parte de lo que se dice acerca del comercio electrónico se refiere a suministrar información a los clientes, el canal electrónico no solo es un recurso para la comunicación con los clientes, sino que puede aportar a cada elemento de la cadena de valor, pueden tener una gran influencia sobre la innovación, demanda y la entrega. La empresa puede utilizar los canales electrónicos para mejorar y acelerar el proceso de desarrollo, también facilitar el traslado de conocimientos entre diferente parte de la organización (Steven Wheeler, 2005, p. 254).

Estrategias de marketing. La estrategia de marketing que será utilizada por la empresa es la segmentación, que implica decidir sobre cuáles de los segmentos en los que han clasificado el mercado va actuar la empresa, también la estrategia de posicionamiento que consiste en definir, en sentido global, cómo se pretende que se perciban los segmentos estratégicos decididos, esto quiere decir, con qué atributos que identifiquen en la mente del consumidor.

La estrategia de fidelización en donde la empresa se haya fijado objetivos de fidelización de clientes será relevante analizar las opciones que se le plantean para conseguirlos y elegir la estrategia más idónea.

Metodología

Tipo de Investigación. La investigación corresponde al tipo “cuantitativo”, en donde se desarrolla más directamente en la tarea de “verificar y comprobar teorías por medio de estudios muestrales representativos. Aplica los test y medidas objetivas, utilizando instrumentos sometidos a pruebas de validación y confiabilidad. Utiliza las técnicas estadísticas en el análisis de datos y generaliza los resultados” (Barrantes Echavarría, 2002, pp. 70-71).

Nivel de Conocimiento. El nivel de conocimiento es el “descriptivo”, Hernández Sampieri (2014) mencionan que;

Se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren (p. 92).

Diseño de la Investigación. El diseño es el “no experimental”, Morlote Samperio & Celiseo Santamaría (2004) expresan que;

Investigan variables y sus relaciones que existen en las unidades de estudio, independientemente de la intervención del investigador; a menudo por correlación de variables o por la investigación de las diferencias entre grupos. Cualquiera de estos estudios puede utilizarse para probar hipótesis y, en consecuencia, sostener teorías. Los diseños no experimentales se basan más en la observación que en la manipulación intencionada de variables (p. 83).

Población. La población o universo “es el conjunto de objetos, sujetos o unidades que comparten la característica que se estudia y a la que se pueden generalizar los hallazgos encontrados en la muestra (elementos del universo seleccionados) para ser sometidos a la observación” (Monje Álvarez, 2011, p. 25).

La población identificada para esta investigación, está conformada por 4.361 mujeres gestantes y lactantes, de 18 a 50 años, que corresponde a una edad económicamente activa, estos datos corresponden al promedio obtenido del año 2021 según estadísticas proveídas por el Sanatorio Luz y Vida, el Sanatorio del Dr. Jorge Derlis Zárate Guerrero y del Hospital Básico Divino Niño Jesús, las cuales están ubicadas en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, en cuyo lugar acuden mujeres gestantes para las consultas, así como para el parto. Se puede identificar dos poblaciones objetos de estudio, la cual está formada por una parte por las madres gestantes, en donde para su identificación se solicitó los datos de las consultas realizadas en el año mencionado, por otra parte, para las madres lactantes se requirió a las instituciones los partos realizados ya que luego de esta etapa se procede al periodo de lactancia.

Por consiguiente, es de real interés resaltar que; de acuerdo a los datos proveídos por el Sanatorio Luz y Vida, los partos registrados en el año 2021 son de 182 (ciento ochenta y dos), esta cifra es utilizada para la población de madres lactantes, la cual puede ser observada en el apéndice 1.

Según el informe del Sanatorio del Dr. Jorge Derlis Zárate Guerrero, para la población de madres lactantes se registró en el año 2021 una cantidad de 147 partos, para el caso de las madres gestantes los datos están distribuidos en tres trimestres de acuerdo a las semanas de gestación, no obstante, se utilizó solamente del primer trimestre ya que en la observación menciona que las consultas prenatales se incluyen las que siguen tratamiento permanente en este servicio, en donde la cifra es de 355 (trescientos cincuenta y cinco), a esto se le suma las consultas gestantes ocasionales de los tres trimestres, que corresponden a aquellas mujeres que no siguen tratamiento en ese servicio y que de manera ocasional realizaron las consultas independiente a su estado de gestación, la cifra es de 207

(doscientos siete) consultas, sumando las dos cantidades, en total son 562 (quinientos sesenta y dos), estos datos se encuentran detallados en el apéndice 2.

Por otro lado, el informe del Hospital Básico Divino Niño Jesús nos muestra que en el año 2021 se registraron 304 (trescientos cuatro) partos, que corresponde a la población de las madres lactantes. Así también, se realizaron 3166 (tres mil ciento sesenta y seis) consultas, todas las cifras totales se encuentran fraccionados por meses y puede ser observada en el apéndice 3. Así pues, integrando los datos obtenidos de los tres establecimientos, la población para las madres lactantes (partos) son de 633 (seiscientos treinta y tres) y para las madres gestantes (consultas) son de 3.728, totalizando de esta manera a una población de 4.361 (cuatro mil trescientos sesenta y uno).

Tabla 1. *Detalle de Población*

	<i>Sanatorio Luz Y Vida</i>	<i>Sanatorio Zárate</i>	<i>Hospital Divino Niño Jesús</i>	<i>Población Objeto de Estudio</i>
<i>Lactante - Parto</i>	182	147	304	633
<i>Embarazada- Prenatal</i>	-	562	3.166	3.728
			Total	4.361

Revisar Apéndice 1, 2 y 3

Muestra. Se define como el “conjunto de objetos y sujetos procedentes de una población; es decir un subgrupo de la población, cuando esta es definida como un conjunto de elementos que cumplen con unas determinadas especificaciones” (Monje Álvarez, 201, p. 123).

Para determinar la muestra se tiene en cuenta la siguiente fórmula y los datos correspondientes:

Figura 1. Determinación del tamaño 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 estándar de la población

Z = Valor mediante nivel de confianza:

95%

99%

e = Limite aceptable de error muestral:

1%

9%

$$n = \frac{4361 \quad 0,25 \quad 3,8416}{4360 \quad 0,0081 + \quad 0,25 \quad 3,8416}$$

$$n = \frac{4188,3044}{35,316 + \quad 0,9604}$$

$$n = \frac{4.188}{36,2764}$$

n =	115
------------	-----

El resultado obtenido es de 115 mujeres gestantes y lactantes de la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, población económicamente activa, proveniente de la población total de 4.361 mujeres, con un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%.

El sistema de muestreo utilizado es el aleatorio simple ya que todos los individuos poseen la misma probabilidad de ser elegidos, además porque esta información se puede obtener de fuentes de datos secundarios facilitados por los diferentes organismos, en donde se proyecta una información dirigida hacia una población muy específica, con determinadas características y puesto que la población determinada es muy grande.

Muestra probabilística aleatoria simple. La investigación aplica este tipo de muestra, Flames González (2012) enuncia que;

Aquella donde todos los integrantes de la población tienen la misma posibilidad de ser parte de la muestra. Puede ser con reemplazamiento cuando se devuelve a la población la persona seleccionada y sin reemplazamiento cuando la persona seleccionada no es incorporada nuevamente a la población. Esta muestra se selecciona al azar mediante sorteos o utilizando una tabla de números aleatorios (p. 25).

Técnicas de muestreo. Como expresa Monje Álvarez (2011);

Las muestras pueden ser probabilísticas y no probabilísticas. En las primeras los elementos tienen la misma probabilidad de ser escogidos, se hace una selección al azar o aleatoria de los elementos o unidades de muestreo.

En las muestras no probabilísticas la selección no depende del azar, los elementos se escogen de acuerdo a unas características definidas por el investigador o la investigación, es decir depende de decisiones de personas por lo tanto suelen estar sesgadas (p. 125).

Técnicas e instrumentos de recolección de datos. Con respecto a este punto, Monje Álvarez (2011) menciona que;

Los métodos de recolección estructurada por lo general reúnen información que se cuantifica con mayor facilidad, aunque también se puede cuantificar la información no estructurada.

La entrevista estructurada: Es un método diseñado para obtener respuestas verbales a situaciones directas o telefónicas, entre el entrevistador y el encuestado. Es la que emplea un cuestionario (o guion de entrevista) con el objeto de asegurarse que a todos los encuestados se les hacen las preguntas de manera estandarizada, esto es, de igual modo y en el mismo orden. El contenido exacto de cada pregunta se especifica de antemano y estas deben ser presentadas en la misma forma a cada entrevistado.

Cuestionario: Es un formato resuelto en forma escrita por los propios sujetos de la investigación. Tiene la ventaja de que reduce los sesgos ocasionados por la presencia del entrevistador, es un formato simple que facilita el análisis y reduce los costos de aplicación (pp. 133-136).

Se recabaron datos para esta investigación a través de la técnica de la entrevista ya que primeramente fue consultada a las madres gestantes y lactantes si deseaban completar el cuestionario, seguidamente se envía el cuestionario virtual con preguntas cerradas dirigidas a la población objetivo.

Técnicas de procesamiento y análisis de datos. Teniendo en cuenta que los datos son cuantitativos, Monje Álvarez (2011) expresa que las técnicas son las que siguen;

Estadística para el análisis de datos: permite recolectar, analizar, interpretar y presentar la información que se obtiene en el desarrollo de una determinada investigación. Esta recolección consiste en los procedimientos de observación y anotación o

registro de los hechos en los formularios que se han diseñado previamente.

Estadística descriptiva: Su concepto básico es la distribución de frecuencias, método para organizar y resumir datos, que son ordenados indicándose el número de veces que se repite cada valor. Los datos recolectados y tabulados se disponen sistemáticamente de acuerdo a su complejidad, y se presentan de varias formas, ya sea en forma combinada o individual así:

- a) Textual
- b) Cuadros o tablas
- c) Gráficas

Diseño de tablas: Los cuadros o tablas se refieren a un arreglo sistemático de la información dispuesto en filas y columnas con fines comparativos.

Los cuadros o tablas pueden ser:

- Unidimensional cuando se refieren a una sola variable.
- Bidimensional cuando se incluyen dos variables
- Pluridimensional o multidimensional cuando se incluyen tres o más variables.

Representación gráfica de los datos: Es la representación de los datos estadísticos mediante conceptos de longitud, área, volumen auxiliados por medio de figuras geométricas y sus propiedades, con el apoyo de los sistemas de coordenadas.

Los gráficos pueden ser de varios tipos:

- Diagramática en donde se incluyen las gráficas de puntos, las lineales (polígonos), gráfico de barras, circulares.
- Estereometría incluye cúbicos, piramidales, prismáticos.
- Pictogramas.
- Cartografías incluye mapas estadísticos, cartodiagramas.

Cuando las variables son discretas la representación se hace mediante **Diagramas de frecuencias**, estas frecuencias pueden ser absolutas o relativas acumuladas (pp. 172-175).

Como expresa Hernández Sampieri (2014):

Las distribuciones de frecuencias pueden completarse agregando los porcentajes de casos en cada categoría, los porcentajes válidos (excluyendo los valores perdidos) y los porcentajes acumulados (porcentaje de lo que se va acumulando en cada categoría, desde la más baja hasta la más alta). Las distribuciones de frecuencias, especialmente cuando utilizamos los porcentajes, pueden presentarse en forma de histogramas o gráficas de otro tipo (por ejemplo: de pastel) (pp. 283-284).

Consideraciones éticas. La presente investigación salvaguarda en primer lugar, la propiedad intelectual de los autores, respecto a las teorías y conocimientos diversos; citándolos apropiadamente y precisando de las fuentes bibliográficas en donde se encuentra lo referenciado. Además, la identidad de las personas encuestadas se mantendrá en el anonimato, garantizándose el respeto hacia los datos que serán utilizados para fines científicos.

Situación económica.

Inflación. La Inflación ocurre cuando sube el nivel general de precios. Se calcula mediante índices de precios, promedios ponderados de los precios de miles de productos individuales. El índice de precios al consumidor (IPC) mide el

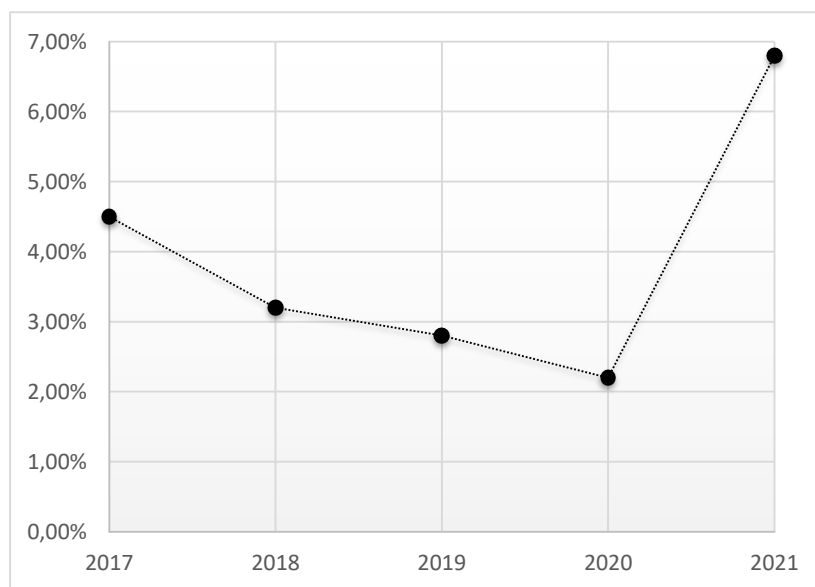
costo de una canasta de bienes y servicios de consumo a precios de mercado, en relación con el costo de dicha canasta en un año base. (Paul A. Samuelson – William D. Nordhaus, 2010, p. 632).

Tabla 2. Inflación

Años	Porcentaje de Inflación	Promedio
2021	6,80 %	3,90%
2020	2,20 %	
2019	2,80 %	
2018	3,20 %	
2017	4,50 %	

Fuente: www.bcp.gov.py

Figura 2. Inflación



Los cambios en los porcentajes de la inflación, expresa una suba de los precios, algo que no es favorable para la empresa ya que los precios de las mercaderías también subirán lo que podría provocar una menor venta por la pérdida del poder adquisitivo de los clientes.

Nivel de Precios. Proceso mediante el cual el sistema de precios asigna bienes y servicios entre consumidores cuando la cantidad de demanda es superior a la cantidad ofrecida. (Karl E. Case – Ray C. Fair, 1993, p. 118).

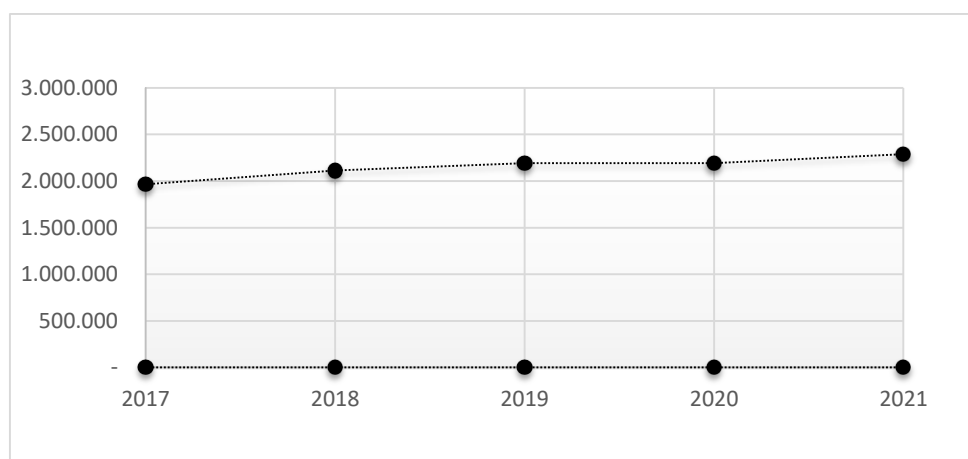
Salarios. Son las remuneraciones que están siendo ganados por horas, por día, por quincena o incluso en forma mensual. Según el código laboral, el salario se estipula libremente pero no puede ser inferior al que establece la Ley como mínimo (Art. 228) (Paul A. Samuelson – William D. Nordhaus, 2010, p. 80).

Tabla 3. 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	1.964.507	3,9%
Promedio		3,12%

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

Figura 3. Salario



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

El aumento del salario mínimo podría ser favorable para la empresa ya que indica una mayor cantidad de dinero disponible para gastar, propiciando una

posible mayor cantidad de ventas de prendas de vestir para mujeres lactantes y gestantes, así como mayores ingresos para la empresa.

Perspectivas de negocios. Consiste en un proceso dinámico y evolutivo, donde en base a un objetivo destacado por la empresa se define la estrategia, y la estrategia da origen al Modelo de Negocio, que ayudará a alcanzar el objetivo. (www.americaeconomia.com, 2001-2015).

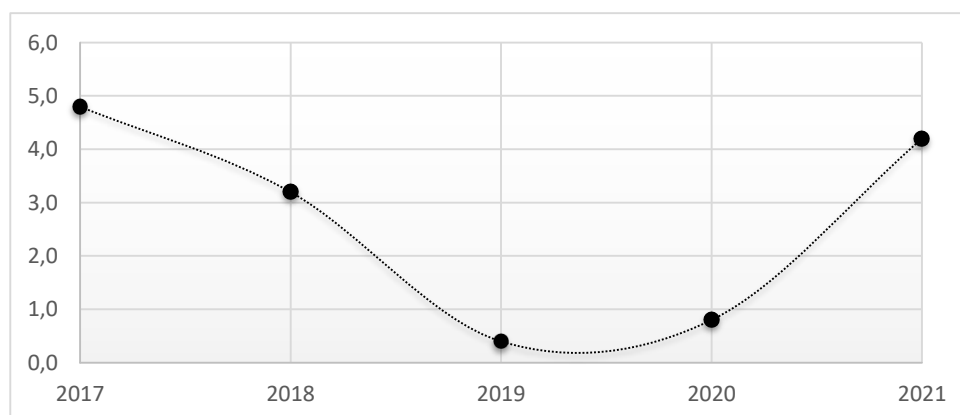
Producto Interno Bruto (PIB). “El PIB representa la suma de todos los bienes y servicios finales producidos en un país durante un año, ya sea por nacionales o por extranjeros residentes” (Arrieta, 2011, p. 105).

Tabla 4. Historial del PIB en Paraguay

Año	%
2017	4,8
2018	3,2
2019	0,4
2020	0,8
2021	4,2
Promedio	2,68 %

Fuente: www.bcp.gov.py

Figura 4. Historial del PIB en Paraguay



Fuente: www.bcp.gov.py

Los cambios en el PIB son un indicador de la productividad nacional, cuando más elevado sea el porcentaje de aumento del producto interno bruto, será más beneficiosa para las ventas, ya que se estará produciendo más y habrá mayor cantidad de dinero en el mercado por la alta productividad de las empresas, lo que genera más empleo y más potenciales clientes por igual.

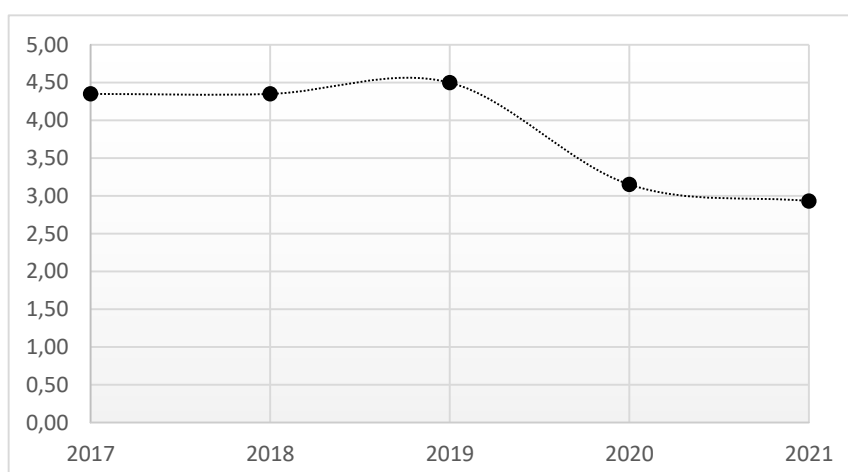
Tasas Pasivas. Es la tasa de interés que pagan los intermediarios financieros a los oferentes de recursos por el dinero captado, es decir la que te paga el banco en tus depósitos. (www.gestiopolis.com, 2000-2016).

Tabla 5. Promedio anual de tasas

Año	% Tasa pasiva
2017	4,35%
2018	4,35%
2019	4,5%
2020	3,15%
2021	2,93%
Promedio	3,9%

Fuente: www.bcp.gov.py

Figura 5. Tasa Pasiva



Fuente: www.bcp.gov.py

La tasa de interés pasiva permite a la empresa saber si le conviene guardar su dinero en el banco, siendo que a mayor tasa de interés más beneficio da a la entidad y viceversa.

Resultado del Estudio de Mercado

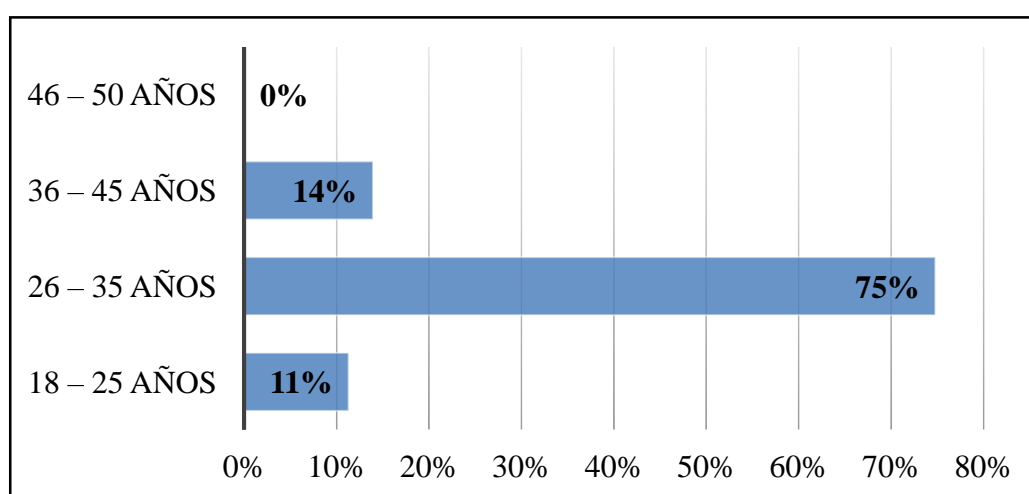
Demanda. Es la respuesta del consumidor al conjunto de mercaderías o servicios ofrecidos a un cierto precio en un lugar determinado, y que los consumidores están dispuestos a adquirir en esas circunstancias.

Análisis de la Demanda

Tabla 6. Edad Comprendida del Encuestado

Conceptos	F	Fa	%
18 – 25 años	13	13	11%
26 – 35 años	86	99	75%
36 – 45 años	16	115	14%
46 – 50 años	0	115	0%

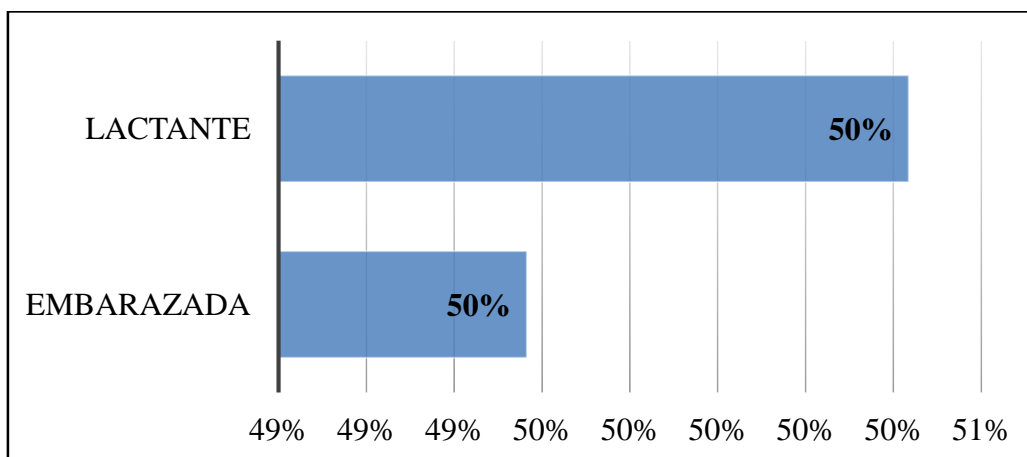
Figura 6. Edad Comprendida del Encuestado



Se realizó la encuesta a 115 mujeres de la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia las cuales manifestaron que el 75% se encuentra en la edad de 26 a 35 años, en tanto el 14% entre 36 a 45 años y el 11% entre 18 a 25 años. Así también, vemos que no se registraron dentro de nuestra muestra mujeres embarazadas ni lactantes alrededor de la edad de 46 a 50 años. De acuerdo a esto entonces se observa que nuestra comercialización estará dirigida a mujeres de 18 a 45 años de edad.

