

**PRODUCCIÓN DE VELAS AROMÁTICAS EN LA CIUDAD DE VILLA
ELISA, AÑO 2022**

María Librada Lara

Tutor: Mg. Rubén Fernández

Proyecto de Tesis presentada en la Universidad Tecnológica Intercontinental
como requisito parcial para obtención del título de Licenciada en Ciencias Contables

Asunción, 2022

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR

Quien suscribe, **Mg. Rubén Fernández**, con documento de identidad N°**2.846.059** tutor del trabajo de investigación titulado “Producción de Velas Aromáticas en la Ciudad de Villa Elisa, año 2022”, elaborado por la alumna **María Librada Lara** para obtener el Título de **Licenciada 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 Asunción, a los 25 días del mes de mayo de 2022

.....

Mg. Rubén A. Fernández P.

Dedico este trabajo a:

A mis hijos Thobias y Thamara quienes han sido mi fortaleza y motivación para seguir con mis estudios.

Agradezco a:

A Dios Todopoderoso que ha iluminado mi mente y darme fortaleza necesaria en tiempos de pandemia para culminar mi carrera.

A mi familia que han sido soporte y compañía para mí durante todo el periodo de estudio.

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|---|------------------------------|
| PORTADA | ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED. |
| CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR | II |
| DEDICATORIA | ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED. |
| AGRADECIMIENTO | ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED. |
| TABLA DE CONTENIDO | V |
| RESUMEN | 2 |
| MARCO INTRODUCTORIO | 3 |
| INTRODUCCIÓN | 3 |
| PROYECTO DE INVERSIÓN | 3 |
| TEMA DE INVESTIGACIÓN | 4 |
| PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 4 |
| FACTIBILIDAD DE PROYECTO DE INVERSIÓN | 5 |
| FORMULACIÓN DEL PROBLEMA..... | 5 |
| PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN..... | 5 |
| OBJETIVO GENERAL..... | 6 |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 6 |
| JUSTIFICACIÓN..... | 6 |
| ESTUDIO DE MERCADO | 8 |
| INTRODUCCIÓN | 8 |
| OBJETIVO GENERAL..... | 8 |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 8 |
| JUSTIFICACIÓN..... | 8 |
| ANTECEDENTES DEL PROYECTO..... | 8 |
| METODOLOGÍA | 9 |
| <i>Tipo de Investigación.</i> | 9 |
| <i>Nivel de Conocimiento.</i> | 9 |
| <i>Diseño de la Investigación.</i> | 9 |
| <i>Población.</i> | 10 |
| <i>Muestra.</i> | 11 |
| <i>Encuesta.</i> | 13 |
| <i>Cuestionario.</i> | 13 |
| <i>Técnicas de procesamiento y análisis de datos.</i> | 13 |
| ASPECTOS DE LA ECONOMÍA..... | 13 |
| <i>Inflación:</i> | 14 |
| <i>Nivel de Precios:</i> | 15 |

| | |
|---|-----------|
| <i>Salarios:</i> | 15 |
| <i>Créditos en el Sistema Bancario:</i> | 15 |
| <i>Tipo de cambio (variable, errático, estable):</i> | 15 |
| <i>Población total:</i> | 16 |
| <i>Población económicamente activa e inactiva:</i> | 17 |
| <i>Tasa de desempleo:</i> | 19 |
| <i>Tasa de crecimiento poblacional:</i> | 19 |
| <i>Importaciones y Exportaciones registradas:</i> | 20 |
| <i>Tasas Pasivas y Activas Financieras:</i> | 20 |
| <i>Reservas Monetarias Internacionales:</i> | 20 |
| EL MERCADO DE PRODUCTO..... | 21 |
| <i>El Producto:</i> | 21 |
| ANÁLISIS DEL ESTUDIO DE MERCADO..... | 21 |
| <i>Demanda:</i> | 21 |
| <i>Oferta:</i> | 25 |
| <i>Precio:</i> | 26 |
| <i>Comercialización:</i> | 27 |
| CONCLUSIÓN | 31 |
| ESTUDIO TÉCNICO..... | 32 |
| INTRODUCCIÓN | 32 |
| OBJETIVO GENERAL..... | 32 |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 32 |
| METODOLOGÍA | 32 |
| MARCO TEÓRICO | 32 |
| <i>Localización</i> | 32 |
| <i>Empresa</i> | 34 |
| <i>Organigrama</i> | 34 |
| <i>Manual de Funciones</i> | 34 |
| MISIÓN | 37 |
| VISIÓN | 37 |
| ASPECTO LEGAL | 37 |
| <i>Artículo 86 - Del Derecho Al Trabajo</i> | 38 |
| <i>LEY N° 1034/83 DEL COMERCIANTE</i> | 38 |
| <i>LEY N° 125/91: QUE ESTABLECE EL NUEVO RÉGIMEN TRIBUTARIO</i> | 38 |
| <i>Código del Trabajo LEY 213/93</i> | 39 |
| ASPECTO TRIBUTARIO | 41 |
| REGISTRO DE MARCAS..... | 43 |
| ASPECTO AMBIENTAL..... | 44 |
| OBRAS FÍSICAS | 45 |
| EQUIPAMIENTOS | 46 |
| CAPACIDAD INSTALADA | 47 |
| PROCESO DE PRODUCCIÓN: | 47 |
| MATERIA PRIMA E INSUMOS | 48 |
| ANÁLISIS DEL COSTO..... | 48 |
| TECNOLOGÍA | 50 |
| NIVELES DE PRODUCCIÓN | 50 |
| CONCLUSIÓN | 51 |

| | |
|--|-----------|
| ESTUDIO FINANCIERO | 52 |
| INTRODUCCIÓN | 52 |
| OBJETIVO GENERAL..... | 52 |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS. | 52 |
| METODOLOGÍA | 52 |
| BASE TEÓRICA Y DESARROLLO..... | 52 |
| <i>Fuentes de Financiación.</i> | 52 |
| <i>Inversión Inicial.</i> | 53 |
| <i>Presupuesto.</i> | 54 |
| CONTABILIDAD..... | 56 |
| BALANCE..... | 56 |
| ESTADO DE RESULTADOS..... | 58 |
| FLUJO DE EFECTIVO..... | 58 |
| ANÁLISIS FINANCIERO. | 59 |
| <i>Ratios Financieros.</i> | 59 |
| CONCLUSIÓN | 62 |
| ESTUDIO ECONÓMICO..... | 63 |
| INTRODUCCIÓN | 63 |
| OBJETIVO GENERAL..... | 63 |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 63 |
| METODOLOGÍA | 63 |
| BASE TEÓRICA Y DESARROLLO..... | 63 |
| <i>Flujo de Caja</i> | 63 |
| <i>Valor Actual Neto (VAN).</i> | 64 |
| <i>Tasa Interna de Retorno (TIR).</i> | 65 |
| <i>Relación Beneficio – Costo (B/C).</i> | 66 |
| <i>Periodo de Recuperación de Capital (PRC).</i> | 68 |
| <i>Punto de Equilibrio (PE).</i> | 68 |
| CONCLUSIÓN | 71 |
| CONCLUSIÓN GENERAL..... | 72 |
| REFERENCIAS | 73 |
| ANEXO..... | 77 |

LISTA DE GRAFICOS

| | |
|---|----|
| Gráfico N°1: Evolución anual de la Tasa de inflación..... | 23 |
| Gráfico N°2: Población Ocupada..... | 27 |
| Gráfico N°3: Población Desocupada..... | 28 |
| Gráfico N°4: Organigrama..... | 44 |
| Gráfico N° 5: Plano de distribución..... | 56 |

LISTA DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla N°1: Dpto. Central. Población Hombres..... | 20 |
| Tabla N°2: Dpto. Central. Población Mujeres..... | 20 |
| Tabla N°3: Dpto. Central. Población Hombres y Mujeres..... | 20 |
| Tabla N°4: Incremento Anual del Salario Mínimo..... | 24 |
| Tabla N° 5: Genero. | 31 |
| Tabla N° 6: Edad. | 31 |
| Tabla N° 7: Situación Laboral. | 31 |
| Tabla N° 8: Ingreso Medio Mensual. | 32 |
| Tabla N° 9: Velas Aromáticas en la Vida Cotidiana. | 32 |
| Tabla N° 10: Ocasiones en que utiliza. | 32 |
| Tabla N° 11: Opinión sobre adquisición de velas Aromáticas..... | 33 |
| Tabla N° 12: Compras habituales..... | 33 |
| Tabla N° 13: Ocasiones en que las compra..... | 34 |
| Tabla N° 14: Otras empresas con el mismo rubro..... | 34 |
| Tabla N° 15: Porcentaje de sueldo destinado en compra de velas aromáticas..... | 36 |
| Tabla N° 16: Método de pago..... | 37 |
| Tabla N° 17: Sitio de compra..... | 37 |
| Tabla N° 18: Satisfacción..... | 37 |
| Tabla N° 19: Áreas que no satisfacen..... | 38 |
| Tabla N° 20: Plataforma de ventas..... | 38 |
| Tabla N° 21: Aspectos de Valoración..... | 38 |
| Tabla N° 22: Aplicaciones móviles..... | 39 |
| Tabla N° 23: Impacto. | 39 |
| Tabla N° 24: Medios de adquisición. | 39 |
| Tabla N° 25: Manual de funciones Propietaria. | 45 |
| Tabla N° 26: Manual de funciones Productor. | 46 |
| Tabla N° 27: Manual de funciones Empaquetador. | 46 |
| Tabla N° 28: Manual de funciones Vendedor. | 47 |
| Tabla N° 29: Equipamientos..... | 57 |
| Tabla N° 30: Costos fijos-indirectos..... | 60 |
| Tabla N° 31: Costos variables-directos..... | 61 |
| Tabla N° 32: Financiación Propia..... | 64 |
| Tabla N° 33: Inversión Inicial..... | 64 |

| | |
|--|----|
| Tabla N° 34: Salario del personal..... | 65 |
| Tabla N° 35: Presupuesto de compras..... | 66 |
| Tabla N° 36: Presupuesto de ventas..... | 66 |
| Tabla N° 37: Gastos de Funcionamiento..... | 67 |
| Tabla N° 38: Balance General..... | 68 |
| Tabla N° 39: Estado de Resultados..... | 69 |
| Tabla N° 40: Flujo de efectivo..... | 70 |
| Tabla N° 41: Ratios de Liquidez..... | 71 |
| Tabla N° 42: Ratios de Endeudamiento o Solvencia..... | 71 |
| Tabla N° 43: Ratios de Rentabilidad..... | 72 |
| Tabla N° 44: Flujo de caja..... | 75 |
| Tabla N° 45: Valor Actual Neto (VAN) | 76 |
| Tabla N° 46: Tasa Interna de Retorno (TIR) | 77 |
| Tabla N° 47: Beneficio – Costo (B/C) | 78 |
| Tabla N° 48: Periodo de Recuperación de Capital (PRC)..... | 79 |
| Tabla N° 49: Punto de Equilibrio Económico..... | 80 |
| Tabla N° 50: Punto de Equilibrio Contable..... | 81 |
| Tabla N° 51: Punto de Equilibrio Financiero..... | 81 |
| Tabla N° 52: Depreciación..... | 92 |
| Tabla N° 53: Gastos de apertura..... | 92 |
| Tabla N° 54: Cargos diferidos..... | 92 |
| Tabla N° 55: Capacidad de producción..... | 93 |
| Tabla N° 56: Materia prima..... | 93 |
| Tabla N° 57: Mano de obra directa..... | 93 |
| Tabla N° 58: Costo indirecto de fabricación..... | 93 |
| Tabla N° 59: Costo total..... | 93 |
| Tabla N° 60: Costo unitario MOD..... | 94 |
| Tabla N° 61: Costo unitario CIF..... | 94 |
| Tabla N° 62: Costo de producción..... | 94 |
| Tabla N° 63: Carga fabril..... | 94 |
| Tabla N° 64: IVA..... | 94 |

Producción de Velas Aromáticas en la Ciudad de Villa Elisa, año 2022

María Librada Lara

Universidad Tecnológica Intercontinental

**Carrera de Licenciatura en Ciencias Contables, Sede III Empresariales y
Postgrado –Asunción**

marialara0790@outlook.com

RESUMEN

Se propone la creación de una empresa dedicada a la Producción de Velas Aromáticas en la Ciudad de Villa Elisa, como propuesta de negocio comercial para producir y comercializar Velas Aromáticas tanto normales como personalizados con diseños y tamaños variados para lograr satisfacer las necesidades de los consumidores tanto para hombres y mujeres de entre 25 a 54 años de edad. Para el desarrollo del trabajo se ha aplicado la investigación científica de tipo cuantitativo, de nivel de conocimiento descriptivo, de diseño no experimental, estableciendo una población finita que abarca el Departamento Central que fueron representadas por hombres y mujeres de entre 25 a 50 años, entre los cuales 454.924 son hombres y 480.651 mujeres que totalizan un aproximado de 935.574 personas, comprendidas en ese rango etario. Con un nivel de socioeconómica medio-alto. Para el diseño de la muestra se utilizó la Encuesta como técnica de recopilación de datos y el cuestionario con preguntas abiertas y cerradas, las encuestas fueron realizadas a 119(ciento diecinueve) personas, según datos obtenido a través de la calculadora muestral. La organización de la empresa proyectada, se sustenta en los componentes legales que son necesarios para su creación, además de su planificación estructural. La inversión inicial será de Gs. 160.000.000, teniendo en cuenta las maquinarias, los personales y las instalaciones necesarias para la producción de velas aromáticas. En el análisis económico y financiero del proyecto, se ha podido demostrar como principal soporte al estudio de mercado, hecho según la metodología ya expuesta y demostrando la rentabilidad del proyecto en los siguientes términos: estado de resultados con 10% de rentabilidad, el periodo de recuperación de capital es en 1 año 5 meses, la tasa interna del proyecto es de 63,31%, la relación beneficio costo es de arroja un resultado de G. 1,06 por cada guaraní invertido y el valor actualizado neto resultante con saldo positivo es de Gs. 282.740.223 (doscientos ochenta y dos millones setecientos cuarenta mil doscientos veintitrés). Así se demuestra que el proyecto es rentable económico y financieramente.

Palabras Claves: Personalizados, factibilidad, producción, velas, estearina.

Marco Introdutorio

Introducción

En el transcurso del desarrollo de este Proyecto de Inversión, se realizará un análisis sobre todo lo que concierne a la Producción de Velas Aromáticas en la ciudad de Villa Elisa”, para satisfacer las necesidades de los consumidores tanto para hombres y mujeres de entre 25 a 54 años de edad.

Es bien sabida la importancia de conocer el entorno para que una empresa sea competitiva. Para lograr este objetivo se analizará la rentabilidad de esta actividad comercial, desde el punto de vista del mercado, la competencia y los clientes. Se busca las mejores estrategias logrando un buen posicionamiento en el mercado local, mejorar las oportunidades y fortalezas del negocio.

Para el desarrollo del trabajo de investigación se procederá a recopilar informaciones al respecto, los cuales se presentarán en el Marco Introdutorio, Estudio de Mercado, Estudio Técnico y en el Estudio Financiero y Económico.

Proyecto de Inversión

Según Hernández, Hernández y Hernández (2010) un proyecto de inversión es “un conjunto de planes detallados que tienen por objetivo aumentar la productividad de la empresa para incrementar las utilidades o la prestación de servicios, mediante el uso óptimo de los fondos en un plazo razonable”.

Tipos de Proyecto de Inversión

Por sector económico al que pertenece:

- Agropecuarios (producción animal o vegetal).
- Industriales (extractivas como minería, calzado y cementeras).
- De servicios (educación, salud, etc.)

De acuerdo a la actividad del Proyecto

- Productivo
- Social
- Infraestructura
- Fortalecimiento Institucional

De acuerdo al área de influencia

- Proyecto Nacional
- Proyecto Provincial

- Proyecto Distrital
- Proyecto a nivel de Corregimiento
- Proyecto Comarcal

Nivel de Profundidad

- Identificación
- Perfil
- Prefactibilidad
- Factibilidad

A continuación, se presentan todos los análisis realizados para la evaluación de un proyecto de inversión, en dónde se revisarán las distintas alternativas, se segmentará e investigará el mercado potencial con el fin de evaluar si con este proyecto se puede cubrir las necesidades tanto para hombres y mujeres de entre 25 a 54 años de edad que residen en el departamento central. Posteriormente se analizará la factibilidad técnica del proyecto seleccionado, y por último la evaluación financiera y económica para determinar si el proyecto es factible para que se lleve a cabo.

Tema de Investigación

Producción de Velas Aromáticas en la Ciudad de Villa Elisa

Planteamiento del Problema

El proyecto surge a raíz de la tendencia del mercado de vida sana, donde las personas buscan su bienestar, libre de ambientes tóxicos y estrés, por ello recurren a la aromaterapia como recursos para lidiar esos factores. Por otro lado, otra tendencia muy en auge es el embellecimiento del hogar y los acontecimientos que vienen incrementándose después de dos años de pandemia, hace que las empresas de velas vayan ganando más espacio en el mercado, teniendo un protagonismo en cuanto a demanda.

Teniendo en cuenta que al día de hoy la población urbana (62,9%) es mayor a la rural (37,1%) y las proyecciones indican que seguirá en aumento, lo que influye significativamente en el estilo de vida de la sociedad que se ha vuelto más consumista que otros tiempos y eleva su nivel de exigencia al momento de adquirir un producto.

El mercado de velas, al no presentar tanta competencia surge el inconveniente o problema donde algunos productores monopolizan la industria, provocando el incremento de los precios de las velas aromáticas aprovechando la gran demanda, por

lo que nuestros productos serán insertados al mercado a un precio accesible como estrategia inicial de penetración e incorporación del producto al mercado.

Factibilidad de Proyecto de Inversión

Según Rodrigo Varela (2010) “Es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso”.

La Creación de una Empresa productora de Velas Aromáticas será en la ciudad de Villa Elisa destinado a hombres y mujeres de entre 25 a 54 años de edad. Dicha empresa funcionará vía Tienda Virtual a través de Facebook e Instagram y la entrega de los pedidos será a través del servicio de delivery, el espacio producción estará ubicada en el barrio Rosedal en las calles Azahares c/ Defensores del Chaco N° 115.

Dicha creación se debe a la escasa oferta y gran demanda del producto que fue introduciéndose al mercado nacional como opción innovador para acontecimientos importantes como casamientos, bautismos, cumpleaños y para cualquier persona que quiera adquirir de forma individual para su espacio personal.

Contará con línea de Velas Naturales a base de soja y estearina que no contaminan el medio ambiente, ofrecerá a la población nuevas técnicas de relajación por medio de las diferentes líneas de fragancias sumado al ambiente armonioso y relajante que brindará al estar decorado el espacio personal con las velas aromáticas.

Formulación del Problema

¿Cuál es la factibilidad de la Producción de Velas Aromáticas en el Barrio Rosedal de la ciudad de Villa Elisa, año 2022?

Preguntas de Investigación

¿Cuál es la factibilidad del mercado para la Producción de Velas Aromáticas en el Barrio Rosedal de la ciudad de Villa Elisa?

¿Cuál es la factibilidad técnica para la Producción de Velas Aromáticas en la Ciudad de Villa Elisa?

¿Cuál es la factibilidad financiera para Producción de Velas Aromáticas en la Ciudad de Villa Elisa?

¿Cuál es la factibilidad económica para Producción de Velas Aromáticas en el Barrio Rosedal de la ciudad de Villa Elisa?

Objetivo General

Determinar la factibilidad de “Producción de Velas Aromáticas en la ciudad de Villa Elisa, año 2022”

Objetivos Específicos

Determinar la factibilidad del mercado para Producción de Velas Aromáticas en la ciudad de Villa Elisa

Determinar la factibilidad técnica para Producción de Velas Aromáticas en la ciudad de Villa Elisa

Determinar la factibilidad financiera para Producción de Velas Aromáticas en la ciudad de Villa Elisa

Determinar la factibilidad económica para Producción de Velas Aromáticas en la ciudad de Villa Elisa

Justificación

La Creación de Empresa productora de Velas Aromáticas en la ciudad de Villa Elisa funcionará vía Tienda Virtual a través de Facebook e Instagram y a través del servicio de delivery, el espacio físico estará ubicada en el barrio Rosedal en las calles Azahares c/ Defensores del Chaco N° 115.

La creación de la empresa productora de Velas Aromáticas se debe a la escasa oferta y gran demanda del producto que fue introduciéndose al mercado nacional como opción innovadora para acontecimientos importantes como casamientos, bautismos, cumpleaños y para cualquier persona que quiera adquirir de forma individual para su espacio personal.

La finalidad es comercializar a un precio accesible, a menor costo que el de la competencia teniendo en cuenta que incrementan sus precios debido a la poca competencia, la venta será en forma contado.

El proyecto beneficiara directamente creando fuentes de trabajo en el sector de delivery y empaque. Indirectamente ofrecerá a la población nuevas técnicas de relajación por medio de las diferentes líneas de fragancias sumado al ambiente armonioso y relajante que brindará al estar decorado el espacio personal con las velas aromáticas.

La idea de una empresa dedicada a la producción de velas aromáticas surge de la iniciativa y creatividad de mi hija, en ese entonces de 6 años, quien posee una imaginación desbordante y en medio las charlas sobre colores, aromas, diseños... teniendo en cuenta que fuimos afectados en gran manera por años de pandemia lo cual dejo más individuos con estrés y depresión, vi la necesidad de producir las velas aromáticas con el fin de llegar a cada consumidor y que no solo pueda sentirse en armonía al utilizar los productos sino, también satisfecho al estar desembolsando cierta cantidad de dinero en productos de calidad.

