

## **COMERCIO DE TERMOS FORRADOS Y ARTESANIA**

Ángel Alexis Romero Ramírez

Juan Saavedra Garcete

Orientador: Lic. Victor Sosa Franco

Trabajo de Culminación de Carrera presentado en la Universidad Tecnológica Intercontinental como requisito parcial para la obtención del título de Ingeniero Comercial

Dr. Juan Eulogio Estigarribia, 2022

## CONSTANCIA DEL TUTOR

Quien suscribe, Victor Sosa Franco, con Documento de Identidad N° 1.969.868, tutor del trabajo de investigación titulado “Creación de una empresa comercializadora de termos forrados personalizados y productos de artesanía en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022”, elaborado por los alumnos Ángel Alexis Romero Ramírez y Juan Saavedra Garcete para obtener el título de Ingeniero Comercial, hace constar que dicho trabajo reúne los requisitos formales y de fondo exigidos por la Universidad Tecnológica Intercontinental y puede ser sometido a evaluación y presentarse ante los docentes que fueren designados para integrar al Mesa Examinadora.

En la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, a los 09 días del mes de septiembre de 2022.



Lic. Víctor Sosa Franco  
Tutor TCC

Dedicamos este trabajo a:

Nuestras familias por su apoyo incondicional para lograr nuestra meta de obtener este título el de Ingeniero Comercial.

Agradecemos a:

A Dios por la salud,  
y por guiar nuestro  
camino para llegar  
satisfactoriamente a  
nuestro objetivo.

A nuestros padres,  
por el apoyo  
incondicional.

## TABLA DE CONTENIDO

<b>Portada</b> .....	<b>1</b>
<b>Resumen</b> .....	<b>2</b>
<b>Introducción del proyecto</b> .....	<b>3</b>
Planteamiento del problema .....	4
Formulación del problema .....	6
Preguntas de investigación .....	6
Objetivos de la investigación .....	6
Objetivo general .....	6
Objetivos específicos .....	6
Justificación y viabilidad del proyecto .....	7
<b>Estudio de mercado</b> .....	<b>8</b>
Introducción .....	8
Aspecto teórico.....	11
Metodología.....	15
Desarrollo del estudio de mercado .....	19
Conclusión y recomendación del estudio de mercado .....	44
<b>Estudio Técnico</b> .....	<b>46</b>
Introducción .....	46
Aspecto teórico.....	48
Metodología.....	55
Desarrollo técnico.....	56
Conclusión del estudio técnico .....	79
<b>Estudio financiero</b> .....	<b>81</b>
Introducción .....	81
Aspecto teórico.....	82
Metodología.....	86
Desarrollo financiero.....	86
Conclusión del estudio financiero .....	108
<b>Estudio económico</b> .....	<b>110</b>
Introducción .....	110
Aspecto teórico.....	111

Metodología.....	113
Desarrollo económico .....	113
Conclusión del estudio económico.....	117
<b>Conclusión del proyecto .....</b>	<b>119</b>
<b>Referencias bibliográficas .....</b>	<b>122</b>
<b>Apendice .....</b>	<b>125</b>

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Operalización de variables.....	13
Tabla 2. Tasa de inflación.....	21
Tabla 3. Variación del salario mínimo legal.....	22
Tabla 4. Historia del PIB en Paraguay .....	23
Tabla 5. Promedio anual de tasas financieras .....	24
Tabla 6. Necesidades físicas y de equipamientos .....	57
Tabla 7. Planilla de personales.....	63
Tabla 8. Manual de funciones gerencia .....	63
Tabla 9. Manual de funciones de la cajera .....	65
Tabla 10. Manual de funciones del vendedor .....	66
Tabla 11. Planilla de Inversión Física .....	86
Tabla 12. Planilla de gastos de constitución .....	89
Tabla 13. Planilla de capital operativo para un mes.....	89
Tabla 14. Planilla de inversión inicial .....	90
Tabla 15. Planilla de financiación de la inversión.....	90
Tabla 16. Presupuesto del personal mensual....	90
Tabla 17. Presupuesto proyectado del personal.....	91
Tabla 18. Planilla de gastos de funcionamiento mensual.....	91
Tabla 19. Planilla de gastos de funcionamiento proyectado .....	92
Tabla 20. Presupuesto de compras mensual.....	93
Tabla 21. Presupuesto de compras proyectado.....	95
Tabla 22. Presupuesto de ventas mensual .....	97
Tabla 23. Presupuesto de ventas proyectado....	99
Tabla 24. Planilla de depreciación proyectada a 5 años .....	101

Tabla 25. Balance general, proyección de 5 años .....	102
Tabla 26. Presupuesto de ingresos y egresos, proyección de 5 años .....	104
Tabla 27. Estados de resultados, proyección de 5 años.....	105
Tabla 28. Ratios Financieros, proyección de 5 años.....	106
Tabla 29. Planilla de cálculo de valor actual neto (VAN).....	113
Tabla 30. Planilla de cálculo de la tasa de interna de retorno (TIR) .....	114
Tabla 31. Planilla de cálculo de la relación beneficio-costos (B/C).....	115
Tabla 32. Planilla de cálculo de punto de equilibrio (PE) .....	116
Tabla 33. Planilla de cálculo del periodo de recuperación de capital (PRC) .	117

### LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Sexo de los encuestados .....	25
Figura 2. Compra termos forrados personalizados .....	26
Figura 3. Como le gusta los termos .....	27
Figura 4. Tipos de termos que acostumbra comprar.....	28
Figura 5. Marcas de termos que suele adquirir.....	29
Figura 6. Capacidad en litros de los termos .....	30
Figura 7. Cantidad de termos que suele comprar .....	31
Figura 8. Demanda de productos de artesanía .....	32
Figura 9. Tipos de artesanía que compra .....	33
Figura 10. Cantidad de productos de artesanía que compra .....	34
Figura 11. Demanda de termos forrados personalizados y productos de artesanías de una nueva empresa .....	35
Figura 12. Lugar de compra de los termos forrados y artesanías .....	36
Figura 13. Inversión en G. por termo forrado personalizado .....	37



Figura 14. Inversión en G. por los productos de artesanía en forma mensual .....	38
Figura 15. Aspectos que tienen en cuenta al momento de la compra.....	39
Figura 16. Grado de satisfacción .....	40
Figura 17. Formas de pagos del cliente.....	41
Figura 18. Medios de pago .....	42
Figura 19. Medios de información y comunicación del cliente .....	43
Figura 20. Influencia de la infraestructura del local .....	44
Figura 21. Macrolocalización.....	56
Figura 22. Croquis de ubicación de la empresa.....	57
Figura 23. Plano del local .....	59
Figura 24. Logo de la empresa .....	62
Figura 25. Organigrama de la empresa .....	62

## LISTA DE ABREVIATURAS

B/C	Beneficio/Costo
BCP	Banco Central de Paraguay
G	Guaraníes
IPS	Instituto de Previsión Social
IRE	Impuesto a la Renta Empresarial
IVA	Impuesto al valor agregado
MTESS	Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social
PE	Punto de equilibrio
PIB	Producto interno bruto
PRC	Periodo de recuperación de capital
RUC	Registro Único del Contribuyente
SET	Secretaría de Estado de Tributación
SRL	Sociedad Responsabilidad Limitada
TIR	Tasa interna de retorno
VAN	Valor neto actualizado

Creación de una empresa comercializadora de termos forrados personalizados  
y productos de artesanía en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año  
2022

Ángel Alexis Romero Ramírez  
Juan Saavedra Garcete

Universidad Tecnológica Intercontinental

Carrera de Ingeniería Comercial, Sede Dr. Juan Eulogio Estigarribia

ar5318132@gmail.com

saa.240697@gmail.com

## Resumen

El propósito de esta investigación es evaluar la factibilidad de la creación de una empresa comercializadora de termos forrados personalizados y productos de artesanía en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022 conformado en una empresa de tipo Sociedad Responsabilidad Limitada. En el estudio participaron 281 personas del total de 1.050; se recolectaron los datos mediante encuestas con cuestionario cerrado. El análisis del mercado permitió conocer que la demanda mensual en termos personalizados es de 2.747 unidades y 2.066 unidades de productos de artesanía. El mercado meta para esta empresa representa 391 unidades de termos personalizados y artículos de artesanía de 658 unidades. La empresa requerirá de muebles y útiles, equipos de Informática, instalaciones, rodados. Para la puesta en marcha de la empresa, se necesitará una inversión inicial de G. 172.000.000 con financiación de los socios. Las ventas durante el primer año serán de G. 968.951.455 con una utilidad neta de G. 103.243.983. El análisis de los estados financieros arrojó resultados de los ratios de liquidez de razón circulante G. 16, prueba ácida 12 veces, en solvencia; 5% de apalancamiento, 16 veces de rotación del activo fijo y 3 veces de la rotación del activo total; en la rentabilidad se tiene utilidad sobre ventas 11%, rendimiento sobre el capital 60%, rendimiento sobre el activo total 35% y gastos operativos con ventas 21%. El análisis económico permitió evaluar la rentabilidad del proyecto a 5 años demostrando un VAN de G. 63.424.163 una TIR de 24,30 %, el PRC en 2 años y 9 meses la relación B/C de G. 1,10 con un equilibrio de G. 48.270.088.

*Palabras clave:* factibilidad, comercio, termos, personalizado, artesanía.

## **Introducción del proyecto**

### **Introducción**

El emprendimiento de una empresa se dedicará a la comercialización de termos forrados personalizados y productos de artesanías en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, surge de la inspiración de crear algo innovador para cada cliente. La empresa ofertará una variedad de termos de diferentes marcas y capacidades y productos de platería como joyas, decoraciones y productos de ñanduti, artículo decorativo de cueros, tallado en madera y cerámicas de diferentes tamaños, diseños y colores de acuerdo a la necesidad y gustos que tengan los clientes.

La investigación se lleva a cabo en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, considerado como una ciudad comercial y productiva de la región, ya que, abarca una cantidad importante de industrias, comercios y gran parte el sector agrícola, lo que genera grandes posibilidades de crecimiento a las empresas emprendedoras e innovadoras, lo que hace que sea un lugar propicio para proyectar este tipo de emprendimiento.

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

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

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

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

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

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

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

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

**Planteamiento del problema.** La ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia es caracterizada por su constante crecimiento en la economía, cuenta con varias empresas comerciales, industriales y de servicios que emplean a la población, generando ingresos para los clientes potenciales.

Esta actividad económica tendrá su punto de venta en el mercado de Dr. Juan Eulogio Estigarribia como escenario de la investigación, creando

beneficios para los clientes mediante la oferta de productos de calidad y a buen precio.

Actualmente los termos forrados son muy requeridos por empresas para los regalos a sus clientes, funcionarios y así también para las personas particulares que optan en adquirirla para su uso personal. Así también los productos de artesanías que casi no hay dentro de la ciudad una empresa que se dedique a la comercialización de diseños y variedades de objetos de esta naturaleza. Las razones por el cual escogimos este tema es que pudimos constatar que no existe una empresa que se dedique con exclusividad a la comercialización de estos tipos de productos dentro del mercado en estudio y que es una necesidad para las personas y empresas contar con un emprendimiento de esta índole para ofrecer los productos en cantidad, con originalidad y diseño de acuerdo a la preferencia de cada cliente.

Por lo tanto, se considera una buena alternativa la apertura de un negocio que se dedique a este rubro para cubrir las necesidades de los clientes, ya que no hay dentro de la ciudad una empresa que se dedique a comercializar en gran cantidad este tipo de producto.

La idea original se basa en el desarrollo de las estructuras principales del proyecto de inversión sobre una empresa de comercialización de termos forrados y artesanías tales como platería, bordados de ñanduti, tallado en madera, cerámicas y otros, arrancando desde la exploración del mercado para evidenciar la existencia suficiente de la demanda que pueda evaluar favorablemente la factibilidad del proyecto. La factibilidad “es la posibilidad que tiene un proyecto para ser ejecutado y operado de tal manera que cumpla con su objetivo” (Baca, 2010, p. 7).

Según lo que se pudo explorar dentro del mercado no existe una competencia que se dedique a esta actividad económica que se plantea en la investigación, por consiguiente, hay un mercado insatisfecho, por lo cual se plantea la habilitación de esta empresa para poder cubrir las necesidades existentes en relación a este rubro.

**Formulación del problema.** ¿Cuál es la factibilidad de la creación de una empresa comercializadora de termos forrados personalizados y productos de artesanía en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022?

**Preguntas de investigación.** Esta pregunta general se desglosa en las siguientes preguntas de investigación, teniendo en cuenta los cuatro estudios (mercado, técnico, financiero, económico):

¿En qué nivel se encuentra el mercado de oferta y demanda con relación al comercio de termos forrados personalizados y productos de artesanía en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia?

¿Qué requisitos técnicos son necesarios para la apertura y funcionamiento de la empresa?

¿Cuáles son los resultados del estudio financiero del proyecto?

¿Cuál es la rentabilidad económica del proyecto?

### **Objetivos de la investigación.**

**Objetivo general.** Evaluar la factibilidad de la creación de una empresa comercializadora de termos forrados personalizados y productos de artesanía en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022.

**Objetivos específicos.** En concordancia con las preguntas de investigación se formulan los siguientes objetivos específicos:

Conocer el nivel que se encuentra el mercado de oferta y demanda con relación al comercio de termos forrados personalizados y productos de artesanía en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia.

Identificar los requisitos técnicos necesarios para la apertura y funcionamiento de la empresa.

Demostrar los resultados del estudio financiero del proyecto.



Comprobar la rentabilidad económica del proyecto.

**Justificación y viabilidad del proyecto.** El ramo de comercialización de termos forrados personalizados y productos de artesanía va tomando fuerza en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, ya que las personas lo adquieren para obsequiar, así también para su uso personal, y un producto con diseño exclusivo hace que el consumidor quiera llevarlo en todo momento y lugar logrando que los termos y los accesorios de artesanías se promocionen mucho más.

La idea de comercialización de termos forrados y productos de artesanías de calidad nace a raíz de ver la necesidad y demanda que hay dentro del mercado y poder conseguir un mayor movimiento económico en esta actividad.

Por otro lado, esta investigación servirá para aquellos emprendedores que quiera iniciar un negocio comercial de esta índole, para tener de base las informaciones para poder generar utilidades con mayor facilidad y eficiencia.

Por lo expuesto anteriormente, consideramos de gran relevancia la realización de este proyecto de investigación que a su vez puede servir a diversos destinatarios como base de información para la elaboración de próximas investigaciones similares. La creación y presentación del proyecto de inversión dentro de la carrera de Ingeniería Comercial es impulsada por la Universidad Tecnológica Intercontinental (UTIC), no solo para obtener el título sino a través de ella generar empleo y ser partícipe de lo que la realidad social necesita y espera de cada profesional, como también poner en práctica todos los conocimientos adquiridos durante nuestra formación, lo cual sirve como base fundamental para la realización de dicha investigación.