Tabla 7. Mujer embarazada o madre lactante

Conceptos	F	Fa	%
Embarazada	57	57	50%
Lactante	58	115	50%

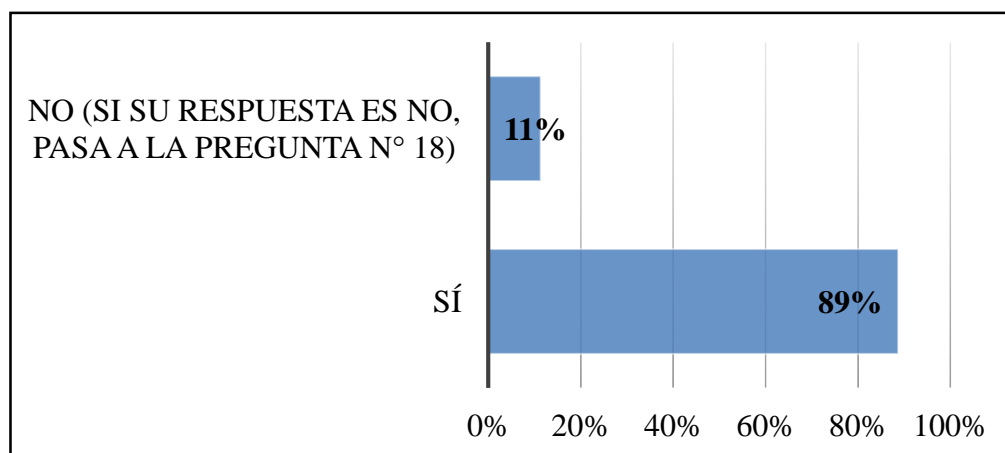
Figura 7. Mujer embarazada o madre lactante

Los resultados de la encuesta arrojan los siguientes datos; el 50% manifiesta que se encuentra en etapa de gestación es decir embarazada, mientras que el otro 50% revela estar en periodo de lactancia, es decir, está amamantando.

Tabla 8. Compras de prendas de vestir en la etapa de gestación o lactancia

Conceptos	F	Fa	%
Sí	102	102	89%
No (Si su respuesta es no, pasa a la pregunta N° 18)	13	115	11%

Figura 8. Compras de prendas de vestir en la etapa de gestación o lactancia

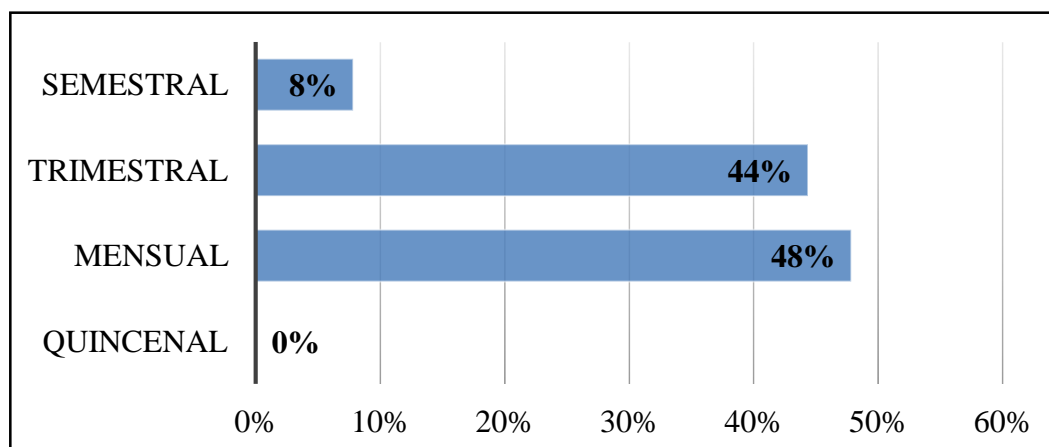


De acuerdo con la encuesta realizada se obtienen los siguientes resultados; el 89% de las mujeres en etapa de gestación o lactancia dice que, si compra prendas de vestir, mientras que el 11% revela que no compra en esta etapa prendas de vestir.

Tabla 9. Frecuencia de compra en esta etapa

Conceptos	F	Fa	%
Quincenal	0	0	0%
Mensual	55	55	48%
Trimestral	51	106	44%
Semestral	9	115	8%

Figura 9. Frecuencia de compra en esta etapa

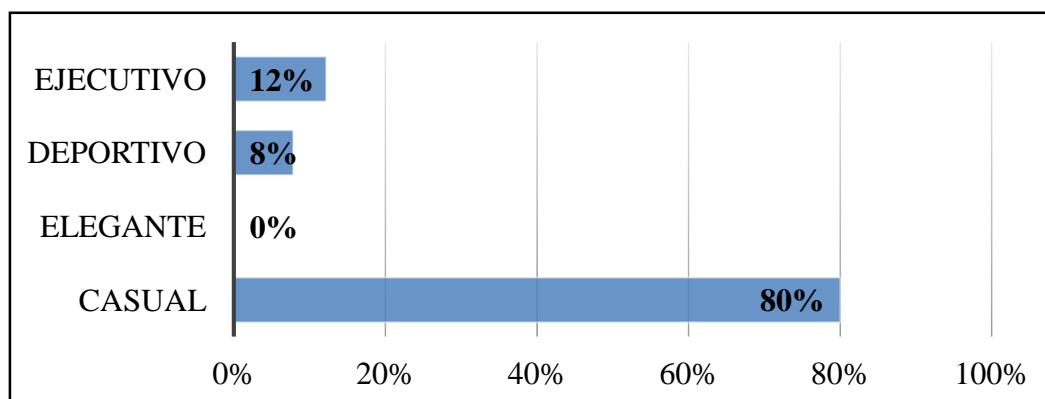


De acuerdo a las respuestas obtenidas el 48% menciona que compra las prendas de vestir de manera mensual, en tanto el 44% expresa que compra trimestral, así también el 8% afirma que compra de forma semestral. A partir de estas respuestas ya podemos saber el periodo de frecuencia con la que compran las mujeres las prendas de vestir en esta etapa de su vida.

Tabla 10. Tipo de prendas de vestir de mayor preferencia

Conceptos	F	fa	%
Casual	92	92	80%
Elegante	0	92	0%
Deportivo	9	101	8%
Ejecutivo	14	115	12%

Figura 10. Tipo de prendas de vestir de mayor preferencia

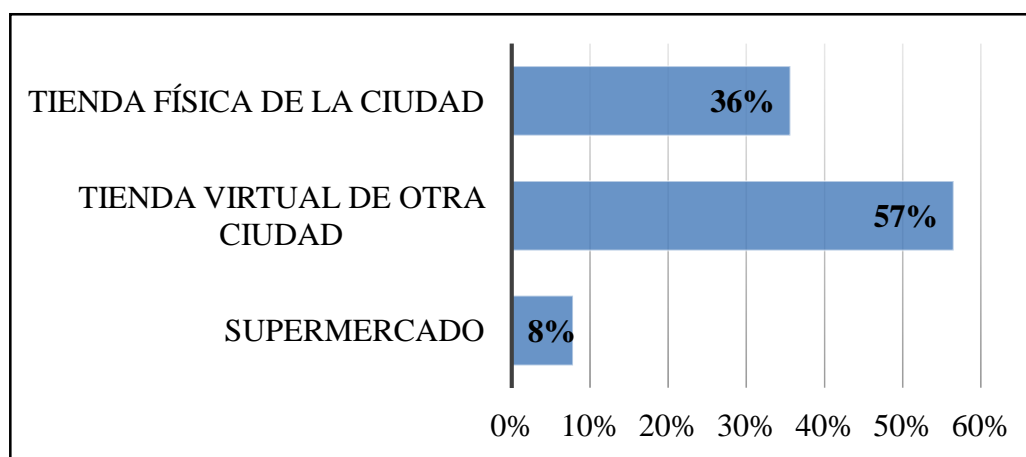


Según los resultados el 80% de las encuestadas afirmaron que prefieren prendas de vestir de estilo casual, mientras que el 12% prefiere un estilo ejecutivo, el 8% de las mujeres expresa que su preferencia es el estilo deportivo, observándose así también que no se halla dentro de nuestra muestra favoritismos del estilo elegante en estas fases de la vida de una mujer sea gestante o lactante.

La Oferta. Se entiende por oferta la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a producir y vender en el mercado a un determinado precio. Por lo general, este aspecto del estudio de mercado es de difícil realización pues las empresas se muestran reacias a proporcionar datos sobre el desarrollo de sus actividades.

*Análisis de la Oferta***Tabla 11. Lugar de adquisición de las prendas de vestir**

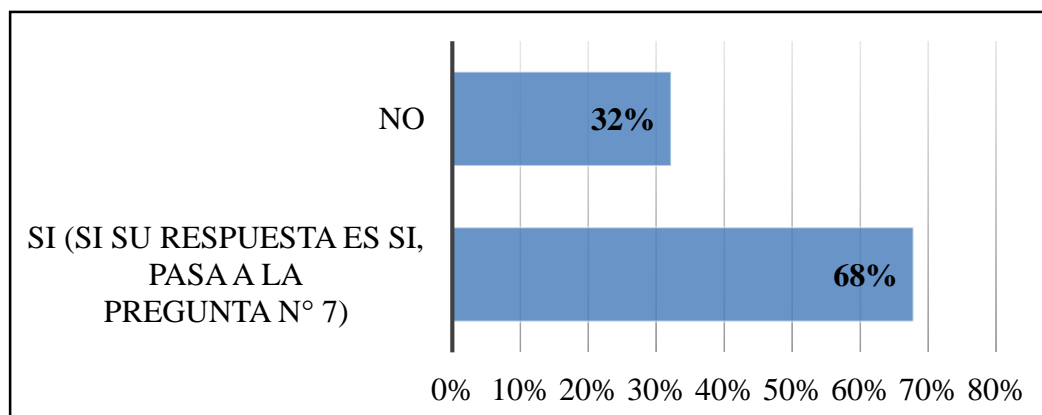
Conceptos	f	fa	%
Supermercado	9	9	8%
Tienda virtual de otra ciudad	65	74	57%
Tienda física de la ciudad	41	115	36%

Figura 11. Lugar de adquisición de las prendas de vestir

Según los resultados adquiridos de la encuesta realizada a 115 mujeres de la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia el 57% menciona que compra las prendas de vestir de tiendas virtuales de otra ciudad, el 36% adquiere las prendas de tienda física de la ciudad y el 8% del supermercado. De acuerdo con estas respuestas podemos determinar quiénes serán nuestros posibles competidores del área.

Tabla 12. Satisfacción de la atención recibida

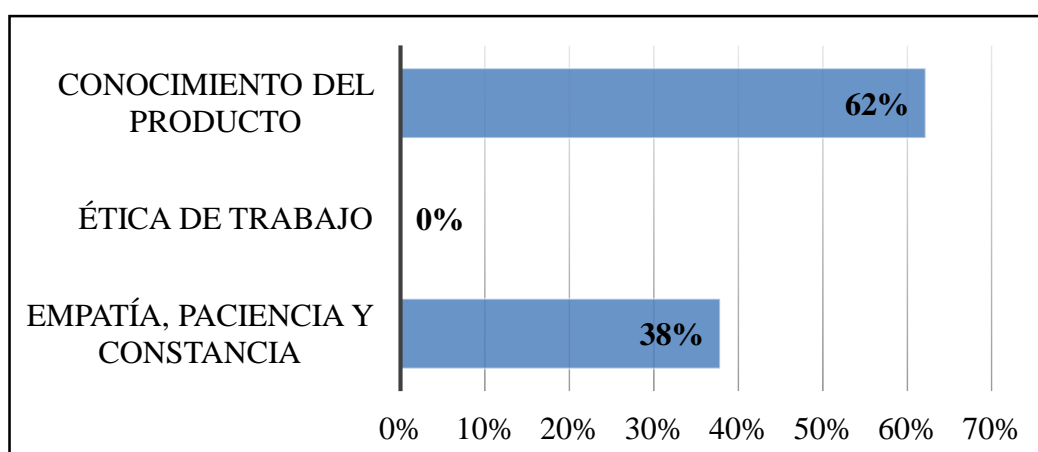
Conceptos	F	Fa	%
Si (Si su respuesta es sí, pasa a la pregunta N° 7)	78	78	68%
No	37	115	32%

Figura 12. Satisfacción de la atención recibida

Los resultados de la encuesta arrojan los siguientes datos, el 68% expreso que si le satisface la atención que recibe, mientras que el 32% dice que no le satisface la atención recibida por parte de los lugares de donde adquiere las prendas.

Tabla 13. Aspectos a mejorar para una buena atención

Conceptos	F	fa	%
Empatía, paciencia y constancia	14	14	38%
Ética de trabajo	0	14	0%
Conocimiento del producto	23	37	62%

Figura 13. Aspectos a mejorar para una buena atención

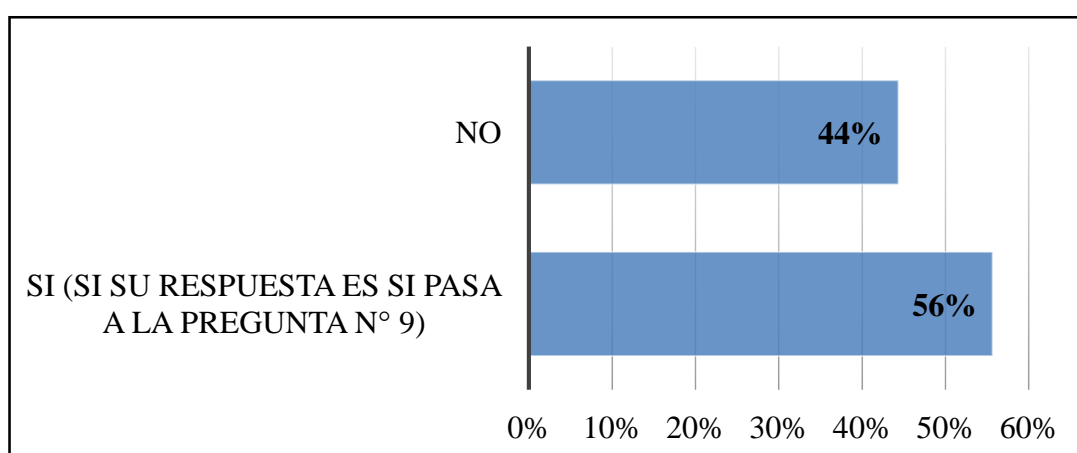
Las encuestadas en este caso ostentaron con un 62% que para dar una buena atención a los clientes se debe mejorar en el conocimiento del producto es decir conocer más a profundidad el producto a vender, por otro lado, el 38% dice

que se necesita mejorar más en la empatía, paciencia y constancia hacia sus clientes o potenciales clientes. Es decir que se debe mejorar en estos dos aspectos principales para dar una atención de calidad a los clientes o potenciales clientes.

Tabla 14. Satisfacción por las prendas adquiridas

Conceptos	f	fa	%
Si (Si su respuesta es si pasa a la pregunta N° 9)	64	64	56%
No	51	115	44%

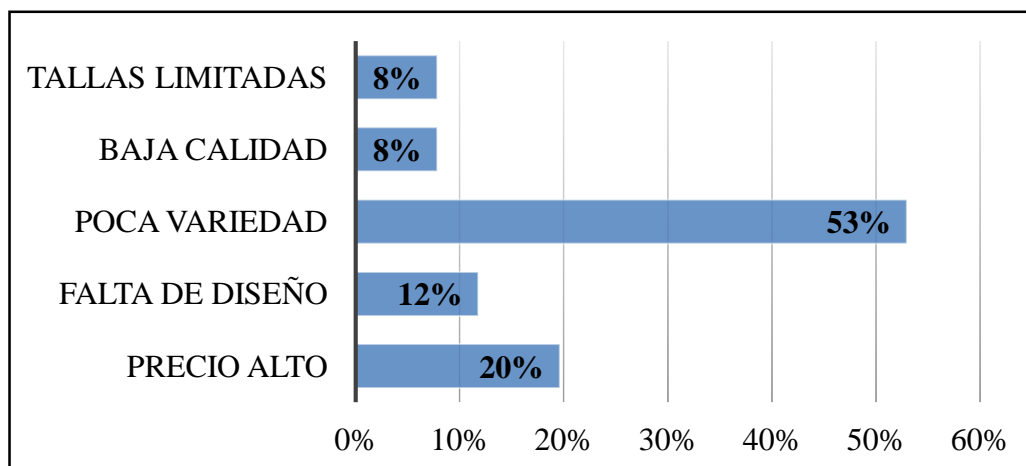
Figura 14. Satisfacción por las prendas adquiridas



En el mercado estudiado de 115 mujeres de la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, el 56% dijo sí estar satisfecha con las prendas que suele adquirir, mientras que el 44% expresa no estar conforme con las prendas de vestir que adquiere.

Tabla 15. La razón de insatisfacción por las prendas adquiridas

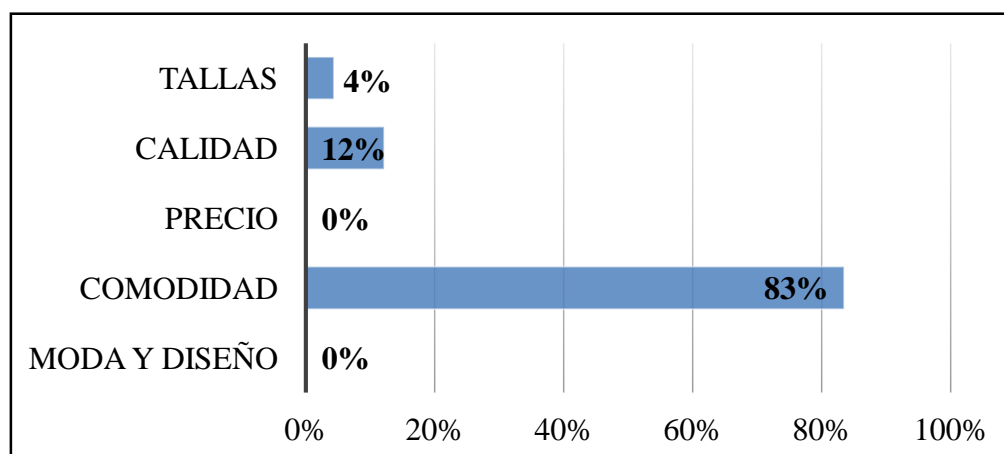
Conceptos	F	Fa	%
Precio alto	10	10	20%
Falta de diseño	6	16	12%
Poca variedad	27	43	53%
Baja calidad	4	43	8%
Tallas limitadas	4	51	8%

Figura 15. La razón de insatisfacción por las prendas adquiridas

Según los resultados obtenidos de la encuesta realizada, el 53% de las mujeres embarazadas y lactantes manifiestan no estar satisfechas por la poca variedad de prendas que se ofrece en el mercado, el 20% dice estar insatisfecha por el precio alto que se ofrece, el 12% expresa que es por la falta de diseño y el 8% menciona su insatisfacción por la baja calidad y las tallas limitadas que existe.

Tabla 16. Atributos que busca al vestir

Conceptos	F	fa	%
Moda y diseño	0	0	0%
Comodidad	96	96	83%
Precio	0	96	0%
Calidad	14	110	12%
Tallas	5	115	4%

Figura 16. Atributos que busca al vestir

En la siguiente representación se muestra que el 83% prefieren la comodidad al momento de adquirir las prendas, por otra parte, optan por la calidad un 12% y una mínima de 4% tienen en cuenta la talla. Aquí se releva la importancia en cuanto a prendas que brinden mayor comodidad, de calidad y con opciones en las tallas.

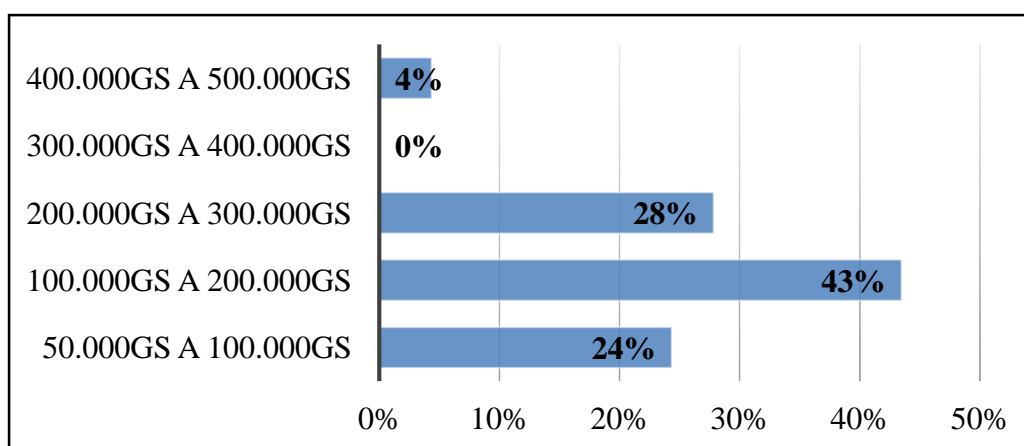
Precio. El precio es la cantidad de dinero u otros elementos de utilidad que se necesitan para adquirir un producto.

Análisis del Precio

Tabla 17. Rango de precios que se paga normalmente por las prendas de vestir

Conceptos	f	fa	%
50.000gs a 100.000gs	28	28	24%
100.000gs a 200.000gs	50	78	43%
200.000gs a 300.000gs	32	110	28%
300.000gs a 400.000gs	0	110	0%
400.000gs a 500.000gs	5	115	4%

Figura 17. Rango de precios que se paga normalmente por las prendas de vestir



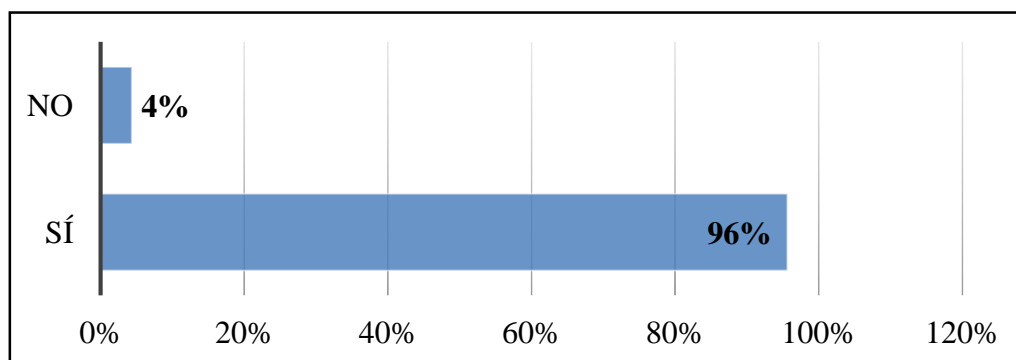
En el siguiente gráfico se puede observar los rangos de precios que las encuestadas están acostumbradas a pagar en unidad por las prendas, por lo que un 43% manifiesta que pagan entre Gs. 100.000 a Gs. 200.000, el 28% expresa que

está entre Gs. 200.000 a Gs. 300.000, con un nivel muy próximo al anterior se tiene un 24% que optan por un precio entre Gs. 50.000 a Gs. 100.000 y, por último, un 4% hacen referencia a que abonan entre Gs. 400.000 a Gs. 500.000. Estos datos nos señalan el precio promedio a considerar al momento de ofrecer los productos.

