

**COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS PARA SUBLIMAR
EN LA CIUDAD DE YPANE AÑO 2022**

Viviana Balbuena Román

Tutor: Mst. Olga Domínguez de Cardozo

Proyecto presentado en la Universidad Tecnológica Intercontinental
como requisito parcial para obtención del título de Licenciada en
Contabilidad

Ñemby, 2022

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR

Quien suscribe, Mst. Olga Domínguez de Cardozo documento de identidad N° 618.332, tutor del trabajo de investigación titulado **“Comercialización de productos para sublimar en la ciudad de Ypané año 2022”**, elaborado por el/la alumno/a, Viviana Balbuena Román... para obtener el Título de Licenciada en Contabilidad, 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 Ñemby, a los 18 días del mes de agosto de 2022



Mst. Olga Domínguez de Cardozo
C.I :618.332

Dedico este trabajo a:

A mis padres, Verónica Román y Marco Balbuena, quienes son el pilar fundamental de mi vida y me han apoyado en todo momento.

A mis hermanos Marcos, Sara y Rodrigo por el acompañamiento de siempre y por los momentos de diversión que me brindan.

A mi novio, por el apoyo y acompañamiento que me brinda día a día.

Agradezco a:

Dios por la vida, la salud, el trabajo y la fortaleza que me brinda día a día para no rendirme ante las adversidades.

A mi Familia por las enseñanzas, y el acompañamiento que me han dado durante mi vida personal y profesional.

A mi querido novio, por el apoyo en todo momento y el amor que me brinda todos los días.

A mi apreciada Tutora Lic. Olga Domínguez, que supo sobrellevar la tarea de enseñarnos y guiarnos en esta época complicada y difícil debido al COVID-19, por las enseñanzas impartidas que me han permitido culminar con éxito esta meta en mi formación profesional.

Al personal Docente de la UTIC que me han acompañado durante mi carrera, un honor recordarlos con cariño y agradecimiento por lo aprendido.

¡A todos ustedes, muchísimas gracias!

Índice

Marco Introductorio	3
Introducción.....	3
Proyecto de Inversión.....	3
Tipos de Proyectos.....	4
Tema de Investigación.....	5
Planteamiento del Problema	5
Rentabilidad de un proyecto de inversión	6
Formulación del Problema	6
Preguntas de Investigación	6
Objetivo General	6
Objetivos Específicos	6
Justificación.....	6
Antecedentes del Proyecto	7
Estudio de Mercado.....	8
Introducción.....	8
Objetivo General	8
Objetivos Específicos	8
Justificación.....	8
Metodología.....	9

Tipo de Investigación.....	9
Nivel de Conocimiento.....	9
Diseño de la Investigación.....	9
Segmentación	10
Población.....	10
Población Finita.....	10
Población Infinita	10
Muestra.....	10
Técnicas de muestreo.....	11
Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	11
Encuesta.....	12
Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	12
Inflación.....	13
Nivel de Precios.....	13
Salarios	13
Créditos en el Sistema Bancario.....	14
Tipo de cambio (variable, errático, estable).....	14
Tipo de cambio fijo	15
Tipo de cambio variable	15
Tipo de cambio errático.....	15
Perspectivas de negocios	15
Tasas Pasivas y Activas Financieras	15
Reservas Monetarias Internacionales	16
Apartado teórico El Producto	17
Los productos a ser comercializados serían:	17

Sublimación.....	19
Cómo sublimar	20
Qué se puede sublimar	20
Qué necesito para comenzar a sublimar	21
Demanda.....	22
Oferta.....	22
Precio.....	23
Comercialización.....	23
Análisis del Estudio de Mercado.....	23
Cálculo del mercado meta	27
Conclusión del Estudio de Mercado.....	27
Estudio Técnico.....	28
Introducción.....	28
Objetivo General.	28
Objetivos Específicos.....	28
Justificación.....	29
Metodología.....	29
Bases Teóricas	29
Empresa	29
Estructura de una empresa.....	29
Empresa Unipersonal	30
Estructura Organizacional	30
Organigrama.....	31
¿Para qué sirve un organigrama?.....	31
Tipos de organigramas de una empresa.....	32

Flujograma.....	33
Cómo hacer un flujograma	33
Lay Out.....	35
Manual de funciones y Procedimientos.....	36
Misión.....	38
Visión	38
Desarrollo del estudio técnico Localización.....	38
Organización de la empresa.	39
Aspecto Ambiental	39
Misión.....	39
Transparencia.	39
Excelencia	39
Responsabilidad.....	39
Puntualidad en las entregas	39
Diligencia	39
Organigrama.....	39
Manual de Funciones.....	40
Ilustración 14- Logotipo de la empresa.....	45
Significado de los colores.....	46
Tipo empresa:	46
Régimen tributario.....	47
Aspecto Legal.....	47
Equipamientos e Inmuebles.....	49
Proveedores	50
Tecnología.....	50

Conclusión del Estudio Técnico.....	51
Estudio Financiero.....	52
Introducción.....	52
Objetivo General	52
Objetivos Específicos	52
Metodología.....	52
Bases Teóricas	53
Fuentes de Financiación.	53
Capital Operativo	53
Cargo diferido.....	54
Extrapolación en estadística	54
Presupuesto.....	54
Presupuesto personal.	54
Presupuesto de Compras.	55
Presupuesto de ventas.....	55
Presupuesto de Gastos de Funcionamiento.	55
Contabilidad.	55
Balance	55
Estado de Resultados.....	56
Análisis Financiero.....	56
Ratios Financiero.....	56
Análisis de Liquidez.....	57
Depreciación.....	57
Ratio de liquidez general o razón corriente.....	58
Ratio prueba ácida	58

Ratio prueba defensiva	58
Desarrollo del Estudio Financiero	59
Ratios Financieros	66
Conclusión del Estudio Financiero.....	67
Estudio Económico.....	68
Introducción.....	68
Objetivo General	68
Objetivos Específicos	68
Metodología.....	68
Bases Teóricas	69
Estudio económico	69
Flujo de Caja	69
Valor Actual Neto (VAN).	69
Tasa Interna de Retorno (TIR).	70
Con la aplicación de la siguiente fórmula:	71
Relación Beneficio – Costo (B/C).....	71
¿Cómo se calcula la relación beneficio costo?	72
Periodo de Recuperación de Capital (PRC).	72
Punto de Equilibrio (PE).	72
Punto de Equilibrio Contable.	73
Fórmula para calcular Punto de Equilibrio Contable en Valores:	73
Punto de Equilibrio Económico	73
Punto de Equilibrio Financiero: Sin amortización de deudas.	73
Fórmula para calcular Punto de Equilibrio Financiero en Cantidad:	74
Fórmula para calcular Punto de Equilibrio Financiero en Valores:	74

Margen de seguridad	74
Desarrollo del Estudio Financiero	74
Conclusión del Estudio Económico.....	78
Conclusión General	80
Referencias	81
Anexo	82
Cuadro de Depreciación	85

LISTA DE TABLAS

Tabla N° 1 Variación de la Inflación	13
Tabla N° 2. ¿Adquiere productos para sublimar?	23
Tabla N° 3. ¿Cuáles son los productos que adquiere?	24
Tabla N° 4. ¿Qué tiene en cuenta a la hora de adquirir un producto?	24
Tabla N° 5. ¿Con que frecuencia adquiere productos para sublimar?	25
Tabla N° 6. ¿Conoce otra tienda que comercialice productos para sublimar en la ciudad de Ypané?	25
Tabla N° 7. ¿De dónde adquieres productos para sublimar?	25
Tabla N° 8. ¿Cuánto dinero destina anualmente para la compra de productos para sublimar?	26
Tabla N° 9 ¿Qué otros servicios le gustaría recibir de su proveedor de productos para sublimar?	26
Tabla N° 10. ¿Se informa de productos personalizados a través de?	27
Tabla N° 11. Muebles	49
Tabla N° 12. Equipos informáticos	49
Tabla N° 13. Rodados	49
Tabla N° 14. Instalaciones	50
Tabla N° 15. Inversión Inicial.	59
Tabla N° 16. Gastos de Apertura.	59
Tabla N° 17. Capital Operativo	60
Tabla N° 18. Presupuesto de personal.	60

Tabla N° 19. Gastos de funcionamiento.	61
Tabla N° 20. Presupuesto de ventas.	61
Tabla N° 21 Presupuesto de compras.	62
Tabla N° 22. Estado de Resultado	63
Tabla N° 23. Flujo de Efectivo	64
Tabla N° 24. Balance General.	65
Tabla N° 25. Ratio de Liquidez.	66
Tabla N° 26. Ratio de Solvencia.	66
Tabla N° 27. Ratio de Rentabilidad.	67
Tabla N° 28. Flujo de Caja	75
Tabla N° 29. El VAN Y LA TIR.	76
Tabla N° 30. Beneficio Costo Actualizado.	77
Tabla N° 31. Periodo de recuperación del capital.	77
Tabla N° 32. Punto de Equilibrio.	78

LISTA DE ILUSTRACION

Ilustración 1. Variación del salario mínimo.	14
Ilustración 2. Tasas Activas y Pasivas.	16
Ilustración 3. Evolución de Reservas Monetarias.	17
Ilustración 4. Tazas , Hoppys.	17
Ilustración 5. Papel para Sublimar	18
Ilustración 6. Tintas para Sublimar	18
Ilustración 7. Impresoras para Sublimar	18

Ilustración 8. Planchas para Sublimar	19
Ilustración 9. Flujogramas de compras	34
Ilustración 10. Flujogramas de ventas	35
Ilustración 11. Lay Out de la empresa	36
Ilustración 12. Localización del Show Room	38
Ilustración 13. Organigrama	39
Ilustración 14 Logotipo de la empresa	45

Comercialización de productos para sublimar en la ciudad de Ypané año 2022

Viviana Balbuena Román

Universidad Tecnológica Intercontinental

Carrera de Licenciatura en ...Ciencias Contables

Sede ÑEMBY

Balbuenviviana17@gmail.com

Resumen

El proyecto de inversión trata de la creación de una empresa de comercialización de productos para sublimar, este modelo de negocio está en auge debido a que las personas desean conectarse entre sí, a través de obsequios personalizados, optando por adquirir productos innovadores y de buena calidad. Se plantea el problema de investigación ¿Será rentable la creación de una empresa de Comercialización de Productos para Sublimar en la Ciudad de Ypané? A partir de aquí surgen las preguntas de investigación, el objetivo general y los objetivos específicos, justificando la necesidad de las empresas dedicadas a la comercialización de productos personalizados de contar con una tienda de productos para sublimar en la zona, que ofrezcan productos de alta calidad y durabilidad. La base teórica abarca los principales elementos de la estructura empresarial, a su organización, planes y mediciones económicos-financieros. La metodología de investigación, demuestra el avance con un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo, no experimental para lo cual se ha establecido la población y una muestra de 116 personas., a quienes se han aplicado la técnica de la encuesta apoyada por el cuestionario estructurado con preguntas mixtas. Posteriormente el resultado logrado en el estudio económico nos demuestra que la empresa recuperara su capital en un años y ocho meses, con VAN de 288.076.908 y tasa de interés de retorno del 72%, y teniendo en cuenta que iniciara con un capital de 194.631.947. La habilidad de la organización de la empresa proyectada se sostiene en los componentes legales que aboga su creación, además de su planificación estructural.

Marco Introductorio

Introducción

El sector de las Pymes en Paraguay representa un alto porcentaje de la industria, el comercio y los servicios, por ello es fundamental implementar acciones encaminadas a mejorar su competitividad e incrementar su participación en el comercio nacional, promocionando el desarrollo de mecanismos que permitan la transferencia y uso de tecnología en estas empresas.

Con este proyecto se pretende crear un negocio en el rubro de la Comercialización Productos para sublimar que ayudaría a satisfacer las necesidades de los negocios dedicados a la serigrafía y decoraciones, de poder contar con un local que quede a su alcance, sin necesidad de viajar largas distancias para la adquisición de sus insumos.

Existe un crecimiento importante en cuanto a este tipo de negocio y también de que las personas optan por adquirir productos personalizados, y que da como una oportunidad de negocio en la ciudad de Ypané. Contando con productos variados, y de buena calidad, así también brindando un servicio adicional de entrega a domicilio de los productos “vía Delivery”.

Con el presente proyecto se buscará satisfacer las necesidades y las altas expectativas de los clientes abordando sus necesidades y exigencias con relación a los productos que se van a ofrecer, a través de la realización de Estudios Mercados, Técnicos, Financieros y Económicos y de esa manera poder cuantificar y evaluar los riesgos y las ventajas del proyecto a desarrollar.

Proyecto de Inversión.

El proyecto de inversión, en definitiva, es un plan al que se le asigna capital e insumos materiales, humanos y técnicos. Su objetivo es generar un rendimiento económico a un determinado plazo.

Las etapas del proyecto de inversión implican la identificación de una idea, un estudio de mercado, la decisión de invertir, la administración de la inversión y la evaluación de los resultados. El proyecto en sí suele ser evaluado por distintos especialistas.

Tipos de Proyectos.

- Proyectos de inversión privada.
- Proyectos de inversión pública.
- Proyectos de inversión social.

El proyecto se conforma de una parte preliminar donde se muestra la identificación general del trabajo, el cuerpo cuenta con cuatro partes de estudios más una parte complementaria que se detallan a continuación:

- El primer capítulo, denominado Introducción, se presentará el tema a desarrollar, se expondrá el origen y el enunciado del problema investigado, sus objetivos y la justificación del trabajo.
- El estudio de mercado, describe los resultados de la revisión bibliográfica con respecto a los términos utilizados en el desarrollo del proyecto, la clase de investigación, su enfoque y el nivel de conocimiento esperado; se expone también una descripción de la población, la selección de la muestra, el instrumento de recogida de datos utilizado y el procedimiento de análisis de los datos.
- El estudio técnico se ocupa del desarrollo del proyecto propiamente dicho, expresado en los cuatro estudios específicos. El estudio de mercado que se inicia con la descripción del producto, una descripción de las condiciones económicas en la que se va insertar la empresa, un análisis de la demanda, la oferta, el precio, la comercialización y concluye con las primeras apreciaciones con respecto a la rentabilidad del proyecto.
- El estudio financiero que, a partir de los resultados de los dos primeros estudios, planifica los presupuestos de personal, de compras, de ventas de servicios, gastos de funcionamiento y de depreciaciones. Estos presupuestos originan el Estado de Resultados, el Flujo de Caja y Balance General, todos proyectados a lo largo de cinco años.

- El estudio económico es el que mide y determina la rentabilidad del proyecto mediante los cálculos del Valor Actual Neto (VAN), la relación Beneficio/Costo (B/C), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el período de recuperación de la inversión inicial (PRC).
- Las conclusiones recogen las respuestas dadas por el estudio a las preguntas formuladas inicialmente.

Tema de Investigación

Comercialización de Productos para Sublimar

Planteamiento del Problema

En los últimos años la ciudad de Ypané ha demostrado un crecimiento significativo en el ámbito microempresarial, dando nuevas oportunidades de desarrollo tanto para la ciudad como para los emprendedores de este distrito, aun así, es necesario contar con negocios innovadores de modo a impulsar a un mayor desarrollo económico de la ciudad. Actualmente la sublimación cuenta con una gran demanda comercial, debido a los beneficios personales y económicos que brinda a los consumidores, puesto que permite la personalización de productos varios, con un diseño seleccionado por el mismo demandante y a un costo accesible.

El problema con el que hoy en día se topan los clientes de la ciudad de Ypané y alrededores, es encontrar un negocio de insumos para sublimar, de esta manera se ven obligados a adquirir productos de lugares lejanos de su negocio, así también pagando una considerable suma para que el producto llegue a sus comercios.

Teniendo en cuenta el lugar donde se va instalar el local de ventas, es una zona transitada por muchos individuos, que se trasladan a otros lugares distantes como en el centro de Asunción, Villa Elisa, Fernando de la Mora o lugares donde puedan encontrar los insumos necesarios.

Todo este problema geográfico conlleva a una pérdida de tiempo teniendo en cuenta el costo y gasto que ello genera, es la razón que motivó la idea de este proyecto.

Rentabilidad de un proyecto de inversión

La rentabilidad de una empresa es la capacidad que tiene el negocio para aprovechar sus recursos y generar ganancias o utilidades; para medirla se utilizan indicadores financieros que evalúan la efectividad de la administración de la organización.

Formulación del Problema

¿Será rentable la Creación de una Empresa de Comercialización de productos para sublimar en la Ciudad de Ypané, año 2022?

Preguntas de Investigación

¿Cuál es la demanda del mercado para la comercialización de productos para sublimar en la ciudad de Ypané?

¿Cuál es la localización ideal para la comercialización de productos para sublimar?

¿Cuánto será el capital necesario para la comercialización de productos para sublimar?

¿Cuánto es la TIR para la comercialización de productos para sublimar en la ciudad de Ypané?

Objetivo General

Determinar la rentabilidad del proyecto de comercialización de productos para sublimar en la ciudad de Ypané, año 2022.

Objetivos Específicos

Identificar la demanda para la comercialización de productos para sublimar en la ciudad de Ypané

Determinar la ubicación adecuada para la apertura de un negocio de comercialización de productos para sublimar en la ciudad de Ypané

Determinar el capital necesario para la apertura de un negocio de comercialización de productos para sublimar.

Calcular la TIR para la comercialización de productos para sublimar en la ciudad de Ypané.

Justificación

El presente Proyecto se enfoca en la creación de una empresa de comercialización de Productos para sublimar, esta idea de negocio permitirá cumplir con un requisito académico, que es la obtención del Título de Licenciatura en Ciencias Contables de la Universidad Tecnológica Intercontinental.

El proyecto servirá como material de consulta para otros inversionistas que

quieran abrir una empresa y dedicarse al rubro de similares características.

El estudio de la problemática planteada está dirigido al sector microempresarial de la ciudad de Ypané.

Antecedentes del Proyecto

Según conversación mantenida con la Municipalidad de la ciudad de Ypané, no existen antecedentes relacionados al tipo de proyecto que se pretende desarrollar, si bien hay emprendimientos de comercialización, no consta sobre customización y personalización de productos.