## **Estudio de mercado**

### **Introducción**

Hoy día, la creación de empresas es tomada como un punto significativo de desarrollo, fortalecimiento social y económico en cada ciudad, por ello la importancia de emprender este negocio para contribuir con el crecimiento del país. El progreso y el éxito de las empresas dependen mucho de la manera en que se administran financieramente y de las inversiones que realiza.

Viendo esta realidad, de la necesidad de una empresa dedicada al rubro de comercialización de termos forrados y productos de artesanías, nos enfocamos al estudio del mercado, el cual es cada vez más exigente y requiere de implementación tecnológica y por sobre todo de creatividad. Esta investigación de mercado se centra en la comercialización de termos forrados y productos de artesanías, y geográficamente se encontrará ubicada en la zona céntrica de la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia.

El estudio de mercado abarca lo referente a determinar la demanda de termos forrados y productos de artesanías a ser ofertados, las oportunidades son bastantes alentadoras, además considerando los precios y las estrategias que le posicionará como una empresa sólida y confiable. Esta idea nace en vista de que no existe un local comercial dentro de la ciudad que se dedique con exclusividad a este rubro comercial, que actualmente son muy requeridos para la decoración por parte de las personas.

El problema principal de este proyecto de inversión es determinar si existe demanda para la comercialización de termos forrados personalizados y productos de artesanía, que, según las observaciones del entorno, se visualiza la cantidad de personas y empresas que están interesados en adquirir estos productos.

En consecuencia, mediante este estudio se buscará solucionar el problema de la alta demanda de los productos en vista de que la oferta de este rubro en la zona, podría no abarcar totalmente el mercado, dejando un

segmento importante insatisfecho, por lo que la investigación de mercado podrá evidenciar el nivel de necesidad existente y la proyección en el tiempo. El estudio de mercado “consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización” (Baca, 2001, p. 7).

Sobre la base de lo afirmado, se formula el siguiente problema;

¿En qué nivel se encuentra el mercado de oferta y demanda con relación al comercio de termos forrados personalizados y productos de artesanías en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia?

La solución del problema anterior, requiere de respuestas a cuestiones sencillas tales como;

¿Cuál es la demanda actual del comercio de termos forrados personalizados y productos de artesanías en el mercado seleccionado?

¿Qué nivel de competencia se registra en el mercado en cuanto a la comercialización de termos forrados personalizados y productos de artesanía en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia?

¿Cuál es el precio de mercado registrado en la venta de termos forrados y productos de artesanía?

¿Qué hábitos de negociación poseen los protagonistas de este mercado?

Como propósito general del estudio de mercado se pretende:

Conocer el nivel en que se encuentra el mercado de oferta y demanda en relación al comercio de termos forrados personalizados y productos de artesanías en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia.

Las preguntas de investigación conducen a los siguientes objetivos específicos

Evaluar la demanda actual de la comercialización de termos forrados personalizados y productos de artesanía en el mercado seleccionado.

Establecer el nivel de competencia que se registra en el mercado en cuanto a la comercialización de termos forrados personalizados y productos de artesanía en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia.

Determinar el precio de mercado registrado en la comercialización de termos forrados personalizados y productos de artesanía.

Describir los hábitos de negociación poseen los protagonistas de este mercado.

Cabe mencionar que este estudio de mercado se realiza con el propósito de conocer si existen necesidades en el segmento seleccionado y posteriormente crear una nueva empresa orientada a satisfacer los deseos y necesidades de los consumidores que buscan una opción diferente, este estudio se enfoca en la comercialización de termos forrados personalizados y productos de artesanías de calidad y al mejor precio.

La principal razón de la realización del estudio de mercado se debe a que es un recurso importante para el éxito del proyecto empresarial en la medida en que permita comprender el bloque donde se pretende realizar la investigación.

Por lo cual, nos brindará una visión global de la situación actual y las perspectivas del futuro, para así analizarlo desde distintos puntos. En este sentido, con el estudio del mercado, podrás ofertar al entorno según lo que espera el consumidor potencial.

Por otro lado, conociendo el sector que debe satisfacer con el producto, se podrá determinar el tamaño de empresa que luego repercutirá en la inversión de capital para la adquisición de los activos fijos. Así, la exploración de la competencia, si se identifica, proveerá informaciones claves de cómo operan en el mercado de manera que el nuevo emprendimiento pueda

establecer una línea de trabajo y estrategias de competencia acorde a la realidad actual.

Además, con el estudio del mercado, se podrá conocer el nivel de precio de la competencia, sus manejos y atención, para que se pueda estudiar los valores y propuestas a establecer.

Otro aspecto resaltante que nos permite conocer con el estudio del mercado es el análisis de la estrategia de comercialización donde se conocerá los hábitos de los protagonistas del mercado, la oferta y la demanda. En este sentido, es primordial tener la certeza de las líneas de negociación que usualmente se practica en el lugar como así también los medios de comunicación e información de la población.

### **Aspecto teórico**

**Antecedentes de la investigación del mercado.** Investigación realizada por Xavier Alfredo Cruz Santos, en la carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil en el año 2016 titulado “Plan creación de una empresa productora y comercializadora de termos”. En el resumen se lee.

El trabajo de titulación realizado consiste en la creación de una empresa productora y comercializadora de termos, lo cual se ha determinado que la empresa realizará sus actividades comerciales en la ciudad de Guayaquil, ya que ésta posee la mayor cantidad de habitantes en todo el país. Además, las condiciones sociales, culturales y climatológicas generan una oportunidad de negocio única, los termos tienen una capacidad de almacenamiento. La evaluación financiera del proyecto concluyó que la propuesta es financieramente rentable, ya que la TIR es mayor que la Tmar, y el periodo de recuperación del capital de los accionistas es de 4 años con 6 meses (<http://repositorio.ucsg.edu.ec>).

### **Bases teóricas.**

***Mercado.*** “Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización” (Baca, 2013, p. 5).

***Demanda.*** “Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado” (Baca, 2001, p. 17).

*Demanda satisfecha.* Se manifiesta en el momento en que el mercado satisface todas sus necesidades con los productos existentes.

*Demanda insatisfecha.* Se llama demanda insatisfecha a aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta al menos en parte por el proyecto, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta (Sapag, 2011, pp. 46- 48).

***Mercado meta.*** "Aquel segmento de mercado que la empresa decide captar, satisfacer y/o servir, dirigiendo hacia él su programa de marketing; con la finalidad, de obtener una determinada utilidad o beneficio" (Thompson, 2006, p. 3).

***Oferta.*** Según Baca (2001) es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado (p. 43).

***Precio.*** Es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio (Baca, 2001, p. 48).

***Precio de demanda.*** “Se refiere a hacer un estudio de cómo se espera crecimiento de la demanda y cuánto se espera que sea” (Pacheco, 2015, p. 42).

*Precio de oferta.*

Precio que el o los oferentes estarían dispuestos a recibir, con tal de vender su producto. Evidentemente, tales precios estarán determinados fundamentalmente por los costos de producir, los cuales, a su vez, están determinados por los precios de los factores productivos y la tecnología (Tarzijan y Paredes, 2006, p. 15).

*Precio de mercado.* “La proporción formal que indica las cantidades de bienes de dinero o servicios necesarios para adquirir una cantidad dada de bienes o servicio” (Kotler, 1996, p. 2).

**Estrategias de comercialización.**

Se apoya básicamente en una mezcla de estrategia de publicidad de precio. Se puede elaborar el mejor producto del mundo en muchos sentidos, pero si los pocos consumidores lo conocen la introducción al mercado se hará lenta el precio más bajo puede ser un buen atractivo de nuevos productos, siempre que ofrezcan una calidad similar a aquella que ofrecen los competidores actuales (Baca, 2013, p. 51).

**Tabla 1.** *Operacionalización de variable*

<b>Variable de investigación</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Estrategias</b>
Mercado	Lugar o sistema donde se compran y venden productos, donde rigen	Para conocer la situación actual del mercado será preciso realizar distintos	Análisis económico local	Inflación anual PIB anual Variación del SML Tasa financiera	Revisión bibliográfica

	las fuerzas de la oferta y demanda (Ramos, 2015, p. 6).	análisis de enfoque macro y micro, para el efecto, se revisarán los indicadores económicos del país para clarificar el escenario del futuro negocio. Así mismo, a nivel local, se investigará el mercado de consumidores y ofertantes de manera a conocer las estrategias de precios y comercialización de los actores.		Cotización de monedas extranjeras	
			Análisis de la demanda	Características del Producto / servicio Tipos de clientes Volumen de compra compran Periodo de compra	Encuesta a consumidores por medio de cuestionario cerrado
			Análisis de la oferta	Características del oferente Tipo del producto/servicio Volumen de oferta	Entrevista directa a ofertantes por medio de cuestionario abierto.
			Análisis del precio	Precio de oferta Precio de demanda	Encuesta a consumidores. Entrevista directa a ofertantes.
			Análisis de comercialización	Plaza Promoción Medio y forma de pago. Preferencias	Encuesta a consumidores. Entrevista directa a ofertantes.



## **Metodología**

**Tipo de investigación.** La investigación realizada es de tipo aplicada, debido a que busca la aplicación o utilización de los conocimientos adquiridos para dar respuesta a un problema o necesidad, a la vez que se adquieren otros conocimientos.

Los estudios de corte cuantitativo pretenden la explicación de una realidad social vista desde una perspectiva externa y objetiva.

La investigación cuantitativa “utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (Hernández, Fernández & Baptista 2014, p. 4).

Según el alcance temporal es seccional, puesto que los datos se obtienen una única vez en un momento determinado. De acuerdo al enfoque, la investigación es cuantitativa con nivel de conocimiento descriptivo, en vista a que recoge, procesa y analiza datos numéricos, además se reseñan las características o rasgos del fenómeno objeto de estudio.

Con respecto al marco en el que se desarrolla, este trabajo se enmarca dentro de la investigación de campo, ya que los datos e informaciones se extraen directamente de la realidad en la cual se trabaja. Además, corresponde a un estudio por encuestas en vista de que se considera la técnica más apropiada para la recolección de datos de primera mano. Al realizar este tipo de investigación se espera explorar la propuesta de creación de dicha empresa de tal manera que se puedan aclarar conceptos y variables planteadas.

**Diseño de investigación.** La investigación no experimental consiste en observar los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos sin manipular deliberadamente las variables.

Esta investigación es de diseño no experimental porque “se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los

fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p. 152).

**Nivel de conocimiento.** Esta investigación es de nivel descriptivo, ya que se encarga de describir el fenómeno tal como se presenta, realizando investigación de campo y se anexa un proyecto de inversión de aplicación futura.

En las investigaciones de tipo descriptiva, llamadas también investigaciones diagnósticas, buena parte de lo que se escribe y estudia sobre lo social no va mucho más allá de este nivel. Consiste, fundamentalmente, “en caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores” (Morales, 2012, p. 3).

**Población.** “Conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (Hernández, Fernández & Baptista 2014, p. 174).

**Población de clientes.** La población para esta investigación constituye personas particulares, tanto del sexo femenino y masculino de la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, específicamente en el barrio Santa Librada, sobre la cual se llevará a cabo el estudio. En total son 1.050 según informaciones provistas por la Municipalidad.

**Población de la competencia.** Se observó a 2 negocios que son considerados competencias para este nuevo emprendimiento, los cuales se caracterizan por dedicarse al rubro de ventas de termos forrados.

**Población de proveedores.** Cabe mencionar que se trabajara con dos proveedores, los termos serán traídos de Ciudad del Este y los productos de artesanía de la ciudad de Areguá de acuerdo a la variedad en diseño y preferencias de cada cliente y las compras se van a realizar de acuerdo a los pedidos que se tenga, y la forma de pago va ser al contado.

**Muestra.** La muestra es, en esencia, “un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población” (Hernández, Fernández & Baptista 2014, p. 175).

Para determinar la muestra se aplicó la calculadora electrónica teniendo en cuenta los siguientes datos.

$n$  = el tamaño de la muestra.  $N$  = tamaño de la población.

$\sigma$  = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

$Z$  = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual), o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

$e$  = Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.

La fórmula utilizada es la siguiente:

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

**Muestra de clientes.** Para este proyecto se tiene en cuenta a personas del sexo masculino y femenino, mayor de edad, ubicado en el barrio Santa Librada de la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia cuyo cálculo de la muestra resulto 281.

**Muestra de competidores.** Se ha seleccionado 1 muestra de los competidores para el estudio.

**Muestra de proveedores.** Se ha seleccionado 1 proveedor para el estudio.

**Muestreo.** La técnica de muestreo implementada a la demanda es la no probabilística del tipo intencional o deliberado, ya que los miembros que componen la muestra fueron escogidos de acuerdo a ciertas características específicas, de acuerdo a los criterios y los objetivos del estudio.

La técnica no probabilística consiste en que un “subgrupo de la población en el que todos los elementos tienen la misma posibilidad de ser elegidos” (Hernández, Fernández & Baptista 2014, p. 175).

Por otro lado, el muestreo intencional o deliberado es donde el investigador decide según los objetivos, los elementos que integrarán la muestra, considerando aquellas unidades supuestamente típicas de la población que se desea conocer. El investigador decide “qué unidades integrarán la muestra de acuerdo a su percepción” (López, 2004, p. 73).

**Técnicas e instrumentos de recolección de datos.** La técnica que se utiliza para la recolección de datos de los posibles clientes de la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, relacionados al trabajo de campo, es la encuesta con su respectivo instrumento el cuestionario, con preguntas cerradas, preparadas con anticipación para los clientes potenciales, que ayuden a determinar la situación del mercado y la posición del posible cliente ante el producto a ofrecer. Por el contexto de la pandemia, la encuesta se elabora mediante el formulario Google Drive y distribuido por medio de vías virtuales de comunicación e información como WhatsApp, Facebook, Instagram y Telegram.

Una vez obtenido los datos de la encuesta aplicada, se procede al análisis de los resultados con el fin de determinar la factibilidad de lo que se desea emprender y la actitud del encuestado ante tal posibilidad.

En los casos de la competencia y proveedores, se realiza una observación para conocer sus ofertas y promociones, analizar las ventajas que ofrecen y llegar a un acuerdo en cuanto a distribución y otras cuestiones.

**Procesamiento y análisis de datos.** Los datos recolectados se procesan y se exponen mediante gráficos estadísticos con los porcentajes y cantidades absolutas que permiten describir la muestra, extraídos de Google Drive. Luego se analizan y se interpretan de acuerdo a los indicadores puestos en la operacionalización de las variables y dimensiones, llevándose a cabo la inferencia sobre la población estudiada a partir del comportamiento de la muestra.

**Consideraciones éticas.** Durante el transcurso de la investigación, se mantuvo el respeto hacia las personas y la expresión personal de los encuestados, manteniendo en total confidencialidad y discreción la identidad de cada consultado.