Estudio de Mercado

Introducción

Según Randall Geoffrey (2003) “La recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing”.

El Estudio de mercado nos ayuda a tomar decisiones concretas acerca de cómo implementar el negocio pensado, podemos saber cuántos negocios del mismo rubro existe, cuantas personas están interesadas, las tendencias, entre otros, lo que nos llevara a tener una noción más clara de donde y como crear el negocio deseado, además de saber el marketing a utilizar para captar a los posibles consumidores.

Objetivo General

Determinar la factibilidad del mercado para la “Producción de Velas Aromáticas en la ciudad de Villa Elisa, año 2022”

Objetivos Específicos

Determinar la situación económica actual del país

Determinar qué tipos Velas Aromáticas será comercializado

Determinar la oferta y demanda de las Velas Aromáticas del proyecto

Determinar el precio de comercialización de las Velas Aromáticas

Determinar la estrategia de comercialización para la Apertura de una Empresa productora de Velas Aromáticas en la ciudad de Villa Elisa, año 2.021

Justificación

El estudio de mercado estará dirigido a verificar la viabilidad y factibilidad del proyecto, además de brindarnos información sobre la oferta, demanda y comercialización de los productos a fin de conocer el mercado donde estaremos adentrándonos.

Determinaremos el nivel socioeconómico de la población al cual va dirigido el proyecto, que empresas explotan el mismo rubro, además de recoger información sobre la cantidad de dinero que el consumidor está dispuesto a pagar por el producto.

Antecedentes del Proyecto

En comunicación con el Lic. Eugenio Rodas, funcionario del Decanato de la Carrera de Ciencias Empresariales de Universidad Tecnológica Intercontinental con

relación al tema planteado, solicitamos revisión de antecedentes a fin de determinar la existencia de algún proyecto similar sobre Producción de Velas Aromáticas que pueda ser de apoyo para el proyecto.

Como respuesta el Lic. Rodas indico que no se registran en la base de datos temas similares al proyecto, por tanto, no hay antecedes.

Metodología

Tipo de Investigación.

La investigación corresponde al tipo “cuantitativo”,

Según Enrique Rus Arias (2021) “La investigación cuantitativa es aquella que utiliza métodos cuantitativos e inferencia estadística con el objetivo de extrapolar los resultados de una muestra a una población”

Se utilizará el Método Cuantitativo debido a que no solo podremos cuantificarlo numéricamente, sino que obtendremos los datos para interpretación de los mismos. Una vez obtenido dichos datos podremos tener un porcentaje real de la muestra de nuestra población en estudio, lo que nos llevara a tener un resultado seguro y preciso.

Nivel de Conocimiento.

El nivel de conocimiento es el “descriptivo”.

Según Hernández Sampieri, R, Fernández, C & Baptista (2010) “Los estudios descriptivos buscan 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, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas”

Esta investigación se enmarca en el ámbito descriptivo, porque se realizó con poblaciones grandes a Nivel Departamento Central utilizando muestras e identificando las variables.

Diseño de la Investigación.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2001) “La investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, es investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables independientes. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos”

De acuerdo a expertos en metodología de la investigación sólo existen dos tipos que son la experimental y la no experimental, correspondiendo a este último la presente investigación.

Utilizaremos la Encuesta como método de investigación, teniendo en cuenta que constituye una herramienta muy valiosa para evaluar opiniones y tendencias, que aspectos se valora o llama más la atención a la hora de optar por un producto.

Debemos tener en cuenta que una investigación correcta puede generar grandes ingresos para la empresa o por el contrario, una investigación mala o incorrecta puede llevar a grandes pérdidas.

Población.

La población es Finita.

Según Jesús Arias-Gómez (2016) ``La población de estudio es un conjunto de casos, definido, limitado y accesible, que formará el referente para la elección de la muestra que cumple con una serie de criterios predeterminados``

El estudio de investigación se realiza en el Departamento Central, que abarca las Ciudades de Areguá, Capiatá, Fernando de la Mora, Guarambaré, Itá, Itauguá, J.A. Saldívar, Lambaré, Limpio, Luque, Mariano Roque Alonso, Nueva Italia, Ñemby, San Antonio, San Lorenzo, Villa Elisa, Villeta, Ypacaraí, Ypané que serán representadas por hombres y mujeres de entre 25 a 50 años, entre los cuales tenemos 454.924 hombres y 480.651 mujeres que totalizan un aproximado de 935.574 personas, comprendidas en ese rango etario. Con un nivel de socioeconómica medio-alto, cuyos datos fueron obtenidos del Instituto Nacional de Estadísticas Paraguay.

Tabla N°1: Dpto. Central. Población Hombres

| Dpto. Central | |
|----------------------|------------------------|
| Edad | Poblac. Hombres |
| 25-29 | 98.005 |
| 30-34 | 91.083 |
| 35-39 | 83.118 |
| 40-44 | 69.633 |
| 45-49 | 60.078 |
| 50-54 | 53.007 |
| TOTAL | 454.924 |

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas Paraguay, 2.021.

Tabla N°2: Dpto. Central. Población Mujeres

| Dpto. Central | |
|----------------------|------------------------|
| Edad | Poblac. Mujeres |
| 25-29 | 99.795 |
| 30-34 | 94.811 |
| 35-39 | 88.946 |
| 40-44 | 75.858 |
| 45-49 | 64.999 |
| 50-54 | 56.242 |
| TOTAL | 480.651 |

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas Paraguay, 2.021.

Tabla N°3: Dpto. Central. Población Hombres y Mujeres

| Total Población Hombres y Mujeres Dpto. Central | |
|--|----------------------------------|
| Edad | Poblac. Hombres y Mujeres |
| 25-29 | 197.800 |
| 30-34 | 185.894 |
| 35-39 | 172.063 |
| 40-44 | 145.491 |
| 45-49 | 125.077 |
| 50-54 | 109.249 |
| TOTAL | 935.574 |

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas Paraguay, 2.021.

Muestra.

Según Tamayo y Tamayo (2006) ``La muestra es el conjunto de operaciones que se realizan para estudiar la distribución de determinados caracteres en la totalidad

de una población universo o colectivo partiendo de la observación de una fracción de la población considerada.``

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

N = Muestra

N = Tamaño de la Población

σ = Desviación estándar de la población

Z = Valor mediante nivel de confianza

E = Limite aceptable de error muestral

$$n = \frac{935574 \quad 0,25 \quad 3,8416}{935573 \quad 0,0081 + \quad 0,25 \quad 3,8416}$$

$$n = \frac{898525,2696}{7578,1413 \quad + \quad 0,9604}$$

$$n = \frac{898.525}{7579,1017}$$

$$n = \quad \mathbf{119}$$

Para el diseño de la muestra se utilizó la Encuesta como técnica de recopilación de datos y el cuestionario con preguntas abiertas y cerradas.

Las encuestas fueron realizadas a 119(ciento diecinueve) personas, según datos obtenido a través de la calculadora muestral de un total de 935.574(novecientos treinta y cinco mil quinientos setenta y cuatro) personas entre 25 a 54 años que residen en la ciudades del Departamento Central.

Técnicas de muestreo.

Según Ávila Baray (2006) ``Son un conjunto de técnicas estadísticas que estudian la forma de seleccionar una muestra representativa de la población, es decir, que represente lo más fielmente posible a la población a la que se pretende extrapolar o inferir los resultados de la investigación, asumiendo un error medible y determinado``

Para el diseño de la muestra se utilizó el método de la muestra probabilística teniendo en cuenta que la población es de 935.574 (novecientos treinta y cinco mil quinientos setenta y cuatro) y tomamos como muestra 119 (ciento diecinueve) personas.

Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Según Edison Morales Lizarazo (2010) ``Es el uso de técnicas e instrumentos para recopilar información acerca de un determinado tema que es objeto de investigación``

La técnica utilizada es la encuesta y el instrumento es el cuestionario con preguntas abiertas y cerradas.

Encuesta.

Arias (2006) define encuesta como ``una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de si mismo, o en relación con un tema particular. ``

Cuestionario.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010) explican que “un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir”

Técnicas de procesamiento y análisis de datos.

Según Fidias G. Arias (2006) ``Describen las distintas operaciones a las que serán sometidos los datos o respuestas que se obtengan: clasificación, registro, tabulación y codificación si fuere el caso. En cuanto al Análisis se definirán las Técnicas Lógicas o Estadísticas, que se emplearán para descifrar lo que revelan los datos recolectados. ``

Los datos obtenidos, fueron clasificados, organizados, registrados utilizando para ello las técnicas del análisis cualitativo, esto permitió resumir las observaciones llevadas a cabo de forma tal que proporcionaran las respuestas a los interrogantes de la investigación.

Las herramientas utilizadas para clasificar, organizar, registrar los datos manejados en la investigación fueron: tablas, cuadros, planillas, y documentos variados elaborados en archivos electrónicos a través de Microsoft Excel y Word.

Aspectos de la Economía.

Según Diario La Nación (2021). La economía del Paraguay se está recuperando fuertemente, gracias a respuestas proactivas desplegadas por el Gobierno Nacional durante el 2020 y 2021, tanto en política monetaria como fiscal, destacó el jefe de Misión del Fondo Monetario Internacional (FMI), Mauricio Villafuerte.

Afirmó que se evidencia una reducción de la incidencia del COVID-19 y condiciones externas favorables, también dijo que analizaron con las autoridades

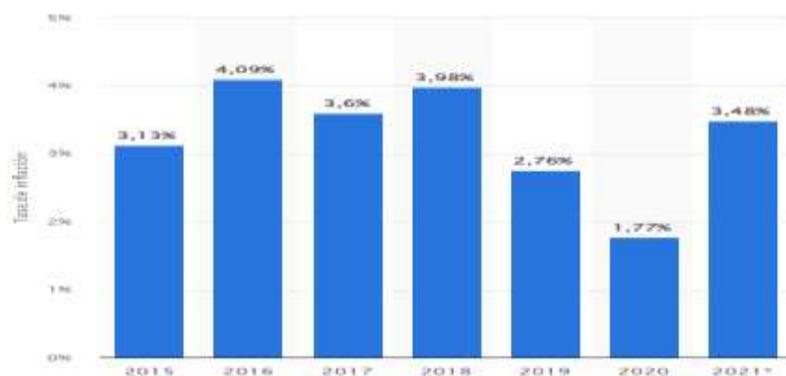
económicas del país el aumento de la inflación, bastante marcado en los últimos meses, reconociendo que estuvo provocado por precios más altos a nivel mundial de los alimentos y combustibles.

La pandemia COVID-19 interrumpió el repunte económico a principios de 2020 luego de una sequía que condujo a un crecimiento casi nulo en 2019. Un estímulo monetario y fiscal bien coordinado, incluida la expansión de programas de transferencias de efectivo, ayudó a Paraguay a minimizar los impactos adversos de la pandemia en los hogares. Aunque un bloqueo epidemiológico a nivel nacional suprimió la actividad en la primera mitad de 2020, los precios más altos de las materias primas, especialmente la soja, impulsaron el crecimiento en la segunda mitad.

Inflación:

Según Diccionario de la lengua española (2021). `` Es la Elevación del nivel general de precios.``

Gráfico N°1: Evolución anual de la Tasa de inflación.



Fuente: Banco Central Del Paraguay, 2.021.

Según Diario La Nación (2021) El nivel de precios en el mercado paraguayo sigue registrando una marcada presión, por lo que la inflación sube en magnitudes registradas hace varios años atrás. En los últimos 12 meses, los precios se encarecieron 7,6%, según reportó hoy el Banco Central del Paraguay (BCP). Es decir, la inflación interanual de octubre del 2021 fue 7,6%, a raíz de que la variación mensual fue de 1,6%, la más alta desde hace años en un solo mes.

Paraguay cerró el 2021 con una inflación de 6,8%, el mayor índice desde el 2010, impulsado por los precios de los alimentos y los combustibles.

Nivel de Precios:

Según Paula Nicole Roldán (2017) ``Refleja el valor medio que tienen los bienes y servicios de una economía en un momento dado de tiempo.``

Salarios:

Según Diccionario de la lengua española (2021).

``Cantidad de dinero con que se retribuye a los trabajadores por cuenta ajena.``

Tabla N°4: Incremento Anual del Salario Mínimo.

| Fecha de incremento | Salario mínimo | Jornal Diario |
|----------------------------|-----------------------|----------------------|
| 2.017 | 2.041.123 | 78.505 |
| 2.018 | 2.112.562 | 81.252 |
| 2.019 | 2.192.839 | 84.340 |
| 2.020 | 2.192.839 | 84.340 |
| 2.021 | 2.289.324 | 88.051 |

Fuente: Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social, Observatorio Laboral 2.021.

Según Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (2021) ``Debido a la pandemia de COVID-19 en Paraguay, en el año 2020 no hubo reajuste salarial. La tasa de ocupación ha bajado en 4,3 puntos porcentuales entre el segundo trimestre 2019 y el segundo trimestre 2020 (de 65,9% a 61,6%), con una baja mucho más fuerte entre las mujeres (6,4 puntos porcentuales) que entre los hombres (2,0 puntos porcentuales). Pese a ello, la tasa de desocupación solo aumentó de 7,4% a 7,6% en el mismo periodo, debido al movimiento masivo de la población económicamente activa hacia el estado de "inactividad", principalmente la inactividad circunstancial debido a la pandemia (217 904 personas en el segundo trimestre de 2020).``

Créditos en el Sistema Bancario:

Según Guillermo Westreicher (2020) ``El sistema bancario es el conjunto de instituciones (bancos) dedicadas a la intermediación financiera. Su actividad consiste en captar el ahorro del público y, con ese capital, solventar el otorgamiento de créditos y realizar inversiones.``

Tipo de cambio (variable, errático, estable):

Según Diario ABC (2007) ``Es la tasa a la cual se intercambia la moneda de un país por el dinero de otra nación. Se trata del precio de una moneda en términos de otro dinero. En el Paraguay, la tasa de conversión está relacionada principalmente con la actividad agrícola y el comercio internacional.``

El tipo de cambio variable o flexible:

Según Ciudad Universitaria Virtual de San Isidoro (2012) `` Es aquel en el que las autoridades monetarias no intervienen y donde el tipo de cambio se moverá según la ley de la oferta y la demanda.``

El tipo de cambio estable o fijo:

Según Javier Samper Arias (2015) ``En el mercado, a pesar de que el valor de las monedas esté establecido, el mercado provoca sus precios suben y bajan entre sí. Para establecer un tipo de cambio fijo y evitar que el precio de la divisa fluctúe, el banco central compra y vende su propia moneda en el mercado de divisas a cambio de la divisa a la que está vinculado, ejerciendo una fuerte demanda u oferta de su propia moneda, para situar el precio de su divisa en el tipo de cambio fijo establecido.``

El tipo de cambio errático:

Según Diario Ultima Hora (2013) ``El Banco Central del Paraguay operará en el mercado cambiario para asegurar su funcionamiento normal, competitivo y equilibrado, respetando las tendencias fundamentales de la oferta y demanda de moneda extranjera. Las operaciones de compra-venta de moneda extranjera por el Banco Central del Paraguay tendrán por objetivo atenuar los efectos de las fluctuaciones estacionales de la oferta y la demanda así como de contrarrestar los movimientos erráticos de capital y las maniobras especulativas que pudieran perturbar el mercado o el nivel del tipo de cambio.``

Perspectivas de negocios:

Según Georgy Llorens Bueno (2010). ``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.``

Población total:

Según Instituto Nacional de Estadísticas Paraguay (2021). La población del Paraguay al año 2021 es de 7.353.038 habitantes. La población por sexo se distribuye en 50,4% hombres y 49,6% mujeres.

La estructura por edad de la población, muestra que el 28,6% de la población es menor de 15 años, el 64,5% tienen entre 15 a 64 años y poco más de 6,9% tiene 65 y más años de edad.

Hoy la población urbana (62,9%) es mayor a la rural (37,1%) y las proyecciones indican que seguirá en aumento.

(Local, regional, nacional)

Según Instituto Nacional de Estadísticas Paraguay (2021). ``La población del Paraguay a Nivel Central al año 2.021 es de 935.574 habitantes. La población por sexo se distribuye en 454.924 hombres y 480.651 mujeres.``

Población económicamente activa e inactiva:

Población ocupada (Activa)

La cantidad de ocupados registrada en el primer trimestre del 2021 fue aproximadamente de 3.455.000 personas, de las cuales cerca de 2.033.000 son hombres y 1.422.000 son mujeres.

Con relación al mismo periodo del año 2020, se observó una variación positiva de 1,4 puntos porcentuales en la tasa de ocupación nacional (65,6% vs. 67,0%). En términos absolutos, se sumaron alrededor de 134.000 personas ocupadas, de las cuales 89.000 residen en áreas urbanas y cerca de 45.000 en áreas rurales.

La tasa de ocupados prácticamente se mantuvo invariable al comparar el 4° trimestre del año 2020 con el 1° trimestre del año 2021 (67,2% vs. 67,0%).

La población ocupada está compuesta por las personas en la fuerza de trabajo que trabajaron en una actividad económica, con o sin remuneración por lo menos una hora en el período de referencia o que, aunque no hubieran trabajado, tenían empleo del cual estuvieron ausentes por motivos circunstanciales (enfermedad, licencia, vacaciones, paro, beca, etc.)

Gráfico N°2: Población Ocupada.



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas Paraguay, 2.021.

Población fuera de la fuerza de trabajo (Inactivos)

Este conjunto de personas incluye a aquellas que pueden estar disponibles o no para trabajar y no buscaron activamente trabajo por diferentes razones.

Entre las razones de no búsqueda de trabajo, se incorporó una opción de respuesta referida al tema de la pandemia en el cuestionario, de manera a identificar a un grupo que solo para fines analíticos es denominada “inactivos circunstanciales” y así

poder diferenciarlo de los “inactivos tradicionales” (jubilados, estudiantes, amas de casa, entre otros).

En el 1° trimestre del 2021, el total aproximado de personas inactivas económicamente fue de 1.399.200 personas. La disminución respecto al 4° trimestre del 2020 fue en alrededor de 16.640 personas

Unas 551.700 personas de 15 y más años de edad presentaron inconvenientes de acceso al trabajo

La suma de los grupos poblacionales que presentaron algún inconveniente de acceso al trabajo, como la desocupación (306.200), subocupación por insuficiencia de tiempo de trabajo (205.200) e inactivos circunstanciales (40.300), considerado por primera vez durante el 2° trimestre de 2020, mostró que alrededor de 551.700 personas fueron afectadas por alguno de los inconvenientes de acceso laboral señalados, cifra que representan el 14,5% de la fuerza de trabajo ampliada (incluyendo el grupo de inactivos circunstanciales).

Comparando con el cuarto trimestre del año 2020, la proporción es levemente inferior en alrededor de 0,4 puntos porcentuales (14,9% vs. 14,5%).

Gráfico N°3: Población Desocupada.



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas Paraguay, 2.021.

Tasa de desempleo:

Según Diario La Nación (2021). “Paraguay es el país con menor tasa de aumento de la desocupación en la región durante la pandemia covid-19. El aumento de la desocupación en un 0,2 por ciento, comparando el primer trimestre 2020 y 2021, es resaltado como índice más bajo, según el último informe de la Organización Internacional del Trabajo.”

“La OIT (Organización Internacional de Trabajo) en su informe establece que Paraguay es uno de los países con menor tasa de aumento del desempleo, le sigue Uruguay, y luego van tasas más elevadas llegando al 6 por ciento como lo tuvo Costa Rica”.

Tasa de crecimiento poblacional:

Según Instituto Nacional de Estadísticas Paraguay (2021).El ritmo de crecimiento medio anual de la población paraguaya al 2021 es de 1,37% y experimentará una leve reducción en todo el periodo. En el 2024, se espera sea de 1,33% anual.

Hoy la población urbana (62,9%) es mayor a la rural (37,1%) y las proyecciones indican que seguirá en aumento. El número promedio de hijos por mujer en el 2021 es de 2,4 y se reducirá a 2,3 en el 2024.

En el 2021, el número de defunciones por cada 1.000 habitantes es de 5,7 y se mantendrá alrededor de este nivel hasta el 2024.La Tasa de Mortalidad Infantil en el 2021 es de 24,4 defunciones de menores de un año de edad por 1.000 nacidos vivos.

Este indicador presenta un comportamiento descendente y llegará a 23,2 defunciones de menores de un año de edad por 1.000 nacidos vivos en el 2024

La esperanza de vida al nacer en el 2021, para las mujeres es de 77,9 años, y para los hombres es de 72,0 años. En el 2021, la mitad de la población tiene más de 27 años. En el 2024, la mitad de la población tendría más de 28 años.

El departamento Central es el más poblado del país que sumado a la población de Asunción reúne 38% de la población total, es decir, 2.764.893 habitantes.

Importaciones y Exportaciones registradas:

Las Importaciones afecta de manera positiva a nuestra empresa teniendo en cuenta que la materia prima como la Parafina es importada de países como China e India, en cuanto la Estearina y Cera de Soja son importadas del Brasil, garantizándonos mejores precios y calidad.

Tasas Pasivas y Activas Financieras:

Según Diario La Nación (2021). El Banco Central del Paraguay (BCP), mediante el informe de los Indicadores Financieros, indicó que el promedio ponderado de las tasas de interés activo y pasivo en moneda local se han incrementado en términos mensuales e interanuales, hasta alcanzar 12,37% y 3,53%, respectivamente.