Tabla 18. Recibir descuentos especiales

Conceptos	F	fa	%
Sí	110	110	96%
No	5	115	4%

Figura 18. Recibir descuentos especiales

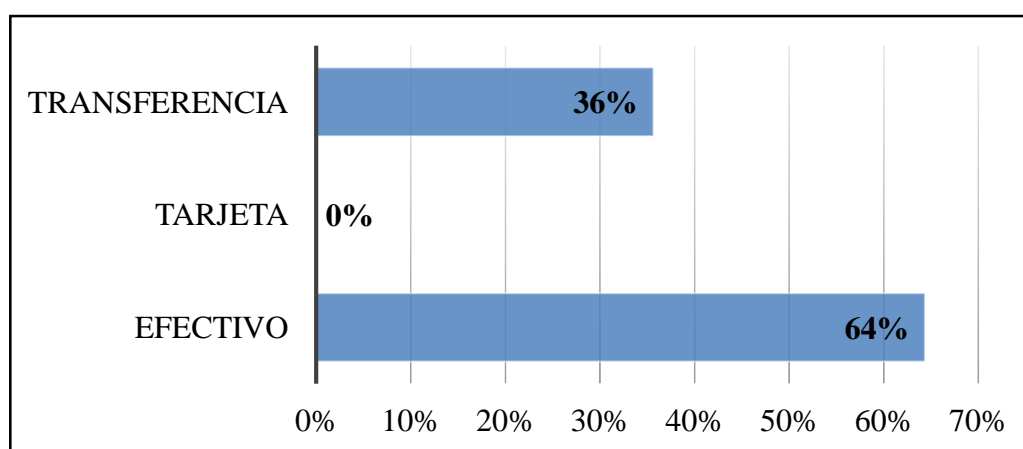


De acuerdo al siguiente gráfico, el 96% de las mujeres han manifestado que sí les gustaría recibir descuentos especiales, mientras que un 4% menciona que no. Se debe considerar aplicar descuentos ya que un gran porcentaje lo solicita.

La comercialización. Es el conjunto de acciones realizadas por una empresa, encaminadas a hacer llegar un producto terminado a los consumidores.

*Análisis de la Comercialización***Tabla 19. Forma de pago que utiliza al realizar la compra**

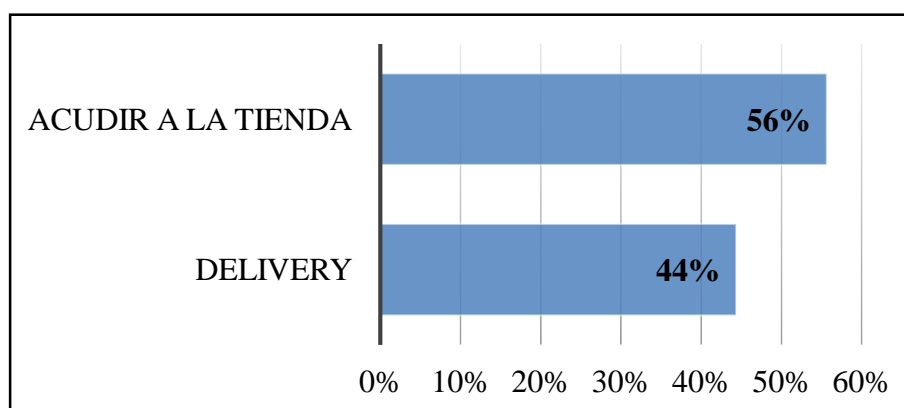
Conceptos	F	fa	%
Efectivo	74	74	64%
Tarjeta	0	74	0%
Transferencia	41	115	36%

Figura 19. Forma de pago que utiliza al realizar la compra

La forma de pago más utilizado es el efectivo con un 64%, por otro lado, el 36% indica que paga a través de transferencias. Esto demuestra que lo habitual es el efectivo, no obstante, debemos considerar habilitar una cuenta bancaria para las posibles transferencias y de esta forma facilitar a las futuras clientas una mejor atención.

Tabla 20. Medio más ágil al realizar las compras

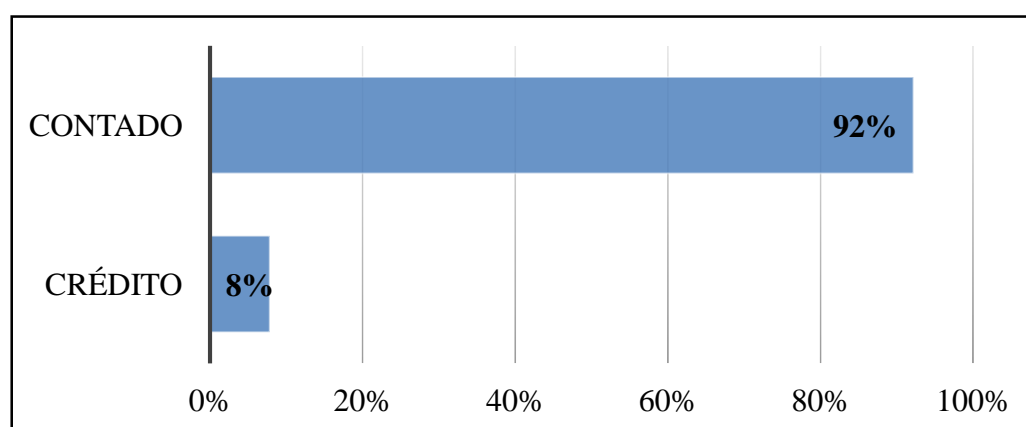
Conceptos	F	Fa	%
Delivery	51	51	44%
Acudir a la tienda	64	115	56%

Figura 20. Medio más ágil al realizar las compras

Se observa que el 56% prefiere acudir a la tienda para realizar sus compras, mientras que el 44% opta por el servicio de delivery. Este resultado nos indica que hay muy poca diferencia por lo que se debe tener en cuenta este medio.

Tabla 21. Sistema de pago para la compra del producto escogido

Conceptos	F	fa	%
Crédito	9	9	8%
Contado	106	115	92%

Figura 21. Sistema de pago para la compra del producto escogido

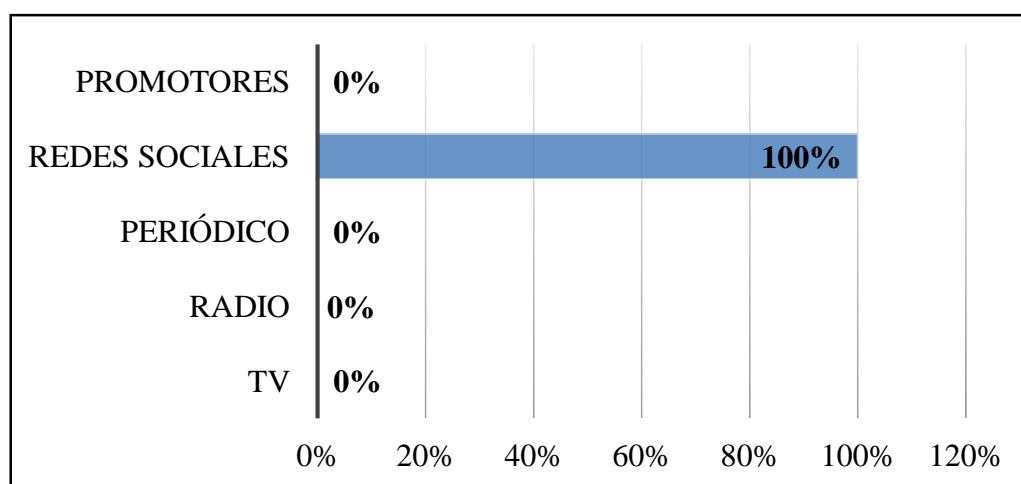
De acuerdo a las mujeres encuestadas, el 92% están acostumbradas a abonar al contado, sin embargo, el 8% comunica que compran a crédito. De cierta forma es una información favorable ya que es una gran cantidad que habitúa este

sistema, por lo que es un factor fundamental puesto que maximizan los excedentes y de esta forma se reducen los riesgos al momento de realizar las ventas.

Tabla 22. Medio de información

Conceptos	F	fa	%
TV	0	0	0%
Radio	0	0	0%
Periódico	0	0	0%
Redes sociales	115	115	100%
Promotores	0	115	0%

Figura 22. Medio de información

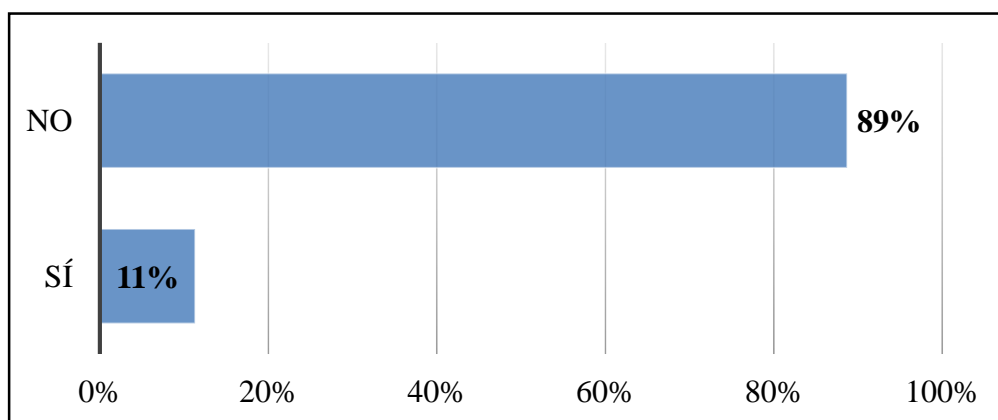


Se puede apreciar que la totalidad de las mujeres encuestadas que corresponden al 100% se informan de las novedades a través de las redes sociales. El resultado nos indica la mejor opción para realizar la publicidad.

Tabla 23. Conocimiento de tiendas especializadas en prendas de vestir para mujeres embarazadas y madres lactantes en la ciudad

Conceptos	F	Fa	%
Sí	13	13	11%
No	102	115	89%

Figura 23. Conocimiento de tiendas especializadas en prendas de vestir para mujeres embarazadas y madres lactantes en la ciudad

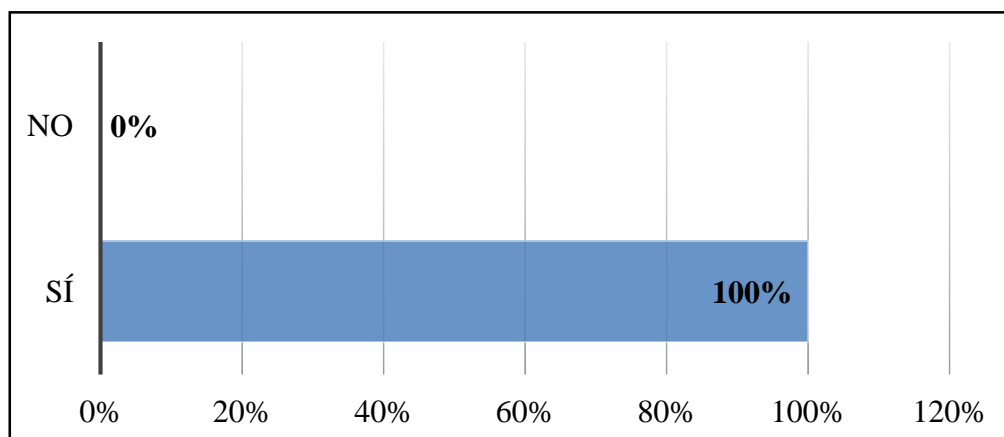


En este apartado se puede constatar que el 89% no conoce alguna tienda especializada en prendas para mujeres embarazadas y madres lactantes, mientras que el 11% comunica que sí conoce. Claramente nos indica que hay competencia en este ramo.

Tabla 24. Habilitación de una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes

Conceptos	F	fa	%
Sí	115	115	100%
No	0	115	0%

Figura 24. Habilitación de una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes



En este gráfico se puede apreciar que el 100% optaron para que se instale una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia.

Conclusión

Con relación a los productos, la empresa ofrecerá prendas de vestir para madres gestantes y lactantes que de acuerdo a los resultados de la encuesta la comercialización estará dirigida a mujeres de 18 a 45 años de edad. Se cuenta con una demanda del 89% y un porcentaje del 44% que corresponde al grupo insatisfecho, en tanto, es posible referir que el mercado meta para la empresa es del 20%. Entonces, la cantidad promedio de veces que adquieren los productos por el grupo insatisfecho y teniendo en cuenta el mercado meta, da un resultado de 2.391 prendas de vestir al año.

Así también, las mujeres que se encuentran en esta etapa adquieren las prendas de vestir de forma mensual, trimestral y semestral, siendo los dos primeros las de mayor frecuencia de veces que lo necesitan. En cuanto a la preferencia del tipo de prenda, un gran porcentaje optan por un estilo más casual, así también, eligen prendas de estilo ejecutivo y deportivo.

En cuanto a la forma de adquisición de los productos, la mayor competencia se encuentra en las tiendas virtuales de otras ciudades, por otra parte, de acuerdo a los resultados también compran de tiendas y supermercados de la ciudad. Es esencial mencionar que existe un grupo de mujeres insatisfechas en cuanto a las prendas recibidas, la razón principal es la poca variedad, luego están los precios altos, la falta de diseño, baja calidad y tallas limitadas, es decir que, exigen una gran variedad con un precio accesible. Además, un gran porcentaje declaró que buscan la comodidad en las prendas, así como calidad y tallas.

De acuerdo a los datos obtenidos, existe un grupo descontento en cuanto a la atención recibida de los lugares de donde adquieren y afirmaron que se debe mejorar en cuanto al conocimiento del producto, la empatía, paciencia y constancia.

Por consiguiente, se puede resaltar que el precio promedio que las mujeres de la ciudad pagan por una prenda de vestir es de Gs. 172.000, aproximadamente

7 veces al año. Además, un gran porcentaje de las encuestadas están de acuerdo en recibir descuentos con las compras.

En este apartado se puede presentar la forma de pago más habitual en el mercado, en donde una gran parte de las compradoras realizan en efectivo y por transferencia, en caso de este último, se debe tener en cuenta para su implementación para facilitar al momento del pago. De la misma forma, un considerable porcentaje está acostumbrado a pagar al contado.

Se observa que una parte del mercado opta por realizar sus compras acudiendo a la tienda, mientras que la otra parte prefiere el servicio del delivery. Se puede afirmar que la totalidad de las mujeres se informan sobre los productos a través de las redes sociales, teniendo en cuenta los grandes avances tecnológicos más aún en el ámbito empresarial, se debe enfocar la publicidad en este medio.

Por otra parte, un porcentaje mínimo afirma conocer una empresa que ofrece prendas de vestir para gestantes y lactantes, lo cual nos indica la existencia de competencia. No obstante, la totalidad de las mujeres encuestadas afirman estar de acuerdo con la instalación de esta empresa y por todo lo expuesto es posible mencionar que se encuentra un mercado favorable.

Estudio Técnico

Introducción

En este estudio se presenta una sucesión de datos para comprobar la rentabilidad del proyecto, así como también posee la información necesaria para luego cuantificar el monto de la inversión que será utilizado para el proyecto en el estudio financiero.

Este estudio permite examinar diferentes opciones técnicas para poder llevar a cabo el proyecto, a partir de la disponibilidad que requiere este negocio, donde se determina las exigencias necesarias para el óptimo funcionamiento de la empresa de comercialización.

Por otro lado, se tiene en cuenta esencialmente en esta sección acerca de la localización de la empresa, así como también de las obras físicas, equipamientos necesarios, la organización de la empresa y los aspectos legales que señalan las disposiciones por las cuales regirá la futura empresa.

Formulación del Problema

¿Qué estructura técnica es conveniente para la creación de una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022?

Preguntas de investigación

¿Dónde estará ubicada la empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022?

¿Qué tipo de naturaleza jurídica es la más adecuada para la empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022?

¿Cómo será el organigrama de la empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022?

¿Cuáles serán las funciones de los colaboradores de la empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022?

Objetivo General

Diseñar la estructura técnica conveniente para la creación de una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022.

Objetivo Especifico

Establecer la ubicación de la empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022.

Señalar el tipo de naturaleza jurídica más adecuada para la empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022.

Determinar el organigrama de la empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022.

Describir las funciones de los colaboradores de la empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022.

Justificación del Estudio

El estudio técnico es realizado con la finalidad de determinar los aspectos técnicos operativos necesarios para la creación de la empresa, una alternativa

técnica que mejor se adapte para una gestión adecuada que beneficie en la comercialización del producto. Además, a través de la misma se podrá definir e identificar la empresa, fijar las inversiones y los recursos requeridos; así también la de proporcionar información de utilidad al estudio económico y financiero.

Esta sección proporcionará una solución o respuesta al objetivo presentado en donde se tendrá como base para realizar los demás estudios. Representa una fuente de información para los que deseen observar una organización adecuada y óptima con relación a este ramo, de la misma forma podrá considerarse como un punto de partida para indagar temas concretos ya que las informaciones son verídicas

Esta investigación es de gran utilidad para todos aquellos que tengan acceso a los resultados ya que podrán observar las cuestiones técnicas específicas a tener en cuenta para estructurar correctamente, para los pequeños comerciantes que busquen una guía para conocer acerca de este tipo de negocio.

Por otra parte, este estudio posee una implicancia social en cuanto a la orientación a los ciudadanos comerciantes con relación a los beneficios de la estructuración planificada de un negocio a fin de aumentar su credibilidad y al mismo tiempo la confianza de los futuros clientes.

Aspecto Teórico

Estudio Técnico. Según menciona Rodríguez (2018);

El estudio técnico consiste en la selección de los medios de producción, así como de la organización de la actividad productiva e implica los requerimientos de materias primas e insumos. Su objetivo básico es demostrar la viabilidad del proyecto, justificando seleccionar la mejor alternativa para abastecer el mercado de acuerdo con las restricciones de recursos, ubicación y tecnología accesibles (p.29).

Empresa. “Es una entidad integrada por el capital y el trabajo, como factores de la producción, y dedicada a actividades industriales, mercantiles o de

prestación de servicios con fines lucrativos y con la consiguiente responsabilidad” (Aguayo, 2016, p. 45).

“La empresa es una unidad económica que tiene por finalidad el logro de uno o más objetivos. A ella concurren elementos o recursos financieros humanos y materiales (equipos, maquinarias, materias primas, vehículos, edificios, etc.)” (Vilches, 2019, p. 7).

Clasificación de Empresa. Sobre el tema Aguayo (2016) menciona;

Las empresas pueden clasificarse desde distintos puntos de vista. A continuación, se citarán y describirán las clasificaciones más utilizadas;

Según su objeto o la actividad que desarrolla, puede ser:

Empresas Transformadoras: son las que se dedican a la elaboración de productos, transformando las materias primas en otros productos. Pueden subdividirse como sigue.

Industriales o Manufactureras: Cuando la transformación se realiza mediante procesos físicos o químicos.

Extractivas: Son aquellos que extraen de la naturaleza la materia prima, sin devolverle nada a cambio, como la minería, la caza, etc.

Reproductoras: Son las que aplican técnicas y procedimientos a los elementos de la naturaleza para su producción, tales como las empresas agrícolas, ganaderas, forestales, pisciculturas, etc.

Empresas Comerciales: Se encargan de intermediar entre el productor y consumidor, distribuyendo y comercializando los productos, en ellas operaciones que los transformen ostensiblemente.

Se subdivide en;

Según su volumen de sus operaciones, empresas comerciales al por mayor y comerciales al por menor.

Por el campo que actúan, pueden ser empresas comerciales o de exportaciones. Según que se dediquen a introducir productos en el país o a vendedores en el extranjero.

Empresas de Servicios: Son las que se dedican a las prestaciones de servicios, ofreciendo al consumidor medios satisficentes intangibles o incorpóreos a cambio de una compensación, generalmente de tipo económico; tales son los servicios de transporte, servicios profesionales, entidades financieras, entre otros.

Según su naturaleza, las empresas pueden ser;

Individuales: Cuando está formado por una sola persona, se dice que una empresa individual, tal es el caso del comerciante que se ocupa de su tienda. También se dice que es una empresa individual la que pertenece a un solo individuo, aunque en ella trabaje gran número de personas ajenas al vínculo familiar.

Sociedades: Es la reunión de dos o más personas que ponen en común sus bienes, su trabajo, su industria o alguna de estas cosas para la consecución de un objetivo determinado.

Según en cuenta la propiedad del capital: si se tiene en cuenta al dueño del capital, las empresas pueden clasificarse en;

Públicas: Son empresas públicas aquellas que pertenecen al estado o la corporación, en que el capital es aportado exclusivamente por el Estado. Pueden ser; nacionales y municipales. En ella se hallan ausentes los fines de lucros.

Privadas: Cuando el capital es aportado

exclusivamente por particulares sin participación del Estado desde ningún aspecto. Su objeto es obtener beneficios que pasan a incrementar el patrimonio particular o social de empresarios.

Mixtas: Cuando el capital pertenece en un porcentaje al Estado y en otros a entes privados.

Empresas Pequeñas: Son las empresas en las que el propietario realiza personalmente todas las tareas de la administración, asumiendo el triple rol de órganos volitivos, directivo y ejecutivo. Normalmente tienen un reducido número del personal, por lo general compuesto por familiares de los mismos dueños.

Empresas Medianas: La característica de este tipo de empresa es que, generalmente es que tanto el órgano volitivo como el directivo se concentran en el o los dueños, que aportan el capital y también dirigen.

Grandes Empresas: Existe una marcada decisión del trabajo, que se presenta por la dimensión de la empresa reflejada en su propia administración.

Empresas Multinacionales: Aunque por su característica podrían entrar en la clasificación anterior (grandes empresas) dada su importancia en el desenvolvimiento económico del mundo contemporáneo. Aquellas que, contando con recursos cuantiosos, desarrollan sus actividades en varios Estados (pp. 50-52).

Teniendo en cuenta la actividad de la empresa en cuestión la cual pertenece al sector comercial, se desarrolla de la misma forma los demás tipos. Rincón Soto (2011) menciona que;

Las actividades económicas nos identifican la diferencia que tiene cada empresa en la manera de costear el producto y el manejo y control de los inventarios.

Empresas del sector servicio: Venden bienes intangibles (intangibles: son bienes que no se pueden ver, ni tocar).

Flujo: Compran bienes y servicios --- Proceso ---
Venta terminada.

Empresas del sector comercial: Venden bienes tangibles, tal cual como los compran (tangibles: son bienes que se pueden ver y tocar).

Compran bienes procesados ----- Bienes vendidos.

Empresas del sector industrial: Venden bienes tangibles que pasan por un proceso de fabricación.

Flujo: Compran bienes para procesar -- Proceso --
Bien terminado para vender (pp. 25-26).

Tipos de empresas. Según lo referido en la ley N° 1183/85 del Código Civil Paraguayo establece:

De la sociedad colectiva;

Art.1025.- En la sociedad colectiva los socios contraen responsabilidad subsidiaria, ilimitada y solidaria, por las obligaciones sociales.

El pacto en contrario no producirá efecto respecto de terceros.

Art.1026.- La sociedad colectiva actúa bajo una razón social constituida con el nombre de uno o varios de los socios, con inclusión de las palabras "sociedad colectiva", o su abreviatura.

De la sociedad en comandita simple;

Art.1038.- En la sociedad en comandita simple los socios colectivos responden solidaria e ilimitadamente por las obligaciones

sociales, y los socios comanditarios responden de las mismas hasta el límite de sus aportes.

Las cuotas de participación de los socios no pueden ser representadas por acciones.

Art.1039.- La sociedad actúa bajo una razón social constituida por el nombre de uno, al menos, de los socios colectivos, con la indicación de ser sociedad en comandita simple, o con su abreviatura. Debe contener la palabra "y compañía", cuando en ella no figure los nombres de todos los socios colectivos.

El comanditario que consiente que su nombre sea incluido en la razón social, responde respecto de terceros ilimitada y solidariamente, con los socios colectivos, por las obligaciones sociales.

De la sociedad anónima;

Art.1048.- La sociedad anónima responde de las obligaciones sociales sólo con su patrimonio. Las cuotas de participación de los socios están representadas por acciones.

Art.1049.- La denominación social, de cualquier modo, que esté formada, debe contener la indicación de ser sociedad anónima.

De la sociedad de responsabilidad limitada;

Art.1160.- En la sociedad de responsabilidad limitada el capital se divide en cuotas iguales por valor de un mil guaraníes o su múltiplo. Los socios no serán más de veinte y cinco, y sólo responderá por el valor de sus aportes.

Art.1161.- La denominación social debe contener los términos "sociedad de responsabilidad limitada", o la sigla "S.R.L.". Su omisión hará responsable ilimitada y solidariamente al gerente por los actos que celebre en esas condiciones.

De la sociedad en comandita por acciones;

Art.1179.- En la sociedad en comandita por acciones los socios colectivos responden por las obligaciones sociales como los socios de las sociedades colectivas. Los socios comanditarios limitan su responsabilidad al capital que se obligan a aportar; sus aportes se representan por acciones.