### **Desarrollo del estudio de mercado**

**Análisis del producto.** Los termos forrados son un clásico de todos los tiempos, porque un termo está diseñado justamente para eso, pues se trata de un recipiente aislante que se cierra herméticamente para mantener la temperatura de bebidas o alimentos que se encuentren en su interior por más tiempo.

Los termos forrados en cuero, además de formar parte fundamental a la hora de tomar el tradicional tereré y mate, constituye un rubro que genera buenos ingresos especialmente para el segmento de los pequeños emprendimientos. El termo común consta de dos botellas de vidrio, una dentro de la otra separadas por un espacio totalmente estanco en el que se ha hecho un vacío total. La superficie interior del termo se ha espejado, aprovechando la propiedad que este tiene para impedir el paso del calor por radiación (Cruz, 2016, p. 3).

Los tipos de termos que ofrece la empresa son las siguientes:

**Termo para agua caliente.** Capacidad de 1, 1,5 y 2 litros, con conservación térmica: caliente, características del termo es de acero inoxidable, de aluminio es irrompible, compacto, versátil.

**Termo para agua fría.** Reforzado con doble capa LX-3000H, con tapón cebador a rosca, frío (24 horas), disponible en varios colores y con capacidad de 1, 1,5, 2 y 2,5 litros.

Los termos se utilizan en el mercado doméstico para mantener las bebidas calientes o frías durante periodos de tiempo prolongados y para muchos fines en la industria.

La artesanía en Paraguay es variada y rica en su historia; apreciada por los turistas e incorporada a la moda y costumbres de uso de la población en general. Muchas de ellas son exportadas con éxito como, por ejemplo: camisas y ropas de ao po'i, joyas en filigrana, artículos hechos con ñandutí, encaje yú y cuero, entre otros.

Los productos artesanales de Paraguay son de una gran diversidad y abarcan desde los artículos cerámicos hasta los bordados e hilados sin dejar de lado las tallas de Madera, la cestería, la marroquinería, y la platería.

**Platería.** Se denomina platería el trabajo artesanal de la plata con fines ornamentales. La función principal de la platería es regalar casas, tanto sagrados como profanos y de las habitaciones particulares, especialmente en los momentos de solemnidad y recepción.

**Artículos de cuero.** El cuero es un material duradero y flexible creado por la trata de piel de animales mediante un proceso de curtido de los tejidos externos, principalmente ganado o vaca como se suele expresar.

**Bordado de ñanduti.** Es un encaje que se borda a mano con aguja e hilo sobre un bastidor. Una técnica tradicional de Paraguay que requiere de un laborioso trabajo y paciencia por parte de la tejedora. Un arte que se transmite

generalmente de madres a hijas, se hace de forma puntual, y ediciones muy limitadas.

**Objetos de cerámica.** Este arte es uno de los inventos más importantes de la humanidad. Poder almacenar y transportar productos, especialmente líquidos, fue una gran revolución. Por ser un material perdurable, está íntimamente relacionada con la evolución del ser humano, puede aportar datos sobre un pueblo determinado, grado de civilización, costumbres, religión, economía, contactos comerciales.

**Tallado de madera.** Una talla es una obra de escultura, especialmente en madera. La madera se talla mediante un proceso de desgaste y pulido, con el propósito de darle una forma determinada, que puede ser un objeto concreto o abstracto.

### **Análisis de la economía.**

**Inflación.** “Es un fenómeno que viene arrastrándose y acumulándose de siglos, y cuya aceleración se ha mostrado ostensiblemente en los últimos años, a pesar de no haber sufrido el mundo graves trastornos como guerras mundiales o catástrofes políticas, sociales o naturales (Sacristán, 2010, p. 40).

“El índice de precios de consumidor (IPC) mide el costo de una canasta de bienes y servicios de consumo a precios de mercado, en relación con el costo de dicha canasta en un año de base” (Larrain, Sachs, & Sachs, 2002).

**Tabla 2.** *Tasa de inflación*

<b>Año</b>	<b>% Inflación</b>
2017	4,5%
2018	3,2%
2019	2,8%
2020	2,2%
2021	6,8%

<b>Promedio</b>	<b>3,9%</b>
-----------------	-------------

FUENTE: [www.bcp.gov.py](http://www.bcp.gov.py)

Esta tasa representa una suba en los precios de los productos, lo cual afecta a la empresa, teniendo en cuenta que el valor del bien será superior para la demanda ya que el poder adquisitivo representa mayor ingreso de los usuarios para poder adquirirlo.

### ***Salario Mínimo Legal del Paraguay.***

Es la cantidad mínima de dinero que se le paga a un trabajador en un determinado país, a través de una ley establecida oficialmente para un determinado periodo laboral (hora, día o mes), que los empleadores deben pagar a sus trabajadores por sus trabajos realizados (Código Laboral, Ley N° 4493, Art.1).

**Tabla 3.** *Variación del salario mínimo legal*

<b>Año</b>	<b>Salario</b>	<b>% Variación</b>
2018	2.112.562	3,5%
2019	2.192.839	3,8%
2020	2.192.839	0%
2021	2.289.324	4,4%
2022	2.550.307	11,4%
<b>Promedio</b>		<b>4,5%</b>

FUENTE: <https://tusalarario.org/paraguay>

En los últimos 5 años, se han experimentado diferentes porcentajes de reajustes en distintos periodos de tiempo, tal como muestra la tabla. En este sentido, se determina el promedio anual aplicado estrategias matemáticas de cálculos en variaciones porcentuales.



De esta manera, se pudo determinar que el ajuste porcentual registrado en el país durante los últimos años es de 4,5% lo que representa el encarecimiento de la mano de obra en las empresas. Este punto es de gran importancia, ya que este salario define en su gran parte, tanto el empleo como el desempleo y otras variables económicas que hacen parte de una empresa.

### ***Producto Interno Bruto (PIB).***

Se conoce como producto interno bruto a la suma de todos los bienes y servicios finales que produce un país o una economía, tanto si han sido elaborados por empresas nacionales o extranjeras dentro del territorio nacional, que se registran en un periodo determinado generalmente un año (Larraín, y Sachs, 2002, p.5).

El PIB mide el valor monetario de los bienes y servicios finales, es decir, los que adquiere el consumidor final producidos por un país en un período determinado (por ejemplo, un trimestre o un año), y cuenta todo el producto generado dentro de las fronteras. Abarca los bienes y servicios producidos para la venta en el mercado, pero incluye también otros, como los servicios de defensa y educación suministrados por el gobierno (Callen, 2008, p.48).

**Tabla 4.** *Historial del PIB en Paraguay*

<b>Año</b>	<b>% PIB</b>
2017	4
2018	4,2
2019	2,9
2020	1
2021	4,5
<b>Promedio</b>	<b>3,32 %</b>

FUENTE: <https://www.bcp.gov.py>

El Producto Interno Bruto del país, en las últimas proyecciones tuvo un pequeño descenso para la economía ya que arrojó un impacto del 3,32%, debido a las consecuencias de la pandemia por el covid 19. Por ende, con este resultado igual será favorable para la empresa.

**Tasa de interés pasiva del mercado.** “Es el porcentaje que paga una institución financiera al cliente que deposita dinero, mediante cualquiera de los instrumentos de captación” ([www.bcp.gov.py](http://www.bcp.gov.py)).

**Tabla 5.** Promedio anual de tasa pasiva

<b>Año</b>	<b>% Tasa pasiva</b>
2017	4,35%
2018	4,35%
2019	4,53%
2020	3,15%
2021	3,96%
<b>Promedio</b>	<b>4,06%</b>

FUENTE: [bcp.gov.py](http://bcp.gov.py)

Si este promedio llegase a sufrir variaciones para que sea de manera positiva significaría un aumento en los intereses que la empresa ha de cobrar a las entidades financieras, en cambio también existe la posibilidad de que haya una variación de forma negativa es decir que esa variación se de en forma diminutiva entonces la empresa ha de cobrar una utilidad menor.

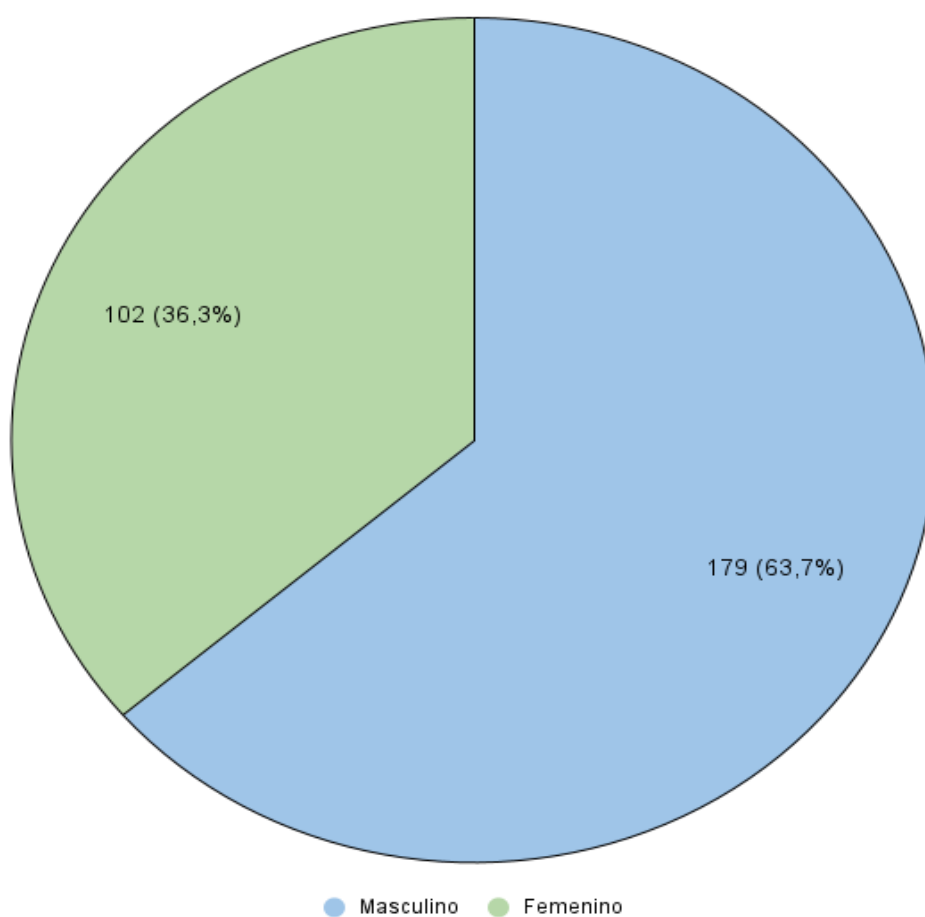
Según informaciones emitidas por el BCP y el cálculo del promedio anual, los depósitos a plazos ganan una tasa media anual del 4,06%. Estos indicadores se aplicarían en los presupuestos económicos en el caso de que la empresa requiera utilizar este tipo de instrumento financiero.

**Presentación e interpretación de resultados.** En este apartado se presentan los resultados del trabajo de campo en lo que respecta a las

encuestas y observaciones aplicadas a los potenciales clientes, competencias y proveedores.

**Análisis de la demanda.** De la población de 1050 personas se tomó una muestra de 281 personas mayores, para aplicar la encuesta. La descripción de la muestra se infiere sobre la población para establecer las informaciones requeridas sobre el comportamiento de la demanda.

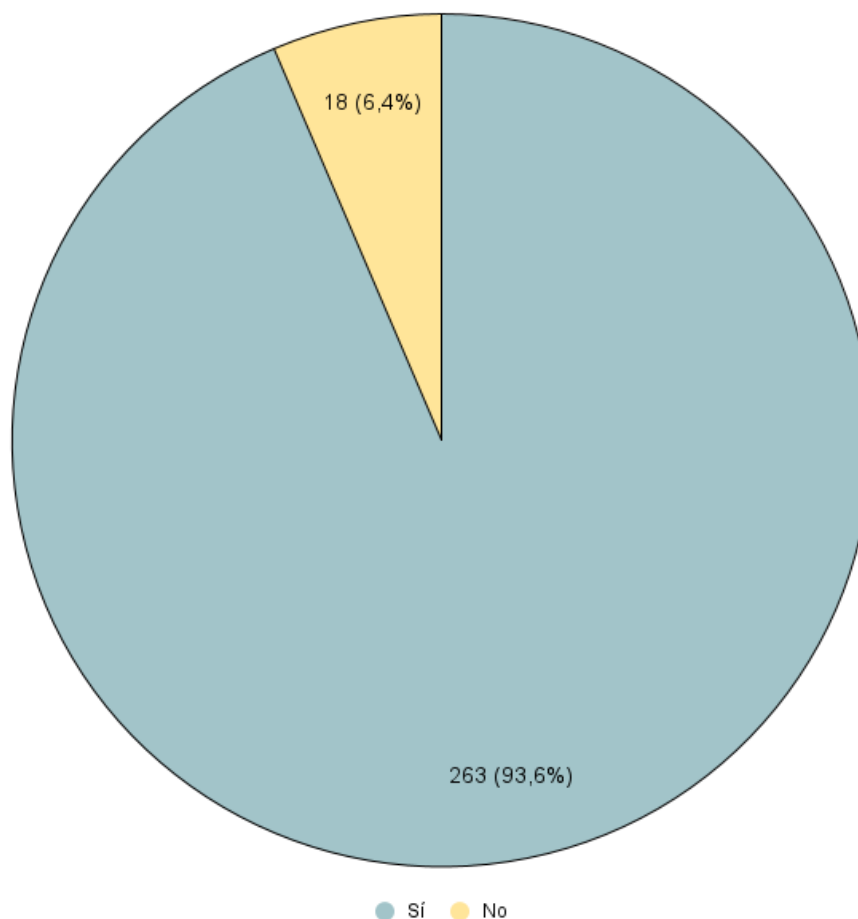
**Figura 1.** *Sexo de los encuestados*



Se puede visualizar en este gráfico que el 63,7% de las personas encuestadas son del sexo masculino y el restante del 36,3% del sexo femenino.