Las tasas activas en MN de los préstamos comerciales, sobregiros y tarjetas de créditos han aumentado interanualmente. En contrapartida, las tasas de los préstamos de consumo, para la vivienda y desarrollo han disminuido.

Con respecto a las tasas en moneda extranjera, el promedio ponderado de las tasas de interés activas y pasivas del sistema bancario han disminuido tanto mensual como interanualmente. Al mes de diciembre 2021, el promedio de las tasas activas se ubicaba en 5,42% y el de las pasivas en 1,38%.

Reservas Monetarias Internacionales:

Según Banco Central Del Paraguay (2021). Las perspectivas de crecimiento de la economía mundial para 2021 y 2022 han sido revisadas levemente a la baja en comparación con las proyecciones del IPoM de septiembre.

En el último trimestre de 2021, en general, la demanda mundial ha mostrado un dinamismo favorable, mientras que, la oferta ha continuado limitada por la prolongación de las disrupciones en las cadenas globales de suministros, con lo cual se mantuvieron latentes las presiones inflacionarias globales. Ello, sumado a los rebotes de coronavirus ocasionados por la variante Delta en diversas regiones, ha influido en la ligera reducción de la estimación de crecimiento del PIB mundial para 2021. Además,

recientemente se ha descubierto la variante denominada Ómicron que, según ha advertido la Organización Mundial de la Salud (OMS), tiene un riesgo global de propagación “alto” aunque al parecer tendría menor severidad que otras cepas. No obstante, al momento ha generado una mayor incertidumbre para el año 2022, lo cual se ve reflejado en la revisión a la baja de la tasa de crecimiento de la economía mundial.

El Mercado de Producto

El Producto:

Según Philip Kotler y Kevin Lane Keller (2006). “Es todo aquello que se ofrece en el mercado para satisfacer un deseo o una necesidad.”

Produciremos Velas Aromáticas tanto normales como personalizados con diseños variados e infinidad de tamaños, colores y aromas para lograr satisfacer las necesidades de los consumidores.

Diseños: esferas, corazones, ángeles, mini tortas, biberones, chupetes, carritos para bebe, piecitos, osos, renos, trineos, Papa Noel, árbol navideños.

Tamaños: Velas finas normales van desde 3cm hasta 24 cm de largo.

Personalizados desde 100 gr.

Materia prima: Cera de soja, estearina (ácido esteárico) y parafina sólida.

Material (empaque/envoltorio): papel madera, cajas de cartón.

Recipiente para velas: envases de vidrio, metal, yeso y cerámica.

Fragancias: Frutilla, Chocolate, canela, café, floral, flor de coco, limón, palo santo, eucalipto.

Pabilos: De algodón Trenzados y encerados.

Gama de Colores: Blanco, rojo, azul, verde, amarillo, rosa, marrón, lila, celeste, naranja.

Análisis del Estudio de Mercado.

Demanda:

Según Philip Kotler y Kevin Lane Keller (2006). “Es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto. Mercado Potencial, conjunto de clientes que manifiestan un grado suficiente de interés en una determinada oferta de mercado.”

Las personas que adquirirán las Velas Aromáticas residen en el Departamento Central y adquirirán vía Tienda Virtual.

Tabla N° 5: Genero.

| ¿Cuál es su género? | Cantidad | Porcentaje |
|---------------------|----------|------------|
| 1- Mujer | 88 | 74% |
| 2- Hombre | 31 | 26% |
| Total | 119 | 100% |

Fuente: Tesista

Según las personas encuestadas en un 74% podemos observar que son mujeres, mientras que el 26% son hombres, lo que nos quiere decir que las mujeres serán nuestros clientes más potenciales.

Tabla N° 6: Edad.

| Edad | Cantidad | Porcentaje |
|-----------------|----------|------------|
| 1- 18 a 30 años | 29 | 24% |
| 2- 31 a 40 años | 71 | 60% |
| 3- 41 a 50 años | 17 | 14% |
| 4- 51 a 60 años | 2 | 2% |
| Total | 119 | 100% |

Fuente: Tesista

Según las personas encuestadas nuestros potenciales clientes en un 60% tienen un rango de edad entre 31 a 40 años, le sigue las personas de entre 18 a 30 años de edad en un 24%, quedando en tercer lugar en un 14% los de 41 a 50 años y muy por debajo con solo 2% los de 51 a 60 años de edad.

Tabla N° 7: Situación Laboral.

| ¿Cuál de las siguientes categorías describe mejor su situación laboral? | Cantidad | Porcentaje |
|---|----------|------------|
| 1- Empleado/a, trabajando a tiempo completo | 78 | 66% |
| 2- Empleado/a, trabajando a tiempo parcial | 31 | 26% |
| 3- Desempleado/a, buscando trabajo | 8 | 7% |
| 4- Desempleado/a, SIN buscar trabajo | 0 | 0% |
| 5- Jubilado/a | 2 | 2% |
| 6- Con discapacidad, no puedo trabajar | 0 | 0% |
| Total | 119 | 100% |

Fuente: Tesista

El resultado nos arroja que la situación laboral de los encuestados es muy activa según el 78% trabajan a tiempo completo, mientras que en un 26 % cuentan con trabajo a tiempo parcial, le sigue con 7% personas desempleadas en busca de trabajo y 2 % los jubilados.

Tabla N° 8: Ingreso Medio Mensual.

| ¿Cuánto es su ingreso medio mensual? | Cantidad | Porcentaje |
|--------------------------------------|----------|------------|
| 1- Menos de 1 salario mínimo. | 11 | 9% |
| 2- Salario mínimo. | 35 | 29% |
| 3- De 1 a 5 salarios mínimos | 73 | 61% |
| Total | 119 | 100% |

Fuente: Tesista

Según las personas encuestadas el 61% obtienen ingresos superiores al salario mínimo, lo cual nos beneficiara a la hora de vender nuestros productos. El 29% perciben el salario mínimo y un 9% de los encuestados perciben un salario menor al mínimo.

Tabla N° 9: Velas Aromáticas en la Vida Cotidiana.

| Utiliza velas aromáticas en su vida cotidiana? | Cantidad | Porcentaje |
|--|----------|------------|
| 1- Si | 102 | 86% |
| 2- No (Gracias por su colaboracion) | 17 | 14% |
| Total | 119 | 100% |

Fuente: Tesista

El resultado de la encuesta nos da un porcentaje del 86% de personas que utilizan Velas Aromáticas en su vida diaria, y un 14% quienes no lo utilizan.

Tabla N° 10: Ocasiones en que utiliza.

| ¿En qué ocasiones utiliza? | Cantidad | Porcentaje |
|----------------------------|----------|------------|
| 1- Durante el baño | 26 | 25% |
| 2- Para aromatizar la casa | 49 | 48% |
| 3- Para decorar la casa | 27 | 26% |
| Total | 102 | 100% |

Fuente: Tesista

Según las personas encuestadas en un 48% prefieren para aromatizar la casa, teniendo en cuenta que combate el estrés y reduce la ansiedad. En un 26 % lo utilizan como decoración creando un ambiente armonioso y en un porcentaje cercano del 25% lo utilizan durante el baño a modo de revitalizar el cuerpo.

Tabla N° 11: Opinión sobre adquisición de velas Aromáticas.

| ¿Qué opina sobre conseguir Velas Aromáticas Personalizados? | Cantidad | Porcentaje |
|--|-----------------|-------------------|
| 1. Muy difícil | 6 | 6% |
| 2. Difícil | 37 | 36% |
| 3. Ni fácil ni difícil | 38 | 37% |
| 4. Fácil | 13 | 13% |
| 5. Muy fácil | 8 | 8% |
| Total | 102 | 100% |

Fuente: Tesista

La encuesta nos arroja un 37 % de personas que dijeron que no les fue difícil ni fácil conseguir las Velas Aromáticas, mientras que en un porcentaje cercado del 36% manifestaron que les fue difícil, un 13 % de personas a quienes les fue fácil, siguiéndole con 8% a quienes les fue muy fácil obtenerlas y un 6% manifestaron que les fue muy difícil conseguir.

Tabla N° 12: Compras habituales.

| ¿Qué tipo de Velas compra habitualmente? | Cantidad | Porcentaje |
|---|-----------------|-------------------|
| 1- Aromáticas | 41 | 40% |
| 2- Sin aroma | 3 | 3% |
| 3- Personalizados s/ fragancia | 5 | 5% |
| 4- Personalizados c/ fragancia | 53 | 52% |
| Total | 102 | 100% |

Fuente: Tesista

Según el resultado de la encuesta obtenida en un 52% las personas optan por comprar Velas Personalizadas con Fragancia, mientras que en un 40% las adquiere solo Aromáticas, 5 % los quieren personalizadas sin fragancias y en un 3% las normales sin fragancia.

Tabla N° 13: Ocasiones en que las compra.

| ¿En qué ocasión acostumbra comprar más Velas Aromáticas? | Cantidad | Porcentaje |
|--|----------|------------|
| 7. Cumpleaños | 0 | 0% |
| 8. Navidad / Año nuevo | 11 | 11% |
| 9. Día de los Enamorados | 5 | 5% |
| 10. Casamientos | 3 | 3% |
| 11. Uso personal (baño de relajación) | 44 | 43% |
| 12. Festividades Religiosas | 39 | 38% |
| Total | 102 | 100% |

Fuente: Tesista

Según las personas encuestadas en un 43% prefieren comprar más para uso personal, mientras que un 38% de compran para las festividades religiosas, y también en un 11% los adquiere tanto para Navidad como para Año Nuevo, y tan solo 3% compran para casamientos, mientras que un 5% para el día de los enamorados.

Oferta:

Andrade Simón (2006). ``Es una fuerza del mercado que representa la cantidad de bienes o servicios que individuos, empresas u organizaciones quieren y pueden vender en el mercado a un precio determinado.``

Se prevé hacer descuentos o promociones en los días especiales como el del día de los enamorados, navidad y año nuevo, también un porcentaje de descuentos a partir de la compra de 12 productos.

Tabla N° 14: Otras empresas con el mismo rubro.

| ¿Conoce alguna otra empresa que ofrezca servicios de venta de Velas Aromaticas? | Cantidad | Porcentaje |
|---|----------|------------|
| Si | 67 | 66% |
| No (muchas gracias por su colaboración) | 35 | 34% |
| Total | 102 | 100% |
| ¿Cuáles son? | | |
| Rilape | 6 | 8% |
| Supermercados | 11 | 14% |
| Tiendas | 3 | 4% |
| TyT Creaciones | 48 | 63% |
| Fabrica de Velas la Milagrosa | 4 | 5% |
| Air wick | 1 | 1% |
| Bath y Body | 1 | 1% |
| Tataindy | 1 | 1% |
| Añua | 1 | 1% |
| Total | 76 | 100% |

Fuente: Tesista

Según las personas encuestadas en un 66% conoce otras empresas dedicadas al rubro de velas aromáticas, mientras que el 34% no conoce otra.

Con un 63% el más conocido es la Fábrica de velas TyT Creaciones, le sigue con un 14 % los supermercados, con 8% la fábrica Rilapé, con 5% Fabrica de Velas la Milagrosa, con 4 % las tiendas y con 1% cada uno se encuentran Air Wick, Brath y Body, Tataindy y Añua.

Precio:

Philip Kotler y Gary Armstrong (2013). ``Es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio.``

El precio que tendrá los productos estará basado en el precio menor en que son ofertados en el mercado por la competencia.

Esto es ventajoso, dado que es también una estrategia inicial de penetración e incorporación del Producto en el mercado.

Tabla N° 15: Porcentaje de sueldo destinado en compra de velas aromáticas.

| ¿Qué monto del sueldo destina en la compra del producto mensualmente? | Cantidad | Porcentaje |
|---|----------|------------|
| 1- G. 50.000 a G. 200.000 | 96 | 94% |
| 2- G. 201.000 a G. 350.000 | 6 | 6% |
| 3- G. 351.000 a G. 500.000 | 0 | 0% |
| 4- Más de G. 500.000 | 0 | 0% |
| Total | 102 | 100% |

Fuente: Tesista

En la encuesta la mayoría de las personas comento que en un 94% destina entre G. 50.000 y G. 200.000al mesen concepto de compra de velas aromáticas, y el 6% destina entre G. 201.00 y Gs 350.000, no se registra personas que superen compra por valor de Gs. 350.000 al mes.

Comercialización:

Philip Kotler y Gary Armstrong (2012) ``Es una serie de actividades que intervienen en el proceso por el cual un producto está disponible para el consumo, tales como compra, venta y distribución.``

La empresa Productora de Velas Aromáticas utilizará una cadena de distribución directa, es decir, venderá directamente al consumidor final.

Entre las ventajas que proporciona a la empresa utilizar este canal de distribución se puede mencionar el contacto directo con el cliente, lo que le da a la empresa la posibilidad de generar estrategias para que la aceptación del producto sea mejor, así mismo, la empresa puede elegir la mejor publicidad para la distribución de velas aromáticas. Otra de las ventajas que proporciona este canal es la de mayor margen de ganancia, ya que, al no existir intermediarios, la empresa no debe cubrir comisiones.

Tabla N° 16: Método de pago.

| ¿Qué método de pago preferiría utilizar? | Cantidad | Porcentaje |
|--|----------|------------|
| 1. Efectivo | 43 | 42% |
| 2. Transferencia bancaria | 52 | 51% |
| 3. Tarjeta de debito | 6 | 6% |
| 4. Tarjeta de crédito | 1 | 1% |
| Total | 102 | 100% |

Fuente: Tesista

Las personas encuestadas en un 51 % prefieren pagar vía transferencia bancaria, por ser más práctico, y 42% prefieren pago en efectivo, el 6% con tarjeta de crédito y 1% con tarjeta de crédito.

Tabla N° 17: Sitio de compra.

| ¿En qué sitio acostumbra comprar el producto? | Cantidad | Porcentaje |
|---|----------|------------|
| 1- Centros Comerciales | 9 | 9% |
| 2- Shopping | 5 | 5% |
| 3- Tiendas o Mercado | 31 | 30% |
| 4- Tiendas virtuales | 57 | 56% |
| Total | 102 | 100% |

Fuente: Tesista

Según las personas que adquieren Velas Aromáticas el 56% prefieren comprar a través de tiendas virtuales, el 30% realizan sus compras en tiendas o mercado, el 9 % realizan compras en los centros comerciales y el 5% de las personas encuestadas realizan sus compras en los shoppings.

Tabla N° 18: Satisfacción.

| ¿Esta satisfecho con los productos que ofrece? | Cantidad | Porcentaje |
|--|----------|------------|
| Si (muchas gracias por su colaboración) | 62 | 52% |
| No | 57 | 48% |
| Total | 119 | 100% |

Fuente: Tesista

Según las personas encuestadas el 52% está satisfecho con los productos que adquiere y en un 48% no está satisfecho.

Tabla N° 19: Áreas que no satisfacen.

| ¿Qué áreas no le satisface? | Cantidad | Porcentaje |
|-----------------------------|-----------|-------------|
| 1- Calidad | 11 | 19% |
| 2- Variedad | 20 | 35% |
| 3- Precio | 14 | 25% |
| 4- Disponibilidad | 12 | 21% |
| Total | 57 | 100% |

Fuente: Tesista

Del Total de 57 personas insatisfechas con el producto, un 35 % manifiesta no estar satisfecha con la variedad de los productos comercializados, el 25% no está de acuerdo con el precio comercializado, con un 21 % están insatisfechas con la disponibilidad del producto y en un 19 % manifiestan la mala calidad del producto.

Tabla N° 20: Plataforma de ventas.

| La empresa que conoce ofrece el servicio de venta a través de: | Cantidad | Porcentaje |
|--|------------|-------------|
| 1- Tienda virtual | 64 | 63% |
| 2- Oficina Física | 38 | 37% |
| Total | 102 | 100% |

Fuente: Tesista

La encuesta arroja un porcentaje del 63 % de personas que prefieren el servicio de ventas a través de Tienda Virtual y un 37 % vía tienda física.

Tabla N° 21: Aspectos de Valoración.

| ¿Cuál de estos aspectos valora al momento de realizar una compra? | Cantidad | Porcentaje |
|---|------------|-------------|
| 1- Calidad | 31 | 30% |
| 2- Variedad | 54 | 53% |
| 3- Precio | 5 | 5% |
| 4- Exclusividad | 8 | 8% |
| 5- Servicio | 4 | 4% |
| Total | 102 | 100% |

Fuente: Tesista

Según la encuesta el 53% de los encuestados manifiestan que, lo que más se lleva en cuenta a la hora de comprar velas aromáticas es la variedad, mientras que un 30% expreso que tiene en cuenta la calidad, el 8% le gusta que las velas sean exclusivas, el 5% opta por el precio y tan solo el 4% son los que optan por el servicio.

Tabla N° 22: Aplicaciones móviles.

| ¿Estaría dispuesto a utilizar una aplicación móvil para solicitar estos productos? | Cantidad | Porcentaje |
|---|-----------------|-------------------|
| 1. Si | 106 | 89% |
| 2. No (Gracias por su colaboración) | 13 | 11% |
| Total | 119 | 100% |

Fuente: Tesista

La encuesta arroja un porcentaje del 89 % de personas que utilizarían una aplicación para obtener los productos y el 11 % no los utilizaría.

Tabla N° 23: Impacto.

| ¿Qué impacta más al momento de optar por Velas Aromáticas. ? | Cantidad | Porcentaje |
|---|-----------------|-------------------|
| 1- Diseños | 51 | 50% |
| 2- Colores | 4 | 4% |
| 3- Fragancia | 44 | 43% |
| 4- Presentación / empaque / envoltorio | 3 | 3% |
| Total | 102 | 100% |

Fuente: Tesista

Según la encuesta el 50% de los encuestados manifiesta que, lo que más impacta a la hora de comprar velas aromáticas son los diseños, mientras que un 43% expreso que tiene en cuenta la fragancia, el 4% opto por los colores y el 3% manifestó que optaría por las velas mediante la presentación que tiene.

Tabla N° 24: Medios de adquisición.

| ¿Qué medios utiliza para conseguir estos productos? | Cantidad | Porcentaje |
|--|-----------------|-------------------|
| 1. Diario | 0 | 0% |
| 2. Navegador web (ej.; google) | 0 | 0% |
| 3. Por medio de recomendaciones | 61 | 60% |
| 4. Redes sociales | 37 | 36% |
| 5. Agencia o empresa | 4 | 4% |
| 6. Otros | 0 | 0% |
| Total | 102 | 100% |

Fuente: Tesista

Según la encuesta el 60% de los encuestados manifiestan que consiguen las Velas Aromáticas gracias a las recomendaciones, mientras que un 36% expreso que es gracias a las Redes Sociales y el 4% optan por los productos mediante empresas.

Conclusión

Al concluir el trabajo de investigación sobre producción de velas aromáticas podemos decir que a pesar de que en los años 2.020 y 2.021 la economía paraguaya sufrió un duro golpe por la pandemia, se está recuperando paulatinamente, lo cual indica que es factible.

Es sabido que no solo la economía cayó durante ese periodo de tiempo, también influyeron otros aspectos como el estrés y la depresión a consecuencia de incertidumbre generado por el despido generalizado y la falta de oportunidades, es allí que nos enfocamos en crear las Velas Aromáticas con el fin de llegar a cada individuo, ayudarles a encontrar un punto de equilibrio ofreciéndoles un momento de paz y armonía.

Mediante el estudio de mercado conocemos a nuestros posibles consumidores, debido a que existe una gran mayoría en el Área del Departamento Central que adquiere las velas aromáticas. Produciremos Velas Aromáticas tanto normales como personalizados con diseños variados e infinidad de tamaños, colores y aromas para lograr satisfacer las necesidades de los consumidores y a un precio menor que el de la competencia con el fin de captar clientes.

Un aspecto importante de la empresa es que la mayoría de las fábricas productoras de velas solo producen Velas normales, velas aromáticas y le adhieren algunos que otros detalles como cintas o envoltorios coloridos, a diferencia de ellas produciremos Velas aromáticas con formas y diseños de acuerdo a la preferencia del consumidor como pueden ser: recipientes de vidrios y yesos con formas geométricas, velas con formas de corazones, mariposas, flores, para baby showers tendremos en forma de cupcakes, mini tortas, ositos, piecitos, carrito, biberón y chupetes, entre otros diseños como ángel, renos, trineos, etc.

Esto genera gran interés al consumidor ya que su dinero será bien invertido teniendo en cuenta que las velas aromáticas ayudan a combatir el estrés, reducen la ansiedad, revitalizan el cuerpo y la mente.

Los productos los comercializaremos vía tienda online, llegaremos al consumidor mediante publicidad en las redes sociales como ser Facebook e Instagram. Los clientes podrán adquirirlas mediante el servicio de delivery que cubrirá toda la zona del departamento central.

Estudio Técnico

Introducción

Según Prieto Herrera (2009) es `` verificar cuán posible es fabricar un producto o brindar un servicio, analizando el tamaño óptimo, localización más favorable, equipos a utilizar, instalaciones necesarias y la organización requerida para su ejecución. ``

Mediante el estudio técnico podemos contemplar y analizar los recursos, instalaciones y maquinarias disponibles para la producción de Velas Aromáticas. También determinaremos la ubicación estratégica del espacio físico de la empresa.

Objetivo General

Determinar la factibilidad técnica para la “Producción de Velas Aromáticas en la ciudad de Villa Elisa año 2.021”

Objetivos Específicos

Determinar la factibilidad de la ubicación estratégica del local de la empresa del proyecto

Determinar la factibilidad de la estructura organizacional de la empresa del proyecto

Determinar la factibilidad de la estructura operativa de la empresa del proyecto

Determinar la factibilidad ambiental de la empresa del proyecto.