Art.1180.- La denominación social debe contener la indicación de ser sociedad en comandita por acciones, o la sigla S.C.A. La omisión de dicha indicación hará responsables ilimitada y solidariamente al administrador juntamente con la sociedad, por los actos que concertaren en esas condiciones.

Así también la ley N.º 1034/83 del Comerciante expresa:

De la Empresa Individual de Responsabilidad Limitada.

Art. 15o. - Toda persona física capaz de ejercer el comercio podrá constituir empresas individuales de responsabilidad limitada, asignándoles un capital determinado. Los bienes que formen el capital constituirán un patrimonio separado o independiente de los demás bienes pertenecientes a la persona física. Aquellos bienes están destinados a responder por las obligaciones de tales empresas. La responsabilidad del instituyente queda limitada al monto del capital afectado a la empresa. En caso de dolo, fraude o incumplimiento de las disposiciones ordenadas en esta ley, responderá ilimitadamente con los demás bienes de su patrimonio.

Por otro lado, la ley N° 125/1992: Que Establece El Nuevo Régimen Tributario manifiesta;

Artículo 4º: Empresas Unipersonales. Se considerará empresa unipersonal toda unidad productiva perteneciente a una persona física, en la que se utilice en forma conjunta el capital y el trabajo, en cualquier proporción, con el objeto de obtener un resultado económico, con

excepción de los servicios de carácter personal. A estos efectos el capital y el trabajo pueden ser propios o ajenos.

Estructura Organizacional:

Organigrama. Con respecto a este apartado Flor (2011) expresa;

Es la representación gráfica de la estructura organizacional de una empresa o institución, o de un sector o área de la misma. En este se especifican las líneas de mando y demás relaciones formales entre los distintos sectores de la estructura organizacional, así como los niveles jerárquicos y la división del trabajo de sus diversos órganos. Constituyen instrumentos esenciales para la gestión empresarial pues mediante ellos se pueden visualizar las relaciones existentes entre los diversos sectores y/o titulares de puestos de una organización (p. 358).

Manual de Funciones. “Establece la organización formal de una empresa, contiene el organograma y la descripción de las tareas y responsabilidades de los titulares de los distintos puestos o cargos, así como las relaciones entre los mismos” (Flor, 2011, p. 395).

Misión. “Es la expresión escrita del propósito de la empresa y sirve como guía para orientar el camino a seguir para llegar a los objetivos organizacionales, deben ser clara, objetiva y realista” (Flor, 2011, p. 143).

Visión. “Es la intención manifestada en el presente sobre un escenario futuro deseado donde la empresa ya está en plena actividad. Su enunciación debe coincidir con lo que realmente se cree y se desea hacer” (Flor, 2011, p. 142).

Diagrama de flujo de procesos. “Es una forma de representación gráfica que se utiliza para demostrar esquemáticamente los pasos de un determinado proceso o procedimiento, dentro de la empresa” (Flor, 2011, p. 244).

De acuerdo a (Flor, 2011) los tipos de diagrama de flujos de proceso son los que siguen;

Fluxograma o flujograma. En este tipo de diagrama los pasos u operaciones de un proceso o procedimientos son representados gráficamente por medio de signos convencionales o simples dibujos.

- El flujograma vertical de secuencias muestra la sucesión cronológica de los pasos de un proceso o procedimiento, en forma específica y detallada. Es utilizado para efectuar el análisis de los procesos.
- El flujograma horizontal de secuencias se utiliza preferentemente para mostrar los pasos u operaciones de procesos o procedimientos del método propuesto, según el sistema tradicional (pp. 244-247).

Proyecto de Inversión. “Comprenden los cálculos y planes, así como la proyección de asignación de recursos financieros, humanos y materiales con la finalidad de producir un satisfactor de necesidades humanas” (Morales y Morales, 2009, p. 9).

Son inversiones que requieren un estudio cuidadoso de todas las áreas que afectará o que justifican el estudio. Es por ello que Baca Urbina (2013) expresa que;

El proyecto de inversión es un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, producirá un bien o un servicio, útil a la sociedad.

La evaluación de un proyecto de inversión, cualquiera que éste sea, tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable. Sólo así es posible asignar los recursos económicos a la mejor alternativa (p. 2).

Tipos de Proyectos. Sobre este punto Padilla (2011) menciona lo siguiente;

Existen diferentes tipos de proyectos, cada uno se dirige a solucionar determinadas barreras al desarrollo, y tiene costos y beneficios específicos asociados, así:

De acuerdo a su naturaleza, los proyectos pueden ser:

Dependientes, son los proyectos que para ser realizados requieren que se haga otra inversión.

Independientes, son los proyectos que se pueden realizar sin depender ni afectar ni ser afectados por otro proyecto.

De acuerdo al área que pertenece, los proyectos pueden catalogarse en cinco tipos básicos:

Productivos: los que utilizan recursos para producir bienes orientados al consumo intermedio o final (proyectos de producción agrícola, ganadera, forestal, etc.

De infraestructura económica: los que generan obras que facilitan el desarrollo de futuras actividades (v.g., caminos, diques, canales de riego, electrificación y telefonía, etc.).

De infraestructura social: los que se dirigen a solucionar limitantes que afectan el rendimiento de la mano de obra, tales como deficiencias en educación, salud, provisión de agua potable y para riego, telefonía, etc.

De regulación y fortalecimiento de mercados: son los proyectos que apuntan a clarificar y normalizar las reglas de juego de los mercados o a fortalecer el marco jurídico donde se desenvuelven las actividades productivas. Por ejemplo, los proyectos de saneamiento de títulos de propiedad.

De apoyo de base: aquellos dirigidos a apoyar a los proyectos de las tipologías anteriores. Son proyectos de asistencia, por ejemplo, de capacitación, asistencia técnica, alfabetización,

vacunación, etc., y estudios básicos para diagnóstico e identificación de proyectos.

De acuerdo al fin buscado, los proyectos pueden ser:

Proyectos de inversión privada: en este caso el fin del proyecto es lograr una rentabilidad económica financiera, de tal modo que permita recuperar la inversión de capital puesta por la empresa o inversionistas diversos en la ejecución del proyecto.

Proyectos de inversión pública: en este tipo de proyectos el Estado es el inversionista que coloca sus recursos para la ejecución del mismo. El Estado tiene como fin el bienestar social, de modo que la rentabilidad del proyecto no es sólo económica, sino también el impacto que el proyecto genera en la mejora del bienestar social en el grupo beneficiado o en la zona de ejecución. Además, dichas mejoras son impactos indirectos del proyecto, como por ejemplo generación de empleo, tributos a reinvertir u otros. En este caso, puede ser que un proyecto no sea económicamente rentable per se, pero su impacto puede ser grande, de modo que el retorno total o retorno social permita que el proyecto recupere la inversión puesta por el Estado.

Proyectos de inversión social: un proyecto social sigue el único fin de generar un impacto en el bienestar social. Generalmente, en estos proyectos no se mide el retorno económico; es más importante medir la sostenibilidad futura del proyecto, es decir, si los beneficiarios pueden seguir generando beneficios a la sociedad, aun cuando acabe el período de ejecución del proyecto (pp. 5-6)

Aspectos Legales

Leyes

El código civil paraguayo regula las actividades civiles de los ciudadanos dentro del territorio nacional, las empresas a su vez están reguladas por esta ley en alguna medida.

El código tributario es aquel que explica y regula las actividades tributarias de las empresas sean estas físicas y jurídicas de manera en que como debe cumplir sus obligaciones con el fisco entre otros, toda actividad comercial está sujeta a este código, en este caso la compra venta de calzados femeninos.

Así también el código aduanero establece las normativas con respecto a la entrada y salida de mercancías al país, por lo tanto, es obligatorio tener un amplio conocimiento de la misma.

Ley N° 1034. Del Comerciante expresa;

Art. 1°. - La presente ley tiene por objeto regular la actividad profesional del comerciante, sus derechos y obligaciones, la competencia comercial, la transferencia de los establecimientos mercantiles y caracterizar los actos de comercio.

Art. 2°. - A falta de normas especiales de esta ley, se aplicarán las disposiciones del Código Civil.

Los usos y costumbres mercantiles pueden servir de regla sólo cuando la ley se refiera a ellos, para determinar el sentido de las palabras o frases técnicas del comercio y para interpretar los actos o convenciones de la misma naturaleza.

Art. 3°. - Son comerciantes:

- a) las personas que realizan profesionalmente actos de comercio;
- b) las sociedades que tengan por objeto principal la realización de actos de comercio.

Art. 4°. - Los que tienen la calidad de comerciantes según la ley, están sujetos a la legislación comercial en los actos que realicen como tales.

Artículo N.º 11. Obligaciones del comerciante. Someterse a formalidades de la ley mercantil, en actos que realice inscribir en registros públicos de comercio su matrícula y documentos exigidos, seguir un orden cronológico y regular de contabilidad, llevando los libros necesarios a ese fin; y conservar los libros de contabilidad, la correspondencia, y los documentos que tenga relación con el giro de su comercio por el plazo establecido en el artículo 85.

Artículo N.º 12. Matrícula del comerciante. Es expedida por el juez del comercio, debiendo informar sobre personas físicas, nombre, domicilio, estado

civil y nacionalidad. La denominación del género de su actividad y El lugar o domicilio del establecimiento y oficina.

Según la Ley N° 213, establece el código del trabajo lo siguiente;

Artículo 2°. - Estarán sujetos a las disposiciones del presente Código:

Los trabajadores intelectuales, manuales o técnicos en relación de dependencia y sus empleadores. Los profesores de institutos de enseñanza privada y quienes ejerzan la práctica deportiva profesional.

Artículo 8°. - Se entiende por trabajo, a los fines de este Código, toda actividad humana, consciente y voluntaria, prestada en forma dependiente y retribuida, para la producción de bienes o servicios.

Artículo 12°. - Todo trabajo debe ser remunerado. Su gratuidad no se presume.

Artículo 61°. - El contrato de trabajo debe ser cumplido de buena fe, y obliga no sólo a lo que esté formalmente expresado en él, sino a todas las consecuencias derivadas del mismo o que emanen de la naturaleza jurídica de la relación o que por Ley correspondan a ella.

Artículo 65°. - Son obligaciones de los trabajadores:

a) Realizar personalmente el trabajo contratado, bajo la dirección del empleador o sus representantes a cuya autoridad estarán sometidos en todo lo concerniente a la prestación estipulada;

b) Ejecutar el trabajo con la eficiencia, intensidad y esmero apropiados en la forma, tiempo y lugar convenidos;

d) Observar conducta ejemplar y buenas costumbres durante el trabajo;

m) Dar aviso al empleador o a sus representantes de las causas de inasistencia al trabajo; y,

n) Cumplir las demás obligaciones establecidas por las leyes y reglamentos de trabajo.

Términos

Rentabilidad. “Capacidad o aptitud de la empresa de generar un excedente a partir de un conjunto de inversiones efectuadas” (Lizcano y Castelló, 2004, p.10).

La rentabilidad del proyecto se calcula a partir de su flujo operativo de fondos o flujo de caja libre y evalúa el atractivo del proyecto, sin considerar los flujos de su financiación (Pérez Carballo, 2014, p. 16).

Factibilidad. “Es la posibilidad que tiene un proyecto para ser ejecutado y operado de tal manera que cumpla con su objetivo” (Baca, 1990, p. 7).

Boero (2020) expresa que;

El estudio de factibilidad está constituido por una proyección de costos y beneficios que muestren que financieramente se puede realizar. Debe estar compuesto por un flujo de caja que incluya distintos períodos y su acumulado. En los proyectos importantes es conveniente un análisis de prefactibilidad con estudio de mercado, tasas de crecimiento, tendencias, etc. (p. 12).

Viabilidad. De acuerdo a lo mencionado por Baca (2010);

La viabilidad es posibilidad que tiene un proyecto para ser ejecutado y operado de tal manera que cumpla con su objetivo. Está relacionada con principios de calidad, eficiencia y pertinencia de un proyecto en términos de los elementos conceptuales que lo componen, la información utilizada, la coherencia de los planteamientos y el mayor acercamiento a la realidad a la que se refiere el proyecto (p. 36).

Metodología

Análisis de los componentes para la creación de una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la

ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022. Considerando los aspectos legales y tributarios, de organización y estructura administrativa y de localización.

Desarrollo Técnico

Definición del Negocio:

El negocio consiste en la comercialización de prendas de vestir, en la cual se pondrán a la venta diversos modelos de ropas exclusivamente para las mujeres sean estas gestantes o lactantes, es una empresa comercial ya que se dedica a la compra venta de prendas para luego comercializarlo en el mercado.

Los productos a ofrecer son prendas de vestir exclusivamente para mujeres gestantes y lactantes de tipos elegante, casual, deportivo y ejecutivo, cuya operación se realizará en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia.

Tabla 25. Nombre del Negocio

Nombre del Negocio:	L & V "Maternidad y Lactancia"
Definición:	El nombre del negocio tiene un significado muy importante ya que, primeramente, simbolizan las iniciales de las fundadoras de este emprendimiento y además de ello significa un lugar calmoso que busca estimular la emoción en las futuras mamás y así también de las madres quienes dan de mamar a sus bebés. Un sitio donde estas mujeres puedan crear su propio estilo, sentirse únicas y hermosas durante esta etapa donde

	existen diversidad de sentimientos y conmociones.
--	---

Logo Tipo de la Empresa

Figura 25. Logo y eslogan de la empresa



El logotipo empresarial está representado por una mujer que tuvo el sueño de ser Madre, Hermosa, delicada, coqueta y feliz, ya que lleva en su vientre una vida a quien llamamos bebe, así también está rodeada por un cuadro de flores de color rosa claro y granate lo cual resalta la elegancia, amabilidad, sensibilidad, cortesía, buena educación, infancia e inocencia de todas las madres sean estas gestantes y de aquellas madres quienes pasaron por este proceso bello y hoy día disfrutan de la lactancia materna. Por otro lado, las hojas semi verdes significan una buena salud y que se está creciendo cada día, tanto una misma y así también aquella personita que está en el interior de una que forma parte de los proyectos, sueños y objetivos de toda futura mama y de aquellas que ya lo son.

El eslogan hace mención a la maternidad y lactancia el cual es lo fundamental en el crecimiento desde haber tomado la decisión y responsabilidad de dar vida y ser madre.

Organización de la empresa.

Forma jurídica: La empresa estará constituida como una empresa unipersonal.

Visión: Ser en el mercado una empresa exitosa en prenda de vestir exclusiva para mujeres gestantes y lactantes, socialmente responsable con gran reconocimiento, productos de calidad, precios y buen servicio; respetando los derechos y el trabajo tanto de nuestros colaboradores como de nuestros clientes, así seguir creciendo y poder brindar nuestros productos a todo el país.

Misión: Nuestra misión, somos una empresa comercializadora de prendas de vestir exclusivas para mujeres gestantes y lactantes ofreciendo la más alta calidad y al mejor precio del mercado, para que así puedan desarrollar sus actividades cotidianas luciendo siempre su belleza y resaltando su elegancia en esta etapa de su vida.

Análisis FODA.

Tabla 26. Análisis FODA

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
1. La demanda se halla insatisfecha, dado que no existen tiendas exclusivas para este sector. 2. Oportunidad de incrementar nuestros ingresos. 3. Calidad de productos 4. Ubicación geográfica de la tienda, el cual permite una gran diversidad de	1. Alta inflación. 2. Inestabilidad macroeconómica. 3. Fácil acceso de nuevos competidores. 4. Alta rivalidad de competidores actuales.

accesos para sus clientes o potenciales clientes.	
---	--

Objetivos Estratégicos

Evitar copia o reproducción de posibles competidores.

Diferenciarse de los competidores creando una identidad.

Negociar con los proveedores para obtener buenos descuentos en los productos que se adquiere, para luego ofrecer los precios más accesibles al mercado.

Objetivos comerciales

Buscar satisfacer a todas nuestras clientas ofreciéndoles productos de calidad y a la moda.

Ser reconocidos por los clientes y hacer crecer la marca.

Buscar ser la primera elección al momento de adquirir prendas para el sector de madres gestantes y lactantes.

Objetivos operativos

Fortalecer el crecimiento de la empresa a través de la implementación de certificaciones.

Elevar la productividad en las ventas.

Garantizar las existencias de mercaderías.

Localizar nuevos proveedores de materia prima con el propósito de satisfacer la demanda de los clientes.

Objetivos personas


Mantener el liderazgo.

Cuadro Personal**Tabla 27. Planilla del personal**

Área o sector	Cargo	Cantidad	Tipo de contrato			Tipo de Remuneración				
			Pe	Te	Po	Su	Jo	Co	De	Pa
Administración	Gerente General	1	X			X				
Comercial	Cajera	1	X			X				
Comercial	Vendedora	1	X			X				


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

Descripción de funciones.**Tabla 28. Funciones de la Gerente general**

		MANUAL DE FUNCIONES
		Cargo: Gerente general
Reporta a:	No posee	
Supervisa a:	<ul style="list-style-type: none"> • Cajera • Vendedora 	
N°	FUNCIONES GENERALES	FRECUENCIA
1.	Encargada de las decisiones y la representación legal de la empresa.	Cuando sea necesario.
2.	Organizar todos los documentos necesarios para el buen manejo de la empresa.	Cuando sea necesario.
3.	Negociar con proveedores.	Diariamente.
4.	Realizar los pedidos o compras de los productos.	Cuando sea necesario.


5.	Llevar registros actualizados de los costos e ingresos.	Diariamente.
6.	Pago de los servicios básicos y al contador.	Mensualmente.
7.	Realizar el pago al trabajador de la empresa.	Mensualmente.
8.	Efectuar el pago a los proveedores.	En caso necesario.
	Administrar la cuenta bancaria y firmar documentos.	Cuando sea necesario.
9.	Diseñar el catálogo de acuerdo a los productos de los proveedores.	Cuando sea necesario.
10.	Comunicar a la vendedora sobre los productos y precios.	Cuando sea necesario.
11.	Encargada de la publicidad de los productos.	Cuando sea necesario.
12.	Recibir los pedidos de las clientas y comunicar su llegada.	Diariamente.

Tabla 29. Funciones de la cajera

		MANUAL DE FUNCIONES	
		Cargo: Cajera	
Reporta a:		Gerente general	
Supervisa a:		Ninguna	
N.º	FUNCIONES GENERALES	FRECUENCIA	
	Saludar a los clientes cuando entren o salgan de la tienda.	Diariamente.	
	Realizar arqueos diarios de la recepción.	Diariamente.	

1.	Suministra a su superior los movimientos diarios de caja para su posterior depósito.	Diariamente.
	Guardar los comprobantes emitidos y recibidos para entregar al contador.	Diariamente.
	Recibir el pago de los clientes y emitirles el comprobante legal.	Diariamente.
2.	Conocer acerca de cada producto.	Diariamente.
3.	Cargar en el sistema las mercaderías con sus respectivos códigos y precios.	Cuando sea necesario.
4.	Efectuar el pago a los proveedores en caso de que la Gerente General no se encuentre.	En caso necesario.
	Mantener limpio y ordenado el área de trabajo.	Diariamente.
	Atender los equipos y materiales proporcionados por la empresa.	Diariamente.

Tabla 30. Funciones de la vendedora

		MANUAL DE FUNCIONES	
		Cargo: Vendedora	
Reporta a:		Gerente general	
Supervisa a:		Ninguna	
N.º	FUNCIONES GENERALES	FRECUENCIA	
	Encargado de recibir a los clientes.	Diariamente.	
	Colaborador encargado de vender el producto.	Diariamente.	
	Tener en cuenta el respeto y profesionalismo para con los clientes.	Diariamente.	
	Negociar con los clientes, brindando asesoría en cuanto a colores, diseños y tendencias de moda.	Diariamente.	

1.	Conocer acerca de cada producto.	Diariamente.
	Controlar el stock y comunicar a la Gerente General la falta de algún producto para realizar los pedidos.	Cuando sea necesario.
2.	Colocar las mercaderías en bolsas o envolverlos para regalos.	Cuando sea necesario.
	Mantener limpio y ordenado los muebles, equipos y el área de trabajo.	Diariamente.
	Situar en sus lugares las mercaderías recién llegadas y sus respectivos precios.	Cuando sea necesario.
	Cuidar de los equipos y materiales proporcionados por la empresa para el desarrollo de las actividades comerciales.	Diariamente.

Localización de la Empresa.

Figura 27. Macro localización



Fuente: Googlemaps

La empresa estará ubicada en el V Departamento de Caaguazú, República del Paraguay, en el Distrito de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, distante a 214 kilómetros de la ciudad de Asunción y a 139 kilómetros de Ciudad del Este.

3	Perchero desfile dupla 120cm de altura x 170cm de largo x 50cm de ancho
2	Perchero desfile dupla 170cm de altura x 150cm de largo x 50cm de ancho
Instalaciones	
Cant.	Descripción
1	Acondicionador de aire de 12.000 btu marca tokyo
1	Letrero luminoso de 3 metros de largo x 1 metro de ancho
1	Instalaciones de servicios de internet
1	Instalación de sistema para compra y venta software básico BSS
1	Instalación de circuito cerrado para 8 cámaras HD 720P, 1DVR 8 canales HD, 1 disco de 1TB, fuente eléctrica, cableado estructurado, pantalla de tv.
1	Extintor PQS ABC 4 kilos, marca Regimiento 8
Equipos de Informática	
Cant.	Descripción
2	Computadora HP260-P10 Core Procesador I3 de mesa color negro con gabinete
1	Impresora multifuncional Epson L380 color negro
1	Impresora de facturación Epson color negro
1	Teléfono Celular POCO M3 Pro de 128GB color negro
1	Calculadora con 12 dígitos Mega Star (DS312)
Rodados	
Cant	Descripción
1	Vehículo Toyota IST vía chile modelo 2005 color rojo motor 1.3

Provisión de mercaderías. Frecuencia, proveedores, forma de pago.

Primeramente, la provisión de mercaderías que en nuestro caso son las prendas de vestir para mujeres gestantes y lactantes a ser comercializadas en el mercado de la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, se puede alcanzar mediante las gestiones de los encargados de la tienda que buscan cargar los productos conformes a los requerimientos de los clientes o potenciales interesados.

Por otro lado, nuestros proveedores son de la ciudad de Asunción como así también de Ciudad del Este, quienes nos estarán proporcionando todos los modelos actuales, catálogos, entre otros y que sean acordes para lo que buscamos ofrecer, prendas de calidad, precio y estilo. La frecuencia de adquisición de las mercaderías se efectúa de acuerdo a las ventas alcanzadas y cotejando siempre nuestro stock de

cada prenda, entonces de acuerdo a ello para recargar la tienda pudiendo ser semanalmente o mensualmente.

Consecuentemente, la forma de pago será al contado ya que debemos tener un historial de compras para que luego podamos obtener ya una línea de crédito para el pago de nuestras adquisiciones a nuestros proveedores.

Proceso de compra y venta.