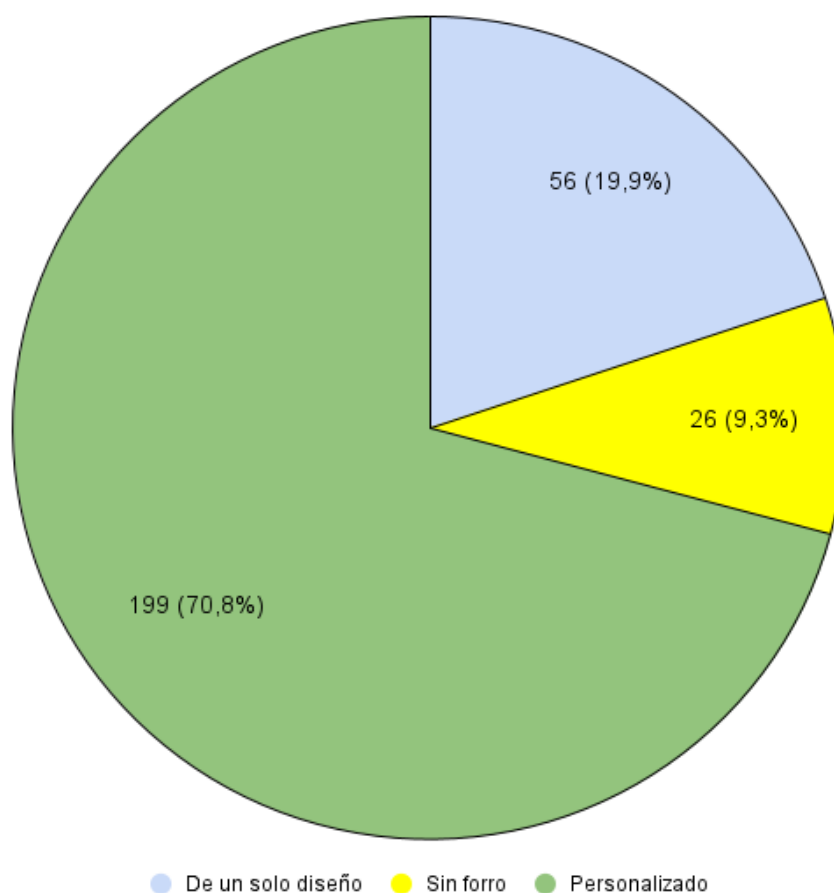
De estos datos, se pueden deducir que de una población de 1050 personas la cantidad de clientes del sexo masculino es de 669 personas y del sexo femenino 381 personas.

**Figura 2.** *Compra termos forrados personalizados*



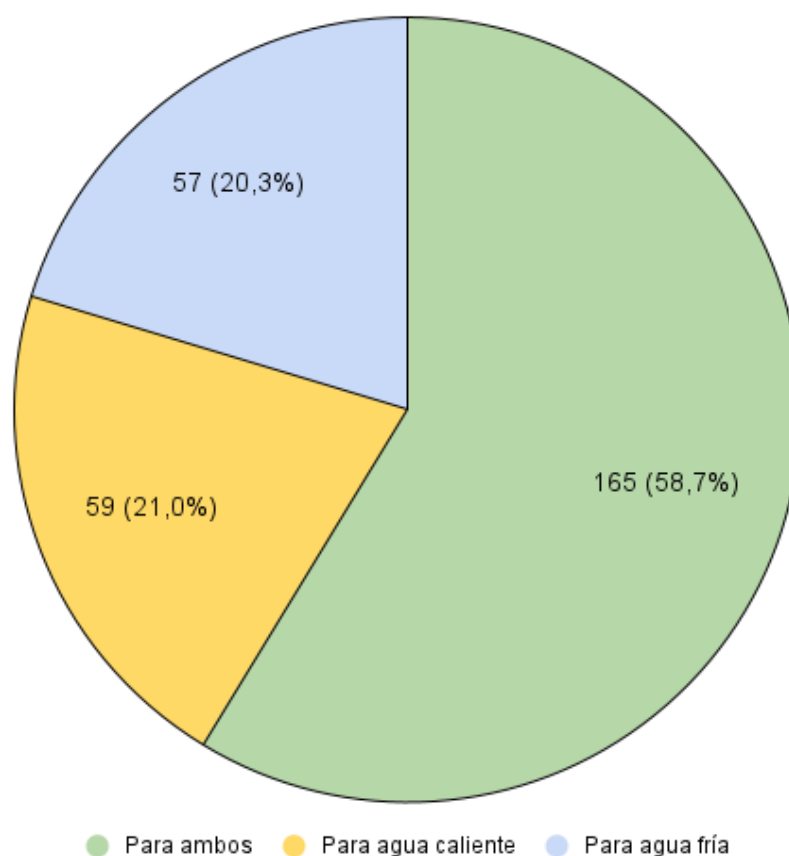
De acuerdo a este gráfico, el 6,4% de las personas encuestadas no compra termos forrados personalizados y 93,6% si forma parte de la cartera de consumidores de este producto.

Haciendo una comparación con la población estudiada de 1050 personas, 983 son compradoras de termos forrados personalizados y 67 potenciales clientes que este emprendimiento debe convencer.

**Figura 3.** *Preferencia de los termos*

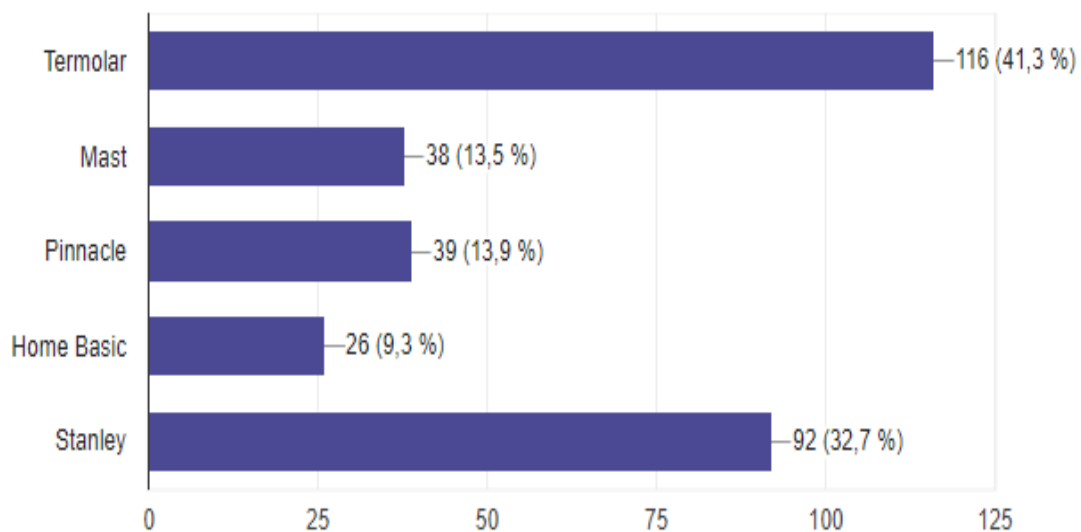
En cuando a la preferencia de los clientes, los consultados proporcionaron datos acerca de sus gustos, el 70,8% quiere los termos personalizados, el 19,9% de un solo diseño y el restante del 9,3% sin forro.

De esta manera, teniendo en cuenta la población total de 983, 696 compran termos personalizados, son informaciones que sirve para la empresa para conocer la demanda del producto dentro del mercado.

**Figura 4.** *Tipos de termos que acostumbra comprar*

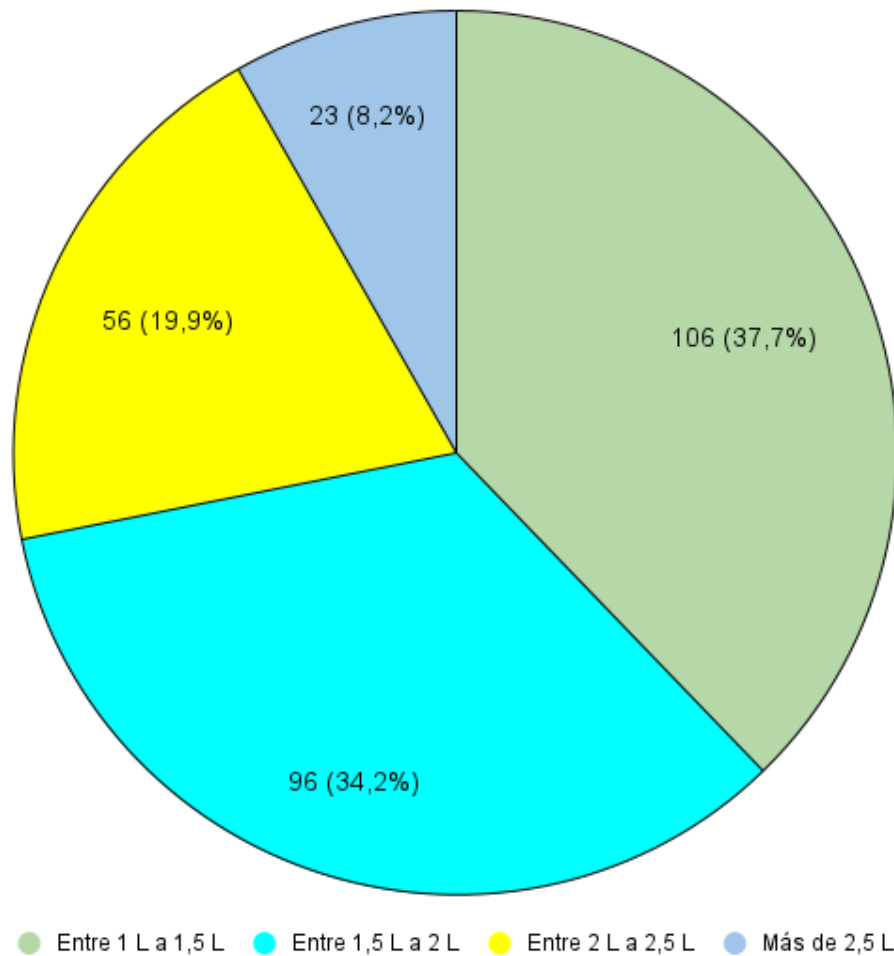
Se puede visualizar en este gráfico, el 58,7% de las personas encuestadas compra termos tanto para agua caliente y fría, el 21% sólo para agua caliente y el 20,3% para agua fría.

Haciendo una comparación con la población estudiada de 983 personas, 577 son compradores de termos para agua caliente y frío, es un dato importante para el momento de la adquisición de los productos.

**Figura 5.** *Marcas de termos que suele adquirir*

De acuerdo a esta consulta, el 41,3% optan por la marca Termolar, el 32,7% Stanley, el 13,9% la marca Pinnacle, entre los más demandados. Además; 13,5% el Mast y 9,3% el Home Basic.

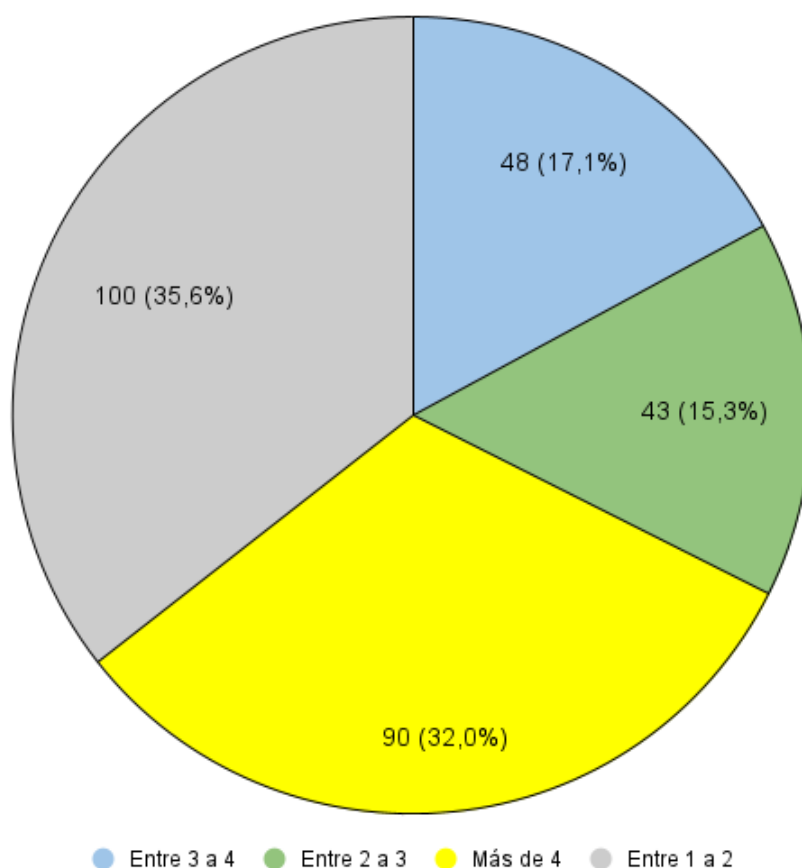
En este sentido, comparando con la población potencial de clientes que demanda termos de marcas que representa 983 personas; 406 prefieren de la marca Termolar, otras 321 Stanley, 137 de Pinnade, 133 de Mast y 91 de Home Basic.

**Figura 6.** Capacidad en litros de los termos que comprar los clientes

En referencia a la capacidad de termos para agua caliente y frío, el 37,7% de los clientes eligieron el de 1 a 1,5 l. y con el 34,2% que optaron por los que tienen capacidad de 1,5 a 2 l., el 19,9% entre 2 l. a 2,5 l. y 8,2% más de 2,5 l.

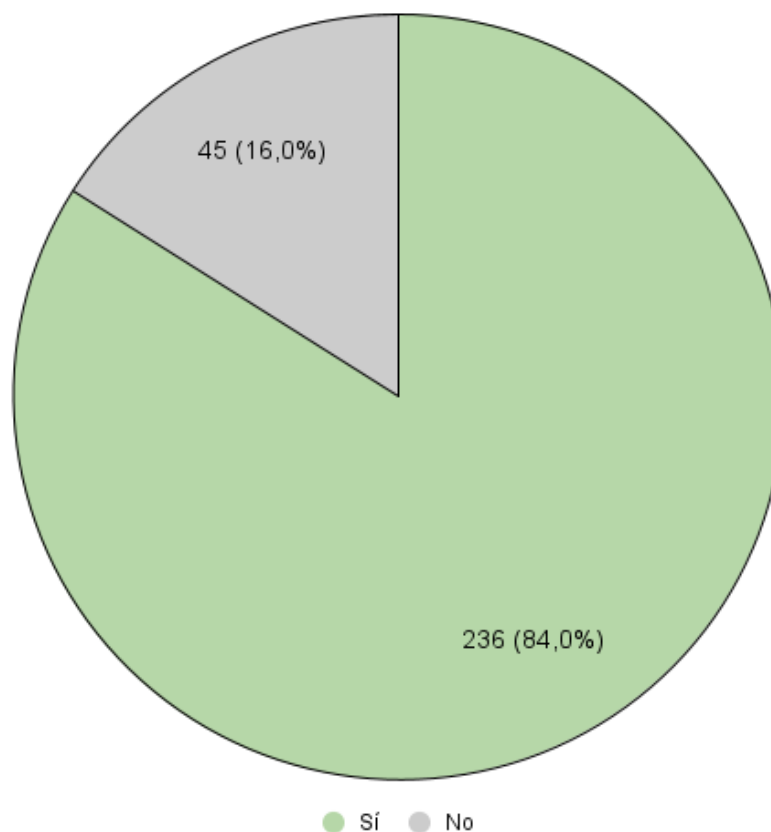
Estas informaciones sirven para saber las capacidades en litros de los termos que requieren los clientes. Del total de población 983, 371 compran termos de 1 l. a 1,5 l., 336 de 1,5 l. a 2 l., 196 entre 2 l. a 2,5 l. y 81 que requieren de termos con capacidad de más de 2,5 l. Entre los más adquiridos se tiene el de 1 l. a 1,5 l. que sirve como información a la empresa para la compra de sus mercaderías.