Metodología

Análisis de los componentes para la creación y puesta en marcha de una empresa dedicada a la producción de Velas Aromáticas, en el Barrio Rosedal de la Ciudad de Villa Elisa, considerando los aspectos legales y tributarios, de organización, localización y estructura técnica y administrativa.

Marco Teórico

Localización

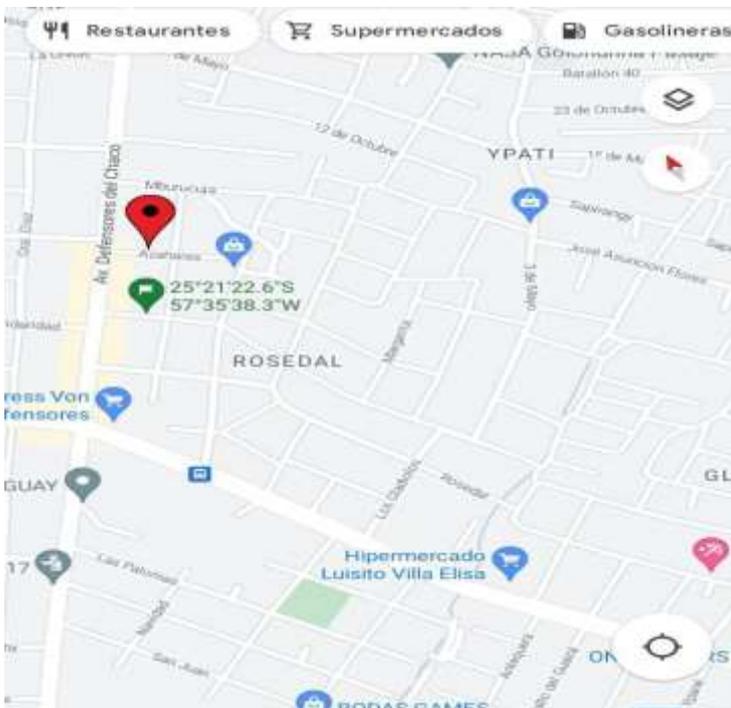
El estudio de localización realizado estará ubicado en la Calle Azahares, del Barrio Rosedal de la Ciudad de Villa Elisa; el mismo es de fácil acceso, dado que se encuentra a media cuadra de la Avenida principal Defensores del Chaco y a 10 minutos del Centro Urbano.

Macro Localización



La empresa productora de Velas Aromáticas estará ubicado en el Barrio Rosedal de la Ciudad de Villa Elisa; el mismo es de fácil acceso, dado que se encuentra a media cuadra de la Avenida principal Defensores del Chaco y a 10 minutos del Centro Urbano, lo que dará facilidad de ubicación a los clientes.

Micro Localización



La dirección específica donde estará situada la empresa productora es sobre la Calle Azahares N°115 esq. Violetas del barrio Rosedal.

Empresa

Según Simón Andrade (1996) la empresa es "aquella entidad formada con un capital social, y que aparte del propio trabajo de su promotor puede contratar a un cierto número de trabajadores. Su propósito lucrativo se traduce en actividades industriales y mercantiles, o la prestación de servicios."

Organigrama

Según Enrique B. Franklin (2004) es "la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas, en la que se muestran las relaciones que guardan entre sí los órganos que la componen."

Gráfico N°4: Organigrama



Fuente: Tesista

Manual de Funciones

Según GRAHAM KELLOG (2009) "El manual presenta sistemas y técnicas específicas. Señala el procedimiento a seguir para lograr el trabajo de todo el personal de oficina o de cualquier otro grupo de trabajo que desempeña responsabilidades específicas."

Tabla N° 25: Manual de funciones Propietaria.

| | | Manual funciones | | |
|--|---------------------------|-------------------------|-------|-------|
| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO | | | | |
| Documento N° | 1 | | | |
| Nombre del puesto | Propietaria/Administrador | | | |
| Unidad a la que pertenece | General | | | |
| Puesto al que reporta | No aplica | | | |
| Puesto que supervisa | Todas | | | |
| OBJETIVO DEL CARGO | | | | |
| Organizar, dirigir y coordinar el funcionamiento y desarrollo de la empresa, manejar la gestión de los colaboradores. Administración general de la empresa, control y evaluación de las actividades de la misma. | | | | |
| FUNCIONES | | | | |
| 1. Establecer objetivos estratégicos y operativos de la empresa. | | | | |
| 2. Utilizar los recursos disponibles de la empresa para el logro de los objetivos. | | | | |
| 3. Autorizar pagos a los proveedores y demás obligaciones. | | | | |
| 4. Negociar con los proveedores y colaboradores. | | | | |
| 5. Velar por la capacitación y crecimiento constante de los colaboradores promoviendo el estudio | | | | |
| 6. Estudiar constantemente el entorno económico, financiero y geográfico del mercado. | | | | |
| 7. Velar y proponer continuamente los medios para el cumplimiento de la misión, visión y ejecución de los planes estratégicos. | | | | |
| 8. Eliminar gastos innecesarios, lo cual permitirá incrementar las ganancias. | | | | |
| 9. Pago al personal. | | | | |
| 10. fijar precios de acuerdo al mercado. | | | | |
| 11. Otras funciones acorde a su cargo. | | | | |
| Preparado por - Fecha | Firma | Aprobado por | Fecha | Firma |
| | | | | |

Fuente: Tesista

Tabla N° 26: Manual de funciones Productor.

| | | Manual funciones | | |
|--|--------------------|-------------------------|--------------|-------|
| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO | | | | |
| Documento N° | 3 | | | |
| Nombre del puesto | Productor | | | |
| Unidad a la que pertenece | General | | | |
| Puesto al que reporta | Administración | | | |
| Puesto que supervisa | Área de producción | | | |
| OBJETIVO DEL CARGO | | | | |
| Producir en masa el producto con los estándares y objetivos de la empresa. | | | | |
| FUNCIONES | | | | |
| 1. Vertido de materia prima (parafina, cera de soja, estearina) | | | | |
| 2. Control de temperatura. | | | | |
| 3. Control de secado del producto. | | | | |
| 4. Inspeccionar productos terminados en busca de defectos o para garantizar que se hayan cumplido los estándares de calidad. | | | | |
| Preparado por | Fecha | Firma | Aprobado por | Fecha |
| | | | | |

Fuente: Tesista

Tabla N° 27: Manual de funciones Empaquetador.

| | | Manual funciones | | |
|---|----------------|-------------------------|--------------|-------|
| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO | | | | |
| Documento N° | 4 | | | |
| Nombre del puesto | Empaquetador | | | |
| Unidad a la que pertenece | General | | | |
| Puesto al que reporta | Administración | | | |
| Puesto que supervisa | Empaquetado | | | |
| OBJETIVO DEL CARGO | | | | |
| Asegurarse de que todos los bienes y materiales estén embalados de acuerdo con las Instrucciones y requisitos correspondientes. | | | | |
| FUNCIONES | | | | |
| 1. Recoger y seleccionar los productos a empaquetar. | | | | |
| 2. Selección y limpieza de moldes. | | | | |
| 3. Selección de caja de acuerdo al tamaño y forma del producto. | | | | |
| 4. Empaquetar el producto. | | | | |
| 5. Poner etiquetas. | | | | |
| 6. Sellado de cajas | | | | |
| Preparado por | Fecha | Firma | Aprobado por | Fecha |
| | | | | |

Fuente: Tesista

Tabla N° 28: Manual de funciones Vendedor.

| | | Manual funciones | | |
|--|----------------|-------------------------|--------------|-------|
| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO | | | | |
| Documento N° | 5 | | | |
| Nombre del puesto | Vendedor | | | |
| Unidad a la que pertenece | General | | | |
| Puesto al que reporta | Administración | | | |
| Puesto que supervisa | Ventas | | | |
| OBJETIVO DEL CARGO | | | | |
| Planeación, control y ejecución de actividades para alcanzar un mejor funcionamiento de todo el negocio. | | | | |
| FUNCIONES | | | | |
| 1. Control de existencias. | | | | |
| 2. Clasificar los pedidos por zona. | | | | |
| 3. Asegurar el envío por orden de pedido. | | | | |
| 4. Promocionar los productos. | | | | |
| 5. Ingresar ventas al sistema y facturar. | | | | |
| Preparado por | Fecha | Firma | Aprobado por | Fecha |
| | | | | |

Fuente: Tesista

Misión

Según Philip Kotler y Gary Armstrong (2004) define como “un importante elemento de la planificación estratégica”

Producir y comercializar velas con diseños innovadores y de la más alta calidad, cumpliendo las expectativas de nuestros clientes.

Visión

Según Fleitman Jack (2000) lo define como “el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad.”

Ser líder en el mercado nacional en producción y comercialización de velas con diseños innovadores y de la más alta calidad, cumpliendo las expectativas de nuestros clientes, con capacidad de cubrir las demandas en todo el territorio nacional.

Aspecto Legal

Marco jurídico o marco legal es el conjunto de leyes, normas, reglamento o acuerdos, que deben apegarse a una entidad o dependencia en el ejercicio de las funciones que éste tenga encomendada. Un marco jurídico, toma forma o estructura siempre y cuando la situación amerite la intervención legal para su resolución. En este

no se encuentran todas las leyes, pero sí las necesarias para resolver el problema.

Recuperado de: <https://definicionyque.es/marco-juridico/> en fecha 27/02/2.022

Constitución Nacional de la República del Paraguay, 1.992

Artículo 86 - Del Derecho Al Trabajo

Todos los habitantes de la República tienen derecho a un trabajo lícito, libremente escogido y a realizarse en condiciones dignas y justas.

La ley protegerá el trabajo en todas sus formas y los derechos que ella otorga al trabajador son irrenunciables.

LEY N° 1034/83 DEL COMERCIANTE

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. 11.- Son obligaciones del comerciante:

- a) Someterse a las formalidades establecidas por la ley mercantil, en los actos que realice;
- b) Inscribir en el Registro Público de Comercio su matrícula y los documentos que la ley exige;
- c) Seguir un orden cronológico y regular de contabilidad, llevando los libros necesarios a ese fin; y
- d) Conservar los libros de contabilidad, la correspondencia y los documentos que tengan relación con el giro de su comercio, por el plazo establecido en el artículo 85.

Art. 85.- Los libros y registro de contabilidad deberán ser conservados por cinco años contados a partir de la fecha de la última anotación efectuada en ellos. Durante el mismo lapso se conservarán en forma ordenada los comprobantes, de modo que sea posible su verificación; este plazo se computará desde la fecha en que hubieren sido extendidos.

LEY N° 125/91: QUE ESTABLECE EL NUEVO RÉGIMEN TRIBUTARIO

Artículo 1°: Naturaleza del Impuesto: Crease un Impuesto que gravará las rentas de fuente paraguaya provenientes de las actividades comerciales, industriales, de servicios y agropecuarias, que se denominará “Impuesto a la Renta”.

Artículo 3º: Contribuyentes: Serán contribuyentes:

a) Las empresas unipersonales, las sociedades con o sin personería jurídica, las asociaciones, las corporaciones y las demás entidades privadas de cualquier naturaleza.

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.

Código del Trabajo LEY 213/93**Título II. El Contrato de Trabajo****Capítulo I. Definición, sujetos y objetos**

Art. 17. Contrato de trabajo es el convenio en virtud del cual un trabajador se obliga a ejecutar una obra o a prestar un servicio a un empleador, bajo la dirección o dependencia de éste y por su cuenta, mediante el pago de una remuneración, sea cual fuere la clase de ella.

Art. 20. Los sujetos que celebran el contrato de trabajo son: el trabajador y el empleador.

Art. 21. Trabajador es toda persona que ejecuta una obra o presta a otros servicios materiales, intelectuales o mixtos, en virtud de un contrato de trabajo.

Art. 24. Empleador es toda persona natural o jurídica que utiliza los servicios de uno o más trabajadores, en virtud de un contrato de trabajo.

Título III Del Orden y la Disciplina en los Establecimientos de Trabajo y del Reglamento Interno

Artículo 350. El Reglamento Interno de Trabajo es el conjunto de disposiciones obligatorias acordadas por igual número de representantes del empleador y de sus trabajadores, destinado a regular el orden, la disciplina y la seguridad, necesarios para asegurar la productividad de la empresa y la buena ejecución de las labores en los establecimientos de trabajo.

Artículo 351. El empleador está autorizado a formular directamente las normas administrativas y técnicas relativas al mejoramiento de la productividad y al debido funcionamiento de su empresa. Estas reglas no forman parte del Reglamento Interno.

Artículo 352. El Reglamento Interno se hará como establezca el contrato colectivo, o conforme a lo dispuesto en el Artículo 350, y contendrá:

- a) Hora de entrada y salida, así como su forma de documentación y el descanso que divide la jornada;
- b) Lugar y tiempo en que deben comenzar y terminar las faenas;
- c) Días y horas fijadas para hacer la limpieza de las maquinarias, aparatos, locales y talleres, e indicación de la encargada de ella;

Cada empleado es responsable de realizar una limpieza diaria de sus puestos o lugares de trabajo y encargados de velar por los materiales y herramientas que les son proveídos para el mantenimiento y/o cuidado de las mismas.

- d) Día y lugar de pago del salario;
- e) Sanciones disciplinarias conforme a la importancia, naturaleza y perjuicios ocasionados por las faltas, y forma de aplicación de las mismas. Para aplicar las medidas de suspensión disciplinarias, con pérdida de salarios, que dure de cuatro a ocho días, el traslado del lugar de trabajo y la postergación temporal de ascenso, previamente será instruido sumario administrativo, para probar la causa y la responsabilidad del trabajador. La sanción será notificada al trabajador y comunicada a la Autoridad Administrativa del Trabajo;
- f) Representantes de la empresa o del empleador, u órgano competente para la recepción de pedidos, certificados médicos, justificaciones y otros.
- g) El plazo de validez del Reglamento Interno, procedimientos de revisión, modificación o de actualización, en casos de necesidad; y,
- h) Las demás reglas o indicaciones que, según la naturaleza de cada actividad, sean necesarias para obtener la mayor productividad, regularidad o seguridad en el desarrollo del trabajo.

Artículo 353. Las sanciones disciplinarias pueden consistir en:

- a) Suspensión del trabajo y salario, hasta ocho días;
- b) Simple amonestación verbal;
- c) Apercibimiento por escrito;
- d) Traslado del lugar de trabajo, de conformidad con el inciso n) del Artículo 81;
- e) Postergación temporal de ascenso; y,
- f) La enumeración precedente no implica orden de prelación ni jerárquico. Las partes podrán convenir otras medidas disciplinarias, no contrarias a este Código.

Artículo 356. El Reglamento Interno de Trabajo será presentado a la autoridad competente, por el empleador, dentro de los ocho días de haberse suscripto, a los fines

de su homologación y registro, siempre que reúna las condiciones establecidas en este Título. La Autoridad Administrativa del Trabajo debe homologar y registrar el Reglamento Interno dentro del plazo de quince días, contado desde la fecha de su presentación. En caso de existir observaciones, se correrá traslado de las mismas por el término de seis días, antes de dictarse resolución. El registro es suficiente para que obligue en el establecimiento tanto al empleador como a los trabajadores. En caso de que la Autoridad Administrativa del Trabajo denegase el registro solicitado, las partes podrán pedir a aquélla la revisión del reglamento, petición que será resuelta, previa audiencia de las mismas o sus representantes, por decisión fundamentada.

Artículo 357. El Reglamento Interno de Trabajo deberá estar impreso o escrito con caracteres fácilmente legibles, y se fijará en los lugares más visibles del establecimiento y sus dependencias.

Aspecto Tributario

El sistema tributario paraguayo, se apoya fuertemente en cuatro impuestos básicos: el Impuesto al Valor Agregado (IVA), el Impuesto a la Renta de la Empresas (IRACIS), el Impuesto Selectivo al Consumo (ISC) y el Impuesto al Comercio Exterior.

Recuperado de: <http://www.cadep.org.py/uploads/2012/01/Analisis-del-sistema-tributario- en fecha 27/02/2.022>

Requisitos comunes para Personas Físicas:

1. Apertura en la Municipalidad
2. Instituto de Previsión Social (IPS)
3. Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (MTESS)

Requisitos para la obtención de la patente municipal:

A través del papel sellado de 1.000 Gs. Se presenta en mesa de entrada todos los documentos requeridos para la habilitación de la Patente Comercial como ser:

- a) Fotocopia de C.I.
- b) Fotocopia de R.U.C.
- c) Apertura en el Ministerio de Hacienda o Formulario DD.JJ. interno
- d) Para locales alquilados: Fotocopia de Contrato con Cta. Cte. Ctral.
- e) Local propio: Boleta de Impuesto Inmobiliario al día
- f) Un papel sellado de 1.000 Gs.

Requisitos para Inscripción en el RUC

A) Unipersonales, Profesionales o Personas Físicas.

• Formulario de solicitud de inscripción N° 400, si no posee RUC. o formulario de cambio de información N°402, si posee RUC activo por otras obligaciones tributarias.

• Formulario N° 416 (croquis).

• Fotocopia de la cédula de identidad.

• Las mujeres casadas, viudas o separadas, deben adjuntar también fotocopia de la Libreta de Familia o Certificado de Nacimiento o de Matrimonio, (sólo uno de los tres) a efecto de constatar el apellido materno.

Inscripción Patronal

Toda empresa que cuente con uno o más empleados tiene la obligación de realizar la inscripción patronal en el IPS, y pagar el Seguro Social en forma mensual.

El trámite de inscripción se realizará en el Dpto. Patronal y la duración aproximada del mismo es de 2 días.

Llenado en forma correcta del formulario de Declaración Jurada de Inscripción Patronal a un solo color de bolígrafo y con letras legibles, sin enmiendas y en dos copias

Toda la documentación que acompaña a la Declaración Jurada debe estar autenticada por Escribanía.

Requisitos para Empresa Unipersonal

• Fotocopia de C.I. del Empleador

• Fotocopia del RUC

• Constancia de Inscripción en el RUC

Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (MTESS)

Toda empresa que cuente con uno o más empleados, después de inscribirse en el IPS, deberá hacerlo también en el MTESS. El trámite de inscripción se realizará en la Dirección del Trabajo, Oficina de Estadística, y su duración aproximada es de 48 horas.

Requisitos:

a. Llenarlos formularios:

• Solicitud de Inscripción Patronal

• Comunicación de entrada de empleados (por nota).

b. Adjuntar fotocopia autenticada de:

• Inscripción en IPS.

- RUC.
- Cédula de Identidad del patrón y los empleados.
- Lista de nombres de los empleados.
- Poder para el representante legal, si lo tuviere.
- Patente Municipal, o los originales para corroborar y autenticar las fotocopias.
- Cédula de Identidad Paraguaya y el Carné de Inmigrante, si existen extranjeros entre los empleados o el patrón.

Nota: Si no se realiza la inscripción en el MTESS dentro de los 60 días de la inscripción en el I.P.S., se deberá abonar una multa.

Registro de Marcas

Para crear la solicitud, se debe llenar los formularios de registro y ‘anexo de titulares’ en el sitio web de DINAPI.

Luego puede presentar o enviar su solicitud a la Junta de Ingreso de la DINAPI en la siguiente dirección:

Avenida España, No.323-Asunción, Paraguay.

Una vez presentadas las solicitudes de registro, la Oficina de Marcas, luego de realizar el estudio de forma, entrega una orden de publicación en el plazo de un mes contado desde la presentación.

Las solicitudes de registro deben ser publicadas por tres días consecutivos en un periódico de circulación. El plazo para que terceros deduzcan oposición es de 60 días hábiles contados desde la última publicación. Si no se presentasen oposiciones, el examinador realiza el estudio de fondo de la marca. En caso de no encontrarse antecedentes similares por los cuales la marca pudiera ser objetada o rechazada por la directora de Marcas, ésta envía el expediente con resolución de concesión a las oficinas del Director General de la Dirección Nacional de Propiedad Industrial, quien concederá el registro de la marca.

La duración aproximada para obtener un registro de marca es de 8 a 10 meses siempre que no se presenten oposiciones ni objeciones.

Los requisitos son los siguientes:

Denominación de la marca y logotipo si lo tuviere

Datos completos del solicitante (nombre y dirección)

Descripción de los productos o servicios que desea proteger

Poder notariado por el solicitante.

Aspecto Ambiental

Según la ISO 14001:2015, un aspecto ambiental es un elemento que deriva de la actividad empresarial de la organización (sea producto o servicio) y que tiene contacto o puede interactuar con el medio ambiente. Recuperado de:

<https://www.nueva-iso-14001.com/2018/04/que-son-los-aspectos-ambientales/27/02/2.022>

Las velas convencionales son de parafina que es un subproducto de la industria de la refinación de petróleo, restos de residuo de petróleo refinado, es un combustible fósil no renovable.

Por tanto, contaremos con línea de Velas Naturales a base de soja y estearina que no contaminan el medio ambiente, una buena opción para satisfacer las necesidades de nuestros futuros clientes.

La cera de soja es una cera vegetal, obtenida por hidrogenación del aceite de las semillas de soja.

Durante el proceso de hidrogenación algunos de los ácidos grasos insaturados se convierten en saturados. Además, el proceso cambia el punto de fusión del aceite y cera de soja convierte en una sustancia rígida a temperatura ambiente.