Estudio de Mercado

Introducción

La investigación de mercado tendrá como objetivo principal analizar la rentabilidad del proyecto desde el punto de vista de la población, teniendo en cuenta sus preferencias, el conocimiento de los productos, la estética del local comercial y el trato a los mismos, son puntos claves a investigar ya que esto podría generar una ventaja sobre los competidores teniendo en cuenta la constante evolución del mercado demandante, y nos otorgue herramientas para poder actuar en base a las necesidades del cliente. De esta manera se tendrá una información clara, precisa y concisa en base a un proyecto de inversión.

Objetivo General

Identificar la demanda para la comercialización de productos para sublimar en la ciudad de Ypané.

Objetivos Específicos

- Determinar la competencia existente en el mercado
- Establecer qué productos para sublimar serán comercializados
- Establecer los precios de los productos para sublimar.

Justificación

Un estudio de mercado sirve para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de tiempo determinado. Adicionalmente, el estudio de mercado va a indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea adquirir el cliente.

Nos dirá igualmente qué tipo de clientes son los interesados en nuestros productos, lo cual servirá para orientar la producción del negocio. Finalmente, el estudio de mercado nos dará la información acerca del precio apropiado para colocar a los productos y competir en el mercado, o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada.

Se analizan varios factores que se reflejan en el proyecto, como será rentable la demanda de una empresa de comercialización de productos para sublimar, se pretende investigar la demanda existente en el rubro. El propósito, es proporcionar información referente al comportamiento del Mercado de Ypané. Teniendo en cuenta lo expuesto anteriormente el investigador considera oportuno llevar adelante el Estudio de Mercado.

Metodología

Tipo de Investigación.

La investigación cuantitativa considera que el conocimiento debe ser objetivo, y que este se genera a partir de un proceso deductivo en el que, a través de la medicación numérica y el análisis estadístico inferencial, se prueban hipótesis previamente formuladas. Este enfoque comúnmente se asocia con prácticas y normas de las ciencias naturales y del positivismo. Este enfoque basa su investigación en casos “tipo”, con la intención de obtener resultados que permitan hacer generalizaciones (Bryman, 2004).

Nivel de Conocimiento.

El tipo de investigación dentro del cual se enmarca el presente trabajo es descriptivo. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de las personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Danhke, 1989). Miden y evalúan o recolectan datos sobre aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar. (Hernández Sampiere, 2003)

Diseño de la Investigación.

La investigación se realiza en un marco de diseño no experimental. Es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, es el tipo de investigación donde no hacen 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. "La investigación no experimental es cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o a las condiciones". De hecho, no hay condiciones o estímulos a los cuales se expongan los sujetos del estudio. Los sujetos son observados en su ambiente natural, en su realidad. (Kerlinger, 1979).

Segmentación

Kotler (1984) precisa que la segmentación de mercados es el acto de dividir un mercado en grupos bien definidos de grupos de clientes que pueden necesitar productos o mezclas de mercadotecnia específicos.

Población.

Según el autor Arias (2006) define población como “un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio”.

La población objeto de estudio tomada para esta investigación es de personas que viven en la Ciudad de Ypané, Guarambaré, San Antonio y Ñemby, con un rango etario de 20 a 50 años de edad que con frecuencia adquieren productos para personalizar o decorar, siendo estos de un nivel socio económico clase media a alta, que, según las Municipalidades de los distritos mencionados anteriormente son 5.200 personas que se dedican a la personalización de productos y decoración de forma particular. Detallándose a continuación la cantidad de personas que conforman la población:

Ciudad de Ypané:	1.250 personas
Ciudad de Guarambaré:	1118 personas
Ciudad de San Antonio:	1.095 personas
Ciudad de Ñemby:	1.737. personas
Total de personas:	5.200

Población Finita

Según Ramírez (1999), una población finita es aquella cuyos elementos en su totalidad son identificables por el investigador, por lo menos desde el punto de vista del conocimiento que se tiene sobre su cantidad total.

Población Infinita

La población infinita se refiere a aquellos conjuntos con gran cantidad de individuos o elementos. Extraído de <https://www.significados.com/poblacion/>

Muestra

Es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas, lógica y otros que se verá más adelante. La muestra es una parte representativa de la población.

conjunto de procedimientos y métodos que se utilizan durante el proceso de investigación, con el propósito de conseguir la información pertinente a los objetivos formulados en una investigación. Está orientado a crear las condiciones para la medición. Existen múltiples y diferentes instrumentos útiles para la recolección de datos y para ser usados en todo tipo de investigaciones ya sean cuantitativas, cualitativas o mixtas. En la actualidad en cuanto a investigación científica hay gran variedad de técnicas e instrumentos para la recolección de información, según Muñoz Giraldo et al. (2001), la investigación cuantitativa utiliza generalmente la encuesta, entrevista, observación sistemática, análisis de contenidos, fichas de cotejo, etc.

Encuesta

La encuesta es un instrumento para recoger información cualitativa y/o cuantitativa de una población estadística. Para ello, se elabora un cuestionario, cuyos datos obtenidos será procesado con métodos estadísticos. Las encuestas son entonces una herramienta para conocer las características de un grupo de personas. Puede tratarse de variables económicas, como el nivel de ingresos (cuantitativa), o de otro tipo, como las preferencias políticas (cualitativo). Para realizar una encuesta, el investigador debe elaborar un formulario de preguntas. Estas dependerán de los objetivos del estudio. Las encuestas vienen en muchas formas diferentes y tienen una amplia variedad de propósitos, pero tienen ciertas características en común. En una encuesta la muestra no se selecciona al azar o se conforma solamente de las personas o voluntarios para participar. Cada individuo de la población tiene una probabilidad conocida de ser seleccionada. De esta manera, los resultados pueden ser proyectados de manera fiable.

Recuperado de: (<https://economipedia.com/definiciones/encuesta.html>).

Técnicas de procesamiento y análisis de datos.

De forma general, el procesamiento y análisis de datos consiste en la recolección de datos en bruto para transformarlos en información entendible como gráficas, tablas, documentos, etc. Recuperado de:

(<https://www.bantugroup.com/blog/etapas-del-procesamiento-y-analisis-de-datos>).

Datos cualitativos es el nombre dado a los datos que se expresan en forma de palabras o textos que ayudan a comprender ciertas acciones y actitudes de los encuestados que no son cuantificables, por lo que su uso es muy importante para fundamentar cualquier investigación seria.

Si realizamos una investigación donde requerimos obtener mayor profundidad en las respuestas, seguramente se recopilará un sin fin de datos cualitativos que se deben

analizar. Extraído de: (<https://www.questionpro.com/es/datos-cualitativos.html>).

Los datos fueron procesados mediante el programa Microsoft Office Excel y determinados en este trabajo en función a los indicadores importantes para la elaboración del plan de negocios.

Aspectos de la Economía

Inflación

La inflación es un crecimiento continuo y generalizado de los precios de los bienes y servicios existentes en una economía, crecimiento medido y observado mediante evolución de algún índice de precios. (Blanchard, 2000)

Años	Tasa de inflación
2021	4,79%
2020	1,77%
2019	2,76%
2018	3,97%

Tabla 1- *Variación de la inflación*

Cuadro comparativo de inflación de los últimos 4 (cuatro) años.

Fuente: <https://www.bcp.gov.py/informe-de-inflacion-mensual-i362>

Nivel de Precios

El índice de precios de consumo (IPC) mide el precio de una cesta fija de bienes y servicios comprada por un consumidor representativo en relación con la misma cesta en un año base. Al igual que el deflactor del PIB, que es el cociente entre el PIB nominal y el real, mide el nivel general de precios. (Mankiw, 2014).

Salarios

Desarrollar la definición o concepto basados en fuentes confiables, exponer la cita bibliográfica. Comparativo de datos reales del país, últimos cinco años.

Según I. Chiavenato, este define el Salario como: " Salario es el total de las percepciones económicas de las trabajadoras, en dinero o en especie, por la prestación

profesional de los servicios laborales por cuentaajena". (Chiavenato, 2007)

El salario significa la remuneración, sea cual fuere su denominación o método de cálculo que pueda evaluarse en efectivo, debida por un empleador a un trabajador en virtud de los servicios u obras que este haya efectuado o debe efectuar, de acuerdo con lo estipulado en el contrato de trabajo. (Ley N° 213/93, del Código Laboral)

En la actualidad, el salario mínimo vigente es de Gs. 2.505.307. En el siguiente grafico se puede apreciar la evolución del mismo.



Ilustración 1- Variación del salario mínimo

Créditos en el Sistema Bancario

Un préstamo bancario es el crédito que concede un banco. Por lo general, esta operación comienza cuando una persona acude a la entidad bancaria para solicitar dinero prestado. Al recibir el pedido, el banco analizará la capacidad de pago y aprobará la entrega de un cierto monto bajo determinadas condiciones. La ganancia del banco estará en que, al devolver el dinero, la persona tendrá que entregar un adicional en concepto de intereses. (Pérez y Merino, 2013).

Tipo de cambio (variable, errático, estable).

La noción de tasa de cambio, que también puede mencionarse como tipo de

cambio, refiere a qué cantidad de una moneda X puede adquirirse con una moneda Y. Se trata, por lo tanto, de la relación cambiaria que existe entre las monedas de dos países. La tasa de cambio puede ser real o nominal. El tipo de cambio real indica la relación que existe cuando un individuo quiere intercambiar productos o servicios entre dos naciones, mientras que la tasa de cambio nominal, es el vínculo directo entre una moneda y otra extranjera. (Pérez y Gardey, 2012)

Las operaciones de cambio serán realizadas en el mercado libre de cambios que, para los efectos de esta Ley, es el constituido por las entidades autorizadas a operar en el mercado cambiario. Cualquier persona podrá efectuar operaciones de cambio. El tipo de cambio será el que libremente acuerden las partes intervinientes, conforme a la oferta y la demanda. Ley orgánica del banco central del Paraguay N.º 489.

Paraguay

Tipo de cambio fijo

Lo establece el Banco Central respecto a cada moneda extranjera y es el mismo órgano el encargado de comprar y vender la divisa.

(<https://debitoor.es/glosario/definicion-tipo-de-cambio>)

Tipo de cambio variable

Se establece por la interacción de la oferta y demanda de divisas en el mercado.

(<https://debitoor.es/glosario/definicion-tipo-de-cambio>)

Tipo de cambio errático

El adjetivo errático, por otra parte, se utiliza en el lenguaje coloquial para aludir a algo que no es estable, no tiene solidez o resulta imposible de predecir.

(<https://definicion.de/erratico/>)

Perspectivas de negocios

Lo que desea la empresa es definir cómo se quiere hacer frente al mercado. Pero se trata de una respuesta dinámica, que irá cambiando en base a las condiciones del mercado y de las de la organización. (Llorens Bueno, 2010)

Tasas Pasivas y Activas Financieras

Tasa activa o de colocación es la tasa de interés que reciben los

intermediarios financieros de los demandantes por los préstamos otorgados. Es decir, la que te cobra el banco por el dinero que te presta.(Ortiz Soto, 2001)

Tasa pasiva o de captación es la tasa de interés que pagan los intermediarios financieros a los oferentes de recursos por el dinero captado. Es decir, la que te paga el banco por tus depósitos. (Ortiz Soto,2001)

TASAS ACTIVAS Y PASIVAS EN BANCOS - PROMEDIO PONDERADO EN MONEDA LOCAL		
Mes	Tasas activas	Tasas pasivas
Marzo	12,51%	2,93%
Abril	12,68%	2,99%
Mayo	12,34%	2,31%
Junio	12,33%	2,80%
Julio	12,24%	2,53%
Agosto	11,45%	2,85%
Setiembre	11,67%	2,91%
Octubre	11,15%	3,05%

Fuente: BCP. Diario Última Hora

Ilustración 2- *Tasas Activas y Pasivas*

Reservas Monetarias Internacionales

Entre los múltiples significados del término reserva, en esta ocasión nos interesa resaltar su acepción como aquello que se almacena o se preserva con algún fin. Internacional, por su parte, es un adjetivo que refiere a países diferentes al propio o a aquello vinculado con varios países a la vez. La noción de reservas internacionales está asociada a los depósitos que la autoridad monetaria de un país tiene de divisas extranjeras. Lo habitual es que las reservas internacionales estén compuestas por euros y dólares, cuya administración depende del banco central. (Pérez y Merino, 2014)

En Paraguay, el saldo de las RIN se mantuvo relativamente estable entre 1990 y 2002, en torno a un promedio cercano a los USD 850 millones de dólares (10,3% del PIB). A partir del 2003, se inicia un ciclo de crecimiento sostenido de las reservas, alcanzando en el 2014 un nivel de USD 6.891 millones (17,2% del PIB) y, promediando un incremento anual del 23% en ese periodo (gráfico I). (BCP Informe de política monetaria, 2020).



Ilustración 3 *Evolución de Reservas Monetarias*

Apartado teórico

El Producto

Definimos un producto como algo que puede ser ofrecido a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo o una necesidad. Los productos incluyen más que sólo los objetos tangibles como automóviles, computadoras o teléfonos celulares. En una definición más amplia, entre los productos también se incluyen servicios, eventos, personas, lugares, organizaciones, ideas o una mezcla de éstos. (Kotler, Phiplip y Armstrong, 2013).

Los productos a ser comercializados serían:



Ilustración 4. *Tazas / Hoppys*

Estos productos son ideales para obsequiar en días especiales, o también para el uso personal del cliente. Los diseños y colores de cada producto varían de acuerdo con la preferencia del cliente, innovando así los productos a personalizar, teniendo en cuenta que cada día el mercado se vuelve más amplio y los clientes más exigentes



Ilustración 5. Papel para Sublimar.

Actúa como un transportador de tintas, es decir, traslada el diseño mediante la tinta desde la superficie a estampar, ya sea sobre textil como sobre rígidos.



Ilustración 6. Tintas para Sublimar.

Son tintas especiales que se imprimen sobre papel de sublimación y posteriormente se activan mediante calor en la plancha transfer.



Ilustración 7. Impresoras para Sublimar.

Es aquella que utiliza calor para transferir la tinta al medio a partir de una cinta con cinta de cuatro colores. Están pensadas para aplicaciones de color de alta calidad, como la fotografía profesional, y no son recomendables para textos.



Ilustración 8. *Planchas para Sublimar.*

Una plancha para sublimar es la herramienta más importante para realizar una impresión por sublimación. Su función es la de añadir calor y presión de forma constante y uniforme en la superficie que será impresa, un aspecto indispensable para realizar la sublimación.

Este proceso de estampado consiste en transferir una tinta que se evapora mediante la aplicación de calor y que se encuentra en un papel especial. Al tomar contacto con un poliéster, este papel transfiere la imagen al objeto.

Para realizar un estampado por sublimación se requieren de 3 factores:

Presión

Calor

Tiempo

La plancha para sublimar es la que proporciona el calor. La temperatura adecuada es de 200°C, que se debe aplicar por un tiempo determinado (de 15 a 45 segundos), y que varía según el material que vaya a ser estampado.

Cuanto más baja sea la calidad del material, menos temperatura se necesitará aplicar con la plancha de sublimado.

Sublimación

La sublimación es una de las técnicas de impresión digital que te permite crear productos personalizados de modo muy sencillo. Consiste en plasmar una imagen fotográfica sobre un soporte (camiseta, taza, portafotos, carcasa de teléfono, bolso, azulejos, etc.) consiguiendo crear un artículo personalizado único y exclusivo.

El traspaso del diseño impreso hacia la superficie que vamos a personalizar se realiza mediante el calor y esto tan solo es posible con la ayuda de una plancha transfer.

Cómo sublimar

La estampación de diseños mediante la sublimación es una tarea muy sencilla y sus resultados son fantásticos. Así que, si te vas a iniciar en esta técnica de personalización tendrás que tener en cuenta estos pasos para empezar a trabajar:

Selecciona una imagen en tu ordenador: Puedes utilizar un programa de edición gráfica para modificar la imagen, pero también puedes utilizar la imagen sin editarla. En la actualidad existen muchos programas gratuitos de edición gráfica.

- Imprime la imagen en una impresora de inyección de tinta, equipada con tintas y papel especial para sublimación. Debes tener en cuenta que tu impresora de sublimación debe estar destinada exclusivamente a esta técnica. No es aconsejable reconvertir una impresora que ha sido utilizada con tinta corriente en impresora de sublimación, porque previamente deberías realizar una limpieza a fondo del canal de tinta de la impresora.

- Coloca la cara impresa del papel en contacto con la superficie del objeto que quieres personalizar. Si vas a decorar una taza, coloca la cara impresa del papel en contacto con la taza y pégalo con cinta térmica para mantener el papel impreso fijo en la posición correcta.

- Coloca el artículo sublimable con el papel impreso en la plancha transfer, que previamente habrás configurado con la temperatura, presión y tiempo necesarios. Cierra la plancha para aplicar calor. En estos momentos se produce la SUBLIMACIÓN: la tinta de sublimación se activa por el calor y pasa directamente de estado sólido a gaseoso, penetrando en la superficie del objeto.

- Cuando haya transcurrido el tiempo de planchado, retira el artículo de la plancha transfer con precaución. Te recomendamos utilizar un guante de protección porque alcanza temperaturas muy elevadas. Y retira el papel con precaución. El artículo ya está sublimado y listo para regalar.

Qué se puede sublimar

Es importante que tengas en cuenta que no todos los productos son sublimables. Por eso, deberás de tener en cuenta los materiales sobre los que sí es posible trabajar y también los colores sobre los que el diseño se puede estampar:

- Si vas a personalizar **tejidos**, tan solo podrás trabajar sobre poliéster o un soporte que lleve incorporado un recubrimiento especial de poliéster. Sin embargo,

sublimar un textil de algodón es una tarea imposible, aunque existen sistemas alternativos para aplicar una técnica similar sobre algodón.