**Figura 7.** Cantidad de termos que suele comprar

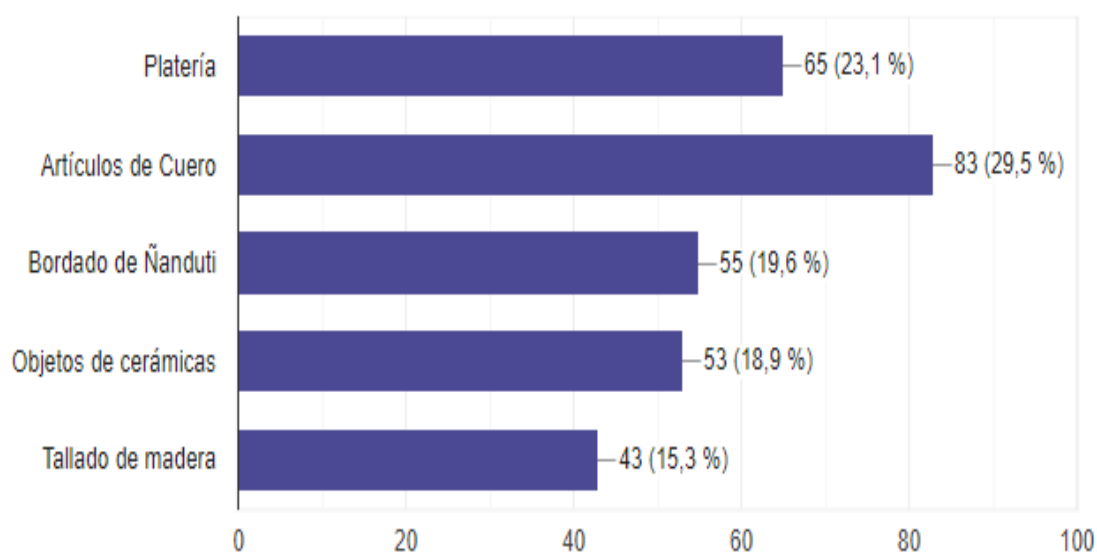
En referencia a la demanda de compra de termos, los consultados proporcionaron datos acerca de la cantidad que compraría de la nueva empresa. De esta manera, el 35,6% estaría interesada entre 1 a 2 unidades, el 32,0% más de 4 unidades, el 17,1% entre 3 a 4 unidades y el 15,3% entre 2 a 3 unidades.

El cálculo sobre la población de 983 encuestados quienes estarían dispuestos a comprar de la nueva empresa se pudo determinar que la demanda total sería alrededor de 2.747 termos.

**Figura 8.** *Demanda de productos de artesanía*

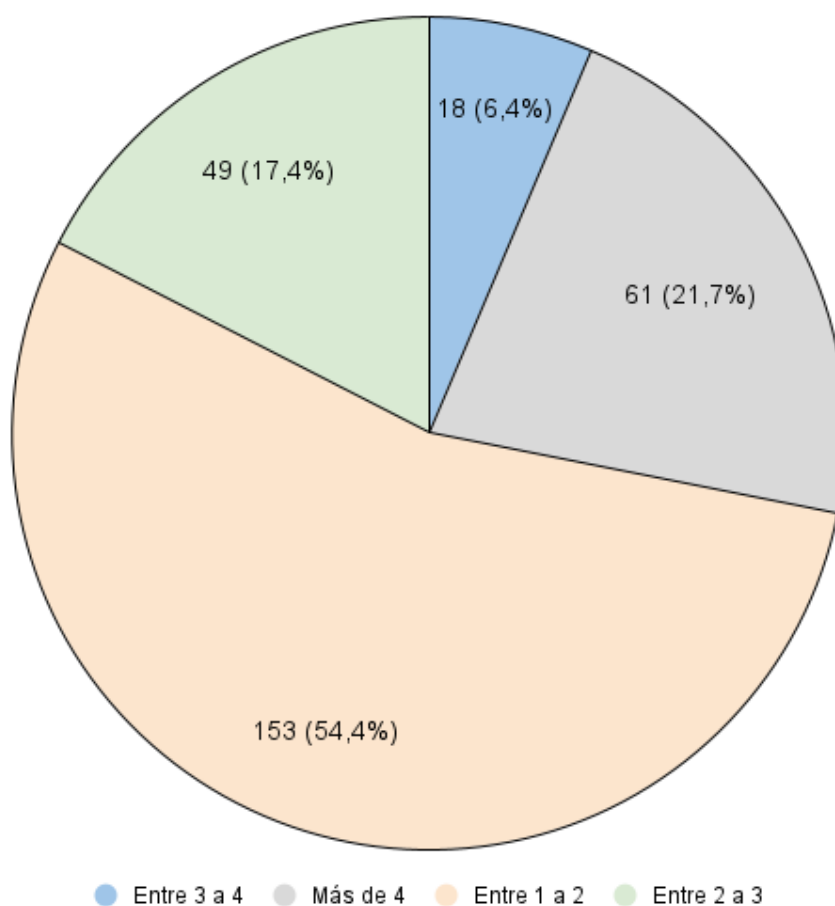
En este gráfico se puede observar, el 16% de las personas encuestadas no compra productos de artesanía y el 84% si adquieren este tipo de productos.

Haciendo una comparación con la población estudiada de 1.050 personas, 882 serían compradoras del producto ofertado y 168 potenciales clientes que este emprendimiento debe persuadir para venderles los productos de artesanía.

**Figura 9.** *Tipos de artesanía que compra*

De acuerdo a esta consulta, el 29,5% compra artículos de cuero, el 23,1% la platería y el 19,6% bordados de ñanduti, entre los más demandados. Así también; 18,9% objetos de cerámicas y el 15,3% tallado de madera.

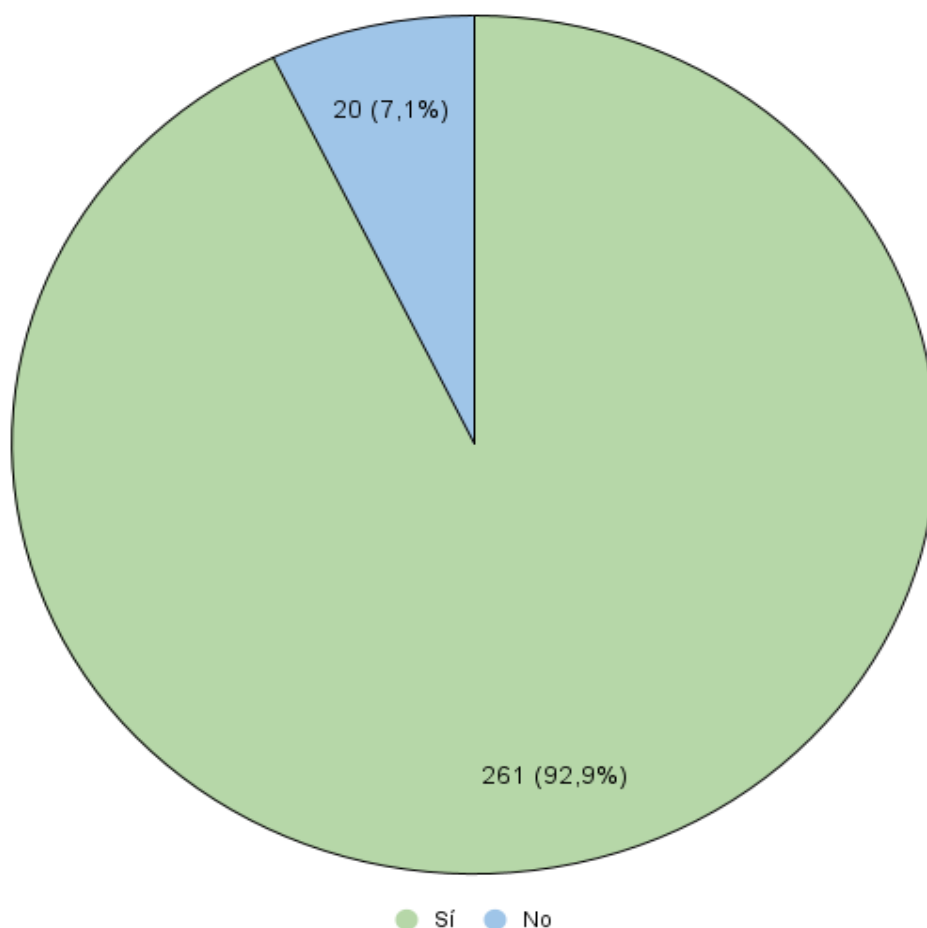
En este sentido, comparando con la población potencial de clientes que compran productos de artesanías que es de 882 personas; de los cuales 260 optarían por artículos de cuero, otras 204 platerías, 173 bordados de ñanduti, 167 objetos de cerámicas y 135 tallados de madera.

**Figura 10.** Cantidad de productos de artesanía que compra

En referencia a la demanda de compra de productos de artesanía, los consultados proporcionaron datos acerca de la cantidad que compraría de la nueva empresa. De esta manera, el 54,4% estaría interesada entre 1 a 2 unidades, el 21,7% más de 4 unidades, el 17,4% entre 2 a 3 unidades y el 6,4% entre 3 a 4 unidades.

El cálculo sobre la población de 882 encuestados quienes estarían dispuestos a comprar de la nueva empresa se pudo determinar que la demanda total sería alrededor de 2.067 unidades.

**Figura 11.** *Demanda de termos forrados personalizados y productos de artesanía de una nueva empresa*

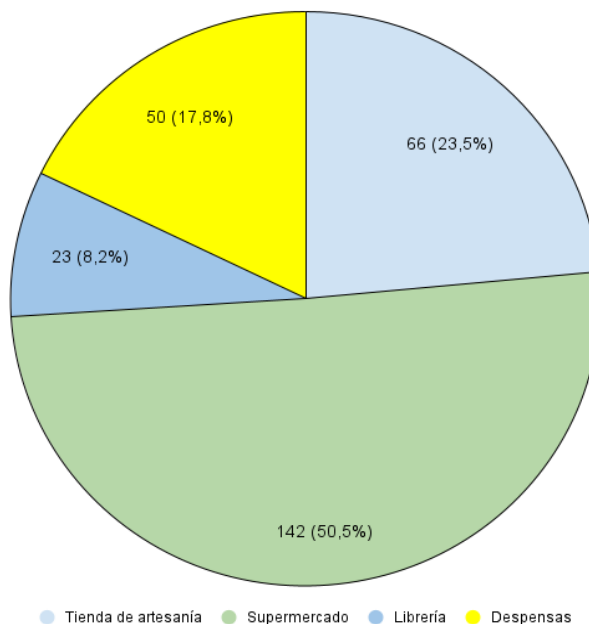


De acuerdo a los resultados arrojados, se puede mencionar que el 93% de los encuestados respondió que si van a adquirir los productos que va a ofertar la nueva empresa, y el restante del 7% manifiesta que no.

Haciendo una inferencia estadística con la población estudiada de 1.050 personas, 976 serían compradoras de termos forrados y artesanías de la nueva empresa y 74 que este emprendimiento debe buscar las estrategias para convencer.

**Análisis de la oferta.** Se han identificados 2 negocios que se dedican a este rubro, no obstante, cabe mencionar que no comercializa productos de artesanía.

**Figura 12.** Lugar de compra de los termos forrados y productos de artesanía



Las personas consultadas apreciaron que el 50,5% compran para los productos de supermercados, el 23,5% de tiendas de artesanías, el 17,8% de despensas y el 8,2% de librerías de la zona.

De esta consulta se puede deducir que más de 496 clientes acostumbran comprar los productos de los supermercados, 231 de tiendas de artesanía, 175 de despensas y el restante de 81 adquieren de librería, lo que significa que la competencia directa para esta nueva empresa son los supermercados.

### ***Observación a la competencia.***

*Identificación.* Termos & Obsequios Campo 9

*Ubicación.* Calle Independencia Nacional c/ Primera Junta Municipal

*Infraestructura.* El local cuenta con salón propio, climatizado

*Precios.* Los precios de los termos forrados son de G. 100.000 a G. 150.000 dependiendo de la marca, diseño y capacidad.

*Atención al Cliente.* Directamente en el local comercial.

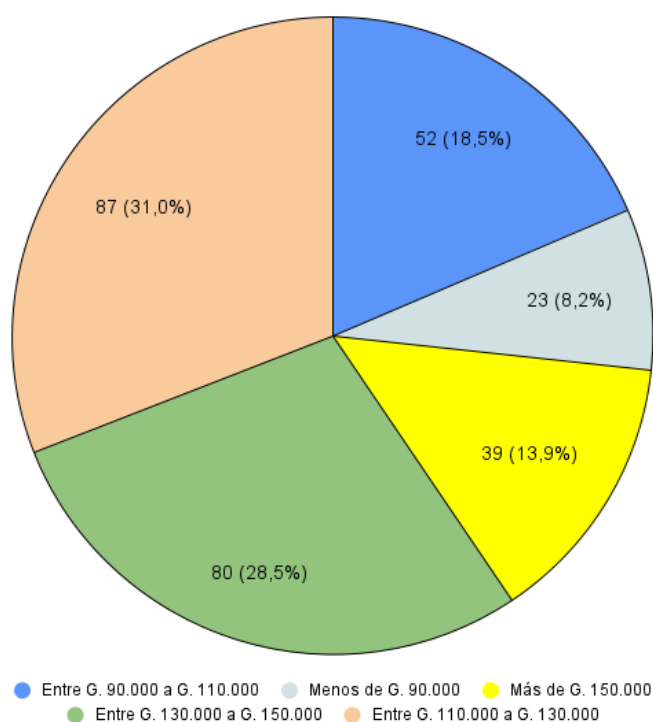
El horario de atención es de 07:00 hs a 18.00 hs de lunes a sábados.

*Publicidad.* En las redes sociales y WhatsApp.

Actualmente en el mercado investigado no existe un local exclusivo que comercializa productos de artesanía como la que propone este proyecto.

**Análisis del precio.** Como ya se conoce, el precio de un producto se puede fijar, en base a los siguientes criterios; el margen de utilidad con respecto a los costos de comercialización, disponibilidad a pagar del consumidor y precio de la competencia, si es que la hubiera.