Son 100% naturales y no emiten tóxicos al aire. Cualquier combustión va a emitir cierta cantidad de CO₂, pero sigue siendo una opción más saludable y respetuosa con el medio ambiente.

Duran más tiempo, hasta 2-3 veces más que las velas de parafina convencionales.

Tienen un punto de fusión menor (40°-45°), por lo que se reduce el riesgo de quemaduras y ayuda a preservar los beneficios de los aceites esenciales naturales que contengan, ya que de otro modo se volatilizarían.

Este punto de fusión más bajo también hace que la vela de soja se consuma completamente, así que no hay desperdicio de vela porque se aprovecha totalmente.

La llama de la vela natural no ensucia las paredes o los muebles, es fácil de limpiar debido a que es soluble en agua, así que basta un poco de agua y jabón para limpiar restos de cera en tejidos u otros materiales.

En cuanto al ácido esteárico es de Origen Vegetal y se obtiene del desdoblamiento y posterior hidrogenación de la fracción esteárica de un aceite vegetal.

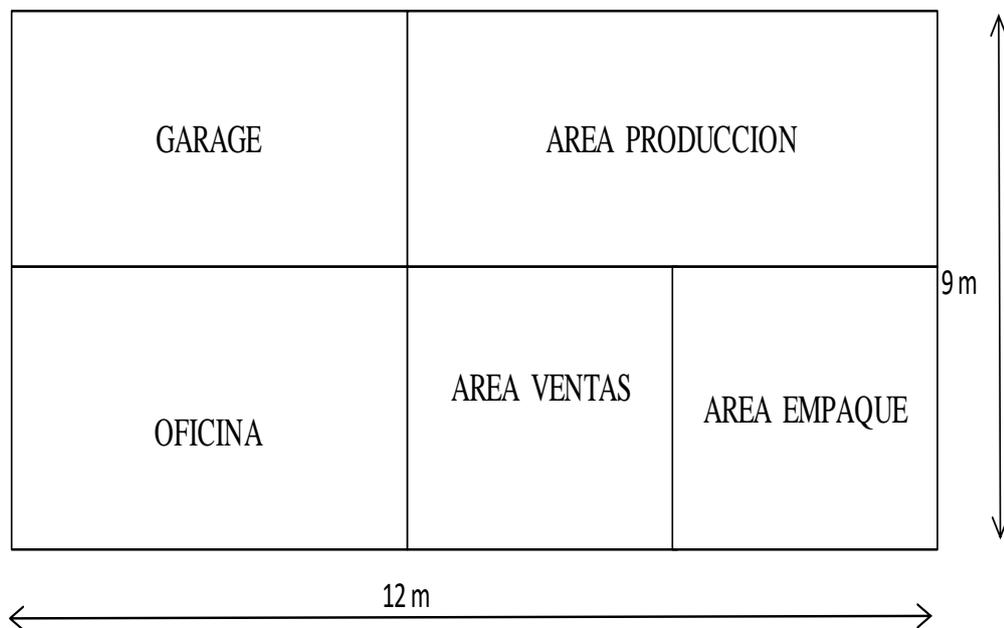
Es el resultado de la hidrólisis del aceite de palma (o de sus fracciones como la estearina u oleína), seguido de su hidrogenación y la posterior destilación.

Reduce su punto de fusión y al enfriarse crea velas más duras y resistentes, lo que evita que se rompan, casi no producen residuos al quemar, además de no emitir olor y la llama es más brillante.

El ácido esteárico también se puede mezclar con la parafina, hace que se torne opaca, dándole mayor consistencia y haciendo que su textura se vuelva áspera, este ácido reemplazó al sebo en la fabricación de velas por ser mejor combustible y tener mayor consistencia.

Obras Físicas

Gráfico N° 5: Plano de distribución.



Equipamientos

Tabla N° 29: Equipamientos

| Equipos necesarios | Cantidad |
|--|-----------|
| Escritorio c/ 3 cajones y soporte para teclado | 2 |
| Estantes c/ divisorias | 4 |
| Impresora Multifusión | 2 |
| Computadora de mesa | 2 |
| Silla giratoria con posa brazos tipo secretaria | 2 |
| Sillas de madera tapizadas color negro | 3 |
| Vitrina exhibidor | 2 |
| Ventilador de techo | 1 |
| Acondicionador de aire 12000 btu | 1 |
| Mueble archivador 6 compartimientos | 1 |
| Mostrador | 1 |
| Carrito de metal con 4 compartimientos y ruedas | 1 |
| Termómetro digital | 1 |
| Máquina Eléctrica de fusión de cera con grifo y temporizador, 9 litros | 2 |
| Cocina a inducción | 1 |
| Balanza | 1 |
| Pistola de calor | 1 |
| Cartelería | 1 |
| Heladera | 1 |
| Microondas | 1 |
| Bebedero Eléctrico | 1 |
| Motocicleta | 1 |
| Total | 33 |

Fuente: Tesista

Capacidad Instalada

Se dispondrá de 1(un) encargado para la producción que trabajará 8 hs. diarias. Tomando como base que las velas requeridas tendrán un peso aprox. de 100 gr cada uno y la empresa contara con 2 Máquinas Eléctricas de fusión de cera de 9 litros, equivaldría a fundición de 9.000 gr de producto, como resultado obtendríamos 90 unidades de productos por hora, 720 diarios, 3.600 semanales, 14.400 unidades de productos mensual y 172.800 velas aromáticas producidas al año.

Proceso de producción:

- **Fundición de materia prima**

La parafina y estearina se funde a una temperatura de fusión que oscila entre 60° y 70°centígrados, en tanto la cera de soja a una temperatura de 50° a 60° dependiendo de la temperatura del ambiente. Este proceso se realiza en dos Máquinas Eléctrica de fusión de cera que cuenta con grifo y temporizador con capacidad de 9 litros.

Además, se contará con baldes o cubetas de lata o acero inoxidable reciclados para fundición de cera.

La homogenización de la parafina hace que el producto terminado se pueda consumir con un mínimo de desperdicio, elimina lo que comúnmente conocemos como el lagrimeo de las velas.

- **Llenado de producto**

Luego de que el producto se funde, se traslada para verter el fluido en el interior de los moldes, si la temperatura de la mezcla de parafina es menor a 55° centígrados, la materia prima liquida no se acopla en forma correcta a los moldes, y si es mayor se crea una película interior que hace que la mezclase pegue demás y en caso de contener fragancias lo evapora.

Para fabricar una vela decorativa, se hace uso de un molde, en el centro se provee de un punzón para que la mecha pueda ser incorporada una vez secado. Se deja reposar entre 7 a 24 hs dependiendo del producto fundido.

- **Retiro de sobrantes**

Cuando la mezcla esta sólida, se procede a retirar el sobrante con ayuda de una espátula, así se garantiza que el asiento de las velas quede totalmente uniforme, y las mechas no tenga un excedente.

El producto sobrante de parafina, que se recoge es devuelto para que sea fundido nuevamente.

- **Descarga**

Se retira las velas en forma manual (los que son sin moldes) no sin antes ubicar el producto en un carrito con ruedas para verificar que no haya velas quebradas o con deformación. Si el producto no es conforme regresa al proceso de fundición, y si esta con la calidad requerida pasa a la siguiente etapa. La incorporación de mechas se realiza en forma manual una vez solidificado el producto.

- **Etiquetado y empaquetado**

Luego de que las velas están apiladas en la mesada para ser contados, utiliza una hoja de papel con el logo de la empresa para la envoltura o directamente cajas de cartón, de acuerdo al producto requerido, gracias al empaquetado se evitan la fricción, ralladuras y deformaciones, debido a la manipulación y el peso que tienen que soportar por el apilamiento.

Materia Prima e Insumos

Materia prima: Cera de soja, estearina (ácido esteárico) parafina sólida.

Recipiente para velas: envases de vidrio, metal, yeso y cerámica.

Fragancias: Frutilla, Chocolate, canela, café, floral, flor de coco, limón, palo santo, eucalipto.

Pabilos: De algodón Trenzados y encerados.

Colorantes: Blanco, rojo, azul, verde, amarillo, rosa, marrón, lila, celeste, naranja.

Análisis del Costo

Costo

Según Javier Sánchez Galán (2016) es `` el valor que se da a un consumo de factores de producción dentro de la realización de un bien o un servicio como actividad económica ``.

Costos directos

Según Javier Valencia (2017) ``es aquel que puede medirse y asignarse directamente y de forma inequívoca a un producto concreto``.

Costos indirectos

Según Javier Valencia (2019) ``El coste indirecto es aquel que afecta al proceso productivo de uno o más productos que vende una empresa, y que no puede medirse y asignarse directamente a una de las etapas productivas o a un producto concreto si no que hay que asumir un criterio de imputación coherente``.

Costos fijos

Según Susana (2015) es ``aquel que es independiente de la actividad de producción de una empresa; es decir, representa un gasto invariable —al menos, durante un cierto periodo— en relación con la cantidad de bienes o servicios logrados durante un espacio de tiempo determinado``.

Costos variables

Según Backer (1996) ``Los costos variables cambian o fluctúan en relación directa a una actividad o volumen dado. Dicha actividad puede ser referida a producción o ventas, por ejemplo: la materia prima cambia de acuerdo con la función de producción y las comisiones de acuerdo con las ventas``.

Costeo por absorción

Gutiérrez Hernández, M. T., & Téllez Sánchez, L. (2009) ``El método de costeo por absorción incluye los costos de los elementos (materiales, mano de obra y costos indirectos) incorporados a los productos, tanto sean fijos o variables. Es decir, los artículos absorben los costos de estos, independientemente de su comportamiento con relación al volumen de actividad``.

Costeo variable

Según Susana Gil (2015) ``El coste variable es el gasto que fluctúa en proporción a la actividad generada por una empresa o, en otros términos, el que depende de las variaciones que afecten a su volumen de negocio``.

Tabla N° 30: Costos fijos-indirectos

| Costos fijos/Indirectos |
|-----------------------------------|
| Alquiler |
| Servicios básicos |
| Sueldos |
| Servicio de Internet |
| Gastos de administración y ventas |
| Pago de Seguros |
| Impuestos |

Fuente: Tesista

Tabla N° 31: Costos variables-directos

| Costos variables/Directos |
|---|
| Materia Prima |
| Insumos |
| Mano de Obra |
| Distribución |
| Proveedores Externos para la producción |
| Embalaje y empaquetado |

Fuente: Tesista

Tecnología

Es mínima la maquinaria y tecnología necesaria para la producción de velas aromáticas, teniendo en cuenta que los productos serán comercializados a través de tienda virtual se adquirirá 1 (uno) teléfono celular de alta gama para el montaje fotográfico de las velas, también un equipo informático y Software de sistema para organización, digitalización, optimización de trabajo y poder lograr una administración de recursos más efectiva.

Niveles de Producción

El número de unidades que se obtiene de esta etapa es a partir de los diferentes moldes.

Para el cálculo de la capacidad de producción, nos servimos de nuestro estudio de mercado en donde 119 personas, dicen que adquieren velas aromáticas, en semana una persona adquiere 4 velas aromáticas de 100 gr c/u, multiplicando por las 119 personas de nuestra población nos da como resultado 2.380 ventas semanales, 9.520 mensuales y 114.240 velas aromáticas vendidas al año.

Conclusión

El estudio de localización realizado estará ubicado en la Calle Azahares, del Barrio Rosedal de la Ciudad de Villa Elisa; el mismo es de fácil acceso, dado que se encuentra a media cuadra de la Avenida principal Defensores del Chaco y a 10 minutos del Centro Urbano, lo que dará facilidad de ubicación a los clientes.

Para que el proyecto se lleve a cabo se precisa de 5 personas según la estructura organizacional: un Administrador, un contador, un encargado del área de producción, un encargado del área de empaques y un vendedor.

La estructura organizacional está constituida de tal forma que exista una adecuada comunicación entre las partes, así como también una correcta delegación de trabajos, cada empleado está al corriente de sus funciones, responsabilidades y de su importancia para la empresa.

La Empresa productora de Velas Aromáticas en la ciudad de Villa Elisa contara con línea de Velas Naturales a base de soja y estearina que no contaminan el medio ambiente, una buena opción para satisfacer las necesidades de los futuros clientes, o lo que es factible ambientalmente.

En cuanto al estudio técnico, se obtuvo información necesaria dónde se determinó las maquinarias, los personales y las instalaciones necesarias para la producción de velas aromáticas, lo cual da resultados óptimos y hace que el proyecto sea factible técnicamente.

Estudio Financiero

Introducción

Hernández (2005) define el análisis financiero como una técnica de evaluación del comportamiento operativo de una empresa, que facilita el diagnóstico de la situación actual y la predicción de cualquier acontecimiento futuro; a su vez está orientado hacia la consecución de objetivos preestablecidos.

El estudio financiero es necesario para determinar si el Proyecto de Producción de Velas Aromáticas es viable, para lo cual se determinará el presupuesto inicial, presupuesto del personal, presupuesto de compras y ventas, el costo total de la operación, así como también los ingresos que se obtendrán del mismo.

Las proyecciones se llevarán a cabo para cinco años, a fin de demostrar que tan factible puede llegar a ser el proyecto.

Objetivo General

Determinar la factibilidad financiera para la “Producción de Velas Aromáticas en la Ciudad de Villa Elisa, año 2022”

Objetivos Específicos.

Determinar la de la inversión inicial del proyecto

Determinar la factibilidad presupuestaria para el funcionamiento de la empresa del proyecto

Determinar los resultados y recursos que produce la actividad de la Empresa productora de Velas Aromáticas

Determinar e interpretar los ratios financieros.

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 con sus interpretaciones.

Base Teórica y Desarrollo

Fuentes de Financiación.

Según Herrero (2006), “las fuentes de financiación son los orígenes de la financiación”, es decir que son de donde la empresa puede obtener recursos financieros para poder realizar las inversiones indispensables para su funcionamiento.

Fuente de financiamiento de la fábrica productora de velas será mediante Financiación Propia.

Financiación Propia.

Según David López Cabia (2017) Son los recursos financieros que son propiedad de la empresa, como sucede con el capital social y las reservas.

Tabla N° 32: Financiación Propia

| Fuente de Financiación | Monto |
|------------------------|--------------------|
| Total | 160.000.000 |

Fuente: Tesista

El monto total de financiación propia será de Gs. 160.000.000 (ciento sesenta millones).

Inversión Inicial.

Según Gitman (2003) “Es el flujo negativo de efectivo relevante para un proyecto propuesto en el tiempo cero”

Es el dinero que necesita la empresa para poder poner en marcha el servicio.

Tabla N° 33: Inversión Inicial

| Descripción | Gravada | IVA | Exento | Total |
|----------------------|-------------------|------------------|--------------------|--------------------|
| Equipos Informáticos | 9.800.000 | 980.000 | | 10.780.000 |
| Equipos | 3.060.000 | 306.000 | | 3.366.000 |
| Muebles - Enseres | 15.130.000 | 1.513.000 | | 16.643.000 |
| Rodados | 6.765.000 | 676.500 | | 7.441.500 |
| Garantía de Alquiler | | | 2.000.000 | 2.000.000 |
| Gastos de Apertura | | - | 3.000.000 | 3.000.000 |
| Capital Operativo | | | 116.769.500 | 116.769.500 |
| Total | 34.755.000 | 3.475.500 | 121.769.500 | 160.000.000 |

Fuente: Tesista

Teniendo en cuenta que el método de financiamiento es propio, el cálculo nos da como resultado que la inversión será de Gs. 160.000.000 (ciento sesenta millones) como inversión propia.

Financiación de Terceros

Según David López Cabia (2017) Son recursos externos que terminan por generar deudas para la empresa. Un claro ejemplo pueden constituirlo los préstamos bancarios.

Presupuesto.

Según Burbano y Ortíz (2004) un presupuesto es un es la estimación programada, de manera sistemática, de las condiciones de operación y de los resultados a obtener por un organismo en un periodo determinado.

Presupuesto de Personal

Según MALLO, C. y MERLO, J. (1996) La mano de obra es un recurso necesario más para el funcionamiento de cualquier empresa. El presupuesto de personal en realidad consta de dos partes:

Presupuesto cuantitativo de mano de obra: cuántas horas y cuántas personas son necesarias.

Presupuesto cualitativo de mano de obra: perfiles profesionales de capacitación profesional necesarios.

Tabla N° 34: Salario del personal

| Cant | Cargo | Salario | Mensual | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|------|----------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| 1 | Productor | 2.289.324 | 2.289.324 | 27.471.888 | 28.543.292 | 29.542.307 | 30.664.914 | 32.014.171 |
| 1 | Empaquetador | 2.289.324 | 2.289.324 | 27.471.888 | 28.543.292 | 29.542.307 | 30.664.914 | 32.014.171 |
| 1 | Vendedor | 2.289.324 | 2.289.324 | 27.471.888 | 28.543.292 | 29.542.307 | 30.664.914 | 32.014.171 |
| | Total Salario | 6.867.972 | 6.867.972 | 82.415.664 | 85.629.875 | 88.626.921 | 91.994.743 | 96.042.512 |
| | IPS Aporte Patronal | | 1.133.215 | 13.598.585 | 14.128.929 | 14.623.442 | 15.179.133 | 15.847.015 |
| | Aguinaldo | | 572.331 | 6.867.972 | 7.135.823 | 7.385.577 | 7.666.229 | 8.003.543 |

Fuente: Tesista

Mediante las proyecciones anuales por el periodo de tiempo de 5 años podemos visualizar las variaciones a partir del segundo año de 3,9% según el promedio del SMLV.

Presupuesto de Compras

Según José Antonio Ludeña (2021) El presupuesto de compras es un tipo de presupuesto que limita la cantidad de materias primas que adquiere una empresa. Su objetivo es optimizar los recursos y realizar un seguimiento de las ventas y el inventario.

Tabla N° 35: Presupuesto de compras

| Producto | Cantidad | Precio (u) | Mes | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|----------------|--------------|------------|--------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------------|
| PERSONALIZADAS | 400 | G 55.264 | 22.105.600 | 265.267.200 | 283.305.370 | 302.570.135 | 323.144.904 | 345.118.757 |
| DECORATIVAS | 400 | G 55.264 | 22.105.600 | 265.267.200 | 283.305.370 | 302.570.135 | 323.144.904 | 345.118.757 |
| ESENCIAS | 400 | G 55.739 | 22.295.680 | 267.548.160 | 285.741.435 | 305.171.852 | 325.923.538 | 348.086.339 |
| Inventario | | | 6.650.688 | 6.650.688 | 452.247 | 483.000 | 515.844 | 550.921 |
| | 1.200 | | Total | 804.733.248 | 852.804.421 | 910.795.121 | 972.729.190 | 1.038.874.775 |
| | | | Gravada | 731.575.680 | 775.276.746 | 827.995.565 | 884.299.263 | 944.431.613 |
| | | | IVA | 73.157.568 | 77.527.675 | 82.799.556 | 88.429.926 | 94.443.161 |

Fuente: Tesista

La proyección de compras durante los 5 años tiene una variación del 5,08% de variación geometría a partir el segundo año.

Presupuestos de Ventas

Para Anderson, Hair y Bush (1995), “un presupuesto de ventas es un plan de ventas financiero que describe la manera en que se deben ubicar los recursos y esfuerzos para lograr el pronóstico de ventas”.

Tabla N° 36: Presupuesto de ventas

| Producto | Cantidad | Precio | Mes | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | |
|----------------|----------|--------|----------------|-------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| PERSONALIZADAS | 400 | 90.000 | 36.000.000 | 432.000.000 | 453.945.600 | 477.006.036 | 501.237.943 | 526.700.831 | |
| DECORATIVAS | 400 | 80.000 | 32.000.000 | 384.000.000 | 403.507.200 | 424.005.366 | 445.544.838 | 468.178.516 | |
| ESENCIAS | 400 | 70.000 | 28.000.000 | 336.000.000 | 353.068.800 | 371.004.695 | 389.851.734 | 409.656.202 | |
| | 1.200 | 0% | Total | 96.000.000 | 1.152.000.000 | 1.210.521.600 | 1.272.016.097 | 1.336.634.515 | 1.404.535.548 |
| | | | Gravada | 87.272.727 | 1.047.272.727 | 1.100.474.182 | 1.156.378.270 | 1.215.122.286 | 1.276.850.499 |
| | | | IVA | 8.727.273 | 104.727.273 | 110.047.418 | 115.637.827 | 121.512.229 | 127.685.050 |

Fuente: Tesista

Podemos visualizar mediante las proyecciones anuales por el periodo de tiempo de 5 años, que a partir del segundo año es del 5,08% de variación geométrica.

Presupuesto de Gastos de Funcionamiento

Para Jonathan Llamas (2020) es aquel documento que determina en un tiempo establecido la proyección de gastos de una empresa. En otras palabras, el presupuesto de gastos intenta determinar las salidas de dinero de una empresa en un intervalo de tiempo.

Por tanto, la intención principal es controlar el volumen de capital que puede salir a lo largo del año en una empresa.