- La sublimación tan solo será posible sobre un fondo blanco. Las tintas de sublimación son transparentes y se suman al color del fondo/soporte. El origen de la sublimación está en el desarrollo de la fotografía, y por afinidad puedes comprender que las fotografías siempre se imprimen sobre papel fotográfico blanco (y nunca papel de color). Del mismo modo si sublimas sobre un tejido blanco, obtendrás colores fieles a la imagen original. Si sublimas sobre un tejido de color, los colores aparecerán alterados.

Qué necesito para comenzar a sublimar

Partiendo de que tenemos un ordenador en casa, sólo tienes que invertir en el siguiente equipamiento:

- Una impresora de inyección de tinta, que dedicarás exclusivamente a la sublimación. A la hora de seleccionar la impresora, debes decidir si necesitas una impresora de pequeño formato (A4 o A3) o de formato mediano/grande. Las impresoras pequeñas son más económicas y su tamaño será suficiente para personalizar artículos pequeños, como tazas, portafotos, carcasas de teléfono, bolsos, etc.

- Tintas especiales para sublimación. La tinta para sublimación debe ser de máxima calidad para garantizar el resultado perfecto. Es preferible utilizar cartuchos sellados porque se garantiza la pureza en el canal de suministro de tinta de la impresora, evitándose problemas en los cabezales. Instalando los cuatro cartuchos de colores básicos (cyan, amarillo, magenta y negro) podrás obtener toda la gama completa de colores. Los fabricantes de tinta para sublimación deben facilitarte el perfil de color compatible con tu modelo de impresora y tipo de tinta. El perfil de color te permitirá gestionar los colores desde tu ordenador para obtener fácilmente una gama de colores fiel a los originales. Observarás que los colores de la impresión sobre papel son apagados, esto es normal. No obstante, al transferir el diseño debes conseguir unos colores similares a los de la imagen original. Si dispones del perfil de colores podrás realizar esta tarea fácilmente.

- **Papel de sublimación:** funciona como transportador de tinta, imprimes sobre el papel y transfieres el diseño al objeto aplicando calor con la plancha transfer. El papel para sublimación debe ser de calidad para conseguir la máxima definición por puntos del diseño y a su vez, la máxima transferencia de la tinta. Solo existe un tipo de papel para sublimación independientemente del artículo que vas a sublimar (textil, porcelana, madera, metal, etc.).

- **Una plancha transfer:** Debes seleccionar el tipo de plancha que necesites en función de los artículos que vas a personalizar. Existen planchas con una base plana que permiten sublimar objetos planos, como prendas de vestir, portarretratos, bolsos, llaveros, paneles fotográficos, etc. A la hora de elegir tu plancha debes tener en cuenta las dimensiones del plato de la plancha que determina la superficie máxima que puedes sublimar. Por otra parte, existen planchas específicas para tazas, para platos. Pero también puedes adquirir una plancha combo con varios platos intercambiables para tener mayor flexibilidad y poder personalizar distintos soportes. Por último, conviene mencionar el horno que ha adquirido mucha popularidad en la personalización de carcasas y fundas para teléfonos. El horno iSmart permite sublimar sobre toda la superficie irregular de la funda, ofreciendo un efecto de estampado 3D. Si quieres más información sobre la mejor plancha transfer para sublimación puedes leer más en el post de 'La mejor plancha transfer para cada técnica'.

- **Artículos sublimables:** Estos soportes son de poliéster o incorporan un recubrimiento especial de poliéster que permite la sublimación. En la actualidad existe una amplia oferta de artículos sublimables en blanco ya preparados para su personalización. Extraído de: <https://www.brildor.com/blog/es/iniciate-en-la-sublacion/>

Demanda

Llamamos demanda de un bien o servicio a la cantidad que las economías domésticas desean adquirir o comprar, para satisfacer una necesidad, a los distintos precios de éste. (González y Pérez, 2013)

Para Kotler, Cámara, Grande y Cruz, autores del libro "Dirección de Marketing", la demanda es "el deseo que se tiene de un determinado producto pero que está respaldado por una capacidad de pago". (Kotler, Cámara, Grande y Cruz, 1998)

Según Laura Fisher y Jorge Espejo, autores del libro "Mercadotecnia", la demanda se refiere a "las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado". (Fisher y Espejo, 1992)

Oferta

La oferta expresa las cantidades que los vendedores de un bien o servicio están dispuestos a ofrecer a distintos precios. (González y Pérez, 2013).

Para Laura Fisher y Jorge Espejo, autores del libro "Mercadotecnia", la oferta se refiere a "las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado." Complementando esta definición, ambos autores indican que la ley de la oferta "son las cantidades de una mercancía que los productores están dispuestos a poner en el mercado, las cuales, tienden a variar en relación directa con el movimiento del precio, esto es, si el precio baja, la oferta baja, y ésta aumenta si el precio aumenta". (Fisher y Espejo, 1992)

Precio

Para Philip Kotler y Gary Armstrong, autores del libro "Fundamentos de Marketing", el precio es "(en el sentido más estricto) la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio". (Kotler y Armstrong, 2013)

Comercialización

Está constituido por todas las actividades que tienden a generar y facilitar cualquier intercambio cuya finalidad es satisfacer las necesidades o deseos. (Stanton y Futrell, 1987)

El proceso social, orientado hacia la satisfacción de las necesidades y deseos de individuos y organizaciones, para la creación y el intercambio voluntario y competitivo de productos y servicios generadores de utilidades. (Stanton y Futrell, 1987).

Análisis del Estudio de Mercado.

Demanda

Tabla N° 2. *¿Adquiere productos para sublimar?*

	Cantidad	Frecuencia
SI	107	92%
NO	9	8%
Total	116	100%

Fuente: Elaborado por la proyectista

Se verifica que el mayor porcentaje de los encuestados, adquieren productos para sublimar con un 92%, mientras que el 8% de los encuestados respondieron que no

adquieren.

Producto

Tabla N° 3. *¿Cuáles son los productos que adquiere?*

	Muestra	f	%
Tazas	27	27	25%
Hoppis	16	43	15%
Tintas para sublimar	17	60	16%
Papel para sublimar	45	105	42%
Impresoras para sublimar	1	106	1%
Planchas para sublimar	1	107	1%
Total muestra	107		100%

Fuente: Elaborado por la proyectista

Según la tabla, el 25% adquieren Tazas, el 15% Hoppis, 16% Tintas para sublimar, el 42% Papel para sublimar, el 1% impresoras para sublimar y el 1% planchas para sublimar.

Tabla N° 4. *¿Qué tiene en cuenta a la hora de adquirir un producto?*

Opción	f	%
El precio	59	55%
La calidad	35	33%
La variedad	13	12%
Totales	107	100%

Fuente: Elaborado por la proyectista

Según los resultados, se puede apreciar que el 55% tiene en cuenta el Precio al momento de adquirir un producto, el 33% la calidad y el 12% la variedad.

Tabla N° 5. *¿Con que frecuencia adquiere productos para sublimar?*

De	Hasta	Periodo	f	X	f.X	
1	5	mensualmente	22	3	66	21%
6	10	mensualmente	10	8	80	9%
11	15	mensualmente	75	13	975	70%
Totales			107		1.121	100%

Fuente: Elaborado por la proyectista

Según los resultados de la encuesta el 21% adquiere productos para sublimar de 1 a 5 veces mensualmente, el 9% 6 a 10 veces, mientras que el 70% 11 a 15 veces mensual.

Tabla N° 6. *¿Conoce otra tienda que comercialice productos para sublimar en la ciudad de Ypané?*

Opción	f	%
SI	7	7%
NO	100	93%
Totales	107	100%

Fuente: Elaborado por la proyectista

El 7% de los encuestados respondieron que si conocen otra tienda que comercializa productos para sublimar en la ciudad de Ypané, mientras que el 93% no tiene conocimiento alguno.

Oferta

Tabla N° 7. *¿De dónde adquieres productos para sublimar?*

Proveedores	f	fa	%
ALTATEC S.A.	56	56	52%
INK NDM S.R.L.	12	68	11%
MATIZ S.A.E.	39	107	36%
Total muestra	107		100%

La oferta de mercado se obtuvo a través de la encuesta realizada determinando que el mayor competidor es Altatec S.A con 52% siguiendo MATIZ S.A.E. con 36%, no obstante, existe un 11% de los encuestados que optarían por INK NDM S.R.L.

Precio

Tabla N° 8. *¿Cuánto dinero destina anualmente para la compra de productos para sublimar?*

De	Hasta	f	X	f.X	%
2.500.000	3.000.000	29	2.750.000	79.750.000	27%
3.000.001	3.500.000	39	3.250.001	126.750.020	36%
3.500.001	4.000.000	30	3.750.001	112.500.015	28%
4.000.001	4.500.000	8	4.250.001	34.000.004	7%
4.500.001	5.000.000	1	4.750.001	4.750.001	1%
Totales		107		357.750.039	100%

Fuente: Elaborado por la proyectista

El Estudio de Mercado realizado arroja el resultado de que el 27% gasta entre 2.500.000 a 3.000.000 para la adquisición de productos para sublimar anualmente, el 36% de entre 3.000.000 a 3.500.000, el 28% de 3.500.001 a 4.000.000, el 7% de 4.000.001 a 4.500.000, mientras que el 1% de 4.500.001 a 5.000.000.

Comercialización.

Tabla N° 9 *¿Qué otros servicios le gustaría recibir de su proveedor de productos para sublimar?*

Servicios	Muestra	f	%
Delivery	72	72	67%
Catalogo via web por temporada	25	97	23%
E-commerce	10	107	9%
Total, muestra	107		100%

Fuente: Elaborado por la proyectista

Según la encuesta realizada el 67% le gustaría recibir el servicio de Delivery, el 23% catalogo via web, y el 9% e-commerce.

Tabla N° 10. *Se informa de productos personalizados a través de*

Medios	Muestra	f	%
Revistas	10	2	9%
Catálogos	5	7	5%
Vía Web	16	23	15%
Redes Sociales	76	99	71%
Total, muestra	107		100%

Fuente: Elaborado por la proyectista

Según los datos obtenidos, el 9% se informa sobre la comercialización de productos para sublimar a través de revistas, el 5% catálogos, el 15% Vía Web, mientras que el 71% por medio de las redes sociales.

Cálculo del mercado meta

Según el procesamiento de los datos obtenidos de la encuesta aplicada se determinó que Gs. 1.738.598.320 es el mercado Meta para el año 1.

Conclusión del Estudio de Mercado.

Por medio de los resultados obtenidos del estudio de mercado se pudo determinar la rentabilidad para iniciar la empresa de comercialización de productos para sublimar en la Ciudad de Ypané.

Los productos más requeridos en base a los resultados de la encuesta son Tazas / Hoppis / Papel para sublimar, tintas e impresoras.

Se ha obtenido una demanda en el cual arrojó un resultado en el que los encuestados prefieren adquirir productos para sublimar Y, por otra parte, en la oferta la competencia es muy amplia, ya que muchas empresas se dedican al mismo rubro.

El producto será ofrecido y su compra será procesada en el local de ventas de la empresa ubicada en la Avda. Gral. Bernardino Caballero de la Ciudad de Ypané, en la cual estarán los catálogos con los detalles de cada producto.

Se hará publicidad de los productos a través de las redes sociales, por obtener un 71% de aceptación por parte de los encuestados.

Estudio Técnico

Introducción.

El Estudio Técnico de un proyecto de inversión consiste en diseñar la función de producción óptima, que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto deseado, sea éste un bien o un servicio. “En resumen, se pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cuándo, cuanto, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto” (Baca, 2001).

Un proyecto de inversión debe mostrar, en su estudio técnico, las diferentes alternativas para la elaboración o producción del bien o servicio, de tal manera que se identifiquen los procesos y métodos necesarios para su realización, de ahí se desprende la necesidad de maquinaria y equipo propio para la producción, así como mano de obra calificada para lograr los objetivos de operación del producto, la organización de los espacios para su implementación, la identificación de los proveedores y acreedores que proporcionen los materiales y herramientas necesarias para desarrollar el producto de manera óptima, así como establecer un análisis de la estrategia a seguir para administrar la capacidad del proceso para satisfacer la demanda durante el horizonte de planeación. Con ello se tiene una base para determinar costos de producción, los costos de maquinaria y con los de mano de obra.

Objetivo General.

Determinar la ubicación adecuada para la apertura de un negocio de comercialización de productos para sublimar en la ciudad de Ypané año 2022.

Objetivos Específicos.

- Determinar la estructura organizacional para el funcionamiento de la empresa de comercialización de productos para sublimar en la Ciudad de Ypané.
- Determinar la estructura operativa de la empresa.

Justificación.

En este estudio se podrá determinar la estructura de la empresa como también los requisitos legales para la apertura de la misma, los conocimientos teóricos de investigación.

La importancia del estudio técnico se deriva de la posibilidad de llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación aproximada o exacta de los recursos que serán necesarios para el proyecto; además de proporcionar información de utilidad al estudio económico-financiero.

Todo estudio técnico tiene como principal objetivo demostrar la viabilidad técnica del proyecto que justifique la alternativa técnica que mejor se adapte a los criterios de optimización.

Metodología

Se han considerado los aspectos que ayudan a determinar la instalación de una empresa dedicada a la Comercialización de Productos para sublimar tomando una estructura que abarque los puntos más importantes en la creación de un negocio.

Bases Teóricas

Empresa

Julio García y Cristóbal Casanueva, definen la empresa como una "entidad que mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados".

El concepto de empresa refiere a una organización o institución, que se dedica a la producción o prestación de bienes o servicios que son demandados por los consumidores; obteniendo de esta actividad, una ganancia. Para el correcto desempeño de la producción estas se basan en planificaciones previamente definidas, estrategias determinadas por el equipo de trabajo.

Fuente: <https://concepto.de/empresa/#ixzz7ZRYvkwTQ>

Estructura de una empresa

La estructura de una empresa puede ser constituida de diferentes formas existiendo relaciones tanto jerárquicas (presidente, vicepresidente, directores, gerentes, etc.), como lineales. En estas últimas, no existirán cargos de mayor importancia que otros, por lo que todos los empleados gozarán de los mismos beneficios y serán instados a cubrir las mismas obligaciones.

Actualmente son muy comunes las llamadas PYMEs. La sigla corresponde a Pequeñas Y Medianas Empresas, lo cual nos indica que se trata de aquellas que si bien comparten la mayoría de las características con el resto de las empresas, tienen fundamentalmente una capacidad de producción y presupuesto limitado.

Pero además, una de las limitaciones más importantes es la ocupacional, es decir, su capacidad de contratar personal; y es de suma importancia dado que para el crecimiento de una empresa siempre será el capital humano un factor fundamental.

Fuente: <https://concepto.de/empresa/#ixzz7ZRaLcNy6>

Empresa Unipersonal

Se entiende por unipersonal todo aquello que está integrado o realizado por una sola persona. Así tenemos hogares unipersonales, con un solo morador; empresas unipersonales, de un solo dueño, trabajos unipersonales, realizados también por uno solo, etcétera.

Las empresas unipersonales, pueden integrarse de una persona física o de una jurídica, siempre que reúnan las condiciones que se necesiten para ejercer el comercio. Para que los empresarios individuales puedan limitar su responsabilidad, se los autorizó a constituir sociedades unipersonales, pues de lo contrario, deberían responder con todo su patrimonio por las deudas de la empresa, lo que implicaría una desventaja con respecto a otras sociedades de al menos dos socios como el caso de una SRL, donde la responsabilidad se limita a lo que exista como capital social.

Recuperado de: (<https://deconceptos.com/ciencias-sociales/unipersonal/>).

Estructura Organizacional

Es “la distribución formal de los empleos dentro de una organización, proceso que involucra decisiones sobre especialización del trabajo, departamentalización, cadena de mando, amplitud de control, centralización y formalización” (Robbins, 2005,).

Organigrama

Expone Chiavenato, Idalberto. (2006), como sigue: “Es el diagrama que representa la estructura formal de la empresa”.

El organigrama de una empresa es un esquema gráfico que representa la estructura interna de una organización, reflejando las relaciones jerárquicas y las competencias de la misma. Este esquema brinda información esencial sobre las estructuras departamentales y la organización de una empresa para comprenderla de un vistazo.

¿Para qué sirve un organigrama?

Detectar fallos en la estructura organizacional.

El organigrama de una empresa es una valiosa herramienta para optimizar la gestión de los recursos humanos pues permite detectar la duplicidad de roles y tareas, aquellas funciones importantes dentro de la organización que han sido descuidadas o una departamentalización inadecuada que afecte la productividad.

Distribuir mejor la autoridad. El organigrama empresarial también permite detectar problemas en la unidad de mando que afecten la comunicación y la competitividad. Puede reflejar, por ejemplo, los desequilibrios en el sistema de control o una falta de claridad en el tipo de autoridad.

Actualizar el sistema de personal. El organigrama no solo refleja la estructura organizativa, también sirve para realizar actualizaciones que faciliten el flujo de información y mejoren la eficiencia empresarial. Es un elemento básico para realizar estudios de descripción y análisis de cargos, planes de administración de salarios y en sentido general para proyectar, implementar y controlar los sistemas de personal.

Comunicar la estructura interna. El organigrama tiene una importante función comunicativa pues indica a los empleados su posición en la empresa, su interrelación con otros puestos y las posibilidades de ascender en la cadena de mando.

El organigrama de una empresa es una estructura que se puede representar de diferentes maneras, no solo desde el punto de vista gráfico sino también según el tipo y la cantidad de información que se desee reflejar.

Tipos de organigramas de una empresa

1. Según su naturaleza

Microadministrativos. Esta clase de organigrama se usa para representar una sola empresa, ya sea de manera global o según las áreas que la conforman.

Macroadministrativos. Incluye información de diferentes empresas, negocios o instituciones por lo que, debido a su complejidad, representa las unidades empresariales de manera simplificada.

Mesoadministrativos. Este tipo de organigramas representa a las empresas de un mismo sector o rama específica, por lo que sirven para medir el volumen de actividad de cierto ámbito o regularizar un sector.

2. Según la representación gráfica

Verticales. Representan las unidades ramificadas que conforman una empresa, de manera piramidal, desde los niveles superiores hasta los inferiores.