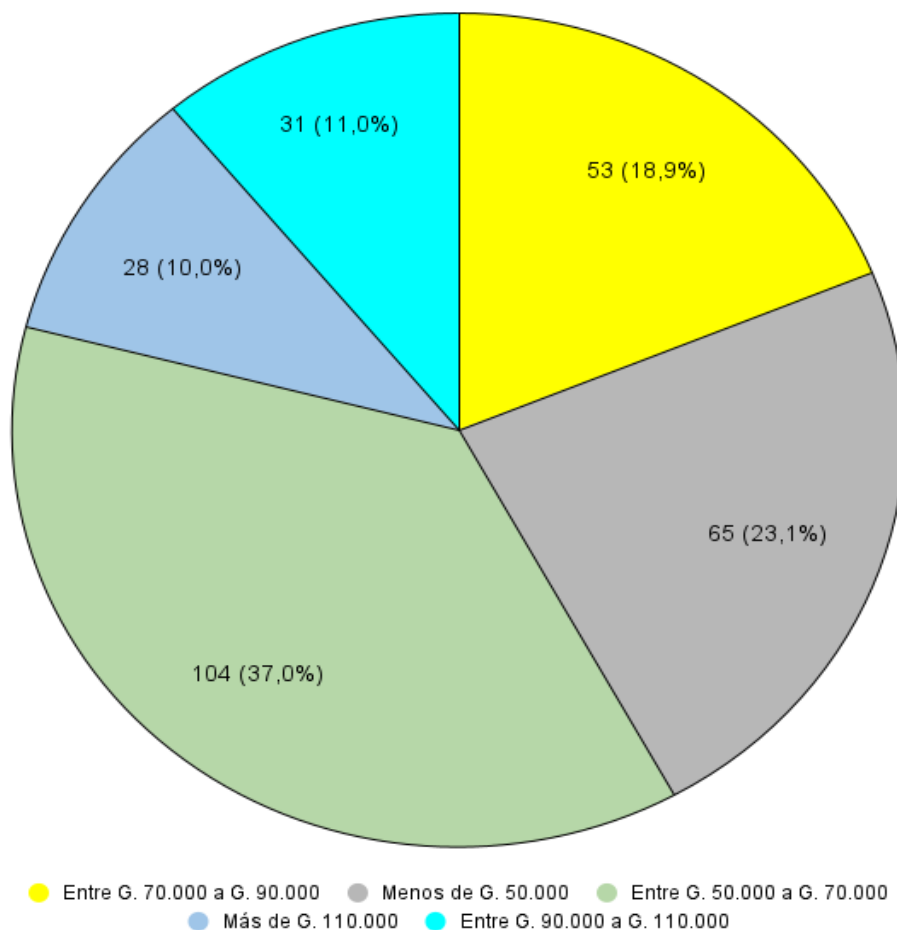
**Figura 13.** Nivel de inversión en G. por la compra termo forrado personalizado



Entre los precios más resaltantes que acostumbra pagar cada cliente, resaltan que el 31% paga entre G. 110.000 a G. 130.000, el 28,5% en promedio G. 130.000 a G. 150.000, el 18,5% entre G. 90.000 a G. 110.000, el 13,9% más de G. 150.000 y el 8,2% menos de G. 90.000.

El promedio general de los precios de demanda resulta G. 123.830, este valor se utilizará como referencia en el presupuesto de ventas, previo análisis del costo de cada producto.

**Figura 14.** Nivel de Inversión en G. por los productos de artesanía en forma mensual



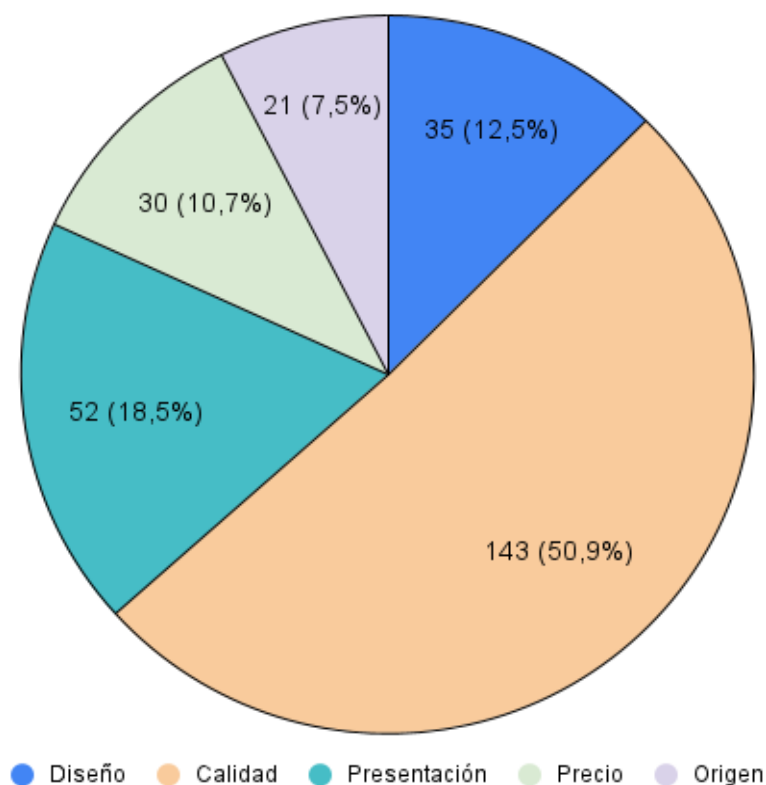


Entre los precios más resaltantes que acostumbra pagar cada cliente, resaltan que el 37 % paga entre G. 50.000 a G. 70.000, el 23,1% menos de G. 50.000, el 18,9% entre G. 70.000 a G. 90.000, el 11% entre G. 90.000 a G. 90.000 y el 10% más de G. 110.000.

El promedio general de los precios de demanda resulta G. 70.870, este valor se utilizará como referencia en el presupuesto de ventas, previo análisis del costo de cada producto.

**Sistema comercial.** Este apartado se encarga exclusivamente de analizar los hábitos comerciales que poseen los actores del mercado; tanto, compradores y vendedores.

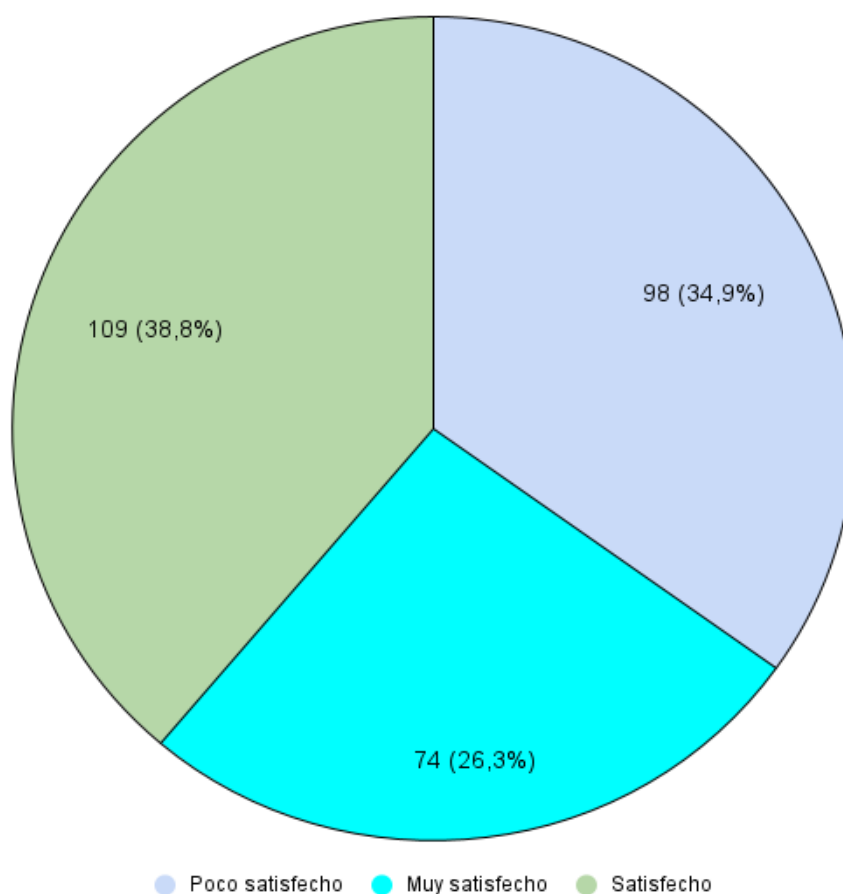
**Figura 15.** Aspectos que tiene en cuenta al momento de la compra de termos forrados y artesanías



La calidad es el factor que tiene en cuenta el 50,9% de los clientes, Además, la presentación es importante para 18,5%, así también el diseño para el 12,5%, 10,7% el precio y el origen el 7,5% tienen en cuenta.

Ante esta situación, se debe incluir en el stock de mercaderías los productos de mejor calidad y mejor presentación.

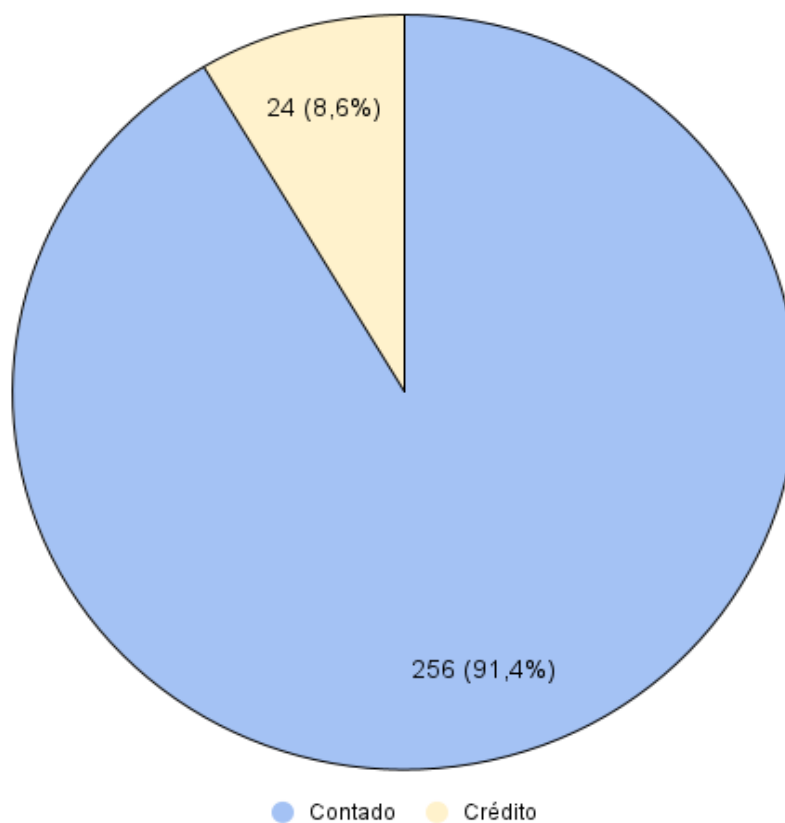
**Figura 16.** *Grado de satisfacción de los clientes*



Como se puede apreciar el 38,8% de los encuestados manifestaron, que al momento de adquirir los productos de termos personalizados y productos de artesanías se encuentra satisfecho, el 34,9% respondieron que están poco satisfechos y el restante del 26,3% respondieron que están muy satisfechos.

De estos datos se puede deducir que 381 personas al momento de adquirir los termos personalizados y productos de artesanía se sienten satisfechos y 343 poco satisfecho. Por consiguiente, existe un segmento de clientes que no se encuentra satisfecho con los productos que adquiere por eso se ve la necesidad de habilitar un nuevo local e implementar programas de Marketing efectivos para captar mayor número de clientes y por sobre todo satisfacer las necesidades existentes dentro del mercado.

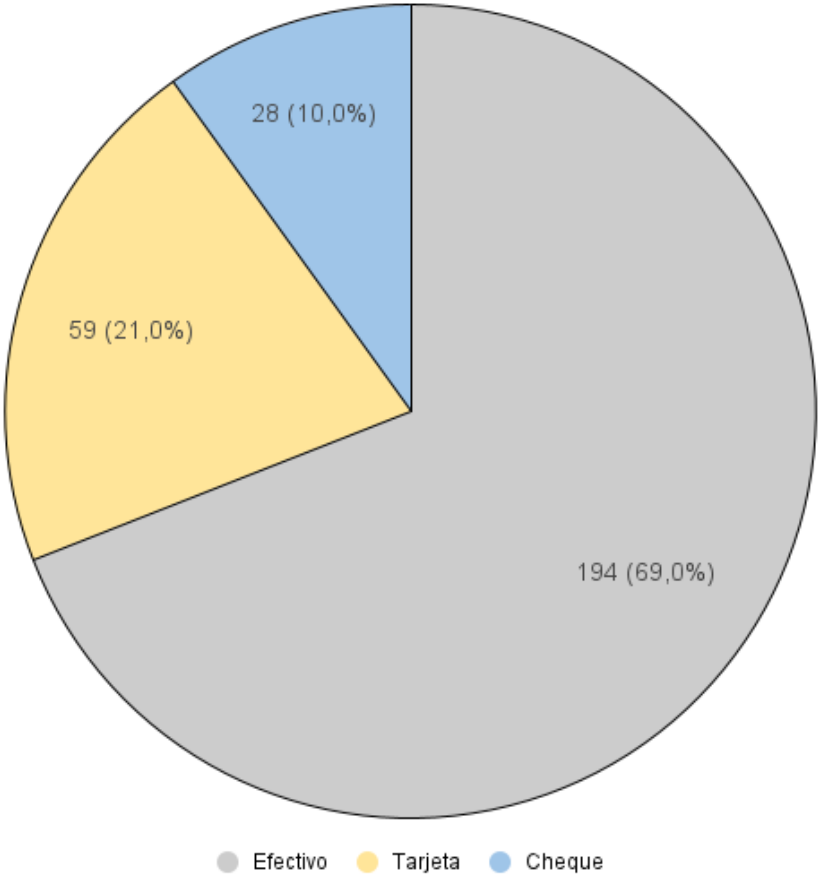
**Figura 17.** *Forma de pago del cliente*



El 91,5% de la consulta refleja que acostumbra realizar su compra al contado, contra el 8,5% que lo hace a crédito. En este sentido, alrededor de 899 clientes estaría comprando al contado.