Tabla N° 37: Gastos de Funcionamiento

| Cuenta | Tasa | FR | Monto | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---------------------------------|------|----------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Papelera, impresos y Otros | 10% | 4 | 300.000 | 1.200.000 | 1.242.000 | 1.285.470 | 1.330.461 | 1.377.028 |
| Telefonia e internet | 10% | 12 | 250.000 | 3.000.000 | 3.105.000 | 3.213.675 | 3.326.154 | 3.442.569 |
| Servicios Basicos | 10% | 12 | 80.000 | 960.000 | 993.600 | 1.028.376 | 1.064.369 | 1.101.622 |
| Alquiler | 10% | 12 | 400.000 | 4.800.000 | 4.968.000 | 5.141.880 | 5.321.846 | 5.508.110 |
| Seguros | 10% | 12 | 70.000 | 840.000 | 869.400 | 899.829 | 931.323 | 963.919 |
| Gastos Bancarios | 10% | 12 | 100.000 | 1.200.000 | 1.242.000 | 1.285.470 | 1.330.461 | 1.377.028 |
| Gastos por limpieza | 10% | 12 | 100.000 | 1.200.000 | 1.242.000 | 1.285.470 | 1.330.461 | 1.377.028 |
| Honorario de Contador | 10% | 12 | 500.000 | 6.000.000 | 6.210.000 | 6.427.350 | 6.652.307 | 6.885.138 |
| Honorario del Propietario | 10% | 12 | 3.500.000 | 42.000.000 | 43.470.000 | 44.991.450 | 46.566.151 | 48.195.966 |
| Mantenimiento Rodados | 10% | 1 | 150.000 | 150.000 | 155.250 | 160.684 | 166.308 | 172.128 |
| Insumos informáticos | 10% | 6 | 150.000 | 900.000 | 931.500 | 964.103 | 997.846 | 1.032.771 |
| Publicidad | 10% | 12 | 800.000 | 9.600.000 | 9.936.000 | 10.283.760 | 10.643.692 | 11.016.221 |
| Tasas e impuestos | Ex | 2 | 400.000 | 800.000 | 828.000 | 856.980 | 886.974 | 918.018 |
| Tasas e Impuestos - Rodados | Ex | 1 | 130.000 | 130.000 | 134.550 | 139.259 | 144.133 | 149.178 |
| Combustibles | Ex | 12 | 400.000 | 4.800.000 | 4.968.000 | 5.141.880 | 5.321.846 | 5.508.110 |
| Total | | | 7.330.000 | 77.580.000 | 80.295.300 | 83.105.636 | 86.014.333 | 89.024.834 |
| Gastos de Funcionamiento | | Exenta | 930.000 | 5.730.000 | 5.930.550 | 6.138.119 | 6.352.953 | 6.575.307 |
| Gastos de Funcionamiento | | Gravada | 5.818.182 | 65.318.182 | 67.604.318 | 69.970.469 | 72.419.436 | 74.954.116 |
| Impuesto | | IVA | 581.818 | 6.531.818 | 6.760.432 | 6.997.047 | 7.241.944 | 7.495.412 |

Fuente: Tesista

Podemos visualizar los gastos estimativos en que se incurrirá durante el periodo de tiempo de los próximos 5 años, lo que da como resultado una inflación de 3,5 % a partir del segundo año.

Contabilidad.

Según Meigs Robert (1992) "La contabilidad es el arte de interpretar, medir y describir la actividad económica".

Balance

Según Andrés Sevilla Arias (2014) es un estado financiero que refleja en un momento determinado la información económica y financiera de una empresa, separadas en tres masas patrimoniales: activo, pasivo y patrimonio neto.

Activo

Incluye todas aquellas cuentas que reflejan los bienes y derechos de los que dispone la entidad. Todos los elementos del activo tienen el potencial de traer dinero a la empresa, ya sea mediante su uso, su venta o su intercambio. Se suele situar visualmente en el lado izquierdo del balance.

Pasivo

El pasivo refleja todas las deudas y obligaciones económicas que tiene la empresa. Estas deudas permiten a la empresa financiar su actividad y le sirve para pagar su activo. Son deudas que tenemos en el presente pero que hemos contraído en el pasado, como por ejemplo un préstamo bancario o una compra con pago diferido.

Patrimonio neto

Comprende los fondos propios de la empresa, que son todos aquellos elementos que constituyen la financiación propia de la empresa, como por ejemplo el dinero aportado por los socios el dinero acumulado de los beneficios obtenidos en años anteriores y las reservas de la empresa.

Tabla N° 38: Balance General

| Balance General | | | | | | |
|----------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Cuentas | Apertura | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Activo | | | | | | |
| Corriente | | | | | | |
| Disponibilidades | | | | | | |
| Caja | 116.769.500 | | | | | |
| Fondo Fijo | - | 1.000.000 | 1.000.000 | 1.000.000 | 1.000.000 | 1.000.000 |
| Banco | | 243.439.843 | 343.441.040 | 451.629.395 | 554.158.992 | 650.759.695 |
| Creditos | | | | | | |
| Iva Credito Fiscal | 3.475.500 | - | | | | |
| Inventario | | | | | | |
| Materiales | | 6.046.080 | 6.457.213 | 6.896.304 | 7.365.253 | 7.866.090 |
| Total Activo Corriente | 120.245.000 | 250.485.923 | 350.898.254 | 459.525.699 | 562.524.245 | 659.625.784 |
| No Corriente | | | | | | |
| Cargas Diferidas | | | | | | |
| Gasto de Aperturas | 3.000.000 | 3.000.000 | 3.000.000 | 3.000.000 | 3.000.000 | 3.000.000 |
| (-) Amortización | | (600.000) | (1.200.000) | (1.800.000) | (2.400.000) | (3.000.000) |
| Otros Activos | | | | | | |
| Garantia de Alquiler | 2.000.000 | 2.000.000 | 2.000.000 | 2.000.000 | 2.000.000 | 2.000.000 |
| Propiedad Planta y Equipo | | | | | | |
| Inmovilidad materiales | 34.755.000 | 34.755.000 | 34.755.000 | 34.755.000 | 34.755.000 | 34.755.000 |
| (-) Depreciación Acumulada | | (8.766.600) | (17.533.200) | (21.889.800) | (26.246.400) | (30.603.000) |
| Total Activo No Corriente | 39.755.000 | 30.388.400 | 21.021.800 | 16.065.200 | 11.108.600 | 6.152.000 |
| Total de Activo | 160.000.000 | 280.874.323 | 371.920.054 | 475.590.899 | 573.632.845 | 665.777.784 |
| Pasivo | | | | | | |
| Corriente | | | | | | |
| IRE A PAGAR | - | 11.750.067 | (336.674) | 54.945 | (518.310) | (699.504) |
| IVA a pagar | - | 1.622.320 | 1.965.955 | 1.966.458 | 1.959.842 | 1.945.245 |
| IPS a pagar | - | 1.751.333 | 1.819.635 | 1.883.322 | 1.954.888 | 2.040.903 |
| Total del Pasivo | - | 15.123.720 | 3.448.915 | 3.904.724 | 3.396.420 | 3.286.644 |
| Patrimonio Neto | | | | | | |
| Patrimonio Neto | | | | | | |
| Capital | | | | | | |
| Capital | 160.000.000 | 160.000.000 | 160.000.000 | 160.000.000 | 160.000.000 | 160.000.000 |
| Reservas | | | | | | |
| Reserva Legal 5% | | | | | | |
| Resultados | | | | | | |
| Resultados del Ejercicio | | 105.750.603 | 102.720.535 | 103.215.036 | 98.550.250 | 92.254.715 |
| Resultado Acumulado | | - | 105.750.603 | 208.471.139 | 311.686.175 | 410.236.425 |
| Total de Patrimonio Neto | 160.000.000 | 265.750.603 | 368.471.138 | 471.686.174 | 570.236.425 | 662.491.140 |
| Total del Pasivo + PN | 160.000.000 | 280.874.323 | 371.920.054 | 475.590.899 | 573.632.845 | 665.777.784 |

Fuente: Tesista

Estado de Resultados.

Según Andrés Sevilla Arias (2014) ``El estado de resultados, también llamada cuenta de resultados o cuenta de pérdidas y ganancias, recoge los ingresos y gastos que ha tenido una empresa durante un periodo de tiempo``.

Tabla N° 39: Estado de Resultados

| Estado de Resultado | | | | | |
|------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Cuentas | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Ventas | 1.047.272.727 | 1.100.474.182 | 1.156.378.270 | 1.215.122.286 | 1.276.850.499 |
| Total de ventas | 1.047.272.727 | 1.100.474.182 | 1.156.378.270 | 1.215.122.286 | 1.276.850.499 |
| Costo de Mercadería Vendida | | | | | |
| Costo de Producto | 781.319.928 | 832.726.501 | 887.423.215 | 945.883.750 | 1.008.481.323 |
| Personal | | | | | |
| Sueldos y Jornales | 54.943.776 | 57.086.583 | 59.084.614 | 61.329.829 | 64.028.341 |
| IPS Aporte Patronal | 9.065.723 | 9.419.286 | 9.748.961 | 10.119.422 | 10.564.676 |
| Aguinaldo | 4.578.648 | 4.757.215 | 4.923.718 | 5.110.819 | 5.335.695 |
| Gastos de Funcionamiento | 71.048.182 | 73.534.868 | 76.108.589 | 78.772.389 | 81.529.423 |
| Amortización | 600.000 | 600.000 | 600.000 | 600.000 | 600.000 |
| Depreciación | 8.215.800 | 8.215.800 | 3.805.800 | 3.805.800 | 3.805.800 |
| Total de Egreso | 929.772.057 | 986.340.254 | 1.041.694.897 | 1.105.622.009 | 1.174.345.259 |
| Utilidad antes de impuesto | 117.500.670 | 114.133.928 | 114.683.374 | 109.500.278 | 102.505.239 |
| Impuesto a la Renta | 11.750.067 | 11.413.393 | 11.468.337 | 10.950.028 | 10.250.524 |
| Resultado del Ejercicio | 105.750.603 | 102.720.535 | 103.215.036 | 98.550.250 | 92.254.715 |
| Liquidación del Impuesto | | | | | |
| Impuesto a la Renta | 11.750.067 | 11.413.393 | 11.468.337 | 10.950.028 | 10.250.524 |
| Anticipo de Impuesto a la Renta | - | 11.750.067 | 11.413.393 | 11.468.337 | 10.950.028 |
| Impuesto a la Renta a pagar | 11.750.067 | -336.674 | 54.945 | -518.310 | -699.504 |
| Impuesto a la Renta Pagado | - | 11.750.067 | -336.674 | 54.945 | -518.310 |

Fuente: Tesista

Flujo de Efectivo.

Para Roberto Vázquez Burguillo (2015) es la variación de las entradas y salidas de dinero en un período determinado, y su información mide la salud financiera de una empresa. Permite realizar previsiones, posibilita una buena gestión en las finanzas, en la toma de decisiones y en el control de los ingresos, con la finalidad de mejorar la rentabilidad de una empresa.

Tabla N° 40: Flujo de efectivo

| Flujo de Efectivo | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | |
|-----------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Ingreso | | | | | | |
| Saldo Inicial | - | 116.769.500 | 244.439.843 | 344.441.040 | 452.629.395 | 555.158.992 |
| Ventas | - | 1.152.000.000 | 1.210.521.600 | 1.272.016.097 | 1.336.634.515 | 1.404.535.548 |
| Total de Ingreso | - | 1.268.769.500 | 1.454.961.443 | 1.616.457.138 | 1.789.263.910 | 1.959.694.541 |
| Egresos | | | | | | |
| Compras | - | 804.733.248 | 852.804.421 | 910.795.121 | 972.729.190 | 1.038.874.775 |
| Sueldos Pagados | - | 74.998.254 | 77.923.186 | 80.650.498 | 83.715.217 | 87.398.686 |
| Aguinaldo Pagados | - | 6.867.972 | 7.135.823 | 7.385.577 | 7.666.229 | 8.003.543 |
| Gasto de Funcionamiento | - | 77.580.000 | 80.295.300 | 83.105.636 | 86.014.333 | 89.024.834 |
| Carga Fabril | | 23.040.000 | 23.846.400 | 24.681.024 | 25.544.860 | 26.438.930 |
| IVA Pagado | - | 17.845.521 | 23.247.823 | 23.596.991 | 23.524.715 | 23.357.535 |
| IPS Pagado | - | 19.264.661 | 21.767.316 | 22.536.178 | 23.387.093 | 24.404.826 |
| IRE Pagado | - | - | 11.750.067 | (336.674) | 54.945 | (518.310) |
| Anticipo Pagado | - | - | 11.750.067 | 11.413.393 | 11.468.337 | 10.950.028 |
| Inversion Inicial | 160.000.000 | - | - | - | - | - |
| Total de Egresos | 160.000.000 | 1.024.329.657 | 1.110.520.403 | 1.163.827.743 | 1.234.104.918 | 1.307.934.846 |
| Flujo Neto Anual | (160.000.000) | 127.670.343 | 100.001.197 | 108.188.355 | 102.529.597 | 96.600.702 |
| Flujo Neto Acumulado | (160.000.000) | 244.439.843 | 344.441.040 | 452.629.395 | 555.158.992 | 651.759.695 |

Fuente: Tesista

Análisis Financiero.

Hernández (2005), define el análisis financiero como una técnica de evaluación del comportamiento operativo de una empresa, que facilita el diagnóstico de la situación actual y la predicción de cualquier acontecimiento futuro; a su vez está orientado hacia la consecución de objetivos preestablecidos.

Ratios Financieros

Según Enrique Rus Arias (2020) Los ratios financieros, también llamados razones financieras, son cocientes que permiten comparar la situación financiera de la empresa con valores óptimos o promedios del sector.

Ratios de Liquidez.

Según Andrés Sevilla Arias (2015) miden la liquidez de una empresa, es decir, su habilidad para hacer frente a sus obligaciones financieras en el corto plazo.

Fórmula del ratio financiero de liquidez:

- Liquidez = activo corriente / pasivo corriente

El resultado dependerá del tipo de empresa y de la actividad que realice. Sin embargo, generalmente si el resultado es mayor que 1 significa que la empresa podrá pagar sus deudas. Si, por el contrario, el valor es menor a 1 se puede traducir en problemas de solvencia.

El ratio de liquidez pone de manifiesto la capacidad de la empresa para hacer frente al pago de sus deudas que vencen a corto plazo.

Tabla N° 41: Ratios de Liquidez

| <i>Ratios de Liquidez</i> | | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---------------------------|--|-------|--------|--------|--------|--------|
| a) Razón de Circulante = | $\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}} = \frac{250.485.923}{15.123.720} =$ | 16,56 | 101,74 | 117,68 | 165,62 | 200,70 |
| b) Prueba Ácida = | $\frac{\text{Activo Corriente} - \text{Mercadería}}{\text{Pasivo Corriente}} = \frac{244.439.843}{15.123.720} =$ | 16,16 | 99,87 | 115,92 | 163,45 | 198,31 |

Fuente: Tesista

La solvencia de la empresa es alta considerando que está en condiciones de hacer frente a sus pasivos más de 16.56 veces sus obligaciones, aún sin contar con inventario para la venta. Se deberá tener cuidado con activos ociosos (efectivo) y pensar en invertir el dinero.

Ratios de Endeudamiento:

Según Francisco Javier Marco Sanjuán (2017) relacionan masas patrimoniales del balance de situación y nos informan acerca del grado de endeudamiento de las empresas.

- Fórmula del ratio financiero de endeudamiento:

Ratio de endeudamiento = pasivo / patrimonio neto

El resultado se expresará en “tanto por uno”. Si la empresa prefiere calcular con base en “tanto por ciento”, solo se debe multiplicar por cien.

Determinan el porcentaje total de las deudas de la empresa con respecto al total de su financiación propia.

Tabla N° 42: Ratios de Endeudamiento o Solvencia

| <i>Ratios de Solvencia</i> | | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|----------------------------|--|-------|-------|-------|--------|--------|
| a) Apalancamiento = | $\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}} = \frac{15.123.720}{280.874.323} =$ | 0,05 | 0,01 | 0,01 | 0,01 | 0,00 |
| b) Rotación Activo Fijo = | $\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Fijo}} = \frac{1.047.272.727}{25.988.400} =$ | 40,30 | 63,90 | 89,88 | 142,81 | 307,53 |
| c) Rotación Activo Total = | $\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}} = \frac{1.047.272.727}{280.874.323} =$ | 3,73 | 2,96 | 2,43 | 2,12 | 1,92 |

Fuente: Tesista

La capacidad de solventar las inversiones es altamente buena, pues éstos se pagan con los recursos propios. Los activos generan rendimientos interesantes en la generación de beneficios económicos.

Ratios de Rentabilidad:

Según Paula Nicole Roldán (2019) Los ratios de rentabilidad corresponden a un conjunto de indicadores financieros y económicos que buscan determinar si la empresa es o no rentable.

- Fórmula del ratio financiero de rentabilidad:

$$\text{Margen Neto} = \text{utilidad neta} / \text{ventas}$$

Estos determinan el nivel de eficiencia con el que se ha gestionado la empresa. En otras palabras, el ratio de rentabilidad determina cuánto es la ganancia de la compañía por cada Gs. vendido. Mientras más altos los resultados, más próspera la organización, ya que dichas ganancias se acumularán en el patrimonio del negocio y en su liquidez una vez que se hayan reflejado en ella.

Tabla N° 43: Ratios de Rentabilidad

| <i>Ratios de Rentabilidad</i> | | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---|--|-------|-------|-------|-------|-------|
| a) Utilidades sobre Ventas = | $\frac{\text{Utilidades Liquidas}}{\text{Ventas}} = \frac{105.750.603}{1.047.272.727} =$ | 10% | 9% | 9% | 8% | 7% |
| b) Costo de Ventas con Ventas = | $\frac{\text{Costo de Servicio}}{\text{Ventas Netas}} = \frac{781.319.928}{1.047.272.727} =$ | 75% | 76% | 77% | 78% | 79% |
| c) Gastos Operativos con Ventas Netas = | $\frac{\text{Gastos Operativos}}{\text{Ventas Netas}} = \frac{160.202.196}{1.047.272.727} =$ | 15% | 15% | 14% | 14% | 14% |
| d) Rendimiento del Capital = | $\frac{\text{Utilidades Liquidas}}{\text{Capital}} = \frac{105.750.603}{160.000.000} =$ | 66% | 64% | 65% | 62% | 58% |

Fuente: Tesista

La rentabilidad neta generada es de 10% de beneficio adicional. Este resultado se obtiene con un 75% de participación del costo de ventas y 15% de gastos operativos en el primer año.

Conclusión

El método de financiamiento es de inversión propia, lo que nos da como resultado un cálculo de inversión de Gs. 160.000.000 (ciento sesenta millones).

Podemos visualizar los gastos estimativos en que se incurrirá durante el periodo de tiempo de los próximos 5 años, lo que da como resultado una inflación de 3,5 % a partir del segundo año.

La solvencia de la empresa es alta considerando que está en condiciones de hacer frente a sus pasivos más de 16.56 veces sus obligaciones en el primer año, aún sin contar con inventario para la venta. Se deberá tener cuidado con activos ociosos (efectivo) y pensar en invertir el dinero.

La capacidad de solventar las inversiones es altamente buena, pues éstos se pagan con los recursos propios. Los activos generan rendimientos interesantes en la generación de beneficios económicos.

La rentabilidad neta generada es de 10% de beneficio adicional. Este resultado se obtiene con un 75% de participación del costo de ventas y 15% de gastos operativos en el primer año.

En cuanto al objetivo general, el nivel de rentabilidad para el primer año es de 10% lo que indica que la “Apertura de una Empresa productora de Velas Aromáticas en la Ciudad de Villa Elisa” se encuentra financieramente sustentable por lo tanto es factible.

Estudio Económico

Introducción

Según Javier Sánchez Galán (2016) El análisis o estudio económico es la base del estudio teórico y académico de las economías. Su centro de investigación es el comportamiento de los individuos y organizaciones a la hora de tomar decisiones e interactuar con el resto de los agentes.

En otras palabras, el análisis económico busca explicar cómo las personas realizan su elección de consumo y/o producción.

En el Estudio Económico del Proyecto de Producción de Velas Aromáticas se definirá la viabilidad o no del mismo, se analizará los distintos indicadores como son el valor actual neto, la tasa interna de retorno y el periodo de recuperación de la inversión entre otros indicadores que sirvieron para la evaluación económica.

Objetivo General

Determinar la factibilidad económica para una para “Apertura de una Empresa productora de Velas Aromáticas en la Ciudad de Villa Elisa”

Objetivos Específicos

Determinar e Interpretar el Valor Actual Neto

Determinar e Interpretar la Tasa Interna del Retorno

Determinar e Interpretar la Relación Beneficio - Costo

Determinar e Interpretar el Periodo de Recuperación del Capital

Determinar e Interpretar el Punto de Equilibrio

Metodología

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

Base Teórica y Desarrollo

Flujo de Caja

Según Zapag Chain (2022) Un flujo de caja se estructura en varias columnas que representan los momentos en que se generan los costos y beneficios de un proyecto. Cada momento refleja dos cosas: los movimientos de caja ocurridos durante un periodo, generalmente de un año, y los desembolsos que deben estar realizados para que los eventos del periodo siguiente puedan ocurrir (...) Los ingresos y egresos afectos a

impuestos incluyen todos aquellos movimientos de caja que, por su naturaleza, puedan alterar el estado de pérdidas y ganancias (o estado de resultados) de la empresa y, por lo tanto, la cuantía de los impuestos a las utilidades que se podrán generar por la implementación del proyecto.