Horizontales. Despliegan las unidades de izquierda a derecha, con los niveles jerárquicos ordenados por columnas, representando las relaciones entre las unidades con líneas horizontales.

Mixtos. Este tipo de organigrama combina la representación vertical y horizontal para reproducir con mayor fidelidad la estructura empresarial, siendo útil para las organizaciones que tienen muchas unidades en su base.

De bloque. Es una variante del organigrama vertical, pero incluye más unidades en un espacio más reducido, por lo que refleja las unidades que se encuentran en los últimos niveles jerárquicos.

Circulares. En este tipo de organigrama la unidad de mayor jerarquía se coloca en el centro de una serie de círculos concéntricos, cada uno de los cuales representa un nivel de autoridad que decrece hacia los extremos, por lo que las unidades de idéntica jerarquía se ubican dentro de un mismo círculo.

3. Según su ámbito

Generales. Contienen información de la empresa solo hasta determinado nivel jerárquico, generalmente a nivel de departamento, según sus características y magnitud.

Específicos. Recoge información más detallada sobre la estructura específica de un área de la empresa.

4. Según su finalidad

Informativo. Estos organigramas incluyen las partes principales de la estructura empresarial, pero están dirigidos a personas no especializadas ajenas a la empresa.

Analítico. Este tipo de organigrama incluye aspectos específicos del comportamiento y la actividad empresarial pues está dirigido a profesionales familiarizados con la organización.

5. Según su contenido

Integrales. Representan todas las unidades administrativas de una empresa, así como sus relaciones jerárquicas y de dependencia.

Funcionales. Incluyen las principales funciones que realizan los diferentes departamentos, representando además las unidades y sus interrelaciones.

De puestos, plazas y unidades. Esta clase de organigrama se centra en los puestos existentes o necesarios para cada unidad de la empresa. Extraído de:

<https://es.eserp.com/articulos/organigrama-empresa/>

Flujograma

Un flujograma o diagrama de flujo consiste en una figura o gráfico que representa una serie de procesos o un grupo de actividades por medio de símbolos.

Por tanto, la principal utilidad de un flujograma es que muestra de un solo vistazo un proceso que puede ser complejo.

Cómo hacer un flujograma

Cuando buscamos la sencillez y la claridad, no podemos complicarnos demasiado. A veces, encontramos diagramas de este tipo que en vez de aclarar confunden. Por eso, conviene tener en cuenta unas recomendaciones básicas:

Planificar. Todo parte de un plan. Por eso, para crear una imagen de un proceso debemos tener claro cuáles son los pasos que se van a dar. Tiene que ser lo más detallado posible y mejor si se escribe.

Elegir. Una vez tenemos claro dónde queremos ir, hay que elegir el camino. Para hacerlo, decidimos cómo lo vamos a representar, con qué colores, figuras o diseño. Porque no solo debe ser sencillo, también es importante que sea atractivo a la vista.

Ejecutar. Este paso es, quizá, el más relevante. Debemos crearlo y hacerlo con lógica. El ejemplo que veremos al final es un caso sencillo, pero los procesos reales pueden complicarse mucho.

Comprobar y mejorar. Como todo en la vida, un diagrama de flujo también es mejorable. Por eso, antes de publicarlo en la empresa, conviene escuchar segundas y terceras opiniones. Además, una vez puesto en marcha, habrá que hacer mejoras, seguro. Extraído de: <https://www.ingenioempresa.com/diagrama-de-flujo/>

Ilustración 9 *Flujogramas de compras*

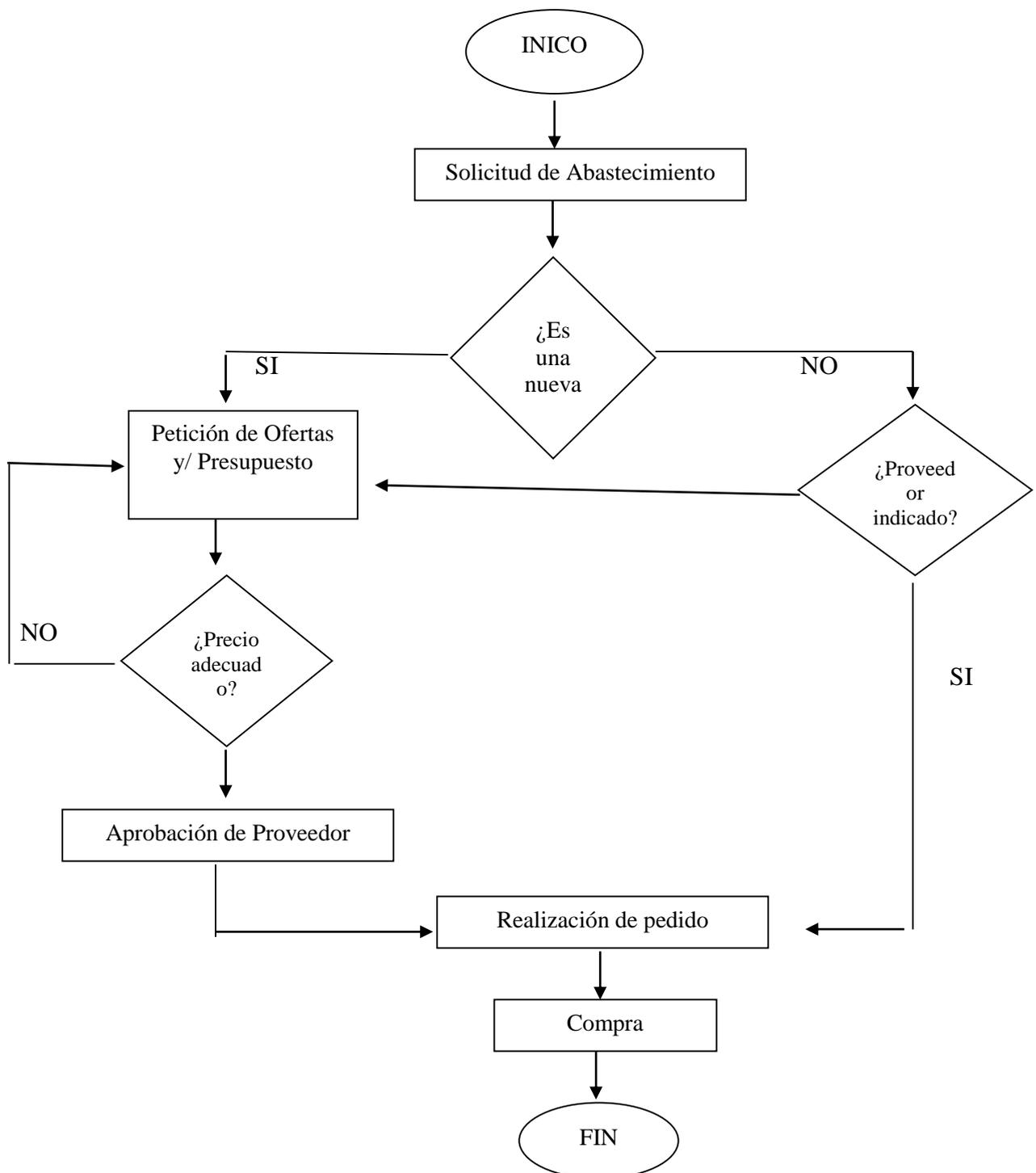
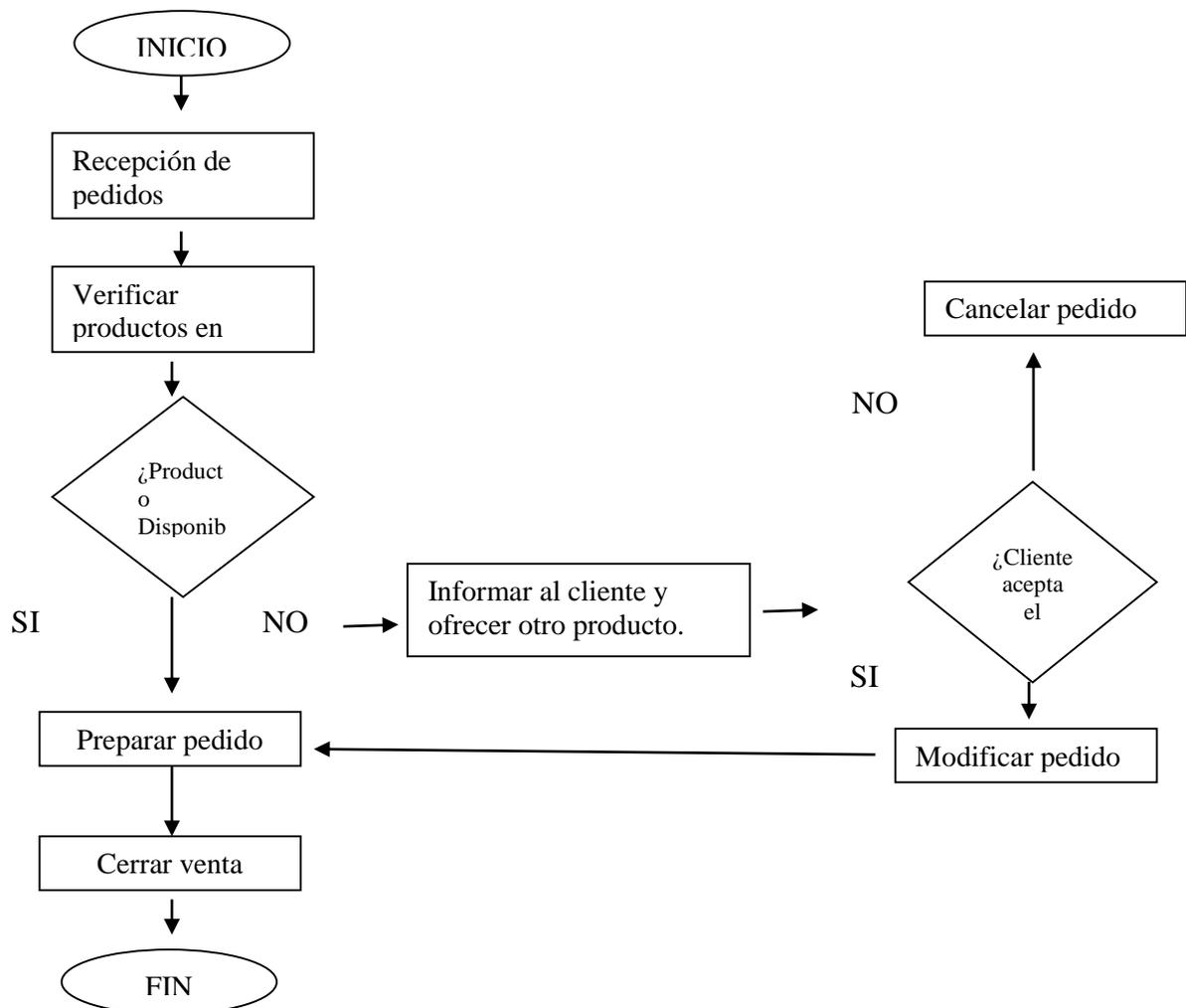
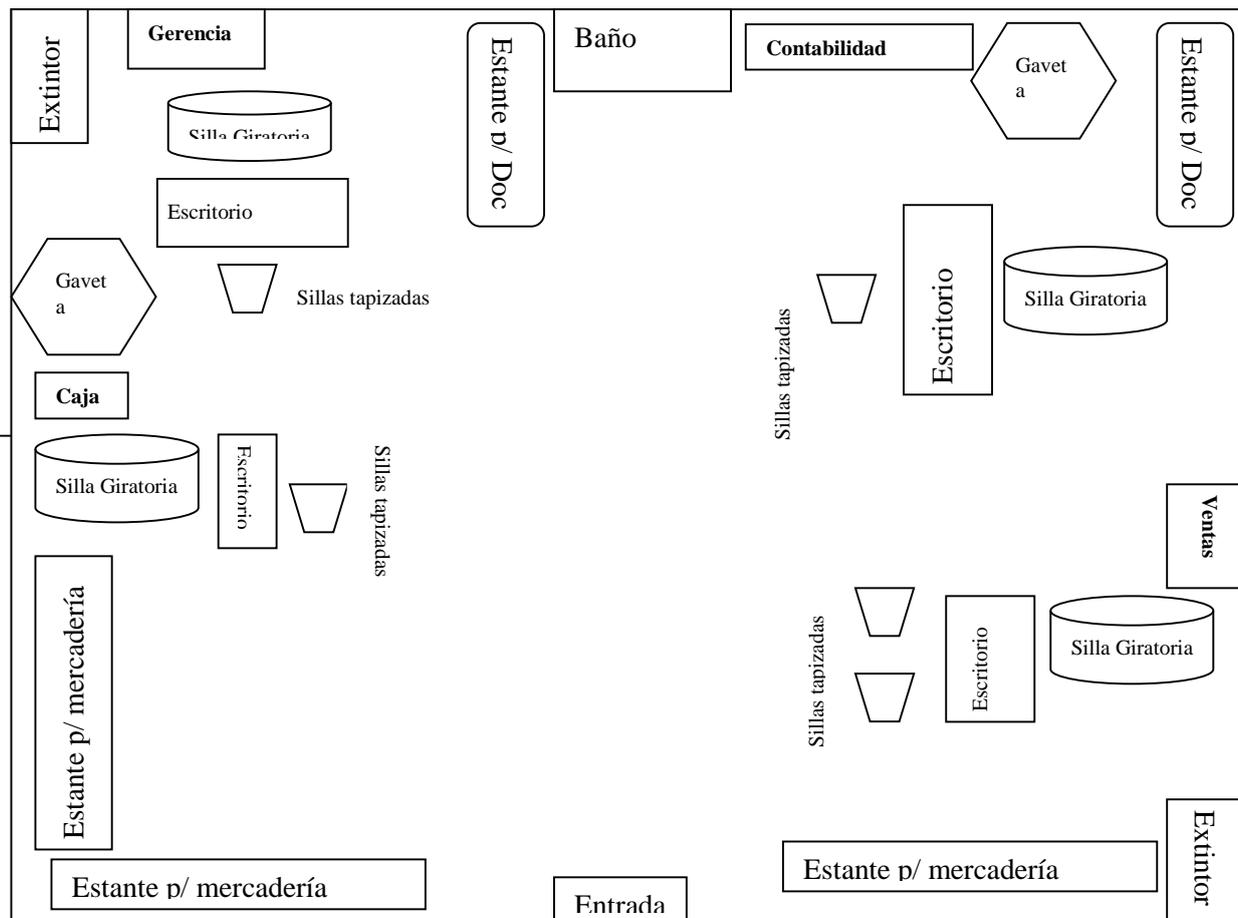


Ilustración 10 *Flujogramas de ventas*

Lay Out

En el área empresarial, podemos decir que el término es utilizado para hacer referencia a la forma en que se encuentra distribuida el área de trabajo, es decir, el diseño que se siguió para distribuir las computadoras, mesas de trabajo, áreas de reuniones, espacios para recreación y descanso, así como los comedores y baños o áreas de aseo. En este ámbito, pues, el *layout*, tiene que ver con el diseño de la propia oficina o empresa y la forma en que esta se encuentra esta distribuida en sus distintas áreas. Extraído de: <https://www.significados.com/layout/>

Imagen 11 Lay Out

Manual de funciones y Procedimientos

Un manual de funciones es un documento donde se detallan las actividades; “un proceso que consiste en enumerar las tareas o funciones que lo conforman y lo diferencian de los demás cargos de la empresa, es la enumeración detallada de las funciones del cargo que hace el ocupante, la periodicidad de la ejecución y los objetivos del cargo” (Para Chiavenato 2009).

El Manual de Funciones y Procedimientos es un instrumento administrativo que requiere toda organización, el cual permita el mantenimiento de los recursos y controlar sus actividades, mediante la emisión de lineamientos y políticas de las empresas con relación al giro propio de sus actividades, ya sea a la producción de bienes o de servicios; este documento enfoca principalmente a la administración de los recursos humanos, principal componente de la estructura organizacional, ya que a través del desempeño y aporte cotidiano en el trabajo, permitirá el cumplimiento de objetivos y metas, así también, contribuyan al mejoramiento y desarrollo de la empresa.

El Manual de funciones, describe de manera básica las ocupaciones de los diferentes puestos, sin entrar en detalles, ya que esto se trata específicamente en el manual de procedimientos establecido para la empresa, se deben describir brevemente cada una de las funciones, las responsabilidades básicas, los límites y la esencia del cargo. Además, incluye la identificación del cargo, la dependencia a la que pertenece, el número de cargos y el cargo de su jefe inmediato. Finalmente, se describe cuáles serían los requisitos del perfil para cada uno de los cargos, para poder realizar una adecuada selección de personal tomando en cuenta los estudios, experiencia y conocimientos.

Con respecto, al Manual de Procedimientos, se puede señalar que es un instrumento administrativo que apoya el trabajo diario de las diferentes áreas de una empresa. Estos manuales describen en forma sistemática, tanto las acciones como las operaciones que deben seguirse para el adecuado funcionamiento de la empresa. Además, con los manuales puede hacerse un seguimiento adecuado y secuencial de las actividades ya establecidas en orden lógico y en un tiempo definido.

Las ventajas de contar con manuales de procedimientos, son de proporcionar apoyo a las diferentes actividades que realizan de manera cotidiana en una empresa y también permite que se haga un seguimiento secuencial de las tareas, además, es muy útil porque es un instrumento de comunicación efectivo porque detalla de manera específica los pasos a seguir en el cumplimiento de las funciones asignadas. Contar con un Manual de Procedimientos es necesaria para la implementación de un Sistema de Control Interno, pues este manual es uno de los elementos más eficaces para la toma de decisiones en la administración, ya que facilitan el aprendizaje al personal respecto a sus funciones, permiten la orientación precisa que requiere la acción humana en las unidades administrativas y en el ámbito operativo o de ejecución de una manera clara y sencilla, de esta manera, permita lograr las tareas que se le han asignado y también mejorar y orientar los esfuerzos de un empleado.