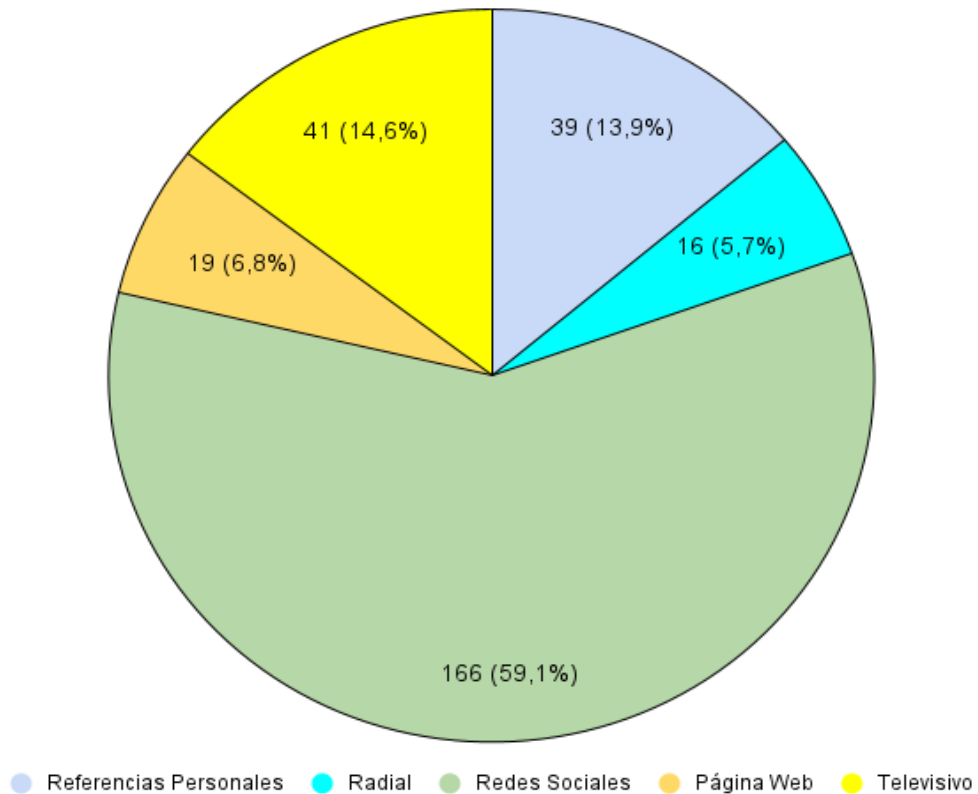
Esta afirmación lleva a considerar la disponibilidad de liquidez en todo momento en la empresa y el sistema de transacción en que se manejan los clientes dentro del mercado.

**Figura 18. Medio de pago del cliente**



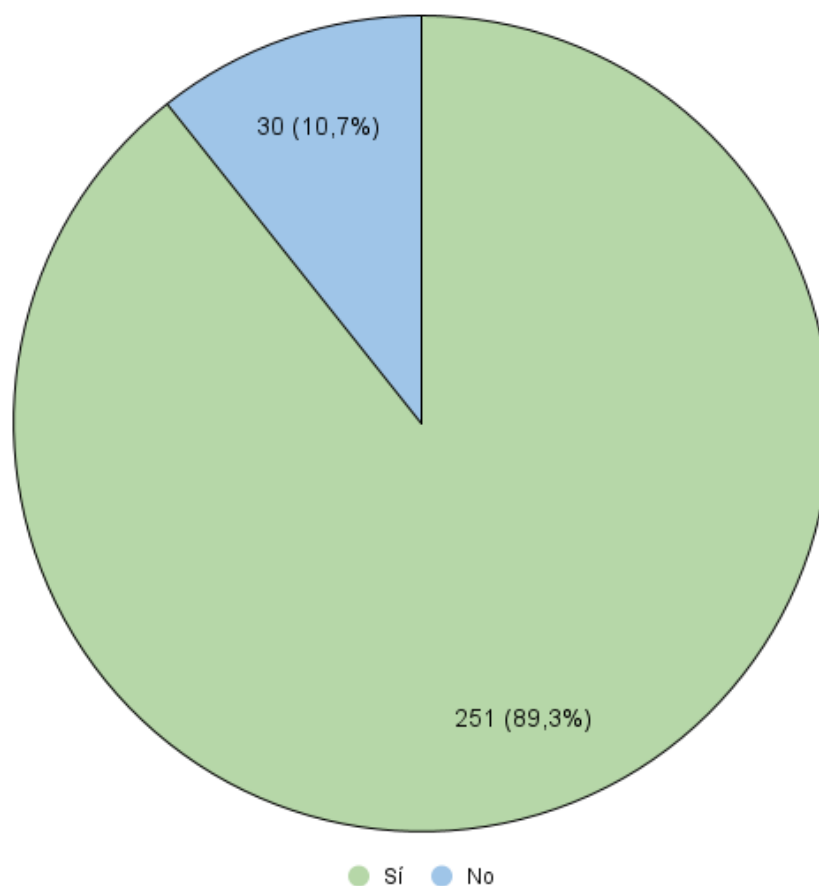
El 69% de la consulta refleja que acostumbra realizar su pago con efectivo, el 21% con tarjeta, el 10% con cheque. En este sentido, alrededor de 678 clientes sería lo que utilizan el efectivo como medio de pago.

Estas informaciones facilitan para que la empresa pueda dar la opción a los clientes de manejarse mediante documentos comerciales que puedan ser efectivizadas y tener liquidez para nuevas adquisiciones.

**Figura 19.** Medios de información y comunicación del cliente

En cuanto a la estrategia de comunicación, las redes sociales presentan las más aplicadas con el 59%, le sigue la televisión con el 14,6%, 13,9% por referencias personales por referencias personales, 6,8% por página web y el restante del 5,7% por la radio.

De estos datos, se pueden deducir que, de una población de 983, el 580 se interiorizan de un nuevo producto a través de las redes sociales, 144 por la televisión, 137 por referencias personales, 67 por página web y el restante de 56 personas mediante la radio. Son datos que le sirve a la empresa para conocer como es el sistema de comunicación más frecuente de los proveedores con sus clientes.

**Figura 20.** *Influencia de la infraestructura del local comercial*

Como se puede observar, el 89,3% de los encuestados manifestaron, que al momento de comprar el producto considera muy importante la infraestructura del local y el restante 10,7% no tienen en cuenta.

De estos datos, se pueden deducir que, de una población de 983 personas, 878 si consideran que es fundamental la infraestructura y 105 menciona que no tiene relevancia. Esta afirmación lleva a considerar que es necesario considerar este aspecto en el momento de habilitar un negocio.

### **Conclusión y recomendación del estudio de mercado**

Respecto al comportamiento de la demanda con relación al comercio de termos forrados personalizados y productos de artesanía en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, se pudo conocer que, de la población estudiada, 983

personas formarían parte de la cartera de clientes, los cuales comprarían alrededor de 2.747 termos, 406 de la marca Termolar, otras 321 Stanley, 137 de Pinnade, 133 de Mast y 91 de Home Basic y en relación a los productos de artesanía 2.066 unidades; 260 adquieren artículos de cuero, otras 204 platerías, 173 bordados de ñanduti, 167 objetos de cerámicas y 135 tallados de madera.

En relación al nivel de competencia que se registra en el mercado en cuanto a los productos mencionados, existen 2 empresas que comercializan termos forrados personalizados, pero si se han observado que no venden productos de artesanía como platería, artículos de cuero, bordados de ñanduti, objetos de cerámicas y tallados de madera.

Con relación al precio de mercado registrado en la venta termo forrado actualmente pagan en promedio G. 123.830 y por los productos de artesanía un promedio de G. 70.870. Mientras la competencia posee un precio desde G. 100.000 a G. 150.000, dependiendo de la calidad y diseño.

Por otro lado, entre las estrategias que se utiliza para la comercialización de este producto en el mercado, se puede mencionar que en su gran mayoría pagan al contado utilizando en su mayoría el efectivo, como medios de información y comunicación las redes sociales y la televisión, por parte de la demanda.

Las informaciones expuestas permitieron estudiar las condiciones en que se encuentra el mercado con relación al comercio de termos forrados personalizados y productos de artesanía en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia y el logro del propósito principal del estudio del mercado.

Con relación a los resultados obtenidos, se puede enfatizar la siguiente recomendación: la necesidad de expandir el mercado con la inclusión de la población de otros barrios aledaños donde habitan cantidad importante de personas con posibilidades de comprar termos forrados y productos de artesanía.

## **Estudio técnico**

### **Introducción**

El estudio técnico representa el segundo apartado del proyecto de inversión en donde se configura la futura empresa determinando sus necesidades de infraestructura, personales y la organización correspondiente.

Este apartado determina toda la estructura de la empresa tanto física como administrativa, así como también la distribución geográfica, la organización del personal, las gestiones legales que afectan a la empresa.

En el estudio técnico se expone el proceso del proyecto donde se analiza la estructuración de la empresa, los materiales necesarios para su iniciación, la mano de obra a ser utilizada, la localización de la misma, se realiza un análisis de todos los aspectos que estarán afectando la apertura de la empresa dedicada a la comercialización de termos forrados y productos de artesanías.

Se detallan las cuestiones legales a tener en cuenta analizando el tipo de organización a ser establecido, que corresponde a una Sociedad de Responsabilidad Limitada y a las que debe estar sujeto a fin de evitar posibles multas y sanciones por parte de las instituciones pertinentes.

“El estudio técnico es aquel que presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal” (Baca, 2013, p. 6).

Por consiguiente, el problema que se desea solucionar con este estudio es determinar los requerimientos técnicos adecuados para una empresa dedicado al rubro mencionado con anterioridad, también se busca determinar la localización ideal en donde le convendría a la empresa para instalarse y ofrecer a las personas sus productos, tanto dentro del recinto como así en la modalidad de delivery que brindara variedad e innovación constante en cada



línea artículos considerando las categorías de acuerdo a las necesidades del consumidor final. Es así que se formula el siguiente problema:

¿Qué requisitos técnicos son necesarios para la apertura y funcionamiento de la empresa?

La solución del problema anterior, requiere de respuestas a cuestiones sencillas tales como;

¿Cuál es la localización ideal para la empresa de comercialización de termos forrados y artesanía?

¿Cuáles son los equipamientos que requiere esta empresa para su funcionamiento óptimo?

¿Qué estructura organizativa se debe diseñar para el comercio de termos forrados y artesanía?

¿Cuáles son las gestiones que se debe llevar a cabo para legalizar el funcionamiento de la empresa?

Metodológicamente, del problema se deduce el siguiente objetivo general;

Identificar los requisitos técnicos necesarios para la apertura y funcionamiento de la empresa.

De igual manera, cada pregunta de investigación dio lugar a los objetivos específicos del estudio.

Determinar la localización ideal para la empresa de termos forrados y artesanía.

Caracterizar los equipamientos que requiere esta empresa para su funcionamiento óptimo.

Diseñar la estructura organizativa para el comercio de desayunos saludables.

Enumerar las gestiones que se debe llevar a cabo para legalizar el funcionamiento de la empresa.

Todos los estudios realizados dentro de la estructura del proyecto de investigación tienen su debida utilidad o importancia en el área en el que corresponda.

En el caso del estudio técnico, como ya se había mencionado detalla los pormenores técnicos describiendo a fondo la estructura organizacional de la empresa, detallando minuciosamente todos los bienes necesarios para iniciar los trabajos al igual que las reglamentaciones vigentes a los que debe estar sujeto una vez iniciada las actividades.

El diseño técnico de la empresa es una etapa fundamental en la elaboración del proyecto siendo que sirve como base para los estudios financieros y económicos que podrá estudiar su rentabilidad y viabilidad.

Una vez concluido satisfactoriamente con el análisis técnico, ya se podrá realizar los estudios financieros y económicos de la empresa emprendida.

### **Aspecto teórico**

**Localización.** “La selección de la localización del proyecto se define en dos ámbitos: el de la macrolocalización, donde se elige la región o zona, y el de la microlocalización, que determina el lugar específico donde se instalará el proyecto” (Sapag, 2011, p. 136).

**Localización óptima de un proyecto.** “Es lo que constituye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social)” (Baca, 2013, p. 98).

**Método cualitativo por puntos.** “Permite evaluar cada alternativa en función de varios factores o variables condicionantes. La clave está en identificar según el tipo de proyecto aquellos factores que son pertinentes para determinar su ubicación” (Méndez, 2012, p. 145).

**Obras físicas.** “Aquí interesa la información de carácter económico y necesariamente deberá respaldarse de manera técnica en el texto mismo del informe del estudio que se elabore, en los anexos que se requieran” (Sapag, 2014, p. 113).

**Equipamientos.** “Se entenderán todas las inversiones que permitan la operación normal de la planta de la empresa creada por el proyecto, por ejemplo: maquinaria, herramientas, vehículos, mobiliario y equipos en general” (Sapag, 2014, p. 113).

#### **Organización de la empresa.**

Cuando se haya hecho un estudio que determine el tamaño más apropiado para el proyecto, es necesario asegurarse que se cuenta con el personal suficiente y apropiado para cada uno de los puestos de la empresa. Aquí se hace una referencia sobre todo al personal técnico de cualquier nivel, el cual no se puede obtener fácilmente en algunas localidades del país (Rodríguez, 2018, p. 35).

**Misión.** “Es la intención manifestada en el presente sobre un escenario futuro deseado donde la empresa ya está en plena actividad su enunciación debe coincidir con lo que realmente se cree y se desea hacer” (Flor, 2009, p. 143).

#### **Visión.**

Proviene del latín ``Visio`` que significa ver, percibir la visión empresarial debe ser definida por la dirección superior conjuntamente con el equipo gerencial de la organización

considerando la relación empresa-eterno y principalmente, los clientes o los consumidores de sus productos o servicios, los proveedores de bienes y servicios y los stakeholders (Flor, 2009, p. 142).

**Valores.** Los ideales, costumbres y principios de una organización, los cuales provocan una respuesta emocional en los integrantes de un grupo. "Son los valores, las conductas y creencias aceptables, actitudes, patrones en el ambiente que nos movemos. Son evidencias que se muestran en la misión para el logro de los objetivos (Melgar, 2009, p. 21).

### **Responsabilidad social.**

La responsabilidad social empresarial es la capacidad ética de las empresas y de sus líderes para responder a los desafíos de la nueva sociedad globalizada del conocimiento, que muestra un gran desequilibrio económico- social y que está amenazada por el calentamiento global de la tierra (Martínez, 2010, p. 30).

### **Organigrama.**

La estructura organizacional de una compañía se ilustra mediante su organigrama. Esta estructura indica las responsabilidades individuales de los administradores y sus grados de autoridad, e incorpora los puestos dentro de los departamentos correspondientes. La estructura también tiene que ver con el grado de centralización y el tipo de departamento implicado (Chiavenato, 2007, p. 106).

**Manual de funciones.** "Este documento establece la organización formal de una empresa, contiene el organigrama la descripción de tareas y responsabilidades de los distintos puestos o cargos, así como las relaciones entre los mismos" (Flor, 2013, p. 395).

**Aspectos legales.** Corresponde a las normativas relacionadas con la implementación del proyecto de inversión.

**Empresa.** “Es una entidad económica destinada a producir bienes y servicios, una comunidad de aportaciones de la técnica, la mano de obra y el capital, en sus diversas formas” (Aguayo, 2006, p. 20).

**Sociedad de Responsabilidad Limitada.** “Es aquella en la cual el capital se divide en cuotas iguales por valor de mil guaraníes o su múltiplo, no pudiendo los socios ser más de 25, y siendo responsables solo por el valor de sus aportes” (Artículo 1160 del Código Civil).