Figura 29. Flujograma del proceso de compras

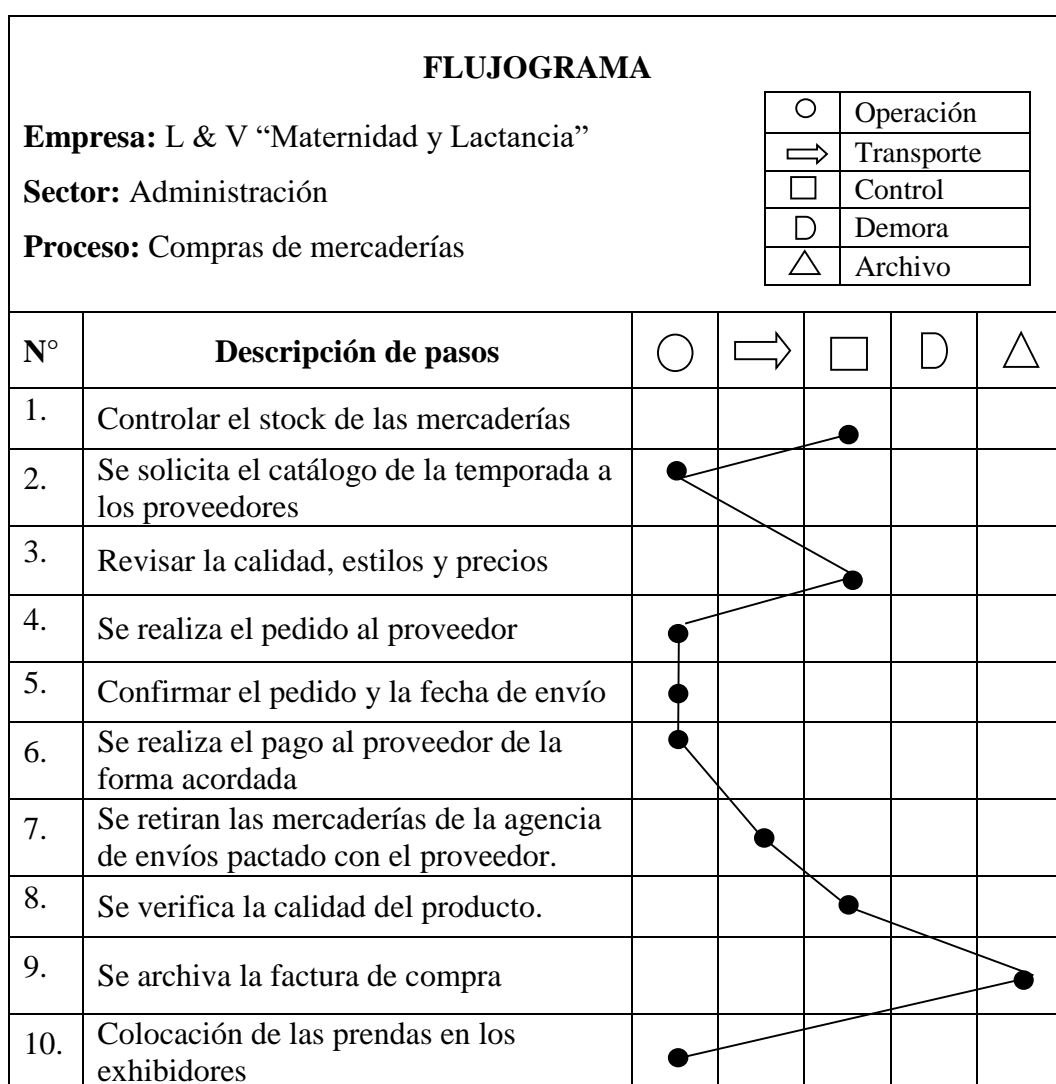
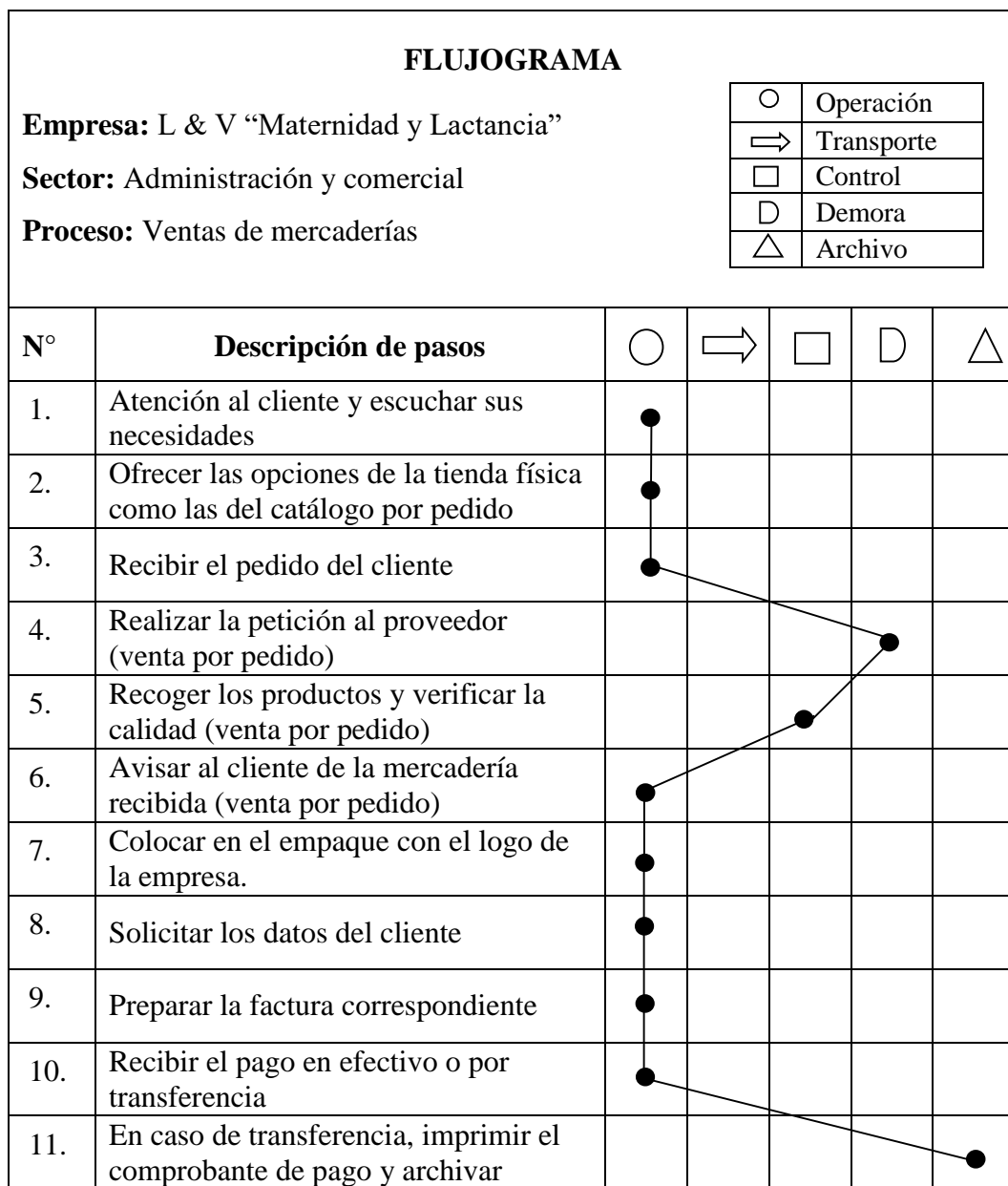


Figura 30. Flujograma del proceso de ventas**Decisiones sobre el producto**

Nuestra empresa ofrecerá diferentes prendas para diferentes ocasiones. La línea predominante será la de ropa casual ya que nuestra investigación cuantitativa reveló que el 80% de las mujeres preferirían encontrar este tipo de ropa. También ofreceremos una línea ejecutiva para aquellas mujeres que debido a su trabajo tienen

que usar ropa más elegante. Además, brindaremos la línea de prendas deportivas para las madres que deseen cuidar su salud.

Adicionalmente ofreceremos una serie de accesorios para el embarazo y para después del embarazo.

Figura 31. Prendas casuales



Tabla 32. Línea de prendas casuales

Productos	Tallas	Colores
Jeans Maternal	Del 36 al 55	Negro Blanco Jean oscuro y claro
Blusas mangas largas y cortas lisas y floreadas ideal para el embarazo y lactancia.	P – M – G – GG - XL	Negro Blanco Rosa Azul Marino Amarillo Verde Azul
Ropa de Dormir de Lactancia Materna de sueño cuello redondo Manga Corta y larga.	P – M – G – GG - XL	Negro Blanco Rosa Azul Marino Amarillo Verde Azul
Vestido de maternidad con mangas cortas/largas con bolsillos y sin bolsillos	P – M – G – GG – XL	Negro Blanco Rosa Azul Marino Amarillo Verde Azul Fucsia Jeans
Bombacha posparto tipo fajita en algodón	P – M – G – GG – XL	Negro Blanco Crema
Sostén y Topcitos de lactancia y embarazo con relleno y sin relleno	P – M – G – GG – XL	Negro Blanco Crema
Enterizos de algodón y de jeans cortos y largos	P – M – G – GG - XL	Negro Blanco Rosa Azul Marino Amarillo Verde Azul Fucsia Jeans

Figura 32. Prendas deportivas**Tabla 33. Línea de prendas deportivas**

Productos	Tallas	Colores
Calzas de algodón cintura alta corto y largo	P – M – G – GG - XL	Negro Gris Azul marino
Busos de algodón cintura alta corto y largo	P – M – G – GG - XL	Negro Gris Azul marino
Short de algodón cintura alta	P – M – G – GG - XL	Negro Gris Azul marino
Top de algodón	Del 34 al 50	Negro Blanco Crema
Remeras de algodón	P – M – G – GG - XL	Negro Gris Azul marino Rosa Amarillo, etc.

Figura 33. Prendas ejecutivas**Tabla 34. Línea de prendas ejecutivas**

Productos	Tallas	Colores
Pantalón de vestir maternal	P – M – G – GG - XL	Negro Azul marino Crema
Enterizos gestante y lactante 2 en 1 maternal	P – M – G – GG - XL	Negro Blanco
Vestidos gestante y lactante 2 en 1 maternal	P – M – G – GG - XL	Negro Blanco Azul marino
Blusas y camisas 2 en 1 de vestir	P – M – G – GG - XL	Negro Blanco Azul marino Verde mate, etc

Compromisos sociales y legales.***Requisitos para la Apertura y Formalización de Empresas*****Forma Legal****Aspectos Impositivo:**

Ley N° 1352/88 Que establece el Registro Único del Contribuyente, en su Artículo 1: Establece el Registro Único de Contribuyentes en el cual deberán inscribirse obligatoriamente:

- a) 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;
- b) Las sucursales, agencias u otras representaciones de personas naturales y jurídicas domiciliadas en el exterior que en el país estén sujetas a obligaciones tributarias; y
- c) Las dependencias de la Administración Central y entidades descentralizadas y autónomas; las corporaciones mixtas, empresas del Estado y municipalidades que deban pagar y retener impuesto.

La inscripción será efectuada de oficio cuando los afectados no hayan cumplido con su obligación de inscribirse.

Liquidación mensual del Impuesto al Valor Agregado. La ley N.ª 125/91 que Establece el Nuevo Régimen Tributario en el Artículo 77: Créase un impuesto que se denominará Impuesto al Valor Agregado. El mismo gravará los siguientes actos:

- a) La enajenación de bienes.
- b) La prestación de servicios, excluidos los de carácter personal que se presten en relación de dependencia.
- c) La importación de bienes.

Ley N.º 620/76 que establece el Régimen Tributario para las Municipales:

Art.2º- Las personas y entidades que dentro del municipio ejercen industria, comercio o profesión, pagarán el impuesto de patente que se establece en esta Ley.

Art.3º- A los efectos del pago del impuesto de patente, los comerciantes, industriales, los bancos y entidades financieras, presentaran en el mes de octubre de cada año a la Municipalidad la copia de balance de su ejercicio anterior visado por la Dirección de Impuesto a la Renta o por la Superintendencia de Bancos cuando se trata de bancos y entidades financieras, o una declaración jurada si considera más adecuada este procedimiento a las características de los contribuyentes del municipio. Si no se cumplieren con dichas obligaciones, el Departamento Ejecutivo estimara de oficio el monto del activo. Por ordenanza se establecerá la manera de determinar el activo en base a: a) Los balances o declaraciones de los tres ejercicios anteriores. b) Si no se dispusiera de los elementos citados en el inciso anterior, la consideración del activo de negocios similares, según clase de operaciones, su ubicación y el número personal empleado, y la documentación que se crea necesario exigir.

Ley N° 6.380 de modernización y simplificación del sistema tributario nacional. Artículo 1.º Hecho Generador.

Créase un Impuesto a la Renta Empresarial (IRE), que gravará 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.

Constituirá igualmente hecho generador del impuesto, las rentas generadas por los bienes, derechos, obligaciones, así como los actos de disposición de éstos, y todo incremento patrimonial del contribuyente.

Aspectos Jurídicos:

Empresa Unipersonal. Según la Ley 125/91 que Establece el Nuevo Régimen Tributario en el Artículo 4°. - Empresas Unipersonales. Se considerará empresa unipersonal toda unidad productiva perteneciente a una persona física, en la que se utilice en forma conjunta el capital y el trabajo, en cualquier proporción, con el objeto de obtener un resultado económico, con excepción de los servicios de carácter personal.

Aspecto Laboral:

Inscripción en el Instituto de Previsión Social. La ley N.º 98/92 que Establece el Régimen Unificado de Jubilaciones y Pensiones en su Artículo 2: los trabajadores asalariados que presten servicios o ejecutan una obra en virtud de un contrato de trabajo, verbal o escrito, cualquiera sea su edad y el monto de la remuneración que perciban, los aprendices y el personal de los entes descentralizados del Estado o empresas mixtas, quedan incluidos en forma obligatoria en el régimen del seguro.

De acuerdo al Decreto Ley N° 1860/50. Art. 2°. – Personas incluidas en el régimen del seguro. 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 cualquiera que sea su edad o el monto de la remuneración que reciba, como también a los trabajadores aprendices que no reciben salario.

Decreto 580/08. Inscripción en el Ministerio de Justicia y Trabajo. Todas las entidades están obligadas en el Ministerio de Justicia y Trabajo si tiene personales dependientes.

Propiedad Intelectual:

Pago de Patente Comercial Municipal. La empresa está a las disposiciones de la Municipalidad local, según la Ley N° 3966/10 Orgánica Municipal en su artículo 152, incisos c, e, ñ; de Impuestos Municipales." Son impuestos de fuente

municipal, los siguientes: c) patente comercial, industrial y profesional, e) a la construcción, ñ) a la publicidad y propaganda"

Ley N° 4798 | Crea la Dirección Nacional de Propiedad Intelectual (DINAPI)

Artículo 3°- Objetivo.

La Dirección Nacional de Propiedad Intelectual (DINAPI) tiene por objetivo la aplicación en el área administrativa de las normas destinadas a la protección de los derechos de propiedad intelectual, de acuerdo con lo dispuesto en la Constitución Nacional, las leyes que rigen la materia y los tratados y convenios internacionales atinentes, suscriptos y ratificados por la República del Paraguay.

Artículo 4°- Fines y Funciones. La Dirección Nacional de Propiedad Intelectual (DINAPI) tendrá las siguientes funciones:

- a) Administrar y disponer el otorgamiento y protección de los derechos de propiedad intelectual, como ser: Derechos de Autor y Derechos Conexos, Marcas, Dibujos y Modelos Industriales, Patentes de Invención y de Modelos de Utilidad, Transferencia de Tecnología, Indicaciones Geográficas y otras que pudieran legislarse o reglamentarse.
- b) Promover y fomentar la creación intelectual, tanto en su forma literaria, artística o científica, como en su ámbito de aplicación industrial, y la difusión de los conocimientos tecnológicos dentro de los sectores culturales y productivos.
- c) Administrar eficazmente los Activos de Propiedad Intelectual para propiciar la protección y uso consentido, en beneficio de nuestro país, de nuestros recursos genéticos autóctonos.
- d) Fomentar la creación y desarrollo de empresas culturales.
- e) Propiciar el reconocimiento y la utilización de los conocimientos tradicionales indígenas, a favor de los pueblos originarios.
- f) Fomentar la Innovación, la Investigación y el Acceso a la Ciencia, favoreciendo la transferencia de tecnología.
- g) Representar a los intereses nacionales, en Tratados y Convenios de Cooperación con entidades y países en materia de Propiedad Intelectual.

- h) Formular las políticas nacionales en todas aquellas materias relacionadas con la protección de la propiedad intelectual, en coordinación con los ministerios y demás órganos competentes para cada caso.
- i) Promover iniciativas y desarrollar actividades conducentes al mejor conocimiento y protección de la Propiedad Intelectual, en el orden nacional.
- j) Dictar las reglamentaciones técnicas para la ejecución de cualquier actividad de su competencia en todo el territorio nacional, de acuerdo con la legislación pertinente.
- k) Celebrar convenios y contratos, para el cumplimiento de sus fines, con organismos nacionales públicos o privados, Gobernaciones y/o Municipios; así como con organismos internacionales, previa autorización de las instancias pertinentes.
- l) Registrar, habilitar y fiscalizar a personas jurídicas, públicas o privadas encargadas de la gestión colectiva de derecho de autor, así como de la titularidad de marcas de certificación o marcas colectivas, indicaciones geográficas y en general a todas aquellas que se creen para la representación y gestión de Derechos de la Propiedad Intelectual.
- m) Propiciar la participación del sector industrial y universitario en el desarrollo y aplicación de tecnologías que incrementen su calidad, competitividad y productividad; así como realizar investigaciones sobre el avance y aplicación de la tecnología industrial, nacional e internacional y su incidencia en el cumplimiento de tales objetivos, pudiendo proponer a su vez políticas para fomentar su desarrollo.
- n) Coordinar las tareas de negociación Nacional e Internacional que correspondan al ámbito de competencia, conjuntamente con el Ministerio de Relaciones Exteriores y de otras reparticiones públicas afectadas.
- o) Establecer y percibir las tasas que por diversos conceptos se deban abonar, de conformidad con las normas vigentes y la presente Ley.
- p) Establecer y percibir aranceles por servicios prestados.
- q) Establecer las exoneraciones y reducciones de tasas y aranceles establecidas en la presente Ley en los siguientes casos:

- Situación de insolvencia económica.
- Promoción de la política nacional de apoyo a micro y pequeñas empresas.
- Políticas de desarrollo sectorial de la economía establecidas por el Poder Ejecutivo.

Conclusión del estudio

Se concluye que el estudio técnico es esencial en un proyecto de inversión, ya que es aquí donde se estudia la localización y tamaño óptimo de las instalaciones; formando así todos los factores influyentes para el mejor desarrollo del proyecto. A continuación, se responde los objetivos específicos propuestos en este estudio:

Con respecto, a la localización estará ubicada en lugar estratégico, a fin de contar con todos los medios que puedan hacer de este tipo de rubro exitosa. La empresa de comercialización de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes, se ubicará en el departamento de Caaguazú en la ciudad Dr. Juan Eulogio Estigarribia, específicamente sobre la calle Emiliano R. Fernández c/ Fidel Maíz, a un kilómetro y medio (doscientos metros) de la Ruta Internacional N° 2.

La organización de empresa sería unipersonal, ya que la misma contará con colaboradores y para realizar labores requeridas, con respecto a la naturaleza jurídica la más adecuada es la unipersonal, ya que solamente tendrá una propietaria.

Los colaboradores tendrán variadas funciones sin importar el sector al que corresponden, la propietaria se encargará de la administración de la entidad, así como también de la sección de compras de mercaderías, luego la cajera se encargará de realizar cobros a los clientes, así como también de los pagos a los proveedores por las mercaderías adquiridas y la vendedora cuya función será la de interactuar con las clientas para ayudar a la elección de las prendas de vestir.

El estudio técnico muestra que la organización de la empresa debe estar apropiada a las normativas y leyes vigentes del país, además del lugar favorable para la puesta en marcha de la misma y la colocación más idónea y ajustable a las necesidades del negocio.

Estudio Financiero

Introducción

Primeramente, dentro de este estudio se presenta todo lo referente a inversión y gastos en las cuales se tendrá que incurrir para que este proyecto llegue a funcionar, así como también los ingresos que se obtendrán del mismo.

Se presenta de igual manera las proyecciones de ingresos y gastos para 5 años, demostrando que el proyecto puede realizarse con los recursos financieros disponibles, una vez conocido los resultados que proporcionan dichos estudios se puede obtener el punto de equilibrio, que es del estudio económico.

Así también, el estudio financiero quiere determinar el uso que se le da al dinero de la empresa por ello se recurre a la elaboración de algunos presupuestos que están proyectados en año, de igual manera se estudia lo referente al dinero utilizado en los colaboradores así también como el presupuesto de compras y ventas, igualmente proyectado, así como otros gastos de funcionamiento.

La realización de este estudio es muy valdeada puesto que su ejecución ayuda a estimar el dinero que será utilizado en todos los ámbitos.

Formulación del Problema

¿Cuáles son los resultados financieros para la creación de una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022?

Preguntas de investigación

¿Cuál es el presupuesto requerido para la creación de una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022?

¿Cuál es el volumen de ventas que puede proporcionar una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022?

¿Cuáles son los resultados que presentan los análisis de los estados financieros de una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022?

Objetivo General

Demostrar los resultados financieros para la creación de una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022.

Objetivo Especifico

Demostrar el presupuesto requerido para la creación de una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022.

Señalar el volumen de ventas que puede proporcionar una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022.

Determinar los resultados que presentan los análisis de los estados financieros de una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022.

Justificación del Estudio

Este estudio se realiza con el propósito de estimar la liquidez y solvencia de la empresa, medir su actividad operativa, la eficiencia en la utilización de los activos, los recursos necesarios, su capacidad de endeudamiento, de cancelación de las obligaciones contraídas, sus utilidades, las inversiones requeridas, su rendimiento y rentabilidad. Es decir que, es para determinar una estructura óptima que garantice una situación de solvencia en el tiempo.

El apartado financiero proveerá al interesado una perspectiva más científica en donde se deja de lado lo empírico en cuanto a los procedimientos de cálculos, además, teniendo en cuenta que el proyecto no será ejecutado, las

informaciones y los montos son cercanos a la realidad, no obstante, se debe tener en cuenta que son estimaciones.

Esta sección proporcionará las respuestas a las preguntas presentadas por lo que contribuirá en el seguimiento del siguiente estudio. Además, las informaciones teóricas como así también los cálculos y análisis serán una fuente de conocimiento para los estudiantes que pretendan aumentar sus conocimientos en cuanto al sector financiero de este tipo de empresa, en donde podrán observar las necesidades y los resultados en este ramo, de la misma forma puede ser utilizada como un punto de partida para otros análisis con el fin de ajustar con datos más actuales.

Por otra parte, este proceso de análisis financiero del proyecto cuenta con una repercusión en términos sociales ya que proporciona al ciudadano una noción con respecto a la importancia de conocer la situación actual del plan de negocio como así también en tiempos futuros. Además, se muestra con cálculos y planificación sencilla para que se pueda utilizar de guía y observar cuáles son los recursos necesarios y los cambios que experimenta este tipo de empresa, en el caso que deseen informar a la ciudadanía para una posible instalación y que de esta forma contribuya para su beneficio.

Aspecto Teórico

Estudio Financiero

“Consiste en elaborar información financiera que proporcione datos acerca de la cantidad de inversión, ingresos, gastos, utilidad de la operación del proyecto de inversión, nivel de inventarios requeridos, capital de trabajo, depreciaciones, amortizaciones, sueldos, etc.” (Morales y Morales, 2009, p. 164).

Fuentes de Financiación

“Las decisiones de financiación están relacionadas con el origen de los recursos financieros que la empresa destina a financiar el desarrollo de sus actividades” (Casanovas & Bertrán, 2013, p. 28).

Teniendo en cuenta su clasificación, Casanovas & Bertrán (2013) expresan que;

En función de su origen estos recursos pueden clasificarse como recursos propios (patrimonio neto), o como recursos ajenos (pasivo, exigible o endeudamiento). De la concepción clásica del término financiación, deriva la consideración de dos formas de realizar las aportaciones financieras en la empresa.

Financiación propia. Fernández (2004) indica que;

Tienen tal consideración los recursos monetarios que son aportados por los propietarios de la empresa (Capital), más aquellos generados por la propia empresa y que no han sido repartidos (autofinanciación), más los aportados por terceros sin exigencia de devolución (subvenciones) (p.32).

Financiación Ajena o Externa. Fernández (2004) de la misma forma expresa que;

Los recursos ajenos hacen referencia a todos aquellos de carácter financiero que la empresa tiene necesidad de conseguir de personas e instituciones ajenas y que tienen dos vías normales de afluencia: la negociación concreta con instituciones financieras de un crédito o un préstamo, o de un empréstito (obligaciones, bonos y pagarés), que dan lugar a los llamados recursos negociados, y el tráfico o actividad normal de la empresa que genera los denominados recursos espontáneos. La característica más distintiva que poseen este tipo de fondos es que suponen una prestación temporal, existiendo una exigencia de devolución en plazos prefijados, así como la obligación de pagar un interés por los mismos (p.33).

Inversión. Meza (2017) menciona al respecto que;

Es la etapa del ciclo del proyecto en la cual se materializan las acciones, que dan como resultado de producción de bienes o servicios y termina cuando el proyecto comienza a generar beneficios. La inversión se realiza en un periodo de tiempo determinado y generalmente termina con un producto o con los elementos necesarios para la prestación de un servicio (p.7).

Inversión inicial. “Es el desembolso presente y cierto en que hay que incurrir para llevar adelante el proceso de inversión” (García, 2004, p.171)

“Se refiere al costo de las adquisiciones como terrenos, edificios, maquinarias, equipos, activos intangibles, etc. También el costo de consultoría y asesorías relacionadas con la inversión inicial” (Espinoza, 2007, p.45)

Presupuesto

Para realizar el proyecto de inversión uno de los temas más esenciales es el conocimiento del presupuesto y sus diferentes presentaciones. Con relación a esto, Rincón Soto (2011) expresa que;

Es un análisis sistemático que analiza el futuro y presente de un proceso productivo y financiero de una empresa, calculando los inputs y los outputs de los recursos, siendo los recursos dinero, tiempo, materiales, uso de maquinaria y de espacio, entre otros (p. 3).