La elaboración, aplicación e implementación del Manual de Funciones y Procedimientos, es fundamental en la estructura organizacional, ya que, con esta herramienta se identifican los propósitos y necesidades de la empresa, además, permita precisar las tareas, líneas de autoridad, determinar las responsabilidades, evitar duplicidad de funciones, con el fin de lograr los objetivos trazados por la organización de manera eficaz y eficiente.

En conclusión, un Manual de Funciones y Procedimientos, para su respectiva implementación debe estar debidamente elaborado, pues este documento permite al empleado de la institución o empresa, conocer de manera clara con respecto al cumplimiento de sus funciones, qué debe hacer, cómo, cuándo y dónde debe hacerlo, conociendo también los recursos y requisitos necesarios para cumplir una determinada tarea. Recuperado de <https://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/24281#:~:text=El%20Manual%20de%20Funciones%2C%20es,normas%20y%20que%20resumen%20el>

Misión

Martínez y Milla (2005) expresan que “mientras de que la declaración de visión es amplia, la declaración de misión ha de ser más específica y centrada en los medios a través de los cuales la empresa competirá”

Visión

Es 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. (Fleitman, 2000).

Desarrollo del estudio técnico

Localización

La empresa contará con un showroom en la ciudad de Ypané en la Avd. Gral. Bernardino Caballero.

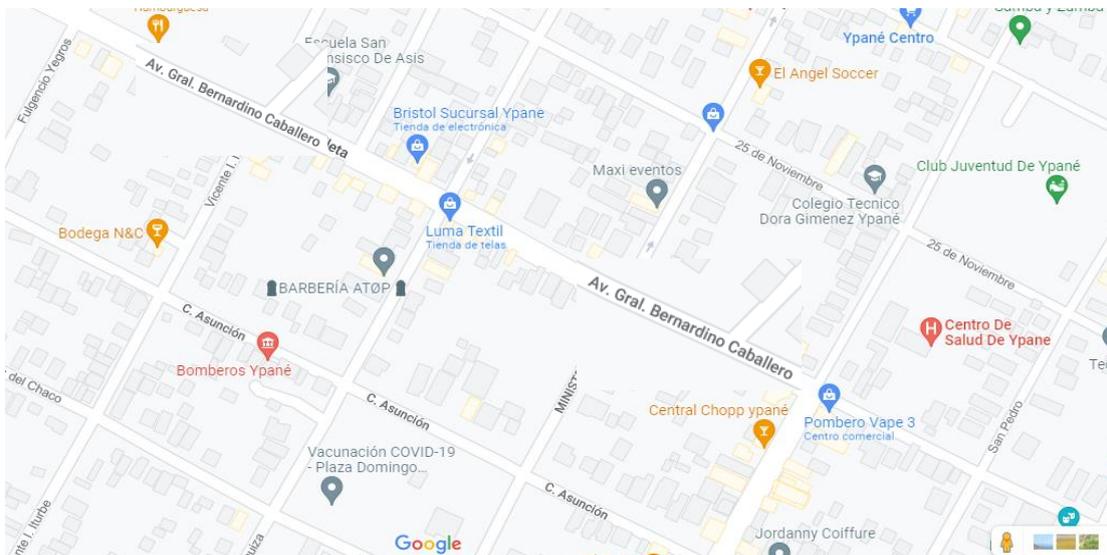


Ilustración 12. *Locación del showroom.*

Organización de la empresa.

Forma jurídica, visión, misión, organigrama, descripción de funciones, compromisos sociales y legales.

Aspecto Ambiental

La empresa está comprometida con el medio ambiente, es por ello que se busca concientizar y minimizar el uso de plásticos y cualquier otro elemento que perjudique al medio ambiente.

Por ende, los productos para envío por delivery o compra en el showroom, serán empaquetados y entregados en bolsas reutilizables, dentro y fuera del local estarán instalados basureros de reciclajes.

Misión

Comercializar productos para sublimar de alta calidad e innovación, que cumplan con las expectativas de los clientes.

Visión

Ser una empresa reconocida como líder, por la alta calidad de los productos y buen asesoramiento a cada cliente.

Valores de la Empresa

Transparencia.

Excelencia

Responsabilidad.

Puntualidad en las entregas

Diligencia

Organigrama

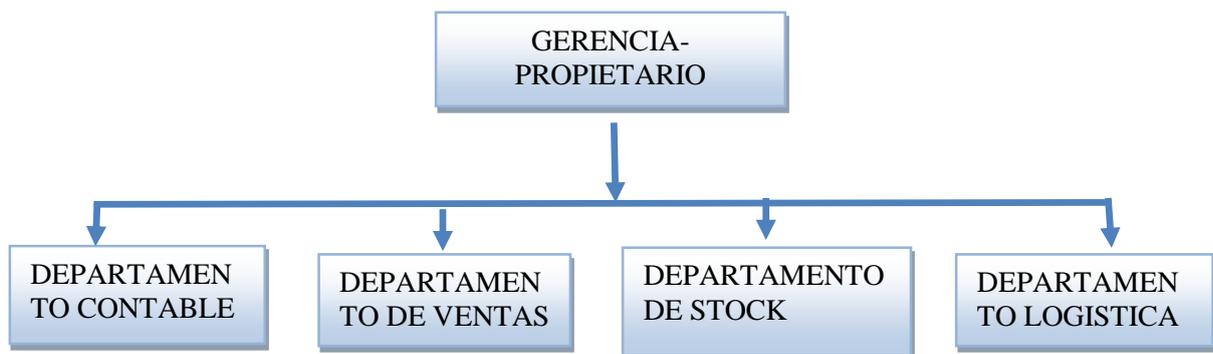


Ilustración 13. *Organigrama*

Manual de Funciones

		Manual de Organización y Funciones			
		<i>Sublimac</i>			
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO					
Nombre del puesto:		Propietaria – Gerente			
Puesto al que reporta:		No aplica			
2. FUNCIONES DEL PUESTO					
1	Establecer metas y objetivos de la empresa.				
2	Utilizar los recursos disponibles de la empresa para el logro de los objetivos.				
3	Distribución de las utilidades.				
4	Supervisar el área administrativa y el área de ventas.				
5	Delegar puestos y funciones.				
6	Encargada de seleccionar y contratar a los empleados.				
Preparado por	Fecha	Firma	Aprobado por	fecha	firma

		Manual de Organización y Funciones			
		Sublimac			
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO					
Nombre del puesto:		Contador			
Puesto al que reporta:		Propietaria – Administradora			
2. FUNCIONES DEL PUESTO					
1	Recibir, clasificar, controlar, archivar y registrar las operaciones de compras y ventas en el sistema informático.				
2	Mantener actualizado un adecuado archivo de los comprobantes que respaldan los registros contables y poner a disposición de las unidades de control internas y externas cuando estas lo requieran.				
3	Redactar contratos individuales de trabajo.				
4	Preparar liquidaciones de Salario, según planilla de IPS.				
5	Comunicación digital por la Web al MTESS todas las entradas, salidas, vacaciones, amonestación, suspensión, reposo, duelo, permisos, maternidad, y todo lo relacionado al movimiento de funcionarios				
6	Ejecutar gestiones ante IPS, MTESS, SET, u otras entidades públicas cuando sean requeridas.				
Preparado por	Fecha	Firma	Aprobado por	fecha	firma

		Manual de Organización y Funciones			
		Sublimac			
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO					
Nombre del puesto:		Vendedora			
Puesto al que reporta:		Propietaria – Administradora			
2. FUNCIONES DEL PUESTO					
1	Brindar atención al cliente				
2	Llevar un registro de las ventas diarias				
3	Llevar un registro de insumos, suministros y productos				
4	Planificar estrategias de ventas				
5	Supervisar los productos demandados por los clientes				
6	Promocionar a la empresa				
Preparado por	Fecha	Firma	Aprobado por	fecha	firma

		Manual de Organización y Funciones			
		<i>Sublimac</i>			
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO					
Nombre del puesto:		Deposito			
Puesto al que reporta:		Propietaria – Administradora			
2. FUNCIONES DEL PUESTO					
1	Recepcionar y almacenar las mercaderías				
2	Colocar códigos a los productos.				
3	Mantiene la higiene en góndolas y muebles en los que exhibe mercadería.				
4	La preparación de los pedidos				
5	Mantener un registro de los productos exhibidos.				
6	Verificar productos defectuosos.				
Preparado por	Fecha	Firma	Aprobado por	fecha	firma

		Manual de Organización y Funciones				
		<i>Sublimac</i>				
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO						
Nombre del puesto:		Chofer				
Puesto al que reporta:		Propietaria – Administradora				
2. FUNCIONES DEL PUESTO						
1	Cargar los paquetes a ser entregados					
2	Establecer la ruta más eficiente para realizar la entrega de mercaderías					
3	Inspeccionar los vehículos antes de su salida					
4	Llevar un registro de los paquetes entregados					
5	Reportar emergencias, retrasos o accidentes					
6	<p>Realizar reparaciones menores en el vehículo</p> <p>Cambiar las llantas de ser necesario.</p> <p>Colocar refrigerante cuando sea necesario.</p>					
Preparado por		Fecha	Firma	Aprobado por	fecha	firma

		Manual de Organización y Funciones			
		<i>Sublimac</i>			
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO					
Nombre del puesto:		Cajero			
Puesto al que reporta:		Propietaria – Administradora			
2. FUNCIONES DEL PUESTO					
1	Apertura y cierre de caja.				
2	Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la empresa				
3	Imprimir ticket o factura.				
4	Imprimir reportes de caja y ventas.				
5	Realizar arqueo al diario al cierre.				
6	Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.				
Preparado por	Fecha	Firma	Aprobado por	fecha	firma

Ilustración 14- Logotipo de la empresa



Significado de los colores

El naranja estimula la actividad mental y sea asocia a creatividad y a la felicidad. Incita a la compra y encaja muy bien con el público joven.

Es un color positivo, denota alegría, inteligencia y felicidad. Estimula la actividad mental y promueve la acción. Es ideal para llamar la atención, pero hay que ser precavido, ya que en grandes dosis puede transmitir irritabilidad.

El verde puede representar un nuevo comienzo y crecimiento. También significa la renovación y la abundancia. El significado del color azul es diferente dependiendo del tono exacto y la tonalidad de azul, y es que el significado de los colores no depende exclusivamente del que se esté estudiando, sino también de la intensidad del mismo. En general se asocia con estabilidad, representa lealtad y confianza.

El negro se utiliza para productos elegantes, sofisticados y de lujo, aunque también para buscar un gran contraste al mezclarlo con otros colores.

Tipo empresa:

Unipersonal

En el 2019, en Asunción, Paraguay se promulga la Ley 6380 de “DE MODERNIZACIÓN Y SIMPLIFICACIÓN DEL SISTEMA TRIBUTARIO NACIONAL.”

Determina como hecho generador en su Art. 1º, “Créase un Impuesto a la Renta Empresarial (IRE), que gravará todas las rentas, los beneficios o las ganancias de fuente paraguaya que provengan de todo tipo de actividades económicas, primarias, secundarias y terciarias, incluidas las agropecuarias, comerciales, industriales o de servicios, excluidas aquellas rentas gravadas por el IRP. Constituirá igualmente hecho generador del impuesto, las rentas generadas por los bienes, derechos, obligaciones, así como los actos de disposición de éstos, y todo incremento patrimonial del contribuyente”.

Y en su Art. 2º determina como contribuyente en su punto 1. Las Empresas Unipersonales y las sucesiones indivisas de los propietarios de estas empresas.

Y define como Empresa Unipersonal en su Art. 3°, Se considerará empresa unipersonal a toda unidad productiva perteneciente a una persona física que se conforma de manera organizada y habitual, utilizando conjuntamente el trabajo y el capital, con preponderancia de este último, con el objeto de obtener un resultado económico. A estos efectos, el capital y el trabajo pueden ser propios o ajenos. Quedarán comprendidas las siguientes actividades económicas: en su punto 2. *Compra - venta de bienes.*

Régimen tributario

La empresa de Comercialización de insumos consumibles será unipersonal por la que estará obligada a los siguientes tributos: IRE SIMPLE, IVA mensual.

Aspecto Legal

La empresa de Comercialización de Productos para Sublimar, será unipersonal. Por ello será contribuyente del IVA.

Para su apertura se solicita:

- Un original del Formulario N° 1, de Apertura de empresas Unipersonales.
- Fotocopia autenticada de Cédula de Identidad del propietario.
- Un original de la Constancia de RUC de la Persona Física.
- Original de la Cédula Tributaria.

En el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social, se dará lugar a la inscripción de patronales unipersonales (personas físicas), para lo que se solicita:

- Formulario de Inscripción Patronal firmado por el propietario.
- Fotocopia de cédula de identidad del propietario.
- Constancia de inscripción del empleador en IPS.
- Constancia y Cédula del Registro Único del Contribuyente (RUC).
- Lista del personal con N° de cédula de identidad en hoja firmada por el propietario.

En el Instituto de Previsión Social, para la inscripción patronal es necesario:

- Fotocopia de C.I del Empleador.
- Fotocopia del RUC.
- Constancia de inscripción en el RUC.

para Inscripción Patronal Personas Físicas:

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

Empresa Unipersonal requisitos documentales:

Fotocopia de C.I. del Empleador

Fotocopia del RUC

Constancia de Inscripción en el RUC

En la Municipalidad de Ypané, se debe solicitar la licencia para la habilitación del negocio, para lo cual, se deben presentar:

- Declaración Jurada “Negocio”.
- Autorización del propietario para el uso del Inmueble.
- Informe de uso de sueldo - Patente y Licencia.
- C.I del Titular firmante de la Declaración Jurada.
- C.I del Propietario del Inmueble, cuando el titular no es dueño del local.
- RUC del Negocio, otorgado por la SET - Ministerio de Hacienda.
- Certificado de no adeudar tributos al Estado.
- Factura Municipal al día, correspondiente al pago del Impuesto de “Patente de Comercio e Industria” del negocio.
- Plano del Local Esquema Básico para las construcciones pequeñas, firmado por Constructor Categoría B (hasta 500 m²) o por Arquitecto y/o Ingeniero Civil, si los mismos están registrados en la Municipalidad de Ypané.
- Plano de Sistema Básico PCI (p/ las construcciones de gran envergadura, según el uso y m²).

Equipamientos e Inmuebles

Se alquilará una local, los equipamientos necesarios para el local serán escritorio, sillas, estantes archivadores, teléfonos inalámbricos, notebooks, impresora.

Tabla N° 11. Muebles

Muebles y Equipos	
Cant	Descripción
4	Escritorios
4	Sillas Giratorias
2	Sillas tapizadas
2	Estante para documentos
3	Estante para mercaderías
4	Telefono Panasonic
1	Gavetas para archivo
3	Calculadoras Casio

Fuente: Elaborado por la proyectista

Tabla N° 12. Equipos informáticos

Equipo Informática	
Cant	Descripción
4	Notebook HP
3	Impresora hp
1	caja registradora
1	sistema de facturación y contable

Fuente: Elaborado por la proyectista

Tabla N° 13. Rodados

Rodados	
Cant	Descripción
1	Vehiculo toyota funcargo, motor 1.500

Fuente: Elaborado por la proyectista

Tabla N° 14. Instalaciones

Instalaciones	
Cant	Descripción
2	Acondicionador de Aire 18,000BTU MARCA JAM
2	Extintores

Fuente: Elaborado por la proyectista

Proveedores

La empresa ALTATEC S.A., es una empresa muy importante y reconocida en el país con este modelo de negocio. Se dedica exclusivamente a la comercialización masiva de productos para sublimación, y de comunicación visual trabajando con terceros.

Teniendo una amplia variedad de productos con una excelente calidad de los mismos se opta por trabajar con esta empresa.

ALTATEC S.A. proveerá de los productos por cantidad para su exhibición y comercialización en el showroom. Para la toma de pedidos, habrá dos opciones, la primera sería ingresar su pedido a la página web, la segunda opción es que pueden acudir al showroom para realizar el pedido, como así también estará disponible el número telefónico para hacer pedidos vía llamadas o vía mensajes de Whatsapp. Los pedidos quedaran registrados y se tendrá comunicación con ALTATEC S.A. para producir los pedidos exclusivos que, desde su casa central ubicada en Tte. Solis N° 4346 c/ Santa Cruz de la Sierra ellos enviaran los pedidos al showroom.

Tecnología

La empresa contará con una plataforma web donde los clientes podrán visualizar los productos disponibles en el showroom también así podrán realizar sus pedidos.

Conclusión del Estudio Técnico.

Por medio de los resultados obtenidos del estudio técnico se pudo determinar la rentabilidad técnica para iniciar la empresa de Comercialización de productos para sublimar en la ciudad de Ypané.

Dado que los productos serán gestionados, teniendo en cuenta el favorecimiento que tiene cada cliente en la forma de adquisición del producto, ya sea a través de la web o en el showroom. La oficina administrativa y el punto de venta tendrán lugar en Avd. Gral. Bernardino Caballero de la ciudad de Ypané, por ser el lugar más frecuentado de la zona.

Contando con el personal necesario para realizar las gestiones administrativas con eficiencia, se observa que se reúnen todos los requisitos necesarios para la apertura de un negocio de comercialización de productos para sublimar.

Estudio Financiero

Introducción

El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo.

El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción.

Objetivo General

Determinar el capital necesario para la apertura de un negocio de comercialización de productos para sublimar.

Objetivos Específicos

- Determinar el presupuesto de gastos de funcionamiento de la empresa
- Determinar e interpretar las ratios financieras.

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.

Bases Teóricas

Fuentes de Financiación.

De acuerdo a Suárez (2008), las empresas necesitan acceder a recursos financieros a fin de poder llevar a cabo su actividad, estos recursos los clasifica según su origen en financiación interna y externa.

- **Financiación interna (propia):** También la denomina autofinanciación ya que considera la propia generación de recursos que la empresa realiza sin tener que buscarlos en el mercado financiero. Las principales fuentes son las siguientes: reservas (retención de beneficios), amortizaciones, provisiones y previsiones.