Tabla N° 44: Flujo de caja

| Flujo de Caja | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | |
|-----------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Ingreso | | | | | | |
| Saldo Inicial | - | 116.769.500 | 239.342.023 | 338.999.585 | 447.187.437 | 549.723.651 |
| Ventas | - | 1.047.272.727 | 1.100.474.182 | 1.156.378.270 | 1.215.122.286 | 1.276.850.499 |
| Total de Ingreso | - | 1.164.042.227 | 1.339.816.205 | 1.495.377.856 | 1.662.309.724 | 1.826.574.149 |
| Egresos | | | | | | |
| Compras | - | 731.575.680 | 775.276.746 | 827.995.565 | 884.299.263 | 944.431.613 |
| Sueldos Pagados | - | 74.998.254 | 77.923.186 | 80.650.498 | 83.715.217 | 87.398.686 |
| Aguinaldo Pagados | - | 6.867.972 | 7.135.823 | 7.385.577 | 7.666.229 | 8.003.543 |
| Gasto de Funcionamiento | - | 71.048.182 | 73.534.868 | 76.108.589 | 78.772.389 | 81.529.423 |
| Carga Fabril | - | 20.945.455 | 21.678.545 | 22.437.295 | 23.222.600 | 24.035.391 |
| IPS Pagado | - | 19.264.661 | 21.767.316 | 22.536.178 | 23.387.093 | 24.404.826 |
| IRE Pagado | - | - | 11.750.067 | (336.674) | 54.945 | (518.310) |
| Anticipo Pagado | - | - | 11.750.067 | 11.413.393 | 11.468.337 | 10.950.028 |
| Inversión Inicial | 160.000.000 | - | - | - | - | - |
| Total de Egresos | 160.000.000 | 924.700.204 | 1.000.816.619 | 1.048.190.419 | 1.112.586.073 | 1.180.235.199 |
| Flujo Neto Anual | (160.000.000) | 122.572.523 | 99.657.563 | 108.187.852 | 102.536.214 | 96.615.299 |
| Flujo Neto Acumulado | (160.000.000) | 239.342.023 | 338.999.585 | 447.187.437 | 549.723.651 | 646.338.950 |

Fuente: Tesista

Sapag Chaín menciona que el IVA no es un ingreso ni un egreso genuino del proyecto, por ello se excluye de la proyección económica.

Valor Actual Neto (VAN).

Según el autor Rocabert (2007) “el VAN mide la deseabilidad de un proyecto en términos absolutos, calcula la cantidad total en que ha aumentado el capital como consecuencia del proyecto”.

Otro criterio manifestado por los autores Welsch (2005) definen al Valor Presente Neto como un indicador que: “compara el valor actual de los flujos netos de entradas de efectivo con el valor del costo inicial, de un proyecto de desembolso de capital”.

Tomando en cuenta estas definiciones se puede concluir que el Valor Actual Neto es un indicador que mide la rentabilidad de un proyecto de inversión aplicando la diferencia entre las salidas y entradas de dinero que ocurren durante la vida del proyecto a una tasa de interés fija. Ésta se encuentra representada por la ecu. (1):

$$VANoVPN = -C0 + C1 (1+r)^{-1} + C2 (1+r)^{-2} + \dots + Cn (1+r)^{-n} \quad (1)$$

Donde;

C0 = Inversión inicial

C1...Cn = Flujos netos de caja

r = tasa de descuento

n = tiempo (años)

Una vez obtenidos los resultados para el análisis de factibilidad por el método VAN se evalúan mediante los criterios establecidos dentro de la teoría, la cual nos manifiesta que un proyecto será determinado como factible mediante el signo obtenido en el VAN, es decir, si el $VAN > 0$ el proyecto se considera factible; caso contrario, si el $VAN < 0$ el proyecto no es factible.

Tabla N° 45: Valor Actual Neto (VAN)

| CALCULO DEL VAN | | | |
|-------------------|-------------------|---------------------|------------------------|
| Tasa de Descuento | | 6,50% | |
| Año | Flujo Neto Actual | Factor de Descuento | Flujo Neto Actualizado |
| 0 | -160.000.000 | | -160.000.000 |
| 1 | 122.572.523 | 0,938967136 | 115.091.571 |
| 2 | 99.657.563 | 0,881659283 | 87.864.015 |
| 3 | 108.187.852 | 0,827849092 | 89.563.215 |
| 4 | 102.536.214 | 0,777323091 | 79.703.766 |
| 5 | 96.615.299 | 0,729880837 | 70.517.655 |
| VAN 1 = | | | 282.740.223 |

Fuente: Tesista

El VAN resultante con saldo positivo es de Gs. 282.740.223 (doscientos ochenta y dos millones setecientos cuarenta mil doscientos veintitrés) lo que significa la recuperación total del monto de la inversión inicial y la cobertura de todos los costos y gastos, indica que el proyecto es financieramente rentable.

Tasa Interna de Retorno (TIR).

Andrés Sevilla Arias (2014) La tasa interna de retorno (TIR) es la rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto.

Tabla N° 46: Tasa Interna de Retorno (TIR)

| CALCULO DEL VAN | | | | | |
|-------------------|-------------------|---------------------|------------------------|---------------------|------------------------|
| Tasa de Descuento | | 58,32% | | 63,32% | |
| Año | Flujo Neto Actual | Factor de Descuento | Flujo Neto Actualizado | Factor de Descuento | Flujo Neto Actualizado |
| 0 | -160.000.000 | | -160.000.000 | | -160.000.000 |
| 1 | 122.572.523 | 0,631632137 | 77.420.745 | 0,612294881 | 75.050.529 |
| 2 | 99.657.563 | 0,398959157 | 39.759.297 | 0,374905022 | 37.362.121 |
| 3 | 108.187.852 | 0,251995425 | 27.262.844 | 0,229552426 | 24.834.784 |
| 4 | 102.536.214 | 0,159168409 | 16.320.526 | 0,140553775 | 14.411.852 |
| 5 | 96.615.299 | 0,100535882 | 9.713.304 | 0,086060357 | 8.314.747 |
| | | VAN 1 = | 10.476.716 | VAN 2 = | -25.968 |

VAN Valor Actual Neto
 TIR Tasa Interna de Retorno
 i tasa de descuento

$$TIR = \frac{i1 + (i2 - i1) \frac{VAN1}{VAN1 + VAN2}}{TIR = \frac{58,32\% + (63,32\% - 58,32\%) \frac{10.476.716}{10.476.716 - 25.968}}{TIR = 58,32\% \quad 5\%}}$$

TIR = 63,31%

Fuente: Tesista

La TIR asciende al 63,31%, es superior al costo de oportunidad (tasa pasiva del mercado) por lo que se aconseja invertir en este proyecto.

Relación Beneficio – Costo (B/C).

Francis (1976) indico que el análisis costo – beneficio es un método de toma de decisiones cuya intención es cuantificar los beneficios que se pueden obtener de un curso dado de acción, expresarlos en términos financieros (o en términos financieros equivalentes) para después deducir los costos sociales y financieros estimados con el objetivo de que los resultados del curso de acción sean evaluados, valorados y expresados en términos monetarios.

Cervone (2010) mencionó que el análisis costo – beneficio es una técnica considerablemente usada por el sector privado para determinar si un proyecto se puede iniciar o no. El uso del análisis costo – beneficio representa una metodología convincente para justificar un proyecto.

De acuerdo a la literatura el análisis costo – beneficio de un proyecto específico, será rentable siempre y cuando la relación costo – beneficio sea mayor que la unidad.

Existen algunos métodos que se utilizan con frecuencia en el análisis del costo beneficio así tenemos:

El punto de equilibrio:

Periodo de evaluación:

En donde: I_0 = Es la inversión inicial del proyecto

F_t = Es el valor de los flujos de caja

Valor presente neto:

En donde: F_t = Flujos de dinero de caja en cada periodo t

I_0 = Inversión realizada en el momento inicial ($t=0$)

n = Número de periodos de tiempo

k = Tipo de descuento o tipo de interés exigido a la inversión

Tasa interna de retorno:

En donde: F_t = Flujos de dinero de caja en cada periodo t

I_0 = Inversión realizada en el momento inicial ($t=0$)

n = Número de periodos de tiempo

Tabla N° 47: Beneficio – Costo (B/C)

| BENEFICIO COSTO ACTUALIZADO | | | | | | |
|-----------------------------|---------------|---------------------|-------------------------|---------------|---------------------|-------------------------|
| Tasa de Descuento | | 6,50% | | | 6,50% | |
| Año | Ingreso | Factor de Descuento | Ingreso Actualizado | Egreso | Factor de Descuento | Egreso Actualizado |
| 0 | | | | | | 160.000.000 |
| 1 | 1.047.272.727 | 0,938967136 | 983.354.673 | 924.700.204 | 0,938967136 | 868.263.102 |
| 2 | 1.100.474.182 | 0,881659283 | 970.243.278 | 1.000.816.619 | 0,881659283 | 882.379.263 |
| 3 | 1.156.378.270 | 0,827849092 | 957.306.701 | 1.048.190.419 | 0,827849092 | 867.743.486 |
| 4 | 1.215.122.286 | 0,777323091 | 944.542.611 | 1.112.586.073 | 0,777323091 | 864.838.845 |
| 5 | 1.276.850.499 | 0,729880837 | 931.948.710 | 1.180.235.199 | 0,729880837 | 861.431.055 |
| | | | BA 4.787.395.974 | | | CA 4.504.655.750 |

$$VAN = BA - CA$$

$$VAN = 4.787.395.974 - 4.504.655.750$$

$$VAN = 282.740.223 \quad \mathbf{G}$$

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

$$B/C = \frac{4.787.395.974}{4.504.655.750}$$

| |
|-------------------|
| B/C = 1,06 |
|-------------------|

Fuente: Tesista

La Relación Beneficio/Costo arroja un resultado de G. 1,06, significando con ello que el proyecto devuelve un guaraní con seis céntimos por cada guaraní invertido.

Periodo de Recuperación de Capital (PRC).

Según Enrique Santa Cruz (2017) es un indicador que mide en cuánto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente. Puede revelarnos con precisión, en años, meses y días, la fecha en la cual será cubierta la inversión inicial.

Para calcular el PRI se usa la siguiente fórmula:

$$PRI = a + \frac{(b - c)}{d}$$

Donde:

a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

b = Inversión Inicial.

c = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

d = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

Tabla N° 48: Periodo de Recuperación de Capital (PRC)

| Periodo de Recuperación del Capital | | |
|-------------------------------------|------------------|-------------------------------|
| Período | Flujo Neto Anual | Saldo de la Inversión Inicial |
| Año 0 | | -160.000.000 |
| Año 1 | 122.572.523 | -37.427.476 |
| Año 2 | 99.657.563 | 62.230.086 |
| Año 3 | 108.187.852 | 170.417.938 |
| Año 4 | 102.536.214 | 272.954.151 |
| Año 5 | 96.615.299 | 369.569.451 |

$$PRC = \frac{\text{Saldo de la Inversión}}{\text{Flujo Neto Siguiente}}$$

$$PRC = \frac{37.427.476}{99.657.563}$$

$$PRC = 0,38$$

$$PRC = \begin{matrix} 1 & \text{año/s} \\ 5 & \text{mes} \end{matrix}$$

Fuente: Tesista

Se considera la Recuperación del Capital en un año cinco meses para este proyecto.

Punto de Equilibrio (PE).

Según Juan García Colín (2019) el punto de equilibrio es aquel donde los ingresos totales son iguales a los costos totales; es decir, el volumen de ventas con

cuyos ingresos se igualan los costos totales y la empresa no reporta utilidad, pero tampoco pérdida.

Fórmula de equilibrio económico

$$PEE = (\text{Costos fijos} + \text{Beneficio deseado}) / \text{Margen de contribución}$$

Considerando el margen de contribución unitaria como la diferencia:

$$MC = \text{Precio de venta} - (\text{Costos variables} + \text{Gastos variables})$$

Además del punto de equilibrio económico, también hay contables y financieros, que tienen en su origen los mismos conceptos que los ingresos y los costos son iguales cuando están en equilibrio.

Las diferencias, sin embargo, están en los objetivos sobre los cuales se calcula cada uno. El punto de equilibrio económico se utiliza en función de un objetivo a alcanzar (beneficio deseado) y, en este caso, el resultado del beneficio no es cero. Los puntos de equilibrio financiero o contable “buscan” saber cuál es este punto.

Tabla N° 49: Punto de Equilibrio Económico

| Punto de Equilibrio Económico en Guaraníes | | | | | | |
|--|------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| | | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Ingresos | 100% | 1.047.272.727 | 1.100.474.182 | 1.156.378.270 | 1.215.122.286 | 1.276.850.499 |
| Costos y Gastos Variables | 75% | 781.319.928 | 832.726.501 | 887.423.215 | 945.883.750 | 1.008.481.323 |
| Margen de Contribución | 25% | 265.952.799 | 267.747.681 | 268.955.055 | 269.238.537 | 268.369.175 |
| Costos y Gastos Fijos | | 148.452.129 | 153.613.753 | 154.271.681 | 159.738.259 | 165.863.936 |
| Resultados | 11% | 117.500.670 | 114.133.928 | 114.683.374 | 109.500.278 | 102.505.239 |
| MC % | | 25% | 24% | 23% | 22% | 21% |
| Utilidad Pretendida | | 200.000.000 | 200.000.000 | 200.000.000 | 200.000.000 | 200.000.000 |
| Punto de Equilibrio Económico | | 1.372.139.765 | 1.453.393.747 | 1.523.199.013 | 1.623.563.926 | 1.740.712.392 |

$$\text{Punto de Equilibrio Económico (G)} = \frac{\text{Costos y Gastos Fijos} + \text{UP}}{1 - (\text{Costos Variables} / \text{Ventas})}$$

Fuente: Tesista

El primer año con una Utilidad pretendida de Gs. 200.000.000, el punto de equilibrio económico nos da como resultado la cantidad de Gs. 584.576.911 con un Margen de Contribución del 25%.

Fórmula de Equilibrio Contable

El punto de equilibrio contable, de una manera simple, busca el valor mínimo que las ventas deben tener para que la empresa no obtenga pérdidas, simplemente dividiendo el costo fijo por el margen de contribución.

Tabla N° 50: Punto de Equilibrio Contable

| Punto de Equilibrio Contable en Guaranies | | | | | | |
|---|------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| | | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Ingresos | 100% | 1.047.272.727 | 1.100.474.182 | 1.156.378.270 | 1.215.122.286 | 1.276.850.499 |
| Costos y Gastos Variables | 75% | 781.319.928 | 832.726.501 | 887.423.215 | 945.883.750 | 1.008.481.323 |
| Margen de Contribución | 25% | 265.952.799 | 267.747.681 | 268.955.055 | 269.238.537 | 268.369.175 |
| Costos y Gastos Fijos | | 148.452.129 | 153.613.753 | 154.271.681 | 159.738.259 | 165.863.936 |
| Resultados | 11% | 117.500.670 | 114.133.928 | 114.683.374 | 109.500.278 | 102.505.239 |
| MC % | | 25% | 24% | 23% | 22% | 21% |
| Punto de Equilibrio Contable | | 584.576.911 | 631.370.432 | 663.294.542 | 720.927.698 | 789.149.681 |

$$\text{Punto de Equilibrio Contable (G)} = \frac{\text{Costos y Gastos Fijos}}{1 - (\text{Costos Variables/Ventas})}$$

Fuente: Tesista

El punto de equilibrio contable nos da como resultado el primer año la cantidad de Gs. 584.576.911 con un Margen de Contribución del 25%.

Fórmula de equilibrio financiero

El punto de equilibrio financiero no considera todos los costos que PEC había considerado y que no generan salidas de efectivo, como la depreciación. En este caso, el cálculo se realiza restando el costo fijo de los costos no desembolsables y dividiéndolo por el margen de contribución.

Tabla N° 51: Punto de Equilibrio Financiero

| Punto de Equilibrio en Guaranies | | | | | | |
|---------------------------------------|------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| | | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Ingresos | 100% | 1.047.272.727 | 1.100.474.182 | 1.156.378.270 | 1.215.122.286 | 1.276.850.499 |
| Costos y Gastos Variables | 70% | 731.575.680 | 775.276.746 | 827.995.565 | 884.299.263 | 944.431.613 |
| Margen de Contribución | 30% | 315.697.047 | 325.197.436 | 328.382.705 | 330.823.023 | 332.418.885 |
| Costos y Gastos Fijos | | 193.124.524 | 225.539.873 | 220.194.854 | 228.286.809 | 235.803.586 |
| Resultados | 12% | 122.572.523 | 99.657.563 | 108.187.852 | 102.536.214 | 96.615.299 |
| MC % | | 30% | 30% | 28% | 27% | 26% |
| Punto de Equilibrio Financiero | | 640.658.659 | 763.231.133 | 775.401.810 | 838.503.885 | 905.742.543 |

$$\text{Punto de Equilibrio Financiero (G)} = \frac{\text{Costos y Gastos Fijos Desembolsables}}{1 - (\text{Costos Variables/Ventas})}$$

Fuente: Tesista

El punto de equilibrio financiero nos da como resultado el Primer año la cantidad de GS. 640.658.659 con un Margen de Contribución del 30%.

Conclusión

Al realizar el cálculo con la posibilidad de financiamiento se puede afirmar que todos los índices de evaluación económica han resultado favorables: El VAN resultante con saldo positivo es de Gs. 282.740.223 (doscientos ochenta y dos millones setecientos cuarenta mil doscientos veintitrés), lo que significa la recuperación total del monto de la inversión inicial y la cobertura de todos los costos y gastos; La TIR asciende al 63,31%, es superior al costo de oportunidad (tasa pasiva del mercado) por lo que se aconseja invertir en este proyecto.; La Relación Beneficio/Costo arroja un resultado de G. 1,06, significando con ello que el proyecto devuelve un guaraní con seis céntimos por cada guaraní invertido.

Se considera la Recuperación del Capital en un año cinco meses para este proyecto, lo que nos indica que se encuentra económicamente sustentable por lo tanto es factible la creación de una Empresa productora de Velas Aromáticas en la Ciudad de Villa Elisa.

Conclusión General

Mediante el estudio de mercado conocemos a nuestros posibles consumidores, debido a que existe una gran mayoría en el Área del Departamento Central que adquiere las velas aromáticas. Produciremos Velas Aromáticas tanto normales como personalizados con diseños variados e infinidad de tamaños, colores y aromas para lograr satisfacer las necesidades de los consumidores y a un precio menor que el de la competencia con el fin de captar clientes. En cuanto al estudio técnico, se obtuvo información necesaria dónde se determinó las maquinarias, los personales y las instalaciones necesarias para la producción de velas aromáticas, lo cual da resultados óptimos y hace que el proyecto sea factible técnicamente.

El Estudio Financiero nos da como resultado que la capacidad de solventar las inversiones es altamente buena, pues éstos se pagan con los recursos propios. Los activos generan rendimientos interesantes en la generación de beneficios económicos. La rentabilidad neta generada es de 10% de beneficio adicional. Este resultado se obtiene con un 75% de participación del costo de ventas y 15% de gastos operativos en el primer año. El nivel de rentabilidad para el primer año es de 10% lo que indica que la “Apertura de una Empresa productora de Velas Aromáticas en la Ciudad de Villa Elisa” se encuentra financieramente sustentable por lo tanto es factible.

Al realizar el análisis económico se puede afirmar que todos los índices de evaluación han resultado favorables: El VAN resultante con saldo positivo es de Gs. 282.740.223 (doscientos ochenta y dos millones setecientos cuarenta mil doscientos veintitrés), lo que significa la recuperación total del monto de la inversión inicial y la cobertura de todos los costos y gastos; La TIR asciende al 63,31%, es superior al costo de oportunidad (tasa pasiva del mercado) por lo que se aconseja invertir en este proyecto.; La Relación Beneficio/Costo arroja un resultado de G. 1,06, significando con ello que el proyecto devuelve un guaraní con seis céntimos por cada guaraní invertido. Se considera la Recuperación del Capital en un año cinco meses para este proyecto, lo que nos indica que se encuentra económicamente factible la creación de una Empresa productora de Velas Aromáticas en la Ciudad de Villa Elisa.

Por tanto, teniendo en cuenta que se obtuvo resultados positivos tanto en el Estudio de Mercado, Estudio Técnico y en el Estudio Económico y Financiero, podemos concluir que factible el proyecto de creación de una Empresa productora de Velas Aromáticas en la Ciudad de Villa Elisa.

Referencias

- Andrade Simón (2010) Editorial Andrade (Tercera Edición) Pág. 257. <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definicion-concepto.html>
- Andrade Simón (2006) *Oferta*. Editorial Andrade
- Andrés Sevilla Arias (10 de noviembre 2014). *Balance general*. Economipedia.com
- Andrés Sevilla Arias (15 de julio 2014) *Tasa interna de retorno (TIR)*. Economipedia.com
- Andrés Sevilla Arias, 01 de diciembre, 2015. *Ratios de liquidez*. Economipedia.com
- Ávila Baray (2006) *Introducción a la Metodología de la Investigación*. Edición electrónica. <http://www.eumed.net/libros-gratis/2006c/203/index.htm>
- Banco Central Del Paraguay (2021) Departamento de Análisis Macroeconómico
- Burbano, J. Y Ortíz, A. (2004) *Presupuestos: Enfoque de Planeación y Control*. 2Da Edición.
- CADEP Centro de análisis y división de la economía paraguaya (2011) *Aspecto tributario*
- Ciudad Universitaria Virtual de San Isidoro (2012). <https://www.cuvsi.com/2012/01/62-tipos-de-cambio-fijos-y-variables.html>
- David López Cabia (19 de febrero 2017) *Fuente de financiación*. Economipedia.com
- Delgado R, Vérez M. (2002) *La Dirección Integrada de Proyectos Administración y Finanzas*
- Diario ABC (5 de marzo del 2007). <https://www.abc.com.py/edicion-impresa/suplementos/economico/tendencia-actual-del-tipo-de-cambio-en-paraguay-condicionantes-internos-y-externos-1570609.html>
- Diario La Nación (2021). *inflación*. <https://www.lanacion.com.py/negocios/2021/11/01/la-inflacion-trepo-76-en-los-ultimos-12-meses/>
- Diario Última Hora (2013). *política cambiaria*. <https://www.ultimahora.com/politica-cambiaria-repercusiones-iv-y-final-n610645.html>
- Edison Morales Lizarazo (2010) *la recolección de datos*. <https://tesisymasters.mx/instrumentos-de-recolección-de-datos/>

Enrique Rus Arias (05 de febrero 2021). *Investigación cuantitativa*.