Presupuesto de recursos humanos o de personal. Según Burbano (2005);

El presupuesto, es la estimación programada de manera sistemática, de las condiciones de operación y de los resultados de obtener por un organismo en un periodo determinado.

Es una expresión cuantitativa formal de los objetivos que se propone alcanzar la administración de la empresa en un periodo, con la adopción de las estrategias necesarias para lograrlos” (p. 9).

Presupuesto de gasto de funcionamiento. “Forma parte de un documento mayor el presupuesto de tesorería, con el que podemos saber el dinero que la empresa ha invertido o gastado” (Baca, 2005, p. 28).

Presupuesto de compras. “Es el presupuesto que prevé las compras de materias primas y / o mercancías que se harán durante determinado periodo. Generalmente se hacen en unidades y costos” (Baca, 2005, p. 9).

Presupuesto de ventas. Generalmente son preparados por meses, aéreas geográfica y productos (Baca, 2005, p. 9).

Contabilidad. Aguayo (2016) deduce que;

La contabilidad, como cuerpo de conocimiento, es una ciencia empírica, de naturaleza económica, cuyo objeto es la descripción y predicción, cualitativa y cuantitativa, del estado y evolución económica de una entidad específica, realizada a través de métodos propios de captación, medida, valoración, representación e interpretación, con el fin de poder comunicar a sus usuarios información objetiva, relevante y válida para la toma de decisiones (p. 25).

Balance General. Según lo que expresa Aguayo (2016);

El balance general es un estado de contabilidad que permite conocer la situación patrimonial de una empresa y sus resultados económicos.

Este estado contable está destinado a presentar la estructura patrimonial de la empresa con una descripción de los bienes que posee, clasificados de acuerdo con su naturaleza y

posibilidades de conversión en efectivo, los derechos de los acreedores y el patrimonio neto. Ayuda al lector a juzgar la capacidad de la empresa, para hacer frente a sus obligaciones y para generar futuros recursos (p. 399).

Estado de Resultados. “Es un documento financiero que muestra detalladamente los ingresos y los gastos durante un periodo de tiempo determinado” (Aguayo, 2016, p. 123).

Flujo de Caja. Teniendo en cuenta a Aguayo (2016);

Un estado de flujos de efectivos ayuda a los usuarios de los estados financieros a evaluar la capacidad de la empresa de tener efectivo suficiente tanto en el corto plazo como en el largo plazo.

Por esta razón el estado de flujos de efectivo es útil prácticamente para todos los interesados en la estabilidad financiera de la entidad: los acreedores de corto y de largo plazo, los inversionistas, la gerencia y los competidores actuales y potenciales (p. 123).

Análisis Financiero

Ratios Financieros. Según lo expresado por Aching (2005);

Matemáticamente, una ratio es una razón, es decir, la relación entre dos números. Son un conjunto de índices, resultado de relacionar dos cuentas del Balance o del estado de Ganancias y Pérdidas. Las ratios proveen información que permite tomar decisiones acertadas a quienes estén interesados en la empresa, sean éstos sus dueños, banqueros, asesores, capacitadores, el gobierno, etc.

Ratios de Liquidez. Según Aching Guzmán (2006) expresan de acuerdo a los tipos de análisis de cada grupo de ratios que;

Mide la capacidad de pago que tiene la empresa para hacer frente a sus deudas de corto plazo. Es decir, el dinero en efectivo de que

dispone, para cancelar las deudas. Expresan no solamente el manejo de las finanzas totales de la empresa, sino la habilidad gerencial para convertir en efectivo determinados activos y pasivos corrientes. Facilitan examinar la situación financiera de la compañía frente a otras, en este caso los ratios se limitan al análisis del activo y pasivo corriente (p. 15).

(A) DE LIQUIDEZ	[1] LIQUIDEZ GENERAL = $\frac{\text{ACTIVO CORRIENTE}}{\text{PASIVO CORRIENTE}} = \text{veces}$
	[2] PRUEBA ACIDA = $\frac{\text{ACTIVO CORRIENTE} - \text{INVENTARIOS}}{\text{PASIVO CORRIENTE}} = \text{veces}$
	[3] PRUEBA DEFENSIVA = $\frac{\text{CAJA BANCOS}}{\text{PASIVO CORRIENTE}} = \%$
	[4] CAPITAL DE TRABAJO = ACT. CORRIENTE - PAS. CORRIENTE = UM
	[5] PERIODO PROMEDIO DE COBRANZA = $\frac{\text{CUENTAS POR COBRAR} \times \text{DIAS EN EL AÑO}}{\text{VENTAS ANUALES A CREDITO}} = \text{días}$
	[6] ROTACION DE LAS CTAS. POR COBRAR = $\frac{\text{VENTAS ANUALES A CREDITO}}{\text{CUENTAS POR COBRAR}} = \text{veces}$

Ratios de Solvencias. Uno de los puntos en donde los empresarios quieren y deben conocer es acerca de la solvencia, en la que son conscientes a partir de recibir esta información si son capaces de responder a sus obligaciones. Aching Guzmán (2006) dice que;

Estos ratios, muestran la cantidad de recursos que son obtenidos de terceros para el negocio. Expresan el respaldo que posee la empresa frente a sus deudas totales. Dan una idea de la autonomía financiera de la misma. Combinan las deudas de corto y largo plazo (p. 25).

(C) DE SOLVENCIA	[14] ESTRUCTURA DEL CAPITAL = $\frac{\text{PASIVO TOTAL}}{\text{PATRIMONIO}} = \text{UM}$
	[15] RAZON DE ENDEUDAMIENTO = $\frac{\text{PASIVO TOTAL}}{\text{ACTIVO TOTAL}} = \%$
	[16] COBERTURA DE GG.FF. = $\frac{\text{UTILIDAD ANTES DE INTERESES}}{\text{GASTOS FINANCIEROS}} = \text{veces}$
	[17] COBERTURA DE GASTOS FIJOS = $\frac{\text{UTILIDAD BRUTA}}{\text{GASTOS FIJOS}} = \text{veces}$

Ratios de Rentabilidad. Toda empresa, para que siga funcionando con normalidad debe generar utilidades por lo que es muy importante conocer estas cifras para tomar decisiones oportunas al respecto, Aching Guzmán (2006) menciona que;

Miden la capacidad de generación de utilidad por parte de la empresa. Tienen por objetivo apreciar el resultado neto obtenido a partir de ciertas decisiones y políticas en la administración de los fondos de la empresa. Evalúan los resultados económicos de la actividad empresarial. Expresan el rendimiento de la empresa en relación con sus ventas, activos o capital (p. 28).

(D) DE RENTABILIDAD	[18] RENDIMIENTO SOBRE EL PATRIMONIO = $\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{CAPITAL O PATRIMONIO}} = \%$
	[19] RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSION = $\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{ACTIVO TOTAL}} = \%$
	[20] UT. ACTIVO = $\frac{\text{UT. ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS}}{\text{ACTIVO}} = \%$
	[21] UT. VENTAS = $\frac{\text{UT. ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS}}{\text{VENTAS}} = \%$
	[22] UTILIDAD POR ACCION = $\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{NUMERO DE ACCIONES COMUNES}} = \text{UM}$
	[23] MARGEN DE UTILIDAD BRUTA = $\frac{\text{VENTAS} - \text{COSTOS DE VENTAS}}{\text{VENTAS}} = \%$
	[24] MARGEN NETO DE UTILIDAD = $\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{VENTAS NETAS}} = \%$
[25] DUPONT = $\frac{\text{UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS}}{\text{ACTIVO TOTAL}} = \%$	

Ratios de Gestión. Estas ratios evalúan a través de cálculos e interpretaciones la forma en la que se están utilizando los recursos. Aching Guzmán (2006) dice que;

Miden la efectividad y eficiencia de la gestión, en la administración del capital de trabajo, expresan los efectos de decisiones y políticas seguidas por la empresa, con respecto a la utilización de sus fondos. Evidencian cómo se manejó la empresa en lo referente a cobranzas, ventas al contado, inventarios y ventas totales. Estos ratios implican una comparación entre ventas y activos necesarios para soportar el nivel de ventas, considerando que existe un apropiado valor de correspondencia entre estos conceptos (p. 19).

(B) DE GESTION	[7] ROTACION DE CARTERA = $\frac{\text{CUENTAS POR COBRAR PROMEDIO} * 360}{\text{VENTAS}}$ = días
	[8] ROTACION DE INVENTARIOS = $\frac{\text{INVENTARIO PROMEDIO} * 360}{\text{COSTO DE VENTAS}}$ = días
	[9] ROTACION DE INVENTARIOS = $\frac{\text{COSTO DE VENTAS}}{\text{INVENTARIO PROMEDIO}}$ = veces
	[10] PERIODO PAGO A PROV = $\frac{\text{CTAS. x PAGAR (PROMEDIO)} * 360}{\text{COMPRAS A PROVEEDORES}}$ = días
	[11] ROTACION DE CAJA BANCOS = $\frac{\text{CAJA Y BANCOS} * 360}{\text{VENTAS}}$ = días
	[12] ROTACION DE ACTIVOS TOTALES = $\frac{\text{VENTAS}}{\text{ACTIVOS TOTALES}}$ = veces
	[13] ROTACION DE ACTIVO FIJO = $\frac{\text{VENTAS}}{\text{ACTIVO FIJO}}$ = veces

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 35. Inversión Inicial.

Concepto	Gravada	IVA	Exenta	TOTAL
Muebles y Equipos de Oficina	8.563.636	856.364		9.420.000
Instalaciones	11.845.455	1.184.545		13.030.000
Equipos de Informática	10.586.364	1.058.636		11.645.000
Rodados	34.545.455	3.454.545		38.000.000
Gastos de Apertura	1.000.000	100.000		1.100.000
Garantía de Alquiler			1.500.000	1.500.000
Capital Operativo			54.000.000	54.000.000
Inversión Inicial	66.540.909	6.654.091	55.500.000	128.695.000

La inversión inicial supone los diferentes desembolsos que hará la empresa en el momento de ejecutar el proyecto, está compuesto por Muebles y Equipos de Oficina, Instalaciones, Equipos de Informática, Rodados, Gastos de Apertura, Garantía de Alquiler, Capital Operativo.

Al respecto, el monto total final requerido para activar la empresa es Gs. 128.695.000, debiéndose aportar totalmente en el año 0 de la operación comercial planteada.

Tabla 36. Capital Operativo

Capital Operativo	
3 meses de Personal	19.101.799
3 meses Funcionamiento	20.275.000
1 mes de Compra	14.355.681
	53.732.480
Por redondeo	54.000.000

El capital de trabajo es el dinero requerido para el movimiento comercial de cualquier empresa proyectada. El capital operativo para este proyecto es de 54.000.000gs

Tabla 37. Fuente de Financiamiento

Fuente de Financiación	Monto
Aporte Propio	128.695.000
Total, financiación	128.695.000

La fuente de financiamiento en este proyecto es de recursos propios.

Tabla 38. Proyecciones Financieras. Presupuestos de personal por mes y anual, proyectado a 5 años

Cant.	Cargo	Salario u.	Salario Total	Año 1	Año 2	Año3	Año 4	Año 5
1	Cajera	2.550.307	2.550.307	30.603.684	31.558.519	32.543.145	33.558.491	34.605.516
1	Vendedora	2.550.307	2.550.307	30.603.684	31.558.519	32.543.145	33.558.491	34.605.516
Total, de Salarios			5.100.614	61.207.368	63.117.038	65.086.289	67.116.982	69.211.032
IPS Aporte Patronal			841.601	10.099.216	10.414.311	10.739.238	11.074.302	11.419.820
Aguinaldo			425.051	5.100.614	5.259.753	5.423.857	5.593.082	5.767.586
Gastos por el Personal Resultados			6.367.266	76.407.198	78.791.102	81.249.385	83.784.365	86.398.438

Los gastos son los sacrificios económicos que se deberán realizar para la comercialización del producto y administración de la empresa, en este caso en forma mensual.

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Combustible y lubricantes	3.600.000	3.740.400	3.886.276	4.037.840	4.195.316
Alquileres Pagados	16.363.636	17.001.818	17.664.889	18.353.820	19.069.619
Impuesto Tasa y Patente	318.182	330.591	343.484	356.880	370.798
Reparación y Mantenimiento	981.818	1.020.109	1.059.893	1.101.229	1.144.177
Honorarios Profesionales - Contador	4.909.091	5.100.545	5.299.467	5.506.146	5.720.886
Útiles e Impresos	872.727	906.764	942.127	978.870	1.017.046
Remuneración Superior	32.727.273	34.003.636	35.329.778	36.707.640	38.139.237
Agua, Luz, Teléfono e Internet	3.818.182	3.967.091	4.121.807	4.282.558	4.449.578
Gastos Bancarios	872.727	906.764	942.127	978.870	1.017.046
Gastos de Limpieza	545.455	566.727	588.830	611.794	635.654
Seguros Pagados	4.363.636	4.533.818	4.710.637	4.894.352	5.085.232
Mantenimiento y Reparación Rodados	3.818.182	3.967.091	4.121.807	4.282.558	4.449.578
Pago de Post	545.455	566.727	588.830	611.794	635.654
Gravadas	73.736.364	76.612.082	79.599.953	82.704.351	85.929.821
IVA 10%	7.013.636	7.287.168	7.571.368	7.866.651	8.173.450
IVA 5%					
Exenta	3.600.000	3.740.400	3.886.276	4.037.840	4.195.316
IVA CREDITO FISCAL	7.013.636	7.287.168	7.571.368	7.866.651	8.173.450

En el cuadro se muestra los gastos anuales en que se estarían incurriendo, los cuales tendrán incrementos anuales de 3,90%. El incremento es según la inflación promedio de los últimos cinco años.

Tabla 40. Presupuesto de compras por mes y anual, proyectado a 5 años

Cant.	Detalle	Precio (u)	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
139	Casual	68.800	9.570.454	114.845.446	119.324.418	123.978.071	128.813.215	133.836.931
14	Deportivo	68.800	957.045	11.484.545	11.932.442	12.397.807	12.881.322	13.383.693
21	Ejecutivo	68.800	1.435.568	17.226.817	17.898.663	18.596.711	19.321.982	20.075.540
Inventario			-	-	-	-	-	-
28	Casual	68.800	1.914.091	1.914.091	1.988.740	2.066.301	2.146.887	2.230.616
3	Deportivo	68.800	191.409	191.409	198.874	206.630	214.689	223.062
4	Ejecutivo	68.800	287.114	287.114	298.311	309.945	322.033	334.592
Compras			14.355.681	145.949.421	151.641.448	157.555.465	163.700.128	170.084.433
Gravadas			13.050.619	132.681.292	137.855.862	143.232.241	148.818.298	154.622.212
IVA			1.305.062	13.268.129	13.785.586	14.323.224	14.881.830	15.462.221

El presupuesto de compras indica las cantidades necesarias de mercaderías que deben ser adquiridas para posteriormente venderlas, en ella se detallan las cantidades totales, con las gravadas e IVA desglosadas.

Tabla 41. Inventario

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo Inicial	-	2.175.103	4.435.035	6.783.105	9.222.749
Compras	132.681.292	137.855.862	143.232.241	148.818.298	154.622.212
Saldo Final	2.175.103	4.435.035	6.783.105	9.222.749	11.757.539
CMV	130.506.189	135.595.930	140.884.171	146.378.654	152.087.421

Aquí se detallan las cantidades iniciales de los productos cada año, así como también los productos finales que cada año se tienen al cierre del periodo.

Tabla 42. Presupuesto de ventas por mes y anual, proyectado a 5 años

Cant.	Detalle	Precio (u)	Total Mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
139	Casual	172.000	23.926.135	287.113.615	298.311.046	309.945.177	322.033.039	334.592.327
14	Deportivo	172.000	2.392.613	28.711.361	29.831.105	30.994.518	32.203.304	33.459.233
21	Ejecutivo	172.000	3.588.920	43.067.042	44.746.657	46.491.777	48.304.956	50.188.849
Ventas			29.907.668	358.892.019	372.888.807	387.431.471	402.541.298	418.240.409
Gravadas			27.188.789	326.265.472	338.989.825	352.210.428	365.946.635	380.218.554
IVA 10%			2.718.879	32.626.547	33.898.982	35.221.043	36.594.663	38.021.855

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

El monto de la venta de cada año se calculó con una variación incremental de 3,90%. El porcentaje incrementado se estableció teniendo en cuenta una aproximación al promedio de la inflación y el crecimiento poblacional de los últimos años.

Tabla 43. Base de proyecciones de ventas

Población		4361	
Demanda	89%	3881,29	
Insatisfecho	32%	1242,013	
Compran al año 7	7 Veces	8694	Prendas de Vestir
Mercado Meta	24%	2.087	Al año
		174	al mes

Aquí se detallan las cantidades en cuanto a la población, la demanda obtenida, la cantidad que queda insatisfecha y el mercado meta por el cual se determinó la venta prevista de manera mensual y anual.

Tabla 44. Cuadro de ingresos y egresos o Flujo de Caja por mes y anual, proyectado a 5 años.

Proyección Anual	0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
Saldo Inicial		54.000.000	105.869.590	146.409.251	191.233.472	237.253.015
Ventas		358.892.019	372.888.807	387.431.471	402.541.298	418.240.409
Total Ingresos		- 412.892.019	478.758.398	533.840.722	593.774.770	655.493.424
EGRESOS						
Costos y Gastos						
Compras		145.949.421	151.641.448	157.555.465	163.700.128	170.084.433
Sueldos y Jornales		55.698.705	57.436.504	59.228.523	61.076.453	62.982.039
Aguinaldo		5.100.614	5.259.753	5.423.857	5.593.082	5.767.586
Combustible y lubricantes		3.600.000	3.740.400	3.886.276	4.037.840	4.195.316
Alquileres Pagados		18.000.000	18.702.000	19.431.378	20.189.202	20.976.581
Impuesto Tasa y Patente		350.000	363.650	377.832	392.568	407.878
Reparación y Mantenimiento		1.080.000	1.122.120	1.165.883	1.211.352	1.258.595
Honorarios Profesionales - Contador		5.400.000	5.610.600	5.829.413	6.056.761	6.292.974
Útiles e Impresos		960.000	997.440	1.036.340	1.076.757	1.118.751
Remuneración Superior		36.000.000	37.404.000	38.862.756	40.378.403	41.953.161
Agua, Luz, Teléfono e Internet		4.200.000	4.363.800	4.533.988	4.710.814	4.894.535
Gastos Bancarios		960.000	997.440	1.036.340	1.076.757	1.118.751
Gastos de Limpieza		600.000	623.400	647.713	672.973	699.219
Seguros Pagados		4.800.000	4.987.200	5.181.701	5.383.787	5.593.755
Mantenimiento y Reparación Rodados		4.200.000	4.363.800	4.533.988	4.710.814	4.894.535
Pago de Post		600.000	623.400	647.713	672.973	699.219
Pagos						
IRE a Pagar		-	2.913.163	237.499	777.939	260.235
Anticipo IRE		-	2.913.163	3.150.662	3.928.601	4.188.836
IVA a Pagar		5.216.466	12.231.600	13.284.766	13.802.872	14.341.184
IPS a Pagar		14.307.222	16.054.264	16.555.157	17.071.678	17.604.314
Inversión Inicial	128.695.000					
Total de Egresos	128.695.000	307.022.429	332.349.146	342.607.250	356.521.755	369.331.897
Saldo Neto Anual	-128.695.000	51.869.590	40.539.661	44.824.221	46.019.543	48.908.512
Saldo Neto Acumulado	-128.695.000	105.869.590	146.409.251	191.233.472	237.253.015	286.161.527

Se podría definir el flujo de caja como la forma en la que el dinero se mueve dentro y fuera de un negocio. La proyección realizada permite observar una fluctuación de dinero dentro de la empresa a lo largo de cinco años, los resultados que arroja son positivos ya que se recupera lo invertido y se obtiene cierto dinero a favor en dicho lapso. Los ingresos de la empresa están contenidos

en este estado financiero representado por medio de dinero en efectivo, como de igual manera los egresos incurridos que son pagados también en efectivo.

Tabla 45. Balance General proyectado a 5 años

Partidas del Balance	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo Corriente						
Disponibilidades	54.000.000	105.869.590	146.409.251	191.233.472	237.253.015	286.161.527
IVA Crédito	6.654.091	-	-	-	-	-
Inventario		2.175.103	4.435.035	6.783.105	9.222.749	11.757.539
Total Activo Corriente	60.654.091	108.044.693	150.844.287	198.016.577	246.475.764	297.919.066
Activo No Corriente						
Garantía de Alquiler	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000
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	65.540.909	49.256.818	32.972.727	21.981.818	10.990.909	10.990.909
Bienes		65.540.909	65.540.909	65.540.909	65.540.909	65.540.909
(+) Revalúo de bienes		-	-	-	-	-
(-) Dep. Acum. Bienes		(16.284.091)	(32.568.182)	(43.559.091)	(54.550.000)	(54.550.000)
Total Activo No Corriente	68.040.909	51.556.818	35.072.727	23.881.818	12.690.909	12.490.909
TOTAL ACTIVO	128.695.000	159.601.511	185.917.014	221.898.395	259.166.673	310.409.975
PASIVO						
Pasivo Corriente						
Cargas Sociales		1.300.657	1.341.237	1.383.084	1.426.236	1.470.734
IRE a Pagar		2.913.163	237.499	777.939	260.235	1.371.452
IVA a Pagar		474.224	1.068.852	1.110.538	1.153.849	1.198.849
Total Pasivo Corriente	-	4.688.044	2.647.588	3.271.560	2.840.319	4.041.035
Pasivo No Corriente						
TOTAL DEL PASIVO	-	4.688.044	2.647.588	3.271.560	2.840.319	4.041.035
PATRIMONIO NETO						
Capital	128.695.000	128.695.000	128.695.000	128.695.000	128.695.000	128.695.000
Reservas de Revalúo		-	-	-	-	-
Resultados Acumulados			26.218.468	54.574.426	89.931.835	127.631.354
Resultados del Ejercicio		26.218.468	28.355.958	35.357.409	37.699.520	50.042.586

Total de Patrimonio	128.695.000	154.913.468	183.269.426	218.626.835	256.326.354	306.368.940
TOTAL PASIVO + P. NETO	128.695.000	159.601.511	185.917.014	221.898.395	259.166.673	310.409.975

El cuadro del Balance General contiene todo lo que se refiere a los activos con que cuenta el ente, tanto corrientes como no corrientes, de igual manera los pasivos que se definen como corrientes y no corrientes y por otra parte se especifica el patrimonio neto y su respectiva división.

Tabla 46. Estado de Resultados proyectado a 5 años

INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Por venta	326.265.472	338.989.825	352.210.428	365.946.635	380.218.554
Total Ingresos	326.265.472	338.989.825	352.210.428	365.946.635	380.218.554
EGRESOS					
De Costos	130.506.189	135.595.930	140.884.171	146.378.654	152.087.421
Costo de Ventas	130.506.189	135.595.930	140.884.171	146.378.654	152.087.421
De personal	76.407.198	78.791.102	81.249.385	83.784.365	86.398.438
Sueldos y Jornales	61.207.368	63.117.038	65.086.289	67.116.982	69.211.032
IPS Aporte Patronal	10.099.216	10.414.311	10.739.238	11.074.302	11.419.820
Aguinaldo	5.100.614	5.259.753	5.423.857	5.593.082	5.767.586
De funcionamiento	73.736.364	76.612.082	79.599.953	82.704.351	85.929.821
Combustible y lubricantes	3.600.000	3.740.400	3.886.276	4.037.840	4.195.316
Alquileres Pagados	16.363.636	17.001.818	17.664.889	18.353.820	19.069.619
Impuesto Tasa y Patente	318.182	330.591	343.484	356.880	370.798
Reparación y Mantenimiento	981.818	1.020.109	1.059.893	1.101.229	1.144.177
Honorarios Profesionales – Contador	4.909.091	5.100.545	5.299.467	5.506.146	5.720.886
Útiles e Impresos	872.727	906.764	942.127	978.870	1.017.046
Remuneración Superior	32.727.273	34.003.636	35.329.778	36.707.640	38.139.237
Remuneración Superior	-	-	-	-	-
Agua, Luz, Teléfono e Internet	3.818.182	3.967.091	4.121.807	4.282.558	4.449.578
Gastos Bancarios	872.727	906.764	942.127	978.870	1.017.046
Gastos de Limpieza	545.455	566.727	588.830	611.794	635.654
Seguros Pagados	4.363.636	4.533.818	4.710.637	4.894.352	5.085.232
Mantenimiento y Reparación Rodados	3.818.182	3.967.091	4.121.807	4.282.558	4.449.578
Pago de Post	545.455	566.727	588.830	611.794	635.654
Amortización y Depreciaciones	16.484.091	16.484.091	11.190.909	11.190.909	200.000
Depreciaciones	16.284.091	16.284.091	10.990.909	10.990.909	-
Amortización	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000
Total de Egresos	297.133.841	307.483.205	312.924.418	324.058.280	324.615.680
Utilidad Antes de Impuesto	29.131.631	31.506.620	39.286.010	41.888.355	55.602.874

IRE	2.913.163	3.150.662	3.928.601	4.188.836	5.560.287
Resultados	26.218.468	28.355.958	35.357.409	37.699.520	50.042.586

El estado de situación de ganancias y pérdidas muestra las ventas a ser devengadas en cada periodo, así como los costos y gastos que demandan esta actividad.