- **Financiación externa (terceros):** Son los recursos que la empresa consigue fuera y que a veces busca acceder debido a que la financiación interna no logra ser suficiente o aunque la empresa pueda autofinanciar todas sus inversiones, exista otras razones por las cuales elegiría financiamiento externo. El autor menciona que las empresas pueden acceder a este tipo de financiamiento de estas formas: (a) aumentando el capital mediante emisión de acciones, (b) emitiendo obligaciones de manera que la empresa se endeuda o (c) accediendo a préstamos a corto, mediano o largo plazo en el mercado financiero de Terceros.

Capital Operativo

Maighs en su Libro Contabilidad base para las decisiones gerenciales, 1995, define el Capital de Trabajo como "El exceso de los Activos Corrientes sobre los Pasivos Corrientes".

El libro Administración y Gerencia edición 2000-2003 expresa "El Capital de Trabajo puede definirse como la diferencia que se presenta entre los Activos y Pasivos Corrientes de la empresa".

Geovanny E. Gómez en su artículo Administración del Capital de Trabajo, noviembre del 2003, expresa: "El Capital de Trabajo puede definirse como la diferencia que se presenta entre los Activos y Pasivos Corrientes de la empresa. Se puede decir que una empresa tiene un Capital Neto de Trabajo cuando sus Activos Corrientes sean mayores que sus Pasivos a Corto Plazo".

Cargo diferido

Los pagos anticipados o cargos diferidos son activos derivados de pagos efectuados en efectivo o equivalentes con la finalidad de asegurar el abastecimiento de bienes, servicios u otros beneficios que se van a recibir en el desarrollo normal de las operaciones futuras de la entidad. (NIF C-5, 2017)

Extrapolación en estadística

El método de extrapolación es un método científico lógico que consiste en suponer que el curso de los acontecimientos continuará en el futuro, convirtiéndose en las reglas que se utilizarán para llegar a una nueva conclusión. Es decir, se afirma a ciencia cierta que existen unos axiomas y éstos son extrapolables a la nueva situación. (Armstrong, 1993)

Presupuesto.

Según Burbano y Ortiz (2004) un presupuesto es una estimación programada, de manera sistemática, de las condiciones de operación y de los resultados a obtener por un organismo en un periodo determinado. También dice que el presupuesto es una expresión cuantitativa formal de los objetivos que se propone alcanzar la administración de la empresa en un periodo, con la adopción de las estrategias necesarias para lograrlos.

Presupuesto personal.

Según Ferreira, Hugo (2009) la forma más eficiente de calcular el costo del recurso humano es desagregando al máximo las funciones y tareas que se deben realizar en la operación del proyecto, con el objeto de definir el perfil de quienes deben ocupar cada uno de los cargos identificados y calcular la cuantía de remuneraciones asociadas con cada puesto de trabajo.

Presupuesto de Compras.

En el diccionario Contable y Comercial. (2003) "Procedimiento planificado para determinar la forma más económica y exacta posible de fabricar un producto o prestar un servicio, teniendo en intervenir en la estructura de costos".

Presupuesto de ventas.

Según Ferreira, Hugo. (2009) es la instancia siguiente en la etapa de recolección de datos para la preparación del presupuesto general y el mismo es de vital importancia, por lo que determina el éxito o fracaso del programa, mismo por su influencia directa en los presupuestos operativos y financieros.

Presupuesto de Gastos de Funcionamiento.

Según Ferreira, Hugo. (2009). "Se conoce como gasto de funcionamiento a todo sacrificio económico o financiero que se realiza en la empresa para generar un ingreso" entre ellos están los gastos de personal, gastos generales, y gastos de operación.

Contabilidad.

Según el libro CONTABILIDAD BÁSICA Y DOCUMENTOS

MERCANTILES por Ayaviri García Daniel, describe el Concepto de Contabilidad como: "La Ciencia y/o técnica que enseña a clasificar y registrar todas las transacciones financieras de un negocio o empresa para proporcionar informes que sirven de base para la toma de decisiones sobre la actividad", consiste en la recopilación, registro la interpretación continua y sistemática de información determinada, permite procesar los datos relativos a todas las transacciones comerciales y las obligaciones expresadas en términos financieros en una empresa.

Balance

De acuerdo Guajardo (2005) un balance es el que presenta los montos del activo, pasivo y el capital en una fecha específica,, permitiendo así un reporte de información necesaria para tomar decisiones en las áreas de inversión. Es un informe detallado del estado financiero de una empresa, en un lapso de tiempo determinado, se compone de un resumen de todo lo que posee la empresa y lo que adeudan.

Estado de Resultados.

Según el postulado de Guajardo (2005, p. 39) el estado de resultados es aquel que tiene como fin determinar el monto por el cual los ingresos contables superan a los gastos contables, llamando al resultado en caso de ser positivo utilidad, y en caso contrario se le denomina pérdida.

Flujo de Efectivo.

También conocido como flujo de efectivo, flujo de liquidez o cash flow) es un documento o informe financiero que muestra los flujos de ingresos y egresos de efectivo (dinero en efectivo) que ha tenido una empresa durante un periodo de tiempo determinado. (Vilches Troncoso, Ricardo, 2019).

Análisis Financiero.

El Análisis Financiero es una técnica o herramienta que, mediante el empleo de métodos de estudio, permite entender y comprender el comportamiento del pasado financiero de una entidad y conocer su capacidad de financiamiento e inversión propia.

Gracias al Análisis Financiero es posible estimar el rendimiento de una inversión, estudiar su riesgo y saber si el flujo de fondos de una empresa alcanza para afrontar los pagos, entre otras cuestiones. (Núñez Álvarez, L. 2016).

Ratios Financiero

En el Diccionario de Contabilidad y Finanzas. (2002). Valor expresivo de la relación, razón o proporción existente entre dos variables representativas de distintos elementos de los estados económicos-financieros. Coeficiente o índice representado por un número que viene expresado en términos de otro que se toma como unidad y que es el resultado de dividir los dos números entre sí.

Muchos autores hacen referencia a la liquidez, pocos a la solvencia, pero algunos refieren el concepto de liquidez con el término de solvencia (Rubio, 2007); razón por la cual es necesario distinguir entre estas definiciones; pues, la liquidez implica mantener el efectivo necesario para cumplir o pagar los compromisos contraídos con anterioridad; mientras que la solvencia está enfocada en mantener bienes y recursos requeridos para resguardar las deudas adquiridas, aun cuando estos bienes no estén referidos a efectivo. (Gitman, 2003)

Para una empresa tener liquidez significa cumplir con los compromisos y tener solvencia refleja la disponibilidad que posee para pagar esos compromisos; esto indica que para que una empresa presenteliquidez es necesario que sea solvente con anticipación.

(Gitman, 2003)

Sin embargo, para Gitman, la liquidez se mide por la capacidad que posee una empresa para pagar sus obligaciones a corto plazo en la medida que se vencen.

(Gitman, 2003).

Análisis de Liquidez

Análisis de Liquidez Miden la capacidad de pago que tiene la empresa para hacer frente a sus deudas de corto plazo. Es decir, el dinero en efectivo de que dispone, para cancelar las deudas. Expresan no solamente el manejo de las finanzas totales de la empresa, sino la habilidad gerencial para convertir en efectivo determinados activos y pasivos corrientes. Facilitan examinar la situación financiera de la compañía frente a otras, en este caso los ratios se limitan al análisis del activo y pasivo corriente. (Aching Guzmán, C, 2015).

Depreciación

La depreciación es la distribución en forma sistemática del costo de un activo fijo entre su vida útil. (NIIF 17.18, 2019)

De acuerdo a Álvarez, en esta partida se registran las pérdidas de valor que sufren las maquinarias y los distintos equipos por su uso dentro de la empresa durante toda su vida útil. (Alvares y otros, 2004)

Ratio de liquidez general o razón corriente

El ratio de liquidez general lo obtenemos dividiendo el activo corriente entre el pasivo corriente. El activo corriente incluye básicamente las cuentas de caja, bancos, cuentas y letras por cobrar, valores de fácil negociación e inventarios. Este ratio es la principal medida de liquidez, muestra qué proporción de deudas de corto plazo son cubiertas por elementos del activo, cuya conversión en dinero corresponde aproximadamente al vencimiento de las deudas. (Aching Guzmán, C, 2015).

$$\text{Liquidez General} = \text{Activo Corriente} / \text{Pasivo Corriente} = \text{veces}$$

Ratio prueba ácida

Es aquel indicador que al descartar del activo corriente cuentas que no son fácilmente realizables, proporciona una medida más exigente de la capacidad de pago de una empresa en el corto plazo. Es algo más severa que la anterior y es calculada restando el inventario del activo corriente y dividiendo esta diferencia entre el pasivo corriente. Los inventarios son excluidos del análisis porque son los activos menos líquidos y los más sujetos a pérdidas en caso de quiebra. (Aching Guzmán, C, 2015).

$$\text{Ratio prueba ácida} = \frac{\text{Activo corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo corriente}} = \text{veces}$$

Ratio prueba defensiva

Permite medir la capacidad efectiva de la empresa en el corto plazo; considera únicamente los activos mantenidos en Caja- Bancos y los valores negociables, descartando la influencia de la variable tiempo y la incertidumbre de los precios de las demás cuentas del activo corriente. Nos indica la capacidad de la empresa para operar con sus activos más líquidos, sin recurrir a sus flujos de venta. Calculamos este ratio dividiendo el total de los saldos de caja y bancos entre el pasivo corriente. (Aching Guzmán, C, 2015).

$$\text{Prueba defensiva} = \text{Caja Bancos} / \text{Pasivo corriente} = \%$$

Ratio capital de trabajo Como es utilizado con frecuencia, vamos a definirla como una relación entre los Activos Corrientes y los Pasivos Corrientes; no es una razón definida en términos de un rubro dividido por otro. El Capital de Trabajo, es lo que le queda a la firma después de pagar sus deudas inmediatas, es la diferencia entre los Activos Corrientes menos Pasivos Corrientes; algo así como el dinero que le queda para poder operar en el día a día. (Aching Guzmán, C, 2015).

Capital de Trabajo = Act. Corriente – Pas. Corriente = %

Desarrollo del Estudio Financiero

Tabla N° 15. Inversión Inicial.

Resumen de Inversión inicial		Gravadas	IVA CF 10%	Totales
Gastos de Apertura	1.800.000			1.800.000
Capital Operativo	37.429.947			37.429.947
Muebles y Equipos	0	11.136.364	1.113.636	12.250.000
Equipo Informática	0	15.220.000	1.522.000	16.742.000
Rodados	0	18.181.818	1.818.182	20.000.000
Instalaciones	0	4.009.091	400.909	4.410.000
Garantía de Alquiler	0	1.818.182	181.818	2.000.000
Mercaderías	0	90.909.091	9.090.909	100.000.000
Totales	39.229.947	141.274.545	14.127.455	194.631.947

Fuente: Elaborado por la proyectista.

Tabla N° 16. Gastos de Apertura.

Gastos de Apertura	
Descripción	Costo
Matricula del Comerciante	300.000
RUC	350.000
Patente Municipal	400.000
Gastos de Inscripción en IPS	300.000
Gastos de Inscripción MTSS	300.000
Hojas Rubricadas	150.000
TOTAL	1.800.000

Fuente: Elaborado por la proyectista.

Tabla N° 17. Capital Operativo.

Capital Operativo (para un mes)			
Descripción	Importes	Gravadas	IVA CF10%
Agua	150.000	136.364	13.636
Energía Eléctrica	450.000	409.091	40.909
Internet	120.000	109.091	10.909
Seguros	500.000	454.545	45.455
Artículos de Limpieza	350.000	318.182	31.818
Papelería y Útiles de Oficina	250.000	227.273	22.727
Gastos de Publicidad	150.000	136.364	13.636
Honorarios Profesionales	3.000.000	2.727.273	272.727
Remuneración del Propietario	4.000.000	3.636.364	363.636
Alquiler del Local	2.000.000	1.818.182	181.818
Sueldos y Jornales	9.180.198		
I.P.S. Aporte Patronal	1.514.733		
Aguinaldo	765.017		
Caja	15.000.000		
Total	37.429.947	9.972.727	997.273

Fuente: Elaborado por la proyectista.

La inversión total para el funcionamiento del local de manera mensual es de Gs. 37.429.947, donde se cubren los gastos básicos para operar.

Tabla N° 18. Presupuesto de personal.

Presupuesto de Recursos Humanos							
Cargo	Lugar de Trabajo	Cantidad	Sueldo	total, sueldo	I.P.S...ap	Aguinaldo	Total
Gerente-Propietario	Oficina	1	4.000.000	4.000.000	660.000	333.333	8.993.333
Contador	Oficina	1	3.000.000	3.000.000	495.000	250.000	6.745.000
Chofer	Salón de Ventas	1	2.312.226	2.312.226	381.517	192.686	5.198.655
Cajero	Caja	1	2.289.324	2.289.324	377.738	190.777	5.147.163
Vendedor	Salón de Ventas	1	2.289.324	2.289.324	377.738	190.777	5.147.163
Depositero	Salón de Ventas	1	2.289.324	2.289.324	377.738	190.777	5.147.163
Total		6	16.180.198	16.180.198	2.669.733	1.348.350	36.378.479

Fuente: Elaborado por la proyectista.

Los presupuestos de salarios y cargas sociales son valores estimados a los estudios realizados para el primer año con una variación interanual en base a 3.8 %, en base al promedio de inflación interanual que es la base de aumento del salario legal vigente.

Tabla N° 19. Gastos de funcionamiento.

Presupuesto de gastos					
	<u>Años</u>	-	-	-	-
<i>Conceptos</i>	1	2	3	4	5
Gastos	283.622.366	292.108.693	294.078.105	303.857.652	313.969.243
Agua	1.800.000	1.860.840	1.923.736	1.988.759	2.055.979
Energía Eléctrica	5.400.000	5.582.520	5.771.209	5.966.276	6.167.936
Internet	1.440.000	1.488.672	1.538.989	1.591.007	1.644.783
Seguros	6.000.000	6.202.800	6.412.455	6.629.196	6.853.262
Artículos de Limpieza	4.200.000	4.341.960	4.488.718	4.640.437	4.797.284
Papelera y Útiles de oficina	3.000.000	3.101.400	3.206.227	3.314.598	3.426.631
Publicidad y Propaganda	1.800.000	1.860.840	1.923.736	1.988.759	2.055.979
Patentes e Impuestos	400.000	413.520	427.497	441.946	456.884
Honorarios Profesionales	36.000.000	37.216.800	38.474.728	39.775.174	41.119.575
Remuneración del Propietario	48.000.000	49.622.400	51.299.637	53.033.565	54.826.099
Alquileres Pagados	24.000.000	24.811.200	25.649.819	26.516.782	27.413.050
Sueldos y Jornales	110.162.376	113.885.864	117.735.207	121.714.657	125.828.612
I.P.S. Aporte Patronal	18.176.792	18.791.168	19.426.309	20.082.918	20.761.721
Aguinaldo	9.180.198	9.527.209	9.887.338	10.261.079	10.648.948
Depreciaciones de Activo Fijo	13.703.000	13.041.500	5.552.500	5.552.500	5.552.500
Gasto de apertura amortizable	360.000	360.000	360.000	360.000	360.000
Total, gastos previstos	283.622.366	292.108.693	294.078.105	303.857.652	313.969.243

Fuente: Elaborado por la proyectista.

Los gastos funcionamiento se analizaron y se realizaron en función a una inflación interanual del 3.5 % tomando como base el promedio de inflación de los últimos 5 años.

Tabla N° 20. Presupuesto de ventas.

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
tazas	247.745.685	257.655.512	267.961.733	278.680.202	289.827.410
Hoppis	247.745.685	257.655.512	267.961.733	278.680.202	289.827.410
Papel	283.137.926	294.463.443	306.241.980	318.491.660	331.231.326
Tintas	743.237.055	772.966.537	803.885.198	836.040.606	869.482.231
Impresoras	247.745.685	257.655.512	267.961.733	278.680.202	289.827.410
Total	1.769.612.035	1.840.396.516	1.914.012.377	1.990.572.872	2.070.195.787

Fuente: Elaborado por la proyectista.

Las ventas son proyectadas, y el cobro al contado.

Tabla N° 21 *Presupuesto de compras.*

Cuadro de Compras					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo Inicial	90.909.091	53.267.950	53.889.594	56.400.849	59.029.128
Costos	1.065.358.992	1.077.791.871	1.128.016.972	1.180.582.563	1.235.597.710
Compras	53.267.950	53.889.594	56.400.849	59.029.128	61.779.886
Compras totales	1.118.626.942	1.131.681.464	1.184.417.821	1.239.611.691	1.297.377.596
Inventario final	53.267.950	53.889.594	56.400.849	59.029.128	61.779.886
Compras Totales sin IVA.	1.118.626.942	1.131.681.464	1.184.417.821	1.239.611.691	1.297.377.596
IVA CF 10%	111.862.694	113.168.146	118.441.782	123.961.169	129.737.760
Compras Totales IVA inc.	1.230.489.636	1.244.849.611	1.302.859.603	1.363.572.860	1.427.115.355

Fuente: Elaborado por la proyectista.

Las compras se proyectaron en función a las ventas contando con un stock mínimo para momentos de incertidumbre, y con una variación del 3.8% Interanual tomando como base el promedio de inflación de los últimos 5 años.

Tabla N° 22. Estado de Resultado.