Economipedia.com

Enrique Rus Arias (07 de mayo 2020) *Ratios financieros*. Economipedia.com

Enrique Santa Cruz (2017) profesor del Diploma Internacional en Finanzas Corporativas de ESAN

Francisco Javier Marco Sanjuán (23 de noviembre 2017) *Ratios de endeudamiento*

Franklin B. Enrique, Mc Graw Hill, (2004) *Organización de Empresas*. (Segunda Edición) Pág. 78.

G. Arias (2006) *El Proyecto de Investigación* (5ta. Edición)

Gitman (2003), *Inversión inicial*, p. 309)

Guillermo Westreicher (25 de julio 2020). [https:// economipedia.com/definiciones/sistema-bancario.html](https://economipedia.com/definiciones/sistema-bancario.html)

Gutiérrez Hernández & Téllez Sánchez (2009) *liquidez empresarial*, p.8

Hernández Sampieri, R, Fernández, C & Baptista (2010). *Metodología de la Investigación* (Quinta Edición) p. 80

Hernández, Fernández y Baptista, México (2001). *Metodología de la Investigación*. Editorial Mc Graw Hill. pág. 116.

<http://investigacionmetodologicaderojas.blogspot.com/2017/09/poblacion-y-muestra.html>

<http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2012/12/disenos-no-experimentales>

<http://www.cadep.org.py/uploads/2012/01/Analisis-del-sistema-tributario-27dicB-1.pdf>

<http://www.gestiopolis.com/canales5/fin/anfinancier.htm> en fecha 25/03/2022

<https://definicionyque.es/marco-juridico/>

<https://dle.rae.inflacion.html>

<https://dle.rae.salario.html>

<https://economipedia.com/definiciones/fuente-de-financiacion.html>

<https://economipedia.com/definiciones/investigacion-cuantitativa.html>

<https://investigaliacr.com/educacion-e-investigacion/investigacion-educativa/>

<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/13034/1/FCHE-PSIC-119.pdf>

<https://www.nueva-iso-14001.com/2018/04/que-son-los-aspectos-ambientales/>
27/02/2022

- <https://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>
- <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definicion-concepto.html>
- <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definicion-concepto.html>
- Instituto Nacional de Estadísticas Paraguay (2021)
- Javier Samper Arias (10 de noviembre 2015) <https://economipedia.com/definiciones/tipo-cambio-fijo.html>
- Javier Sánchez Galán (27 de mayo 2016) Coste – Costo. Economipedia.com. <https://economipedia.com/definiciones/coste-costo.html>
- Javier Sánchez Galán (04 de octubre 2016) Análisis económico. Economipedia.com. <https://economipedia.com/definiciones/análisis-economico.html>
- Javier Valencia (12 de julio 2019) *Coste indirecto*. Economipedia.com. <https://economipedia.com/definiciones/coste-indirecto.html>
- Javier Valencia (25 de septiembre 2017) Coste directo. Economipedia.com
- Jesús Arias-Gómez, Ciudad de México, México (2016). *El protocolo de investigación III: la población de estudio* Revista Alergia México.
- Jonathan Llamas (09 de diciembre 2020) Presupuesto de gastos. Economipedia.com
- José Antonio Ludeña (24 de mayo 2021) Presupuesto de compras. Economipedia.com
- Juan García Colin (2019) Contabilidad de costos (3ra edición) p.272
- MALLO, C. y MERLO (1996) Control de gestión y control presupuestario. Ed. McGraw Hill. Madrid
- Ministerio de hacienda, Subsecretaria de Estado de Economía (2021)
- Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (2021)
- Orly Carvache Franco (2017): Análisis del Costo / Beneficio una Herramienta de Gestión, Revista Contribuciones a la Economía
- Para Anderson, Hair y Bush (1995) Administración de ventas. p. 106.
- Paula Nicole Roldán (03 de enero 2019) Ratios de rentabilidad
- Paula Nicole Roldán (28 de octubre 2017). <https://economipedia.com/definiciones/nivel-de-precios.html>

Philip Kotler y Gary Armstrong (2004) *elemento de la planificación estratégica*.
Economipedia.com

Philip Kotler y Kevin Lane Keller (2006) *demanda*. Economipedia.com

Philip Kotler y Gary Armstrong (2012) *comercialización*. Economipedia.com

Philip Kotler y Gary Armstrong (2013) *precio*. Economipedia.com

Randall Geoffrey, (2003). *Principios de Marketing* (Segunda Edición) pág. 120.

Roberto Vázquez Burguillo (13 de noviembre 2015) *Flujo de efectivo*.

Economipedia.com

Según Rodrigo Varela (2010). *Innovación empresarial*

Susana Gil (08 de septiembre 2015) *Coste variable*. Economipedia.com

Susana Gil (08 de septiembre 2015)

Coste fijo. Economipedia.com

Tamayo y Tamayo (2006) *Técnicas de Investigación* (2ª Edición). Editorial Mc
Graw Hill.

Anexo

Encuesta sobre “Apertura de Empresa productora de Velas Aromáticas en la ciudad de Villa Elisa año 2.021”

Estimado (a) colaborador (a):

Esta encuesta tiene por objeto la recolección de datos relacionados para un estudio de mercado, el mismo se aplica como parte del trabajo de culminación de la Carrera de Licenciatura en Ciencias Contables de la Universidad Tecnológica Intercontinental.

Objetivo

Identificar las características del mercado relacionado con la “Apertura de Empresa productora de Velas Aromáticas en la ciudad de Villa Elisa año 2.021”.

Para ello, se le solicita su amable colaboración marcando en círculo la respuesta o llenando con los datos que considere se adecua a su preferencia.

Cuestionario

1. ¿Cuál es su género?
 - 1-Mujer
 - 2-Hombre
2. Edad
 - 1- 18 a 30 años
 - 2- 31 a 40 años
 - 3- 41 a 50 años
 - 4- 51 a 60 años
3. ¿Cuál de las siguientes categorías describe mejor su situación laboral?
 - 1- Empleado/a, trabajando a tiempo completo
 - 2- Empleado/a, trabajando a tiempo parcial
 - 3- Desempleado/a, buscando trabajo
 - 4- Desempleado/a, SIN buscar trabajo
 - 5- Jubilado/a
 - 6- Con discapacidad, no puedo trabajar

4. ¿Cuánto es su ingreso medio mensual?

- 1- Menos de 1 salario mínimo.
- 2- Salario mínimo.
- 3- De 1 a 5 salarios mínimos
-

5. ¿Utiliza velas aromáticas en su vida cotidiana?

- 1- Si
- 2- No
-

6. ¿En qué ocasiones utiliza?

- 1- Durante el baño
- 2- Para aromatizar la casa
- 3- Para decorar la casa

7. ¿Conoce alguna empresa que ofrezca servicios de venta de Velas Aromáticas?

- Si
- No (muchas gracias por su colaboración)

8. ¿Cuáles son?

1. _____
2. _____
3. _____

9. ¿En qué sitio acostumbra comprar el producto?

- 1- Centros Comerciales
- 2- Shopping
- 3- Tiendas o Mercado
- 4- Tiendas virtuales

10. ¿Está satisfecho con los productos que ofrece?

- Si (muchas gracias por su colaboración)

No

11. ¿Qué áreas no le satisface?

1- Calidad

2- Variedad

3- Precio

4- Disponibilidad

12. La empresa que conoce ofrece el servicio de venta a través de:

1- Tienda virtual

2- Oficina Física

13. ¿Qué monto del sueldo destina en la compra del producto mensualmente?

1- G. 50.000 a G. 200.000

2- G. 201.000 a G. 350.000

3- G. 351.000 a G. 500.000

4- Más de G. 500.000

14. ¿Cuál de estos aspectos valora al momento de realizar una compra?

1- Calidad

2- Variedad

3- Precio

4- Exclusividad

5- Servicio

Porque.....

15. ¿Qué tipo de Velas compra habitualmente?

1- Aromáticas

2- Sin aroma

3- Personalizados s/ fragancia

4- Personalizados c/ fragancia

16. ¿Estaría dispuesto a utilizar una aplicación móvil para solicitar estos productos?

1. Si
2. No (Gracias por su colaboración)

17. ¿Qué opina sobre conseguir Velas Aromáticas Personalizados?

1. Muy difícil
2. Difícil
3. Ni fácil ni difícil
4. Fácil
5. Muy fácil

18. ¿Qué método de pago preferiría utilizar?

1. Efectivo
2. Transferencia bancaria
3. Tarjeta de debito
4. Tarjeta de crédito

19. ¿Qué impacta más al momento de optar por Velas Aromáticas. ?

1. 1- Diseños
2. 2- Colores
3. 3- Fragancia
4. 4- Presentación / empaque / envoltorio

20. ¿Qué medios utiliza para conseguir estos productos?

1. Diario
2. Navegador web (ej.; google)
3. Por medio de recomendaciones
4. Redes sociales
5. Agencia o empresa
6. Otros

22. ¿En qué ocasión acostumbra comprar más Velas Aromáticas?

- 7. Cumpleaños
- 8. Navidad / Año nuevo
- 9. Día de los Enamorados
- 10. Casamientos
- 11. Uso personal (baño de relajación)
- 12. Festividades Religiosas

Gracias por su Colaboración

Tabla N° 52: Depreciación

| Bienes | Costos | Vida Útil | Valor Residual | Valor Depreciable | Depreciación Año 1 | Depreciación Año 2 | Depreciación Año 3 | Depreciación Año 4 | Depreciación Año 5 |
|----------------------|-------------------|-----------|----------------|---|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Equipos Informáticos | 9.800.000 | 2 | 10% | 980.000 | 8.820.000 | 4.410.000 | 4.410.000 | - | - |
| Equipos | 3.060.000 | 5 | 10% | 306.000 | 2.754.000 | 550.800 | 550.800 | 550.800 | 550.800 |
| Muebles - Enseres | 15.130.000 | 5 | 10% | 1.513.000 | 13.617.000 | 2.723.400 | 2.723.400 | 2.723.400 | 2.723.400 |
| Rodados | 6.765.000 | 5 | 20% | 1.353.000 | 5.412.000 | 1.082.400 | 1.082.400 | 1.082.400 | 1.082.400 |
| Total | 34.755.000 | | | | 8.766.600 | 8.766.600 | 4.356.600 | 4.356.600 | 4.356.600 |
| | | | | Depreciación del Ejercicio Total | 8.766.600 | 8.766.600 | 4.356.600 | 4.356.600 | 4.356.600 |
| | | | | Depreciación Acumulada | 8.766.600 | 17.533.200 | 21.889.800 | 26.246.400 | 30.603.000 |

| | Depreciación Año 1 | Depreciación Año 2 | Depreciación Año 3 | Depreciación Año 4 | Depreciación Año 5 |
|----------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Depreciación del Ejercicio | 8.215.800 | 8.215.800 | 3.805.800 | 3.805.800 | 3.805.800 |
| Costo de producción | 550.800 | 550.800 | 550.800 | 550.800 | 550.800 |

Fuente: Tesista

Tabla N° 53: Gastos de apertura

| Gastos de Apertura | Monto |
|---|------------------|
| Honorarios Contador | 1.190.000 |
| Tasas Municipales | 280.000 |
| Tasas Judiciales | 200.000 |
| Impuestos y Fotocopias | 130.000 |
| Inscripciones en el Reg.Público de Comercio | 350.000 |
| Inscripciones en la SET | 300.000 |
| Inscripciones MTESS | 200.000 |
| Rubrica de Libros Contables | 150.000 |
| Gastos de Escribania | 200.000 |
| Total | 3.000.000 |

Fuente: Tesista

Tabla N° 54: Cargos diferidos

| Cargos Diferidos | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|----------------------------|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Amortizacion del Ejercicio | 600.000 | 600.000 | 600.000 | 600.000 | 600.000 |
| Amortizacion acumulada | 600.000 | 1.200.000 | 1.800.000 | 2.400.000 | 3.000.000 |

Fuente: Tesista

Tabla N° 55: Capacidad de producción

VOLUMEN DE PRODUCCIÓN: 1.200 CAJA X 12

| MATERIAL | UNIDAD DE MEDIDA | CANTIDAD UNIDAD | PRECIO G | CANTIDAD RUBRO | PERSONALIZADAS | DECORATIVAS | ESENCIAS |
|--------------------------------------|------------------|-----------------|----------|----------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| | | | | | TOTAL G | TOTAL G | TOTAL G |
| PARAFINA | GRAMOS | 0,100 | G 30 | 4800 | G 14.400 | G 14.400 | G 14.400 |
| PAVILO | MTS | 0,010 | G 100 | 4800 | G 4.800 | G 4.800 | G 4.800 |
| ESENCIA | GRAMOS | 0,002 | G 24.000 | 4800 | G 0 | G 0 | G 172.800 |
| COLORANTE | GRAMOS | 0,001 | G 16.000 | 4800 | G 76.800 | G 76.800 | G 76.800 |
| MOLDES | UNIDADES | 1,000 | G 1.667 | 4800 | G 8.000.000 | G 8.000.000 | G 8.000.000 |
| CAJAS | UNIDAD | 1,000 | G 2.500 | 4800 | G 12.000.000 | G 12.000.000 | G 12.000.000 |
| COSTOS DE MATERIALES | | | | | G 20.096.000 | G 20.096.000 | G 20.268.800 |
| COSTOS DE MATERIALES (UNIDAD) | | | | | G 4.187 | G 4.187 | G 4.223 |

| | UNIDAD | HORAS | UNID./DIA | UNID./ SEMANA | UNID./MES | RUBRO | CAJAS/MES |
|----------------------|--------|-------|-----------|---------------|-----------|-------|-----------|
| Capacidad Producción | 90 | 8 | 720 | 3600 | 14400 | 4800 | 1200 |

Fuente: Tesista

Tabla N° 56: Materia prima

| MATERIA PRIMA | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|----------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| PERSONALIZADAS | 241.152.000 | 257.550.336 | 275.063.759 | 293.768.094 | 313.744.325 |
| DECORATIVAS | 241.152.000 | 257.550.336 | 275.063.759 | 293.768.094 | 313.744.325 |
| ESENCIAS | 243.225.600 | 259.764.941 | 277.428.957 | 296.294.126 | 316.442.126 |
| | 725.529.600 | 774.865.613 | 827.556.474 | 883.830.315 | 943.930.776 |

Fuente: Tesista

Tabla N° 57: Mano de obra directa

| MOD | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|----------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| PERSONALIZADAS | 11.431.358 | 11.877.181 | 12.292.882 | 12.760.012 | 13.321.452 |
| DECORATIVAS | 11.431.358 | 11.877.181 | 12.292.882 | 12.760.012 | 13.321.452 |
| ESENCIAS | 11.431.358 | 11.877.181 | 12.292.882 | 12.760.012 | 13.321.452 |
| | 34.294.074 | 35.631.542 | 36.878.646 | 38.280.035 | 39.964.356 |

Fuente: Tesista

Tabla N° 58: Costo indirecto de fabricación

| CIF | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|----------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| PERSONALIZADAS | 7.165.418 | 7.409.782 | 7.662.698 | 7.924.467 | 8.195.397 |
| DECORATIVAS | 7.165.418 | 7.409.782 | 7.662.698 | 7.924.467 | 8.195.397 |
| ESENCIAS | 7.165.418 | 7.409.782 | 7.662.698 | 7.924.467 | 8.195.397 |
| | 21.496.255 | 22.229.345 | 22.988.095 | 23.773.400 | 24.586.191 |

Fuente: Tesista

Tabla N° 59: Costo total

| COSTO TOTAL | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|----------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------------|
| PERSONALIZADAS | 259.748.776 | 276.837.299 | 295.019.339 | 314.452.573 | 335.261.174 |
| DECORATIVAS | 259.748.776 | 276.837.299 | 295.019.339 | 314.452.573 | 335.261.174 |
| ESENCIAS | 261.822.376 | 279.051.903 | 297.384.537 | 316.978.604 | 337.958.975 |
| | 781.319.928 | 832.726.501 | 887.423.215 | 945.883.750 | 1.008.481.323 |

Fuente: Tesista

Tabla N° 60: Costo unitario MOD

| MANO DE OBRA | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Salario | ₡ 27.471.888 | ₡ 28.543.292 | ₡ 29.542.307 | ₡ 30.664.914 | ₡ 32.014.171 |
| IPS Aporte Patronal | ₡ 4.532.862 | ₡ 4.709.643 | ₡ 4.874.481 | ₡ 5.059.711 | ₡ 5.282.338 |
| Aguinaldo | ₡ 2.289.324 | ₡ 2.378.608 | ₡ 2.461.859 | ₡ 2.555.410 | ₡ 2.667.848 |
| COSTO MOD | ₡ 34.294.074 | ₡ 35.631.542 | ₡ 36.878.646 | ₡ 38.280.035 | ₡ 39.964.356 |
| PRODUCCIÓN ANUAL | 172.800 | 172.800 | 172.800 | 172.800 | 172.800 |
| COSTO UNITARIO MOD | 198 | 206 | 213 | 222 | 231 |

Fuente: Tesista

Tabla N° 61: Costo unitario CIF

| CARGA FABRIL | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| SERVICIOS BÁSICOS | ₡ 3.490.909 | ₡ 3.613.091 | ₡ 3.739.549 | ₡ 3.870.433 | ₡ 4.005.898 |
| ALQUILER | ₡ 17.454.545 | ₡ 18.065.455 | ₡ 18.697.745 | ₡ 19.352.167 | ₡ 20.029.492 |
| DEPRECIACIÓN | ₡ 550.800 | ₡ 550.800 | ₡ 550.800 | ₡ 550.800 | ₡ 550.800 |
| COSTO FABRIL | ₡ 21.496.255 | ₡ 22.229.345 | ₡ 22.988.095 | ₡ 23.773.400 | ₡ 24.586.191 |
| PRODUCCIÓN ANUAL | 172.800 | 172.800 | 172.800 | 172.800 | 172.800 |
| COSTO UNITARIO CIF | 124 | 129 | 133 | 138 | 142 |

Fuente: Tesista

Tabla N° 62: Costo de producción

| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|----------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|------------------------|
| MATERIA PRIMA | 725.529.600 | 774.865.613 | 827.556.474 | 883.830.315 | 943.930.776 |
| MOD | 34.294.074 | 35.631.542 | 36.878.646 | 38.280.035 | 39.964.356 |
| CIF | 21.496.255 | 22.229.345 | 22.988.095 | 23.773.400 | 24.586.191 |
| COSTO DE PRODUCCIÓN | ₡ 781.319.928 | ₡ 832.726.501 | ₡ 887.423.215 | ₡ 945.883.750 | ₡ 1.008.481.323 |

Fuente: Tesista

Tabla N° 63: Carga fabril

| CARGA FABRIL | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| SERVICIOS BÁSICOS | ₡ 3.490.909 | ₡ 3.613.091 | ₡ 3.739.549 | ₡ 3.870.433 | ₡ 4.005.898 |
| ALQUILER | ₡ 17.454.545 | ₡ 18.065.455 | ₡ 18.697.745 | ₡ 19.352.167 | ₡ 20.029.492 |
| TOTAL | ₡ 20.945.455 | ₡ 21.678.545 | ₡ 22.437.295 | ₡ 23.222.600 | ₡ 24.035.391 |
| IVA | ₡ 2.094.545 | ₡ 2.167.855 | ₡ 2.243.729 | ₡ 2.322.260 | ₡ 2.403.539 |
| TOTAL CARGA FABRIL | ₡ 23.040.000 | ₡ 23.846.400 | ₡ 24.681.024 | ₡ 25.544.860 | ₡ 26.438.930 |

Fuente: Tesista

Tabla N° 64: IVA

| | | | | | |
|-----------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| IVA Inversión | 3.475.500 | | | | |
| IVA Gastos | 6.531.818 | 6.760.432 | 6.997.047 | 7.241.944 | 7.495.412 |
| IVA Carga Fabril | 2.094.545 | 2.167.855 | 2.243.729 | 2.322.260 | 2.403.539 |
| IVA Compra | 73.157.568 | 77.527.675 | 82.799.556 | 88.429.926 | 94.443.161 |
| IVA Crédito Fiscal | 85.259.432 | 86.455.961 | 92.040.333 | 97.994.130 | 104.342.112 |
| IVA Débito Fiscal | 104.727.273 | 110.047.418 | 115.637.827 | 121.512.229 | 127.685.050 |
| Liquidación del IVA | 19.467.841 | 23.591.457 | 23.597.494 | 23.518.099 | 23.342.938 |
| IVA Crédito Fiscal | | | | | |
| IVA a Pagar | 1.622.320 | 1.965.955 | 1.966.458 | 1.959.842 | 1.945.245 |
| IVA Pagado por Período | 17.845.521 | 21.625.502 | 21.631.036 | 21.558.257 | 21.397.693 |
| IVA Pagado en el Año | 17.845.521 | 23.247.823 | 23.596.991 | 23.524.715 | 23.357.535 |

Fuente: Tesista