Se tiene previsto obtener resultados favorables en cada ejercicio económico. Lo cual significa que la empresa, de ser manejada correctamente puede generar suficientes ingresos como para desarrollarse e ir en aumento.

Tabla 47. Cuadro de revalúo y depreciaciones, proyectado a 5 años

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	8.563.636	5			-	8.563.636	1.712.727	1.712.727	4	6.850.909
Instalaciones	11.845.455	5			-	11.845.455	2.369.091	2.369.091	4	9.476.364
Equipos de Informática	10.586.364	2			-	10.586.364	5.293.182	5.293.182	1	5.293.182
Rodados	34.545.455	5			-	34.545.455	6.909.091	6.909.091	4	27.636.364
Totales	65.540.909		-		-	65.540.909	16.284.091	16.284.091		49.256.818

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	8.563.636	5	6.850.909		-	6.850.909	1.712.727	3.425.455	3	5.138.182
Instalaciones	11.845.455	5	9.476.364		-	9.476.364	2.369.091	4.738.182	3	7.107.273
Equipos de Informática	10.586.364	2	5.293.182		-	5.293.182	5.293.182	10.586.364	0	-
Rodados	34.545.455	5	27.636.364		-	27.636.364	6.909.091	13.818.182	3	20.727.273
Totales	65.540.909		49.256.818		-	49.256.818	16.284.091	32.568.182		32.972.727

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	8.563.636	5	5.138.182		-	5.138.182	1.712.727	5.138.182	2	3.425.455
Instalaciones	11.845.455	5	7.107.273		-	7.107.273	2.369.091	7.107.273	2	4.738.182
Equipos de Informática	10.586.364	2	-		-	-	-	-	0	-

Rodados	34.545.455	5	20.727.273	-	20.727.273	6.909.091	20.727.273	2	13.818.182
Totales	65.540.909		32.972.727	-	32.972.727	10.990.909	32.972.727		21.981.818

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	8.563.636	5	3.425.455		-	3.425.455	1.712.727	6.850.909	1	1.712.727
Instalaciones	11.845.455	5	4.738.182		-	4.738.182	2.369.091	9.476.364	1	2.369.091
Equipos de Informática	10.586.364	2	-		-	-	-	-	0	-
Rodados	34.545.455	5	13.818.182		-	13.818.182	6.909.091	27.636.364	1	6.909.091
Totales	65.540.909		21.981.818		-	21.981.818	10.990.909	43.963.636		10.990.909

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	8.563.636	5	1.712.727		-	1.712.727	-	6.850.909	0	-
Instalaciones	11.845.455	5	2.369.091		-	2.369.091	-	9.476.364	0	-
Equipos de Informática	10.586.364	2	-		-	-	-	-	0	-
Rodados	34.545.455	5	6.909.091		-	6.909.091	-	27.636.364	0	-
Totales	65.540.909		10.990.909		-	10.990.909	-	43.963.636		-

Las depreciaciones son realizadas de acuerdo a lo establecido en la legislación tributaria, en este caso sin el coeficiente de revalúo. Por lo tanto, estas depreciaciones se calculan en función a los años de vida útil mencionados en el Decreto N.º 3.181/19.

Tabla 48. Liquidación del IVA, proyectado a 5 años

Crédito Fiscal	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
IVA crédito por Inversión	6.654.091				
IVA crédito por Funcionamiento	7.013.636	7.287.168	7.571.368	7.866.651	8.173.450
IVA crédito por Compra	13.268.129	13.785.586	14.323.224	14.881.830	15.462.221
total, crédito fiscal	26.935.856	21.072.754	21.894.592	22.748.481	23.635.672

Débito Fiscal	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
IVA débito por ventas	32.626.547	33.898.982	35.221.043	36.594.663	38.021.855
total, débito total	32.626.547	33.898.982	35.221.043	36.594.663	38.021.855

Liquidación del IVA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Crédito Fiscal					
Liquidación por 12 Meses	5.690.691	12.826.228	13.326.451	13.846.183	14.386.184
Liquidación por Mes	474.224	1.068.852	1.110.538	1.153.849	1.198.849
Liquidación en el Periodo	5.216.466	11.757.376	12.215.913	12.692.334	13.187.335
Pagado en el Año	5.216.466	12.231.600	13.284.766	13.802.872	14.341.184

El cálculo del Impuesto al Valor Agregado (IVA) se realiza de forma mensual y anual teniendo en cuenta la inversión, los gastos de funcionamiento, las compras y ventas. Su proyección es fundamental porque representa movimiento de caja en la empresa.

Evaluación Financiera

Utiliza índices o ratios.

Tabla 49. Ratios de liquidez

		Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Ratios de Liquidez							
a)	Razón de Circulante = $\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}} = \frac{108.044.693}{4.688.044} =$	23,05	56,97	60,53	86,78	73,72	VECES
b)	Prueba Ácida = $\frac{\text{Activo Corriente - Mercadería}}{\text{Pasivo Corriente}} = \frac{105.869.590}{4.688.044} =$	22,58	55,30	58,45	83,53	70,81	VECES

Razón circulante. Dentro de esta tabla de índices se observa la capacidad de la empresa para cubrir sus deudas a corto plazo, para el primer año de operación se aprecia que la empresa cuenta con 23,05 veces para cubrir cada 1 guaraní de deuda a corto plazo. Cuanto mayor sea este índice, mayor es la capacidad de la empresa de hacer frente a sus obligaciones.

Prueba ácida. Esta ratio mantiene la misma cantidad de veces que la empresa tiene para responder a sus obligaciones a corto plazo 22,58 veces por cada 1 guaraní de deuda dentro del primer año. Es la parte más líquida de la operación.

Tabla 50. Ratios de Solvencia

			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Ratios de Solvencia								
a)	Apalancamiento =	$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}} = \frac{4.688.044}{159.601.511} =$	3%	1%	1%	1%	1%	%
b)	Rotación Activo Fijo =	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Fijo}} = \frac{326.265.472}{51.556.818} =$	6,33	9,67	14,75	28,84	30,44	veces
c)	Rotación Activo Total =	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}} = \frac{326.265.472}{159.601.511} =$	2,04	0,42	0,38	1,41	1,22	veces

Apalancamiento. Representa la capacidad de pago a largo plazo que posee la empresa y por, sobre todo, la porción del activo que corresponde a terceros. En este caso, la empresa posee en el primer año un 3% del activo comprometido a terceros para el primer año, el resultado demuestra la solvencia de la misma.

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, dentro del primer año se observa que la empresa está vendiendo casi 6,33 veces más del valor invertido en activo fijo, por lo que se puede decir que es buena la rotación de este rubro en las operaciones.

Rotación del activo total. Mediante esta ratio se aprecia la capacidad del total de los activos de la empresa para la generación de ventas dentro de la empresa. En el primer año de operación la rotación de los activos totales se realizará 2,04 veces.

Tabla 51. Ratios de Rentabilidad

Ratios de Rentabilidad		Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5		
a)	Utilidades sobre Ventas =	$\frac{\text{Utilidades Liquidas}}{\text{Ventas}} = \frac{26.218.468}{326.265.472} =$	8,04%	8,36%	10,04%	10,30%	13,16%	%
b)	Rendimiento del Capital =	$\frac{\text{Utilidades Liquidas}}{\text{Capital}} = \frac{26.218.468}{128.695.000} =$	20,37%	22,03%	27,47%	29,29%	38,88%	%
c)	Rendimiento Activo Total =	$\frac{\text{Utilidades Liquidas}}{\text{Activo Total}} = \frac{26.218.468}{159.601.511} =$	16,43%	15,25%	15,93%	14,55%	16,12%	%
d)	Costo de Ventas con Ventas =	$\frac{\text{Costo de Ventas}}{\text{Ventas Netas}} = \frac{130.506.189}{326.265.472} =$	40,00%	40,00%	40,00%	40,00%	40,00%	%
e)	Gastos Operativos con Ventas Netas =	$\frac{\text{Gastos Operativos}}{\text{Ventas Netas}} = \frac{166.627.652}{326.265.472} =$	51,07%	50,71%	48,85%	48,55%	45,38%	%

Utilidad sobre ventas. Indica la utilidad que se obtiene por cada guaraní de venta realizada, dentro del primer año de operación de la empresa se observa que por cada venta de prendas de vestir se obtendrá una utilidad del 8,04%

Rendimiento del capital. El primer año de operación, el capital retorna casi el 20,37% del total mediante las operaciones realizadas.

Rendimiento sobre el activo total. En este caso define la porción del activo total recuperado con la operación que representa un nivel del 16,43% en el primer año.

Costo de Ventas con Ventas. Muestra la capacidad de la empresa para generar utilidad una vez descontados los costos incurridos para las ventas, es decir que, adquiere un 40,00% por cada 1 Gs de ventas.

Gastos operativos con Ventas. Representa el retorno en efectivo por operación de ventas de los gastos directos, en el primer año alcanza el 51,07%.

Conclusión del Estudio

La realización de los cálculos presupuestarios y el análisis de los mismos en esta sección nos permite observar la rentabilidad de este tipo de empresa al corto y largo plazo. Se determinan todos los equipamientos necesarios y las provisiones en una proyección de cinco años, por lo que se puede observar su desarrollo y los posibles beneficios.

Por consiguiente, la inversión inicial necesaria para la creación de una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes es de Gs. 128.695.000 que será financiado en su totalidad por el propietario, el cual incluirá los equipamientos, gastos de apertura y el capital operativo.

En cuanto a las ventas, la empresa proporcionará en el primer año un ingreso total de Gs. 326.265.472, eso teniendo en cuenta un volumen anual de ventas de 2.087 prendas de vestir con un mercado meta del 24%.

Los resultados que presentan los análisis de los estados financieros en este estudio por medio de la aplicación de los ratios muestran que, en cuanto a la liquidez, en el primer año la empresa cuenta en promedio con 23.05 veces para cubrir sus deudas del corto plazo. En relación a la solvencia, la empresa posee la capacidad de cubrir los pagos a largo plazo con un 3% del activo comprometido a terceros, dentro del primer año se observa que vende casi 6,33 veces más el valor de lo invertido en activos fijos, además, presenta una rotación de los activos de 2,04 veces, demostrando la capacidad de los activos para la generación de ventas.

Por último, los ratios de rentabilidad muestran que por cada venta de prendas de vestir se obtendrá una utilidad del 8,04%, además, el capital retorna casi el 20,37% del total mediante las operaciones realizadas. En el primer año, la porción del activo total recuperado con la operación representa un 16,43%, así también, el retorno en efectivo por operaciones de ventas de los gastos directos alcanza el 51,07%. Por lo tanto, son resultados óptimos que demuestran la rentabilidad de la empresa.

Estudio Económico

Introducción

En este estudio se realizan cálculos previos para determinar algunos aspectos como Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno, la relación Beneficio Costo, el Periodo de Recuperación del Capital y Punto de Equilibrio, todo ello durante un período de 5 años desde la implantación del proyecto.

El estudio económico del proyecto planteado es un apartado imprescindible para el futuro desarrollo del mismo, puesto que puede condicionar el diseño óptimo del servicio para el usuario.

Por esta razón, también es conveniente contrastar con los valores de mercado, con el fin de determinar la mayor o menor rentabilidad del proceso o para poder justificar, en caso de resultar menos ventajoso, su desarrollo basándolo en una elección por otros motivos ambientales, disponibilidad de servicios, etc.

El estudio económico conforma la cuarta y última etapa del proyecto, en el figuran de manera sistemática y ordenada la información de carácter monetario, por lo tanto, es imprescindible la elaboración de este estudio ya que es la base para que el inversionista pueda decidir en ejecutar o no el capital.

Formulación del Problema

¿Cuál es el resultado económico para la creación de una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022?

Preguntas de investigación

¿Cuál es el valor actual neto (VAN) que arroja los resultados de una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022?

¿Cuál es la tasa interna de retorno (TIR) del proyecto una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022??

¿Cómo es el periodo de recuperación del capital invertido de una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022?

¿Cuál es la relación beneficio/costo (B/C) de una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022?

¿Cuál es el punto de equilibrio de una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022?

Objetivo General

Exponer el resultado económico para la creación de una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022

Objetivos específicos

Determinar el valor actual neto (VAN) de una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022.

Comprobar la tasa interna de retorno (TIR) del proyecto de una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022.

Calcular el periodo de recuperación del capital invertido de una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022.

Deducir la relación beneficio/costo (B/C) de una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022.

Establecer el punto de equilibrio de una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022.

Justificación del Estudio

El estudio económico se desarrolla para determinar si la empresa genera los beneficios suficientes para cubrir las deudas, financiar las inversiones y lograr el equilibrio entre la rentabilidad y la liquidez. Además de tener en cuenta la inflación para que la evaluación a través del tiempo sea completa. Mediante la aplicación de los evaluadores económicos de rentabilidad se podrá observar los valores monetarios y porcentuales para demostrar la situación económica y de esta forma mencionar los análisis correspondientes.

Por otra parte, se puede considerar a este proyecto como una fuente de información para los estudiantes de diversas áreas empresariales, tanto para los que están en etapas finales de la culminación de carrera, como así también para quienes deseen profundizar este tema para fines más fructuosos.

Además, este material es de relevancia social ya que es una información clara para el municipio que desee presentar los resultados a inversionistas para poder instalar este negocio en la ciudad para brindar un próspero crecimiento económico.

Aspecto Teórico

Estudio Económico. Con respecto a este estudio Barrachina (2013) menciona que;

Es el último estudio que se encarga del ordenamiento de los datos monetarios, en el mismo se analizan el total de los costos y la inversión inicial. En esta parte se propone describir los métodos actuales de evaluación que toman en cuenta el valor de dinero (p. 26).

“Ordenamiento y sistematización de la información de carácter monetario y elaboración de los cuadros analíticos, que sirven de base para la evaluación económica” (Baca, 2013, p. 6).

Valor Actual Neto (VAN). “Es el método más conocido mejor y más generalmente aceptado por los evaluadores de proyectos, mide el excedente resultante después de obtener la rentabilidad deseada o exigida y después de recuperar toda la inversión” (Chain, 2011, p.300).

Fórmula:

$$VAN = F/B (Act) - F/C (ACT)=$$

Donde:

F/B= es el flujo actualizado de beneficio y costo F/C= flujo de costos actualizados.

Con relación a los resultados Chain (2011) menciona que;

Si el resultado es mayor a 0 mostrará cuanto se gana con el proyecto, si el resultado es igual a 0 indica que el proyecto reporta exactamente la tasa que se quiere obtener después de recuperar el capital invertido, si el resultado es negativo, muestra el monto que falta para ganar la tasa que se deseaba obtener después de recuperada la inversión (p. 300)

“Compara el valor actual de los flujos netos de entradas de efectivo con el valor del costo inicial, erogado en efectivo, de un proyecto de desembolso del capital; la diferencia monetaria entre estas dos cantidades es valor actual neto” (Welsch, Hilton, Gordon y Rivera, 2005, p. 297).

Tasa Interna de Retorno (TIR). Foncrei (2000) habla que;

La tasa interna de retorno se define como aquella tasa de interés que aplicada a los ingresos y gastos de un proyecto para cada año de la vida de la inversión equilibra o nivela sus valores al presente, donde la R se hace 0 el VAN, es igual a la TIR” (p. 40).

Fórmula

$$TIR = j + \frac{[van_1(j-1)]}{Van_1 + van_2} \times 100$$

Donde:

TIR= es la máxima tasa de interés en promedio que promete rendir la inversión.

“Es la tasa de descuento por VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial” (Baca, 2010, p. 184).

Relación Beneficio – Costo (B/C). Córdoba (2011) expresa claramente que;

También llamada índice de productividad, es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial. Este índice se usa como medio de clasificación de proyectos en orden descendente de productividad. Si la relación beneficio costo es mayor que 1, entonces acepte el proyecto (p. 240).

Fórmula:

$$B/C = VAI / VAC$$

En donde:

B/C: relación costo-beneficio.

VAI: valor actual de los ingresos totales netos o beneficios netos.

VAC: valor actual de los costos de inversión o costos totales.

Interpretación

$B/C > 1$, esto indica que los beneficios son mayores a los costos.

$B/C = 1$, significa que los beneficios igualan a los costos.

$B/C < 1$, muestra que los costos superan a los beneficios.

“Consiste en dividir todos los costos del proyecto sobre todos los beneficios económicos que se van a obtener” (Baca, 2013, p. 212).

Periodo de Recuperación de Capital (PRC). “Se define como el tiempo necesario para que los beneficios netos del proyecto amorticen el capital invertido” (Hernández, 2005, p. 115).

Fórmula:

$$PRC = (\text{número de años antes de recuperación total de la inversión}) + \frac{(\text{costo no recuperado al inicio de la recuperación total})}{\text{flujo total de efectivo durante la recuperación total del año}}$$

Donde:

PRC= es el periodo de recuperación del capital, plazo que transcurre ante que se recupere el costo original de una inversión a partir de los flujos de efectivo esperado no considera el valor del dinero a través del tiempo, no está sujeta a actualizaciones.

“Consiste en determinar el número de periodos, generalmente en años, requeridos para recuperar la inversión inicial emitido, por medio de los flujos de efectivos futuros que generara el proyecto” (Baca, 2013, p. 212).

Punto de Equilibrio (PE). “Representa el nivel de producción y ventas en el que la utilidad es igual a cero, es decir, es el nivel en el que la utilidad marginal es

suficiente sólo para cubrir los gastos y costos fijos” (Cárdenas y Nápoles, 2008, p. 87).

En términos generales, el punto de equilibrio establece el volumen de actividad necesario para cubrir todos los costos y gastos. A partir de este nivel cualquier en el volumen de actividad genera utilidades y cualquier aumento en el volumen de actividad genera utilidades y cualquier disminución, pérdida. El punto de equilibrio se define, por tanto, como el nivel de actividad, en unidades y en dinero, en el que los ingresos totales son iguales a los costos y gastos totales (Ferreira, 2003, p. 45).

Punto equilibrio económico. “Es aquel punto en el cual la empresa, además de cubrir los costos y gastos fijos y variables, genera la utilidad esperada, puede ser calculada en cantidad o valores” (Ferreira, 2004, p.47)

Fórmula:

$$PE=CF+GF+BE / MCU \text{ en cantidad}$$

$$PE=CF+GF+BE / (1- (CV/Vta.)) \text{ en valores.}$$

Punto equilibrio financiero. “Es aquel en el cual la empresa cubre sus necesidades financieras, es decir genera ingreso de efectivo suficiente para cubrir su costos y gastos variables sin considerar las no erogables” (Ferreira, 2004, p. 47)

Fórmula:

$$PE = CF + GF - \text{Gastos erogables} / MCU$$

Análisis de Sensibilidad. “Mide la variación que se produce en el rendimiento del resultado del proyecto de inversión, como consecuencia de la medicación de alguna de las variables que determinan la rentabilidad o los beneficios, considerando que las demás variables no cambian” (Morales y Morales, 2009, p.231).

“Se denomina análisis de sensibilidad el procedimiento por medio del cual se puede determinar cuánto se afecta que tan sensible es la TIR ante cambio en determinadas variables del proyecto” (Baca, 2001, p. 227).

Fórmula:

$(VAN_n - VAN_e) / VAN_e$. Donde VAN_n es el nuevo VAN es el nuevo VAN obtenido y VAN_e es el VAN que teníamos antes de realizar el cambio en la variable.

Metodología

Para la evaluación económica del proyecto se utilizan fórmulas matemáticas de los indicadores de rentabilidad para tomar la decisión de aceptar o rechazar el proyecto. Además, se utiliza la revisión bibliográfica para el aspecto teórico del trabajo.

Desarrollo Económico

Tabla 52. Cálculo e Interpretación del Valor Actual Neto (VAN)

CALCULO DEL VAN			
Tasa de Descuento		10,00%	
Año	Flujo Neto Actual	Factor de Descuento	Flujo Neto Actualizado
0	-128.695.000		-128.695.000
1	51.869.590	0,909090909	47.154.173
2	40.539.661	0,826446281	33.503.852
3	44.824.221	0,751314801	33.677.100
4	46.019.543	0,683013455	31.431.967
5	48.908.512	0,620921323	30.368.338
VAN 1 =			47.440.430

El valor actual neto (VAN) representa el saldo neto descontado bajo una tasa de inflación financiera; es decir, se actualizan los ingresos y los egresos de los 5 años incluida la inversión inicial, la diferencia es el índice que determina la liquidez que deja la actividad económica durante ese periodo. Se acepta solo si es positivo.

Este indicador económico determina un ingreso neto de Gs. 47.440.430 al 10% de rendimiento del dinero proyectado a 5 años. El importe positivo dimensiona la disposición de liquidez neta cuyo valor se actualiza a este periodo.

Tabla 53. Cálculo e Interpretación de la Tasa Interna de Retorno (TIR)

CALCULO DEL TIR					
Tasa de Descuento		20,00%		25,00%	
Año	Flujo Neto Actual	Factor de Descuento	Flujo Neto Actualizado	Factor de Descuento	Flujo Neto Actualizado
0	-128.695.000		-128.695.000		-128.695.000
1	51.869.590	0,833333333	43.224.658	0,8	41.495.672
2	40.539.661	0,694444444	28.152.542	0,64	25.945.383
3	44.824.221	0,578703704	25.939.942	0,512	22.950.001
4	46.019.543	0,482253086	22.193.067	0,4096	18.849.605
5	48.908.512	0,401877572	19.655.234	0,32768	16.026.341
		VAN 1 =	10.470.444	VAN 2 =	-3.427.998

$$TIR = \frac{i1 + (i2 - i1) \frac{VAN1}{VAN1 + VAN2}}{TIR = 20,00\% \quad \frac{523.522}{13.898.442}}$$

$$TIR = 20,00\% \quad 4\%$$

$$TIR = 23,77\%$$

La tasa interna de retorno (TIR) se entiende como la tasa anual que puede pagar la inversión. Se determina realizando un cálculo de VAN con una tasa mayor; es decir, a medida que la tasa se incrementa, el VAN decrece y tiende a cero. La TIR 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 en la medida que parezca atractiva al inversionista.

La tasa interna de retorno de la inversión es alrededor de 23,77% anual, lo que representa una tasa superior a la que paga el mercado financiero para una colocación a 5 años de plazo. Esta tasa anual es lo que el proyecto puede pagar por la inversión.

Tabla 54. Cálculo e Interpretación de la Relación Beneficio Costo (B/C)

Tasa de Descuento		10,00%		10,00%		
Año	Ingreso	Factor de Descuento	Ingreso Actualizado	Egreso	Factor de Descuento	Egreso Actualizado
0						128.695.000
1	358.892.019	0,909090909	326.265.472	307.022.429	0,909090909	279.111.299
2	372.888.807	0,826446281	308.172.568	332.349.146	0,826446281	274.668.716
3	387.431.471	0,751314801	291.082.998	342.607.250	0,751314801	257.405.898
4	402.541.298	0,683013455	274.941.123	356.521.755	0,683013455	243.509.156
5	418.240.409	0,620921323	259.694.388	369.331.897	0,620921323	229.326.050
BA			1.460.156.549	CA		1.412.716.119

VAN BA - CA

VAN 1.460.156.549 1.412.716.119

VAN 47.440.430 G

BA

B/C $\frac{\quad}{\quad}$
CA

1.460.156.549

B/C $\frac{\quad}{\quad}$
1.412.716.119**B/C 1,03**

La relación Beneficio/Costo (B/C) representa la proporción de utilidad por cada cantidad monetaria de costo. En este proyecto la relación beneficio/costo es superior a uno, lo que significa que por cada 1 guaraní invertido el proyecto tiene un retorno de Gs. 1,03.