Conceptos	Años				
	1	2	3	4	5
Ingresos previstos G.	1.738.598.320	1.789.358.055	1.847.260.507	1.908.712.456	1.973.948.530
Venta de Mercaderías	1.738.598.320	1.789.358.055	1.847.260.507	1.908.712.456	1.973.948.530
(-) Costos de venta	1.065.358.992	1.100.728.911	1.152.022.878	1.205.707.144	1.261.893.097
Costos de Mercaderías	1.065.358.992	1.100.728.911	1.152.022.878	1.205.707.144	1.261.893.097
(=) Renta Bruta	673.239.328	688.629.145	695.237.629	703.005.312	712.055.433
(-) Gastos	271.655.093	279.736.927	281.288.173	290.635.420	300.300.099
Agua	1.636.364	1.691.673	1.748.851	1.807.962	1.869.072
Energía Eléctrica	4.909.091	5.075.018	5.246.554	5.423.887	5.607.215
Internet	1.309.091	1.353.338	1.399.081	1.446.370	1.495.257
Seguros	5.454.545	5.638.909	5.829.504	6.026.541	6.230.239
Artículos de Limpieza	3.818.182	3.947.236	4.080.653	4.218.579	4.361.167
Papelería y Útiles de Oficina	2.727.273	2.819.455	2.914.752	3.013.271	3.115.119
Publicidad y Propaganda	1.636.364	1.691.673	1.748.851	1.807.962	1.869.072
Patentes e Impuestos	400.000	413.520	427.497	441.946	456.884
Honorarios Profesionales	32.727.273	33.833.455	34.977.025	36.159.249	37.381.431
Remuneración del Propietario	43.636.364	45.111.273	46.636.034	48.212.332	49.841.908
Alquileres Pagados	21.818.182	22.555.636	23.318.017	24.106.166	24.920.954
Sueldos y Jornales	110.162.376	113.885.864	117.735.207	121.714.657	125.828.612
I.P.S. Aporte Patronal	18.176.792	18.791.168	19.426.309	20.082.918	20.761.721
Aguinaldo	9.180.198	9.527.209	9.887.338	10.261.079	10.648.948
Depreciaciones de Activo Fijo	13.703.000	13.041.500	5.552.500	5.552.500	5.552.500
Amortización de Gastos de Apertura	360.000	360.000	360.000	360.000	360.000
Total	271.655.093	279.736.927	281.288.173	290.635.420	300.300.099
Resultado G.	401.584.235	408.892.218	413.949.456	412.369.892	411.755.334
% de Utilidad s/ingresos	23%	23%	22%	22%	21%
(-) Impuesto a la renta 10%	40.158.423	40.889.222	41.394.946	41.236.989	41.175.533
(= Resultado neto/año G.	361.425.811	368.002.996	372.554.511	371.132.903	370.579.800

Fuente: Elaborado por la proyectista.

Estado de Resultado proyectado a 5 años

Tabla N° 23. Flujo de Efectivo.

Cuadro de Flujos Netos proyectado					
Conceptos	<i>Años</i>				
	1	2	3	4	5
Total, Ingresos_ previstos G.	1.912.458.152	1.968.293.861	2.031.986.558	2.099.583.702	2.171.343.383
Venta de Mercadería	1.912.458.152	1.968.293.861	2.031.986.558	2.099.583.702	2.171.343.383
(-) Costos Variables G.	1.230.489.636	1.244.849.611	1.302.859.603	1.363.572.860	1.427.115.355
Compra de Mercadería	1.230.489.636	1.244.849.611	1.302.859.603	1.363.572.860	1.427.115.355
(=) Ingresos - Costos Variables	681.968.516	723.444.250	729.126.956	736.010.842	744.228.028
Agua	1.800.000	1.860.840	1.923.736	1.988.759	2.055.979
Energía Eléctrica	5.400.000	5.582.520	5.771.209	5.966.276	6.167.936
Internet	1.440.000	1.488.672	1.538.989	1.591.007	1.644.783
Seguros	6.000.000	6.202.800	6.412.455	6.629.196	6.853.262
Artículos de Limpieza	4.200.000	4.341.960	4.488.718	4.640.437	4.797.284
Papelería y Útiles de Oficina	3.000.000	3.101.400	3.206.227	3.314.598	3.426.631
Publicidad y Propaganda	1.800.000	1.860.840	1.923.736	1.988.759	2.055.979
Patentes e Impuestos	400.000	413.520	427.497	441.946	456.884
Honorarios Profesionales	36.000.000	37.216.800	38.474.728	39.775.174	41.119.575
Remuneración del Propietario	48.000.000	49.622.400	51.299.637	53.033.565	54.826.099
Alquileres pagados	24.000.000	24.811.200	25.649.819	26.516.782	27.413.050
Salarios	135.178.416	139.784.167	144.546.980	149.472.218	154.565.423
IPS a pagar	15.835.842	16.371.093	19.426.309	17.496.482	18.087.863
Aguinaldo	9.180.198	9.527.209	9.887.338	10.261.079	10.648.948
(-) Gastos	267.218.416	276.287.119	285.663.732	295.358.716	305.382.885
Pago de IVA saldo anterior		35.902.411	53.395.893	53.494.336	53.687.845
Pago de IPS saldo anterior		2.340.950	2.420.075	2.501.873	2.586.436
Pago de Anticipo Imp. A la Renta		40.158.423	81.778.444	82.789.891	82.473.978
Pago de Impuesto a la Renta		40.158.423	730.798	505.724	157.956
Total, Egresos previstos	1.497.708.052	1.639.696.938	1.725.386.947	1.798.223.401	1.871.088.543
Flujo neto/año G.	414.750.101	328.596.923	306.599.611	301.360.301	300.254.840
Saldo Final Caja	452.180.048	780.776.971	1.087.376.582	1.388.736.883	1.688.991.724

Fuente: Elaborado por la proyectista.

Tabla N° 24 Balance General.

Balance general proyectado					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVO					
ACTIVO CORRIENTE					
DISPONIBILIDADES	452.180.048	780.776.971	1.087.376.582	1.388.736.883	1.688.991.724
Caja	452.180.048	452.180.048	452.180.048	452.180.048	452.180.048
Banco Cuenta Corriente		328.596.923	635.196.534	936.556.835	1.236.811.676
CREDITOS	1.818.182	1.818.182	1.818.182	1.818.182	1.818.182
Garantía de Alquiler	1.818.182	1.818.182	1.818.182	1.818.182	1.818.182
INVENTARIOS	144.177.041	175.129.594	207.524.537	241.429.083	276.913.582
Mercaderías	144.177.041	175.129.594	207.524.537	241.429.083	276.913.582
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	598.175.270	957.724.747	1.296.719.301	1.631.984.149	1.967.723.488
ACTIVO NO CORRIENTE					
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	34.844.273	21.802.773	16.250.273	10.697.773	5.145.273
Muebles y Equipos	11.136.364	11.136.364	11.136.364	11.136.364	11.136.364
(-) Depreciación Acumulada de Muebles y Equipos	-2.450.000	-4.900.000	-7.350.000	-9.800.000	-12.250.000
Equipos Informáticos	15.220.000	15.220.000	15.220.000	15.220.000	15.220.000
(-) Depreciación Acumulada de Equipos Informáticos	-8.371.000	-16.742.000	-16.742.000	-16.742.000	-16.742.000
Rodados	18.181.818	18.181.818	18.181.818	18.181.818	18.181.818
(-) Depreciación Acumulada de Rodados	-2.000.000	-4.000.000	-6.000.000	-8.000.000	-10.000.000
Instalaciones	4.009.091	4.009.091	4.009.091	4.009.091	4.009.091
(-) Depreciación Acumulada Instalaciones	-882.000	-1.102.500	-2.205.000	-3.307.500	-4.410.000
Cargo Diferido	1.440.000	1.080.000	720.000	360.000	0
Gastos de Apertura	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000
(-)Amort. Acum. de Gastos Organización	-360.000	-720.000	-1.080.000	-1.440.000	-1.800.000
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	36.284.273	22.882.773	16.970.273	11.057.773	5.145.273
TOTAL ACTIVO	634.459.543	980.607.521	1.313.689.574	1.643.041.922	1.972.868.761
PASIVO					
PROVISIONES	78.401.785	56.546.765	17.074.308	-24.706.246	-65.459.208
Aportes y Retenciones a Pagar	2.340.950	2.420.075	2.501.873	2.586.436	2.673.858
IVA a Pagar	35.902.411	53.395.893	53.494.336	53.687.845	53.987.950
Impuesto a la Renta a Pagar	40.158.423	730.798	-38.921.901	-80.980.527	-122.121.016
TOTAL PASIVO CORRIENTE	78.401.785	56.546.765	17.074.308	-24.706.246	-65.459.208
PASIVO NO CORRIENTE					
TOTAL PASIVO	78.401.785	56.546.765	17.074.308	-24.706.246	-65.459.208
PATRIMONIO NETO					
CAPITAL	194.631.947	194.631.947	194.631.947	194.631.947	194.631.947
Capital	194.631.947	194.631.947	194.631.947	194.631.947	194.631.947
RESULTADOS	361.425.811	729.428.807	1.101.983.318	1.473.116.221	1.843.696.021
Resultado Acumulado	0	361.425.811	729.428.807	1.101.983.318	1.473.116.221
Resultado del Ejercicio	361.425.811	368.002.996	372.554.511	371.132.903	370.579.800
TOTAL PATRIMONIO NETO	556.057.759	924.060.755	1.296.615.265	1.667.748.168	2.038.327.968
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO	634.459.543	980.607.520	1.313.689.573	1.643.041.921	1.972.868.760

Fuente: Elaborado por la proyectista.

Ratios Financieros

Tabla N° 25. Ratio de Liquidez.

Ratios					
Sin financiamiento	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Liquidez					
Corriente (AC/PC)	13,21	35,29	28,06	38,45	48,51
Prueba Acida (AC-INVENTARIO /PC)	9,50	29,56	24,55	34,25	43,64

Fuente: Elaborado por la proyectista.

La solvencia de la empresa es alta considerando que está en condiciones de hacer frente a sus pasivos más de 48,51 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.

Tabla N° 26. Ratio de Solvencia.

Solvencia					
Activos totales / pasivos totales	14,20	36,09	28,38	38,68	48,66
Patrimonio / activos totales	0,93	0,97	0,96	0,97	0,98

Fuente: Elaborado por la proyectista.

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.

Tabla N° 27. Ratio de Rentabilidad.

Rentabilidad					
Rentabilidad sobre el Capital (utilidad/capital)	1,86	1,89	1,91	1,91	1,90
Rentabilidad sobre el Patrimonio (utilidad/Patrimonio)	0,65	0,40	0,29	0,22	0,18
Rentabilidad sobre la Inversion (utilidad/activos totales)	0,57	0,38	0,28	0,23	0,19

Fuente: Elaborado por la proyectista

La rentabilidad neta generada es de 65% de beneficio adicional. Este resultado se obtiene con un 57% de participación del costo de ventas y 16% de gastos operativos.

Conclusión del Estudio Financiero

Una vez realizado el Estudio Financiero del Proyecto para la creación de una empresa de comercialización de productos para sublimar en la ciudad de Ypané se obtuvo datos suficientes para llegar a la conclusión siguiente.

Con relación a la inversión inicial se calculó los gastos fijos y variables necesarios para el funcionamiento óptimo con tres meses de respaldo una vez iniciado el proyecto. Que asciende a G. 194.631.947

Las ratios financieras arrojan los siguientes resultados, con relación a la Liquidez Corriente que indica poder hacer frente a las obligaciones en un corto plazo teniendo un circulante del 13.21 y una prueba acida de 9.50, veces por cada unidad monetaria para hacer frente a las deudas y que va mejorando cada año. Los ratios de gestión indican una buena rotación del inventario con relación al activo fijo con un valor de 14,20 veces en el 1er año y con relación al activo total tenemos una rotación de 0,93 veces en el 1er año, con relación a nuestras ventas que también se va acrecentando en los siguientes años.

Por último, todos los análisis financieros realizados indican que es factible llevar a cabo el proyecto.

Estudio Económico

Introducción

En base a este estudio, se analizará la viabilidad del proyecto en términos económicos, para ello tendremos en cuenta los resultados de calcular el (VAN) Valor Actual Neto, el (TIR) la Tasa de Retorno Interna, La relación Costo/ Beneficio, el periodo de recupero del capital invertido y el punto de equilibrio a 5 Años, por último, determinara los ratios que complementan el análisis económico que ayudara a en gran medida a la toma de decisiones con relación al trabajo realizado.

Objetivo General

Calcular la TIR para la comercialización de productos para sublimar en la ciudad de Ypané

Objetivos Específicos

- Determinar e Interpretar el Valor Actual Neto (VAN)
- 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.

Bases Teóricas

Estudio económico

Expresa Baca, Gabriel (2001), “su objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporciona las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica”.

Flujo de Caja

Es un indicador sumamente importante, ya que brinda información sobre los flujos tanto de entrada como de salida de una empresa en un determinado periodo de tiempo.

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 et al. (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 ecuación.

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

V_t representa los flujos de caja en cada periodo t .

I_0 es el valor del desembolso inicial de la inversión.

n es el número de períodos considerado.

El tipo de interés es k . Si el proyecto no tiene riesgo, se tomará como

referencia el tipo de la renta fija, de tal manera que con el VAN se estimará si la inversión es mejor que invertir en algo seguro, sin riesgo específico.

Cuando el VAN toma un valor igual a 0, k pasa a llamarse TIR (tasa interna de retorno). La TIR es la rentabilidad que nos está proporcionando el proyecto.

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.

Tasa Interna de Retorno (TIR).

La TIR o Tasa Interna de Retorno, es la tasa de interés o rentabilidad que genera un proyecto. Y se encarga de medir la rentabilidad de una inversión. Esto quiere decir, el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá esta, para los montos que no hayan sido retirados del proyecto. Y funciona como una herramienta complementaria del valor Presente Neto.

Es importante aclarar que en muchos casos las decisiones que se toman basándose en el Valor Presente Neto no son congruentes con las que se toman basándose en la Tasa Interna de Retorno, ya que los flujos de dinero son irregulares, y resulta necesario garantizar mediante diferentes mecanismos que el Valor Presente Neto es correcto, para así corroborarlo a través de la Tasa Interna de Retorno.

Por lo general la tasa de rendimiento interno es la mejor herramienta que se utiliza para finiquitar una decisión, si el negocio o proyecto es rentable para que sus accionistas hagan una inversión. También se puede decir que TIR en el mercado es la inversión que nos da un retorno menor, al semejante de los Flujos o ingresos de dinero a porcentaje de retorno.

El cálculo de la TIR sería igualar la tasa de descuento al momento inicial, la corriente futura de cobros con la de pagos, lo que haría que el VAN sea igual a 0.

Con la aplicación de la siguiente fórmula:

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1 + TIR)} + \frac{F_2}{(1 + TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1 + TIR)^n} = 0$$

Ft Flujos de dinero en cada periodo t

I0 Inversión que se realiza en el momento inicial (t = 0)

n Número de periodos de tiempo

Siendo “k” la tasa de descuento de flujos para el cálculo del VAN, los criterios de selección serán los siguientes:

- Si la $TIR > k$, se acepta el proyecto de inversión. Porque la tasa de rendimiento interno que obtendremos será superior a la tasa mínima de rentabilidad que exige la inversión.
- Si la $TIR = k$, se presentaría una situación similar a la que se produce cuando el VAN es igual a cero. Aquí se podría llevar a cabo la inversión en caso de que se mejore la posición competitiva de la empresa y que no existan alternativas más favorables.
- Si la $TIR < k$, se debe rechazar el proyecto, ya que no se está alcanzando la rentabilidad mínima que le pedimos a la inversión.

Recuperado de: (<https://www.rankia.co/blog/mejores-cdts/3718561-que-tir-para-sirve#/>).

Relación Beneficio – Costo (B/C).

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto.

Cuando se menciona los ingresos netos, se hace referencia a los ingresos que efectivamente se recibirán en los años proyectados. Al mencionar los egresos presentes netos se toman aquellas partidas que efectivamente generarán salidas de efectivo durante los diferentes periodos, horizonte del proyecto.

Como se puede apreciar el estado de flujo neto de efectivo es la herramienta

que suministra los datos necesarios para el cálculo de este indicador. La relación beneficio / costo es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad.

¿Cómo se calcula la relación beneficio costo?

- Se toma como tasa de descuento la tasa social en vez de la tasa interna de oportunidad.
- Se trae a valor presente los ingresos netos de efectivo asociados con el proyecto.

Se trae a valor presente los egresos netos de efectivo del proyecto.

- Se establece la relación entre el VPN de los Ingresos y el VPN de los egresos.

Recuperado de: (www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html#/).

Periodo de Recuperación de Capital (PRC).

El período de recuperación de capital, también llamado Payback, es un criterio de evaluación de inversiones que se define como el tiempo en el que la inversión devolverá el capital invertido.

El período de recuperación del capital se define como el tiempo que requiere recuperar la inversión.

PRC = Inversión Inicial / Flujo de Fondo Anual. Recuperado de:

(www.zonaeconomica.com/periodo-de-recuperacion-del-capital/).

Punto de Equilibrio (PE).

El Punto de Equilibrio o Punto de Ruptura o Punto de Quiebra es el punto donde el importe de las ventas netas absorbe los costos variable y los costos fijos, es decir, es el momento económico donde se produce un equilibrio entre los ingresos y los costos totales, en ese punto se ha dejado de tener pérdida y no se ha empezado a tener beneficio.

Costo Fijo Total

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Margen de Contribución}}$$

El resultado expresa la cantidad de unidades mínimas a vender para que la

empresa no tenga pérdidas ni ganancias. Recuperado de:

(<https://www.monografias.com/trabajos30/punto-equilibrio/punto-equilibrio.shtml/>).

Punto de Equilibrio Contable.

El Dr. Hugo Ferreira expresa como sigue (2004): “Es aquel en el cual la empresa cubre sus costos y gastos fijos y variables, o sea, no pierde ni gana. (Empata)”

Fórmula para calcular Punto de Equilibrio Contable en Cantidad:

Costos y Gastos Fijos

Marg. De Cont. Unit.

$$MCU = P . V . U . - C \text{ y } G . V . U$$

Fórmula para calcular Punto de Equilibrio Contable en Valores:

Costos y Gastos Fijos

1 - C. Var.

Punto de Equilibrio Económico

El Dr. Hugo Ferreira expresa como sigue (2004): “Es aquel punto en el cual la empresa, además de cubrir los costos y gastos fijos y variables, genera la utilidad esperada”.

Fórmula para calcular Punto de Equilibrio Económico en Cantidad:

Costos y Gastos Fijos + Beneficio esperado =

Margen de Contribución Unitario

Fórmula para calcular Punto de Equilibrio Económico en Valores:

Costos y Gastos Fijos + Beneficio esperado =

1 - C. Var.

Punto de Equilibrio Financiero: Sin amortización de deudas.