Por otra parte, su cálculo consiste en el cociente entre la sumatoria de los ingresos actualizados y los egresos actualizados a la misma tasa del VAN; se considera favorable cuando resulta mayor que la unidad.

Tabla 55. Cálculo e Interpretación del Periodo de Recuperación del Capital (PRC)

Período	Utilidad	Saldo de la Inversión Inicial
Año 0		-128.695.000
Año 1	26.218.468	-102.476.532
Año 2	28.355.958	-74.120.574
Año 3	35.357.409	-38.763.165
Año 4	37.699.520	-1.063.646
Año 5	50.042.586	48.978.940

PRC =	$\frac{\text{Saldo de la Inversión Inicial}}{\text{Resultado del Año Siguiente}}$	<u><i>Por regla de Tres Simple</i></u>
PRC =	$\frac{1.063.646}{50.042.586}$	$1.063.646 \quad x$ $50.042.586 \quad 12$
PRC =	0,02	$x = \frac{12.763.749}{50.042.586}$
PRC =	4 año/s 0 meses	$x = 0$

El Periodo de Recuperación del Capital (PRC) evalúa el tiempo en años y meses que transcurre para que la empresa pueda recuperar la inversión inicial. Se puede observar que el tiempo de recuperación de la inversión es aproximadamente en 4 años, por lo tanto; el resto del tiempo de vida del proyecto genera recursos por encima del capital recuperado íntegramente.

En esencial mencionar que la técnica que permite determinar esta información se denomina Payback y consiste en restar la inversión inicial del flujo de caja anual neto como una manera de recuperarlo en cada periodo.

Tabla 56. Determinación e interpretación de los Puntos de equilibrio

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	358.892.019	372.888.807	387.431.471	402.541.298	418.240.409
Costos y Gastos Variables	145.949.421	151.641.448	157.555.465	163.700.128	170.084.433
Margen de Contribución	212.942.598	221.247.359	229.876.006	238.841.170	248.155.976
Costos y Gastos Fijos	161.073.008	180.707.698	185.051.786	192.821.627	199.247.464
Resultados	51.869.590	40.539.661	44.824.221	46.019.543	48.908.512
MC %	59%	59%	59%	59%	59%
Punto de Equilibrio Financiero	271.471.361	304.563.536	311.885.032	324.980.271	335.810.333

Punto de Equilibrio Financiero (G)	=	Costos y Gastos Fijos G
		<i>MC %</i>

El equilibrio es el punto donde la empresa logra equiparar el monto de los costos y gastos totales con el importe de las ventas, colocando una cantidad determinada del producto. Este indicador posibilita a la organización predisponer sus metas de ventas valiéndose de las cantidades vendidas con margen de utilidad; es decir, por encima del equilibrio. La empresa logra su equilibrio monetario en G. 271.471.361, lo que representa que con estos valores cubre íntegramente sus costos totales sin obtener todavía utilidad durante el primer año de operación.

Conclusión del Estudio

Los evaluadores económicos aplicados que fueron presentados en esta sección nos brindan resultados que al ser analizados ofrecen informaciones que demuestran y responden la interrogante con respecto a la rentabilidad de la empresa.

Teniendo en cuenta el valor actual neto, la empresa podrá contar con una liquidez de Gs. 47.440.430, este resultado se presenta a partir de la suma de todos los flujos de caja actualizados generados por un proyecto deducido el valor de la inversión, es decir que es la ganancia que genera este proyecto de inversión una vez actualizadas todas las entradas y salidas de fondos de los cinco años.

La tasa interna de retorno (TIR) es del 23.77% por lo que es la tasa de interés máxima a la que la empresa o inversor se pueden endeudar para no perder dinero con la inversión, para que de esta forma el VAN sea igual a cero, es decir, representa que el proyecto se encuentra en un contexto favorable.

El periodo de recuperación del capital invertido teniendo en cuenta la utilidad, es aproximadamente en 4 años, por lo tanto, el resto del tiempo de vida del proyecto genera recursos por encima del capital recuperado totalmente.

Por otra parte, la relación de beneficio/costo de la empresa revela que por cada 1 guaraní de costo invertido el proyecto tiene un retorno o beneficio de 1 céntimo, nos demuestra que los beneficios superan los costes, por consiguiente, el proyecto debe ser considerado.

El punto de equilibrio financiero es de Gs. 271.471.361. lo cual establece el nivel de ingresos requeridos para cubrir los costes totales, es decir, la venta necesaria para solventar los costos fijos-variables y gastos.

CONCLUSIÓN

Al finalizar la presente investigación, es posible mencionar que este proyecto de emprendimiento representa una alternativa de inversión favorable para la comercialización de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia.

De acuerdo al estudio de mercado se pudo revelar el nivel de demanda real presente en el lugar la cual nos indica la existencia de la oportunidad para emprender este tipo de rubro. Realizando un análisis se pudo deducir que la necesidad del mercado, es decir la población es de 4361 madres gestantes y lactantes de 18 a 45 años de edad, de los cuales se pudo inferir una población insatisfecha de 1.242 madres, la empresa como mercado meta pretende cubrir el 24% sobre el total, por lo que se pretende ofrecer 2.087 prendas de vestir al año y 174 al mes. En cuanto a la forma de adquisición de los productos, la mayor competencia se encuentra en las tiendas virtuales de otras ciudades, por otra parte, de acuerdo a los resultados también compran de tiendas y supermercados de la ciudad.

Los resultados que se obtienen en el estudio técnico permiten determinar la localización estratégica de la empresa la cual estará ubicada sobre una calle principal en la ciudad Dr. Juan Eulogio Estigarribia, además, requerirá una estructura física como muebles y equipos de oficina, equipos informáticos, instalaciones y un rodado, lo cual se detalla de acuerdo a las necesidades. Por otra parte, el tipo de empresa a habilitar es una unipersonal que contará con colaboradores para realizar las labores requeridas la cual estará compuesta por el gerente general, la cajera y la vendedora, de manera que cada cargo cuente con sus respectivas funciones.

Así también, el estudio financiero demuestra que la inversión inicial necesaria para la creación de esta empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes es de Gs. 128.695.000 que será financiado en su totalidad por el propietario, el cual incluirá los equipamientos, gastos de apertura y el capital operativo. Además, de acuerdo a los ratios, la empresa posee la

capacidad de cubrir sus deudas al corto y largo plazo, dentro del primer año se observa que vende casi 6.33 veces más el valor de lo invertido en activos fijos, se muestra que por cada venta de prendas de vestir se obtendrá una utilidad de 8.04%. Por lo tanto, son resultados óptimos que indican la rentabilidad de la empresa.

Los resultados proporcionados en la evaluación económica fueron favorables ya que en el VAN se obtuvo un monto de Gs. 47.440.430, lo que representa la recuperación total del monto de nuestra inversión inicial y la cobertura total de todos los costos y gastos; la TIR asciende al 23,77%; la relación Beneficio/Costo refleja un resultado de Gs. 1,03, lo que significa que por cada 1 guaraní de costo invertido el proyecto tiene un retorno o beneficio de 0,03 céntimo, siendo el periodo de recuperación del capital invertido de aproximadamente 4 años, de modo que el resto del tiempo de vida del proyecto genera recursos por encima del capital recuperado totalmente.

Los resultados expuestos demuestran la rentabilidad de la creación de una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, cada estudio realizado permitieron demostrar y lograr el objetivo general de la investigación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguayo Caballero, P. (2006). Contabilidad Básica (Primera Edición). Asunción, Paraguay: AGR- Servicios Gráficos.
- Aguayo Caballero P. (2016). Contabilidad Financiera Avanzada, 2^a ed. Asunción, Paraguay.
- Ámez, F. M. (2002). Diccionario de Contabilidad y Finanzas. Madrid, España Editora: Cultural, S.A.
- Aching Guzmán, C. (2005). Ratios Fianancieros y Matemáticas de la Mercadotecnia. Perú: Prociencia y Cultura S. A
- Burbano Ruiz, J. E. (2005). Presupuestos Enfoque de gestión, planeación y control de recursos (Tercera edición). Colombia: Editorial Nomos Mc Graw Hill
- Baca Urbina, G. (2013). Evaluación de proyectos, 7^a ed. México DF, México: McGraw- Hill/ Interamericana Editores S.A.
- Baca Urbina, G. (2010). Evaluación de proyectos, 7^a ed. México DF, México: McGraw- Hill/ Interamericana Editores S.A.
- Baca Urbina, G. (1990). Evaluación de proyectos, 7^a ed. México DF, México: McGraw- Hill/ Interamericana Editores S.A.7
- Baron, A. P. (2017). Guía para Tutores y Tesistas. Fernando de la Mora, Paraguay: Liberty.
- Bernal, C. A. (2010). Metodología de la investigación, 3^a ed. Colombia: Pearson Educación.
- Burbano Ruiz, J., Ortiz Gómez, A. (1995) Presupuestos. 2^a ed. Colombia: McGraw-Hill.
- Córdoba Padilla, M. (2011). Formulación y evaluación de proyectos. Bogotá, Colombia: Ecoe ediciones.

Casanovas, M., & Bertrán, J. (2013). La financiación de la empresa. Barcelona: PROFIT Editorial.

Flor Romero, M. (2011). Organización y procesos empresariales. Asunción, Paraguay: Licolor S.R.L.

Greco y Godoy. (2003). Diccionario contable y comercial. Buenos Aires, Argentina

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, M. (1997). Metodología de la investigación. Colombia: Panamericana Formas e Impresos.

Hernández Sampieri R., C Fernández Collado, C., Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la Investigación, 6ª ed. México. McGraw-Hill.

Ley del Código de Trabajo N.º 213/1993, Congreso de la Nación Paraguaya (1993).

Ley N.º 620/76 que establece el Régimen Tributario para las Municipales.

Ley N.º 1860/50. Creación del Instituto de Previsión Social.

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

Ley que establece el Nuevo Régimen Tributario N.º 125/1992, Congreso de la Nación Paraguaya (1992).

Ley N.º 4798 | Crea la Dirección Nacional de Propiedad Intelectual (DINAPI).

Ley N.º 1183/85 del Código Civil Paraguayo.

Ley N.º 6.380 de modernización y simplificación del sistema tributario nacional.

Ley N.º 1352/88 Que establece el Registro Único del Contribuyente.

Ley N.º 98/92 que Establece el Régimen Unificado de Jubilaciones y Pensiones.

Lizcano Álvarez, J. y Castelló Taliani, E. (2004). Rentabilidad empresarial, propuesta practica de análisis y evaluación. Madrid. España: Cámaras de Comercio, Servicio de estudios.

Malhotra, N. K. (2008). Investigación de mercados. 5ª ed. México: PEARSON Prentice Hall.

Morales, A. y Morales, J. A. (2009). Proyectos de investigación, evaluación y formulación. México DF. México: McGraw-Hill.

Rodríguez, Lozada, Gizeh (2009). La economía de mercado, El Cid Editor | apuntes. ProQuest EBook Central.

Rodríguez Aranday, F. (2018). Formulación y evaluación de proyectos de inversión. México DF, México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos


Sapag Chain, N. (1991). Preparación y Evaluación de Proyectos (2da. Edición). McGraw-Hill.

Stanton, W. J., Etzel, M. J., Walker, B. J., (2007). Fundamentos de Marketing, 14ª ed. México DF, México: McGraw-Hill.

Vilches Troncoso, R. (2019). Apuntes de contabilidad básica. Madrid, El Cid Editor. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/cireutic/105652?page=7>.

Welsch, A., Hilton, R., Gordon, P. y Rivera, C. (2005). Presupuestos, planificación y control. 6ª ed. México: Pearson Educación.

Apéndices**Apéndice 1. Nota de Respuestas de Hospitales**

 **Sanatorio Luz y Vida**
ASOCIACIÓN CIVIL LUZ Y VIDA
"Brindamos un servicio a su salud y la de su familia"
J.E. Estigarribia Tel. y Fax: (0528) 222 385 / 222 885 Cel. (0971) 421 111
E-mail: hospital@luzyvida.org.py / www.luzyvida.org.py

Dr. Juan Eulogio Estigarribia, 10 de mayo 2022.-


Señor
Lic. José D. Ramírez Román
Tutor de Tesis
Universidad Tecnológica Intercontinental UTIC

Presente:

En virtud a la solicitud recibida en fecha 03 de mayo de 2.022, hago constar que **no** llevamos registro de consulta de mujeres embarazadas, y por otra parte manifiesto la cantidad de partos mensuales como sigue:

Cantidad de Partos Sanatorio Luz y Vida Periodo desde enero 2.021 al abril 2.022	
Mensual	Partos
Enero 2.021	11
Febrero	14
Marzo	14
Abril	8
Mayo	19
Junio	14
Julio	14
Agosto	12
Septiembre	12
Octubre	16
Noviembre	22
Diciembre	26
Enero 2.022	6
Febrero	6
Marzo	17
Abril	24

Atentamente.


Dr. Carlos Wiens
Director Médico
Sanatorio Luz y Vida

*Dr. Carlos Wiens D.
Reg. N° 3783*

vg/CW

Apéndice 2. Nota de Respuestas de Hospitales



0528 222450 – 0971 406 902
Panchito López 498 c/ Enfermeras del Chaco
(a una cuadra de la Escuela N° 727 Cristo Rey)
Dr. Juan Eulogio Estigarribia – Caaguazú – Paraguay

Dr. Juan Eulogio Estigarribia, 02 de mayo del 2022.-

A Quien Corresponda:

Adjunto datos solicitados en nota recibida en fecha 27 de abril de 2022, donde textualmente dice **“Solicitud de registros de cantidad de embarazadas y Lactantes (partos) para utilizar como población de la tesis Titulada de la siguiente manera: - Comercialización de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes de la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia”.-**

Que así conste, para lo que hubiera lugar.-----


Lourdes Patricia Zárate Bazán

Esp. C.P. Lourdes Patricia Zárate Bazán
Administración

SANATORIO
Dr. Jorge Zúrate Zárate
Medicina - Pediatría - Obstetricia - Ginecología
Pediatria - Radiología - Cirugía
Tel. 0528 - 222 450
Panchito López 498 c/ Enfermeras del Chaco
Dr. Juan Eulogio Estigarribia - Caaguazú - Paraguay



0528 222450 – 0971 406 902
 Panchito López 498 c/ Enfermeras del Chaco
 (a una cuadra de la Escuela N° 727 Cristo Rey)
 Dr. Juan Eulogio Estigarribia – Caaguazú – Paraguay

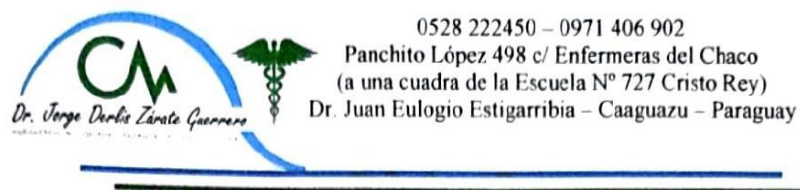
Dr. Juan Eulogio Estigarribia, 02 de mayo del 2022.-

AÑO 2021

	MES	CONSULTAS PRENATALES	ECOGRAFIAS Orden Interna Orden Externa	CONSULTAS GESTANTES OCASIONALES
1° TRIMESTRE (corresponde desde la semana 1 hasta las 12 semanas de gestación)	Enero	27	83	4
	Febrero	32	97	2
	Marzo	23	88	6
	Abril	29	86	11
	Mayo	28	91	9
	Junio	25	103	3
	Julio	30	94	7
	Agosto	36	96	5
	Setiembre	33	113	13
	Octubre	28	104	6
	Noviembre	33	119	11
	Diciembre	31	101	16
	TOTAL	355	1165	93

SANATORIO
 Dr. Jorge Darío Zárate Guerrero
 Medicina Auxiliar - Obstetricia - Ginecología
 Partería - Ecografía - Caaguazú
 Tel. 0528 - 222 450
 Panchito López c/ Enfermeras del Chaco

Esp. C.P. Lourdes Patricia Zárate Bazar
 Administración



Dr. Juan Eulogio Estigarribia, 02 de mayo del 2022.-

AÑO 2021

	MES	CONSULTAS PRENATALES	ECOGRAFIAS Orden Interna Orden Externa	CONSULTAS GESTANTES OCASIONALES
3° TRIMESTRE (corresponde desde la semana 27 hasta las 40 semanas de gestación)	Enero	16	53	1
	Febrero	22	57	4
	Marzo	18	61	6
	Abril	16	55	3
	Mayo	20	83	9
	Junio	19	74	4
	Julio	17	59	2
	Agosto	23	56	1
	Setiembre	20	60	3
	Octubre	16	62	2
	Noviembre	19	74	1
	Diciembre	17	68	5
	TOTAL	223	762	41

SANATORIO
Dr. Jorge Darío Zárate Guerrero
Medicina Familiar - Obstetricia - Ginecología
Pediatría - Neonatología - Cirugía
Tel. 0528 - 222 450
Panchito López 498 c/ Enfermeras del Chaco
Caaguazú - Paraguay

Esp. C.R. Lourdes Patricia Zárate Bazzani
Administración

Apéndice 3. Nota de Respuestas de Hospitales



V REGIÓN
SANITARIA

TETÁ REKUÁI
GOBIERNO NACIONAL

*Paraguay
de la gente*

HOSPITAL BÁSICO DIVINO NIÑO JESÚS - DR. JUAN EULOGIO ESTIGARRIBIA
Calle San José Obrero C/ Tadj

Telef: 0528-222 333

Dr. Juan Eulogio Estigarribia, 20 de mayo de

2022

Adjunto datos solicitados en nota recibida en fecha 04 de mayo de 2022, donde textualmente dice Solicitud de registros de cantidad de embarazadas y partos para utilizar como población de la tesis Titulada: **“Comercialización de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes de la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia”**.

Que así conste para lo que hubiere lugar.....

Dr. Reinaldo Villalba
Director - Reg. Nº 13.455
Hospital Básico Divino Niño Jesús

Dr. Reinaldo Villalba

Director del H.B.D.N.J.J.E.E.
H.B.D.N.J.J.E.E.



Lic. Rita Bogarin
Obstetra
R. Prof. Nº 1205

Lic. Rita Bogarin

Jefa del Dpto. de Obstetricia

Rummy Iriarte

Rummy Iriarte

Jefa del Dpto. de Estadísticas HBDNJEE



REGIÓN
SANITARIA

TETĀ REKUĀI
GOBIERNO NACIONAL

*Paraguay
de la gente*

HOSPITAL BÁSICO DIVINO NIÑO JESÚS - DR. JUAN EULOGIO ESTIGARRIBIA

Calle San José Obrero C/ Tajy

Telef: 0528-222 333

Dr. Juan Eulogio Estigarribia, 20 de mayo del 2022

AÑO 2021

MESES	CONSULTAS	PARTOS
ENERO	228	37
FEBRERO	256	29
MARZO	236	25
ABRIL	211	22
MAYO	303	23
JUNIO	324	21
JULIO	250	34
AGOSTO	322	24
SEPTIEMBRE	265	28
OCTUBRE	287	16
NOVIEMBRE	316	26
DICIEMBRE	168	39
TOTAL:	3166	304



TESÁI HA TERŌ
POKŌRAVE
1972 - 2022
MINISTERIO DE
SALUD PÚBLICA
Y BIENESTAR SOCIAL

REGION
SANITARIA

TETĀ REKUĀI
GOBIERNO NACIONAL

*Paraguay
de la gente*

HOSPITAL BÁSICO DIVINO NIÑO JESÚS - DR. JUAN EULOGIO ESTIGARRIBIA
Calle San José Obrero C/ Tajy

Telef: 0528-222 333

Dr. Juan Eulogio Estigarribia, 20 de mayo del 2022

AÑO 2022

MESES	CONSULTAS	PARTOS
ENERO	305	28
FEBRERO	249	10
MARZO	260	17
ABRIL	189	26
MAYO	0	0
JUNIO	0	0
JULIO	0	0
AGOSTO	0	0
SEPTIEMBRE	0	0
OCTUBRE	0	0
NOVIEMBRE	0	0
DICIEMBRE	0	0
TOTAL:	1003	81



TESÁ NA TERÓ
POBAYÉ
Ministerio de
SALUD PÚBLICA
Y BIENESTAR SOCIAL

REGION
SANITARIA

TETÁ REKUÁI
GOBIERNO NACIONAL

Paraguay
de la gente

HOSPITAL BÁSICO DIVINO NIÑO JESÚS - DR. JUAN EULOGIO ESTIGARRIBIA

Calle San José Obrero C/ Tajy

Telef: 0528-222 333

Dr. Juan Eulogio Estigarribia, 20 de mayo del 2022

AÑO 2021

MESES	CANTIDAD DE NACIDOS VIVOS
ENERO	37
FEBRERO	29
MARZO	25
ABRIL	22
MAYO	23
JUNIO	21
JULIO	34
AGOSTO	24
SEPTIEMBRE	28
OCTUBRE	16
NOVIEMBRE	26
DICIEMBRE	39
TOTAL:	304

AÑO 2022

MESES	CANTIDAD DE NACIDOS VIVOS
ENERO	28
FEBRERO	10
MARZO	17
ABRIL	26
MAYO	0
JUNIO	0
JULIO	0
AGOSTO	0
SEPTIEMBRE	0
OCTUBRE	0
NOVIEMBRE	0
DICIEMBRE	0
TOTAL:	81

Apéndice 4. Cuestionario para las madres gestantes y lactantes.

Marque con una “X” la respuesta que más se adecue a su criterio.

1. Edad comprendida

18 – 25 años ()

26 – 35 años ()

36 – 45 años ()

46 – 50 años ()

2. ¿Usted está embarazada o es madre lactante?

Embarazada ()

Madre lactante ()

3. ¿Compra usted prendas de vestir en su etapa de gestación o lactancia?

Sí ()

No () si su respuesta es no, pasa a la pregunta N° 18

4. Si usted compra las prendas de vestir ¿De dónde las adquiere?

Supermercado ()

Tienda virtual de otra ciudad ()

Tienda física de la ciudad ()

5. ¿La atención que recibe le satisface?

Sí ()

No ()

6. En el caso de que su respuesta sea negativa ¿En qué se debe mejorar para dar una buena atención?

Empatía, paciencia y constancia ()

Ética de trabajo ()

Conocimiento del producto ()

7. ¿Está satisfecha con las prendas que suele adquirir?

Sí () si su respuesta es sí, pasa a la pregunta N° 9

No ()

8. En el caso de que su respuesta sea negativa, ¿cuál sería la razón por la cual se queda insatisfecha con las prendas que adquiere?

Precio alto ()

Falta de diseño ()

Poca variedad ()

Baja calidad ()

Tallas limitadas ()

9. ¿Cada cuánto tiempo usted compra en esta etapa las prendas de vestir?

Quincenal ()

Mensual ()

Trimestral ()

Semestral ()

10. ¿Qué tipo de prendas de vestir es la que mayormente usted prefiere en esta etapa?

Casual ()

Elegante ()

Deportivo ()

Ejecutivo ()

11. Durante esta etapa, ¿cuáles son los atributos que busca al vestir?

Moda y diseño ()

Comodidad ()

Precio ()

Calidad ()

Tallas ()

12. ¿Qué sistema de pago utiliza para la compra del producto escogido?

Crédito ()

Contado ()

13. ¿Qué medio a usted le es más ágil al realizar sus compras?

Delivery ()

Acudir a la tienda ()

14. ¿Cuál es el rango de precios que paga normalmente por las prendas de vestir?

50.000gs a 100.000gs ()

100.000gs a 200.000gs ()

200.000gs a 300.000gs ()

300.000gs a 400.000gs ()

400.000gs a 500.000gs ()

15. ¿Le gustaría recibir descuentos especiales?

Sí ()

No ()

16. ¿Cuál es la forma de pago que utiliza al realizar su compra?

Efectivo ()

Tarjeta ()

Transferencia ()

17. ¿Qué medios utiliza para informarse?

TV ()

Radio ()

Periódico ()

Redes sociales ()

Promotores ()

18. ¿Conoce alguna tienda especializada en prendas de vestir para mujeres embarazadas y madres lactantes en la ciudad?

Sí ()

No ()

19. ¿Le gustaría contar con una empresa comercializadora de prendas de vestir para madres gestantes y lactantes en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia?

Sí ()

No ()