El Dr. Hugo Ferreira expresa como sigue (2004): “Es aquel punto, en el cual la empresa cubre sus necesidades financieras, es decir, genera ingreso de efectivo suficiente para cubrir sus costos y gastos variables sin considerar las no derogables (cargas no financieras)”.

Fórmula para calcular Punto de Equilibrio Financiero en Cantidad:

$$\frac{\text{Costos y Gastos Fijos - Beneficio no esperado}}{\text{Margen de Contribución Unitario}} =$$

Fórmula para calcular Punto de Equilibrio Financiero en Valores:

$$\frac{\text{Costos y Gastos Fijos - Beneficio no esperado}}{1 - \text{C. Var.}} =$$

Margen de seguridad

Diferencia positiva entre las ventas reales y las ventas correspondientes al punto de equilibrio (aquel donde los ingresos igualan a los costos). Recuperado de: (<http://www.economia48.com/spa/d/margen-de-seguridad/margen-de-seguridad.htm/>).

Desarrollo del Estudio Financiero

Tabla N° 28. Flujo de Caja

Cuadro de Flujos Netos proyectado					
Conceptos	<i>Años</i>				
	1	2	3	4	5
Total, Ingresos_ previstos G.	1.912.458.152	1.968.293.861	2.031.986.558	2.099.583.702	2.171.343.383
Venta de Mercadería	1.912.458.152	1.968.293.861	2.031.986.558	2.099.583.702	2.171.343.383
(-) Costos Variables G.	1.230.489.636	1.244.849.611	1.302.859.603	1.363.572.860	1.427.115.355
Compra de Mercadería	1.230.489.636	1.244.849.611	1.302.859.603	1.363.572.860	1.427.115.355
(=) Ingresos - Costos Variables	681.968.516	723.444.250	729.126.956	736.010.842	744.228.028
Agua	1.800.000	1.860.840	1.923.736	1.988.759	2.055.979
Energía Eléctrica	5.400.000	5.582.520	5.771.209	5.966.276	6.167.936
Internet	1.440.000	1.488.672	1.538.989	1.591.007	1.644.783
Seguros	6.000.000	6.202.800	6.412.455	6.629.196	6.853.262
Artículos de Limpieza	4.200.000	4.341.960	4.488.718	4.640.437	4.797.284
Papelería y Útiles de Oficina	3.000.000	3.101.400	3.206.227	3.314.598	3.426.631
Publicidad y Propaganda	1.800.000	1.860.840	1.923.736	1.988.759	2.055.979
Patentes e Impuestos	400.000	413.520	427.497	441.946	456.884
Honorarios Profesionales	36.000.000	37.216.800	38.474.728	39.775.174	41.119.575
Remuneración del Propietario	48.000.000	49.622.400	51.299.637	53.033.565	54.826.099
Alquileres pagados	24.000.000	24.811.200	25.649.819	26.516.782	27.413.050
Salarios	135.178.416	139.784.167	144.546.980	149.472.218	154.565.423
IPS a pagar	15.835.842	16.371.093	19.426.309	17.496.482	18.087.863
Aguinaldo	9.180.198	9.527.209	9.887.338	10.261.079	10.648.948
(-) Gastos	267.218.416	276.287.119	285.663.732	295.358.716	305.382.885
Pago de IVA saldo anterior		35.902.411	53.395.893	53.494.336	53.687.845
Pago de IPS saldo anterior		2.340.950	2.420.075	2.501.873	2.586.436
Pago de Anticipo Imp. A la Renta		40.158.423	81.778.444	82.789.891	82.473.978
Pago de Impuesto a la Renta		40.158.423	-730.798	505.724	157.956
Total, Egresos previstos	1.497.708.052	1.639.696.938	1.725.386.947	1.798.223.401	1.871.088.543
Flujo neto/año G.	414.750.101	328.596.923	306.599.611	301.360.301	300.254.840
Saldo Final Caja	452.180.048	780.776.971	1.087.376.582	1.388.736.883	1.688.991.724

Fuente: Elaborado por la proyectista

Tabla N° 29. El VAN Y LA TIR.

Calculo del Valor Actual Neto			
Año	Flujos Netos	7%	
		Factor de Descuento	Flujo Neto Actualizado
0	-194.631.947	1	-194.631.947
1	414.750.101	1,070	387.616.917
2	328.596.923	1,145	287.009.279
3	306.599.611	1,225	250.276.611
4	301.360.301	1,311	229.906.331
5	300.254.840	1,403	214.077.551
	VAN =		1.174.254.742

Fuente: Elaborado por la proyectista.

El VAN con saldo positivo indica que el proyecto es financieramente rentable

$$i_{TIR=1} + \frac{(i_2 - i_1)VAN_1}{VAN_1 + VAN_2} = 9\%$$

Fuente: Elaborado por la proyectista.

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

Tabla N° 30. Beneficio Costo Actualizado.

Cálculo de relación beneficio costo						
Año	Flujos de ingresos		Flujos de egresos	8%		
		Flujo Ingreso Actualizado		Factor de Descuento	Flujo Egreso Actualizado	Flujo de ingresos y egresos
0	-194.631.947	-194.631.947	194.631.947		194.631.947	- 194.631.947
1	1.912.458.152	1.770.794.586	1.497.708.052	1,080	1.386.766.714	384.027.871
2	1.968.293.861	1.687.494.737	1.639.696.938	1,166	1.405.775.838	281.718.899
3	2.031.986.558	1.613.056.443	1.725.386.947	1,260	1.369.667.787	243.388.656
4	2.099.583.702	1.543.256.699	1.798.223.401	1,360	1.321.747.881	221.508.818
5	2.171.343.383	1.477.779.822	1.871.088.543	1,469	1.273.431.422	204.348.399
	VAN ingresos =	7.897.750.339	VAN de egresos=		6.952.021.590	1.140.360.696
Relación Beneficio Costo					1,14	

Fuente: Elaborado por la proyectista.

El beneficio - costo indica que por cada G.1 invertido el proyecto devuelve G.

1,14.

Tabla N° 31. Periodo de recuperación del capital.

Periodo de Recuperación del capital		
Periodo	Flujo neto	Acumulación
Año 0	-194.631.947	-194.631.947
Año 1	414.750.101	220.118.154
Año 2	328.596.923	548.715.077
Año 3	306.599.611	855.314.688
Año 4	301.360.301	1.156.674.989
Año 5	300.254.840	1.456.929.829

Fuente: Elaborado por la proyectista.

PRC =	Saldo de la Inversión	<u>Por regla de Tres Simple</u>		
	Flujo Neto Siguiete			
		220.118.154		x
PRC =	220.118.154	328.596.923		12
	328.596.923			
		x =	2.641.417.844	
PRC =	0,67			328.596.923
PRC =	1 año/s		x =	8
	8 meses			

Fuente: Elaborado por la proyectista

El periodo de recuperación seria de 1 año 8 meses

Tabla N° 32. Punto de Equilibrio.

Puntos de equilibrio en Gs.					
Contable	701.532.233	726.878.215	747.388.391	789.097.091	832.487.068
Costos y Gastos fijos/(1-(C.Variable/Ingresos))					
Financiero sin amortización de deuda	236.267.956	245.849.437	266.535.068	275.559.964	284.907.549
Costos y Gastos fijos-Gastos no erogables/(1-(C.Variable/Ingresos))					
Económico con un Beneficio Esperado	529.898.818	539.580.425	546.990.205	562.142.964	577.518.478

El punto de equilibrio financiero en guaraníes indica la cantidad de efectivo necesario para cubrir pagos, costos y gastos sin generar pérdidas ni ganancias.

Conclusión del Estudio Económico.

El estudio económico arrojó los siguientes resultados obtenidos de análisis

realizado teniendo en cuenta los siguientes puntos. Los resultados del VAN teniendo en cuenta una tasa de corte del 9,30% nos muestra que el valor actualizado es de G 1.174.254.742 .- que equivale al 49% más del capital invertido, así también el resultado del TIR provee una tasa de retorno del 9% que si comparamos con la tasa pasiva del mercado financieros es mucho mejor, a este indicador.

El periodo de recupero nos demuestra el tiempo en el cual se devolverá la inversión inicial, para ello el proyecto tiene previsto devolver de manera íntegra y nominal a los 1 años y ocho meses.

El punto de equilibrio nos indica la cantidad de ventas que tenemos que realizar para cubrir los costos y gastos del proyecto el resultado obtenido en el primer año Gs 529.898.818 .-, es el punto donde no perdemos ni obtenemos ganancias, para los siguientes años el proyecto demuestra sobrepasar el punto de equilibrio generando ganancias.

Los análisis realizados nos indican la factibilidad del estudio económico para la creación de una empresa de comercialización de productos para sublimar en la ciudad de Ypané, año 2022.

Conclusión General

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

A la primera pregunta, se responde que la rentabilidad del mercado para la comercialización de productos para sublimar es bastante amplia debido a que tenemos un porcentaje del 97% de posibles compradores, para la adquisición de nuestros productos.

A la segunda pregunta, se responde la rentabilidad técnica del proyecto dado que los productos para sublimar serán gestionando teniendo en cuenta el favorecimiento que tiene cada cliente en la forma de adquisición del producto, ya sea a través de la web o en el show room.

A la tercera pregunta, se responde la rentabilidad financiera dado que los ratios financieros arrojan los siguientes resultados, con relación a la Liquidez Corriente que indica poder hacer frente a las obligaciones en un corto plazo teniendo un circulante del 13,21 y una prueba acida de 9,500, veces por cada unidad monetaria para hacer frente a las deudas y que va mejorando cada año. Los ratios de gestión indican una buena rotación del inventario con relación al activo fijo con un valor de 14,20 veces en el 1er año y con relación al activo total tenemos una rotación de 0,93 veces en el 1er año, con relación a nuestras ventas que también se va acrecentando en los siguientes años.

Y en respuesta a la cuarta pregunta se puede afirmar que todos los índices de evaluación económica han resultado favorables: el VAN resultantes es de más de G. 25.000.000, 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 9%, superior en puntos porcentuales a la tasa mínima aceptable de retorno; la Relación Beneficio/Costo arroja un resultado de G. 1,14, significando con ello que el proyecto devuelve un guaraní con nueve céntimos por cada guaraní invertido, siendo el Período de Recuperación del Capital de dos años y ocho meses Conforme a la bibliografía analizada, la manera de determinar la rentabilidad de un proyecto consiste en la capacidad de producir o generar un beneficio adicional sobre la inversión o esfuerzo realizado.

Con el trabajo se pudo determinar la rentabilidad que ofrece un proyecto de creación de una empresa de Comercialización de productos para sublimar en la ciudad de Ypané año 2022.

Referencias

- Tipos de Proyecto de Inversión. (<https://www.lifeder.com/tipos-proyectos-inversion/>).
- Hernández Sampieri, Roberto. (2006) Metodología de la Investigación 4º edición
- Ferreira González, Hugo. (2009). Presupuesto y Control Presupuestario. Asunción, Paraguay: Ediciones ETA.
- Bernal, Cesar Augusto. Metodología de la Investigación, para Administración y Economía.
- Goxens, M.A. Enciclopedia Practica de la Contabilidad.
- Contabilidad de Gestión Presupuestaria y de Costos (MMI). Océano Grupo Editorial. (<https://www.lifeder.com/tipos-proyectos-inversion/>).
- (<https://www.revistasden.org/files/9-CAP%209.pdf>).
- (<https://economipedia.com/definiciones/encuesta.html>).
- (<https://www.questionpro.com/es/datos-cualitativos.html>).
- (<https://economipedia.com/definiciones/nivel-de-precios.html/>).
- (<https://www.mytriplea.com/diccionario-financiero/sistema-bancario/>).
- (<https://economipedia.com/definiciones/tipo-cambio-fijo.html>).
- (<https://mba.americaeconomia.com/biblioteca/papers/una-perspectiva-al-concepto-de-modelo-de-negocios>).
- (<http://www2.aladi.org/nsfaladi/indicado.nsf/vvindicadoresweb/Conceptos%20y%20definiciones#:~:text=Poblaci%C3%B3n%20Total%3A%20La%20poblaci%C3%B3n%20se,poblaci%C3%B3n%20del%20pa%C3%ADs%20de%20origen.>)
- (<https://deconceptos.com/ciencias-sociales/poblacion-economicamente-activa>).
- (<https://concepto.de/poblacion-economicamente-activa/#ixzz6kVQPXeZR>).

Anexo

Matriz de Encuesta

Encuesta sobre Comercialización de Productos para sublimar en la ciudad de Ypané

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 General

Determinar la rentabilidad del mercado para la comercialización de productos para sublimar en la ciudad de Ypané.

Objetivo Específico

Determinar la demanda insatisfecha en el mercado de comercialización de productos para sublimar

Determinar la competencia en el mercado de la comercialización de productos para sublimar

Determinar la cantidad de consumo y precio que se estaría dispuesto a pagar por los productos para sublimar

Determinar los canales de distribución para los productos para sublimar

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. ¿Adquiere productos para sublimar?
 - Si
 - No (¡Gracias por su colaboración!)
2. ¿Cuáles son los productos que suele adquirir?
 - Tazas, Hoppis
 - Papel para sublimar
 - Tintas para sublimar
 - Impresoras para sublimar
 - Planchas para sublimar
3. ¿Conoce otro negocio que realice ventas de productos para sublimar en la zona?
 - Si
 - No
4. ¿Qué tiene en cuenta de su proveedor actual?
 - Precio
 - Calidad
 - Variedad

5. ¿Dónde le gustaría que esté ubicado? (poner av. Zona de mucha influencia)
- Av. Acceso Sur. Ypané-Ytororo
 - Av. Gral. Bernardino Caballero, Ypané
 - Av. Gral. Thompson, Ypané
6. ¿Compra los productos para sublimar de?
- Tiendas Comerciales
 - Tiendas de Shopping
 - Tiendas Online-Internet
7. ¿Qué marcas o locales de productos para sublimar prefiere comprar?
- ALTATEC S.A.
 - INK NDM S.R.L
 - MATIZ S.A.E.
8. ¿Con qué frecuencia adquiere productos para sublimar?
- 1 a 5 veces al mes
 - 6 a 10 veces semestralmente
 - 11 a 15 veces anualmente
9. ¿Qué cantidad adquiere en cada frecuencia de compra?
- 1 a 3 productos
 - 4 a 7 productos
 - 8 a 10 productos
10. ¿Cuántos guaraníes desembolsarías por Tazas para sublimar?
- G. 5.000 a G. 10.000
 - G. 10.001 a G. 15.000
 - G. 15.001 a G. 20.000
11. ¿Cuántos guaraníes desembolsarías por Hoppis para sublimar?
- G. 10.000 a G. 20.000
 - G. 20.001 a G. 30.000
 - G. 30.001 a G. 40.000

12. ¿Cuántos guaraníes desembolsarías por Papel para sublimar?

- G. 20.000 a G. 25.000
- G. 25.001 a G. 30.000
- G. 30.001 a G. 35.000

13. ¿Cuántos guaraníes desembolsarías por tinta para sublimar?

- G. 115.000 a G. 150.000
- G. 150.001 a G. 185.000
- G. 185.001 a G. 220.000

14. ¿Cuántos guaraníes desembolsarías por impresoras para sublimar?

- G. 1.500.000 a G. 1.700.000
- G. 1.700.001 a G. 1.900.000
- G. 1.900.001 a G. 2.100.000

15. ¿Qué otros servicios le gustaría recibir de su proveedor?

- Delivery
- Catalogo vía web por temporada

16. ¿Compraría de un nuevo local que venda productos para sublimar?

- Si
- No

17. Se informa sobre la compra de productos para sublimar a través de...

- Revistas
- Catálogos
- Vía Web
- Redes Sociales

!!!Muchas Gracias por su colaboración!!!

Cuadro de Depreciación

CUADRO DE DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS				
			AÑO 1	
			DEPRECIACION	
<i>Conceptos</i>	Valor del bien	Años de vida útil	Monto depreciado	Valor Final
Muebles y Útiles	12.250.000	5	2.450.000	9.800.000
Equipo Informática	16.742.000	2	8.371.000	8.371.000
Instalaciones	4.410.000	5	882.000	3.528.000
Rodados	20.000.000	10	2.000.000	18.000.000
Total Depreciación/año G.	53.402.000		13.703.000	39.699.000
			AÑO 2	
			DEPRECIACION	
<i>Conceptos</i>	Valor del bien	Años de vida útil	Monto depreciado	Valor Final
Muebles y Útiles	12.250.000	5	2.450.000	7.350.000
Equipo Informática	16.742.000	2	8.371.000	0
Instalaciones	4.410.000	5	220.500	3.307.500
Rodados	20.000.000	10	2.000.000	16.000.000
Total Depreciación/año G.	53.402.000		13.041.500	26.657.500
			AÑO 3	
			DEPRECIACION	
<i>Conceptos</i>	Valor del bien	Años de vida útil	Monto depreciado	Valor Final
Muebles y Útiles	12.250.000	5	2.450.000	4.900.000
Equipo Informática	16.742.000	2	0	0
Instalaciones	4.410.000	5	1.102.500	2.205.000
Rodados	20.000.000	10	2.000.000	14.000.000
Total Depreciación/año G.	53.402.000		5.552.500	21.105.000
			AÑO 4	
			DEPRECIACION	
<i>Conceptos</i>	Valor del bien	Años de vida útil	Monto depreciado	Valor Final
Muebles y Útiles	12.250.000	5	2.450.000	2.450.000
Equipo Informática	16.742.000	2	0	0
Instalaciones	4.410.000	5	1.102.500	1.102.500
Rodados	20.000.000	10	2.000.000	12.000.000
Total Depreciación/año G.	53.402.000		5.552.500	15.552.500
			AÑO 5	
			DEPRECIACION	
<i>Conceptos</i>	Valor del bien	Años de vida útil	Monto depreciado	Valor Final
Muebles y Útiles	12.250.000	5	2.450.000	0
Equipo Informática	16.742.000	2	0	0
Instalaciones	4.410.000	5	1.102.500	0
Rodados	20.000.000	10	2.000.000	10.000.000
Total Depreciación/año G.	53.402.000		5.552.500	10.000.000