***Requisitos para la apertura de la empresa.***

Ley N° 4986 que crea el sistema unificado de atención empresarial para la apertura y cierre de empresas. Artículo 1°. Objeto. Por la presente Ley, se crea el mecanismo legal simplificado denominado Sistema Unificado para la Apertura y Cierre de Empresas (SUACE), a través del cual se procesarán las solicitudes de inscripciones exigidas legalmente a todas las empresas comerciales, a los efectos de su apertura, acceso a incentivos fiscales y cierre de las mismas; así como para su registro administrativo en el Ministerio de Industria y Comercio y el monitoreo de la aplicación de Leyes especiales.

Artículo 2°. Fin. El Sistema Unificado para la Apertura y Cierre de Empresas (SUACE) operará como una ventanilla única de entrada de las solicitudes de los trámites requeridos para la apertura y cierre de empresas con el fin de facilitar, agilizar y transparentar dichos procesos, así como la unificación de datos estadísticos e implementación de políticas públicas de incentivo al sector empresarial, prestadores de servicios, parques

industriales y otras entidades comerciales conforme a las Leyes especiales que las promueven.

Artículo 3°. Creación y Naturaleza Jurídica. A los efectos de la presente Ley, créase la Dirección General del Sistema Unificado para la Apertura y Cierre de Empresas (SUACE), dependiente del Ministerio de Industria y Comercio, como órgano responsable de velar por el cumplimiento de los fines de la presente Ley.

**Impuestos.** Ley 6380/19.

*Impuesto a la Renta Empresarial (IRE).*

Artículo 1. ° Hecho Generador. Créase un Impuesto a la Renta Empresarial (IRE), que gravará todas las rentas, los beneficios o las ganancias de fuente paraguaya que provengan de todo tipo de actividades económicas, primarias, secundarias y terciarias, incluidas las agropecuarias, comerciales, industriales o de servicios, excluidas aquellas rentas gravadas por el IRP.

*Impuesto al Valor Agregado (IVA).*

Artículo 80. Hecho Generador. El Impuesto al Valor Agregado (IVA) gravará los siguientes actos:

La enajenación de bienes.

La prestación de servicios, excluidos los de carácter personal se presten en relación de dependencia.

La importación de bienes.

**Tasas.** Según la Ley N° 881 del impuesto de patente a comercios, industrias, profesiones y oficios.

Artículo 2°. - Las personas y entidades que ejercen comercios, industrias, profesiones u oficios en actividades con fines

lucrativos dentro del municipio de Asunción, pagarán el impuesto de patente anual establecido en esta Ley.

Artículo 3°.- A los efectos del pago de impuesto de patente, los comerciantes, industriales o personas o entidades que desarrollan actividades con fines lucrativos en casa matriz, o los responsables de sucursales y agencias de establecimientos con casas matrices domiciliadas fuera de la jurisdicción de la capital, deberán presentar a la Municipalidad de Asunción, copia del balance de su ejercicio anterior visado por la Dirección de Impuesto a la Renta o por la Superintendencia de Bancos cuando se trate de Bancos y entidades financieras, o una declaración jurada, en los plazos establecidos por Ordenanza, en base al régimen de aprobación de balances dispuesto por la Dirección de Impuesto a la Renta.

Si no cumpliera con dichas obligaciones, el Departamento Ejecutivo estimará de oficio el monto del activo, previo informe de la Dirección de Impuesto a la Renta que no presentó en dicha repartición el balance correspondiente.

Por Ordenanza se establecerá la manera de determinar el activo en base a:

- a) Los balances o declaraciones juradas de los tres últimos ejercicios anteriores.
- b) Si no se dispusiere de los elementos citados en el inciso anterior, la consideración del activo de negocios similares, según clases de operaciones, su ubicación y el número de personal empleado, y la documentación que se crea necesario exigir.

Artículo 4°. La Municipalidad podrá exigir la presentación de documentos que considere necesaria para comprobar la

veracidad del contenido de las declaraciones juradas de los contribuyentes (<https://www.bacn.gov.py>).

### ***Obligaciones laborales.***

*Salario.* “El salario se estipulará libremente, pero no podrá ser inferior al que se establezca como mínimo de acuerdo con las prescripciones de la Ley” (Ley N° 213/93 Artículo 228).

### *Bonificación familiar.*

Hasta que se implante un sistema legal de compensación para las asignaciones familiares sobre la base del seguro social, todo trabajador tiene derecho a percibir una asignación equivalente al 5% (cinco por ciento) del salario mínimo por cada hijo matrimonial, extramatrimonial o adoptivo (Ley N° 213/93 Artículo 261)

### *Vacación.*

Todo trabajador tiene derecho a un periodo de vacaciones remuneradas después de cada año de trabajo continuo al servicio del mismo empleador, cuya duración mínima será:

Para trabajadores de hasta cinco años de antigüedad, doce días corridos;

Para trabajadores con más de cinco años y hasta diez años de antigüedad, diez y ocho días corridos; y,

Para trabajadores con más de diez años de antigüedad, treinta días corridos.

Las vacaciones comenzarán en día lunes o el siguiente hábil si aquel fuese feriado (Ley N° 213/98 Artículo 218).



### *Aguinaldo.*

Queda establecida una remuneración anual complementaria o aguinaldo, equivalente a la doceava parte de las remuneraciones devengadas durante el año calendario a favor del trabajador en todo concepto (salario, horas extraordinarias, comisiones, u otras) la que será abonada antes del 31 de diciembre, o en el momento en que termine la relación laboral si ello curre antes de esa época del año (Ley N° 213/98 Artículo 243).

*Seguro social.* “El Estado con aportes y contribuciones propios y de empleadores y trabajadores, amparará, por medio de un sistema de seguros sociales, a los trabajadores contra los riesgos de carácter general, y especialmente los derivados del trabajo” (Ley N° 213/98 Artículo 382).

### **Metodología**

Para este estudio técnico se utiliza varios métodos por tratarse de un análisis complejo. Por un lado, el método deductivo en vista de que se toman datos del estudio de mercado en cuanto a la oferta y demanda de los productos para plantear el tamaño del proyecto según la necesidad del mercado. A partir de ahí, se establecen los requerimientos de infraestructura, personales y todo lo que conlleva la organización mercantil.

En el caso de la localización ideal de la empresa, se aplica el método cualitativo por puntos, donde se observaron varias zonas factibles y se sometieron a una evaluación según las necesidades y ventajas para el proyecto.

Por otro lado, se recurrieron al análisis documental para establecer el tipo de empresa adecuado, el diseño del organigrama y los cargos correspondientes. Además, el establecimiento de la micro y macro localización luego de la elección del lugar estratégico.

## Desarrollo del estudio técnico

**Localización de la empresa.** La empresa estará localizada en el 5º Departamento de Caaguazú, distrito de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, barrio Santa Librada, específicamente estará ubicado en una zona sobre la calle Emiliano R. Fernández, a 700 metros de la ruta nacional PY 02 Mariscal José Félix Estigarribia, km 214, con la intención de ser reconocida por la población en general, como punto de referencia se tendrá MC Boutique, el mismo se encuentra en frente del local y quedará a 30 metros del salón multiuso de la ciudad. La ubicación de la empresa es ideal por la factibilidad de acceso.

Los factores que han incidido en el establecimiento del lugar adecuado fueron: terreno disponible, facilidad de transporte, localización del mercado, facilidades de distribución y disposición de servicios básicos.

**Figura 21. Macrolocalización**



FUENTE: Google Maps, 2022

**Figura 22.** Croquis de ubicación de la empresa



FUENTE: Google Maps, 2022

**Obras físicas necesarias y equipamientos.** El área comercial estará conformada con una sala de ventas, contará con estanterías para exhibir los productos y artículos. El local requerirá de equipamientos básicos para el funcionamiento normal del comercio como muebles de uso administrativo, equipos informáticos, instalaciones, herramientas y rodado.

**Tabla 6.** Necesidades físicas y de equipamientos

Detalles	Cantidad
<b>Propiedad, plantas y equipos</b>	
<b>Muebles, Útiles y Enseres</b>	
Mesa económica c/ gavetero 1200 1.120.2 Giobel gris	1
Silla para oficina Executive Brown	1
Silla Tandem SJ820 negra 3 asientos de metal cromado, con reposa brazos en los extremos, patas de metal cromado. Medida 180x80x57.	2

Vitrina de vidrio de 900 mm de ancho. Dimensión total: 900x400x1790mm / 35,4x15,7x70,5 pulgadas. Marco de aluminio. Estante interno ajustable de 3 piezas. Puerta corrediza de vidrio con cerradura. Peso bruto / neto: 96 / 90kg	5
Estantes tipo Déxion de 500kg por nivel, de altura de 2.0m Ancho de 0.90m Con profundidades de 60cm, anaqueles o bandejas con lámina de hierro rolado en frío calibre /32" de 4 niveles.	2
Archivero Metálico Vertical 4 Gavetas para Oficina A-9111. Gavetas preparadas con solera de 1/8X3/4 para folder colgante tamaño oficio, profundidad de 570mm y jaladera embutida con porta etiquetero metálico.	1
Estantes de madera de la cereza de +EPS, verticales, 371x480px	8
Mobiliario de madera. Altura: 2mts, largo: 86cm, 1 bandeja de 80x50cm.	5
<b>Equipos Informáticos</b>	
Notebook HP Celeron 14" HD 4G/64GEMMC	1
Epson EcoTank ET-181. Impresora Wifi A4 con Depósito de Tinta Recargable. Mobile Printing	1
Computadora COMBO2 I3-9100/4GB/240SSD/19"MON/WEBCAM SIN S.O. Puertos de Expansión: 1 x HDD, 2 x SSD. 15-20 FPS Resolución dinámica: 1920*1080P. Interfaz: USB 2.0 compatible con Windows 2000, Windows XP, Windows 7, Windows 8, Windows 10, Vista de 32 bits y 64 bits, MAC y Android TV.	1
Software Integral Administrativo y Contable	1
Televisor Led 32" Smart TV HD Kolke 32-SM	1
Sistemas de vigilancia con DVR, cámaras IP, NVR y Servidor con Tarjeta Capturadora. Configuración de visualización remota a través de smartphones.	1
Celular smartphone Samsung Galaxy A13 Negro	1
Calculadora Científica Sharp EL-506TSBBW	1
Tokyo Parlante party 12 batería 440MAH Blutoc	1
Internet Masternet Fibra Óptica con Router TP-Link TL-WR850N 2.4GHz, 5x RJ45 100Mb/s	1
<b>Instalaciones y Equipos</b>	
Extintor PQS ABC de 10 kilos	2
Reparación, Mejoras y ambientación	1
Tokyo, Split, 12000 BTU, Extense Ionic, Frio / Calor, HAATOK006	1
Exhibidor góndola puntera estantes de metal para negocios. Altura: 1,75mts, largo: 86cm, 1 bandeja de 86x40cm, 4 bandejas de 86x30cm. Estructura en chapa de acero con pintura anticorrosiva al horno y capacidad por bandeja: 120kg.	2

Bebedero de pie Consumer frio y caliente con heladera, temperatura de agua fría; 5 a 10°C, temperatura de agua caliente; 85 a 95°C	1
Letrero ploteado con letras corpóreas con luz LED de 5,00 m x1,50 m	1
<b>Rodados</b>	
Motocicleta DAX-A (110CC) 4 tiempos / Monocilíndrico / cadenita / Enfriado a Aire. Cilindrada: 110cc.	1

**Plano del local.** En este apartado específicamente se explica como estará compuesto el plano del local, estará combinado por una sala de ventas una sala en donde se hará los trabajos y otro depósito para guardar los artículos e insumos, contará con un baño bien equipado y una oficina para las gestiones administrativas.

**Figura 23.** Plano del local



**Organización de la empresa.** El proyecto se constituirá en una Sociedad de Responsabilidad Limitada, que utilizará como denominación Curiosity Novedades S.R.L.

**Proceso de apertura.** Para la constitución de una Sociedad de Responsabilidad Limitada, se deberá presentar la documentación respectiva a

la Abogacía del Tesoro, la cual expedirá el dictamen pertinente en un plazo no mayor de ocho días hábiles para su correspondiente inscripción en los Registros Públicos.

**Tipo de empresa.** Sociedad Responsabilidad Limitada (S.R.L.). “es aquella en la cual el capital se divide en cuotas iguales por valor de mil guaraníes o su múltiplo, no pudiendo los socios ser más de 25, y siendo responsables solo por el valor de sus aportes” (Código Civil del Paraguay. Ley N° 1183,1985, Artículo 1160).

**Visión.** Ser una empresa líder en la comercialización de termos personalizados y productos de artesanía, reconocida por la calidad de nuestros productos y la atención a la ciudadanía en general.

**Misión.** Ofrecer al público termos personalizados y productos de artesanía con diseños excepcionales a precios atractivos, permitiendo superar las expectativas de nuestros clientes.

**Valores.** Los valores que cimientan Curiosity Novedades S.R.L son la responsabilidad, el compromiso a manejar las técnicas adecuadas para el buen desarrollo de su atención, trabajamos para alcanzar los objetivos a través de una adecuada utilización de nuestras capacidades, recursos y actitudes, ser innovadores en cuanto a tendencia, vanguardia, moda y en la calidad de nuestros productos para así cumplir de una manera eficiente y eficaz con nuestras obligaciones.

Respeto; practicamos un trato digno adecuado a nuestros clientes y familia con amabilidad y reconocimiento de su valor.

Compromiso; trabajamos con disciplina y cumplimiento para lograr nuestra misión.

Excelencia; buscamos calidad en la atención a los clientes siendo eficientes y diligentes, haciendo un buen uso de las técnicas a implementar durante su atención.

**Objetivos empresariales.** Lograr una mayor participación en el mercado mediante promociones adicionales con el fin de atraer a los clientes, para obtener beneficios a corto plazo.

Implementar innovaciones, que permitan mayor obtención de rentabilidad y calidad en los productos.

Conseguir nichos de mercado llegando a lugares donde Curiosity Novedades S.R.L., podría expandirse a nivel local y nacional.

**Políticas de la empresa.** Ofrecer un buen trato a todos los clientes en sus solicitudes y reclamos considerando que el cliente está siempre en primer lugar.

Cumplir con los horarios de trabajos establecidos de entrada, por la mañana desde las 7:00hs hasta las 12:00hs, por la tarde desde las 13:00hs hasta las 17:00hs.

Mantener el lugar limpio, aseado y ordenado siendo un lugar confortable.

Cuidar los recursos que la empresa dispone.

Disponer de medios técnicos y humanos adecuados para la comercialización de los productos.

Ofrecer soluciones rápidas y aumentar la satisfacción de los clientes.

**Logo y eslogan.** El logo representa la figura de una caja de regalos lo cual refleja la curiosidad que puede causar a las personas para poder entrar en el local comercial.

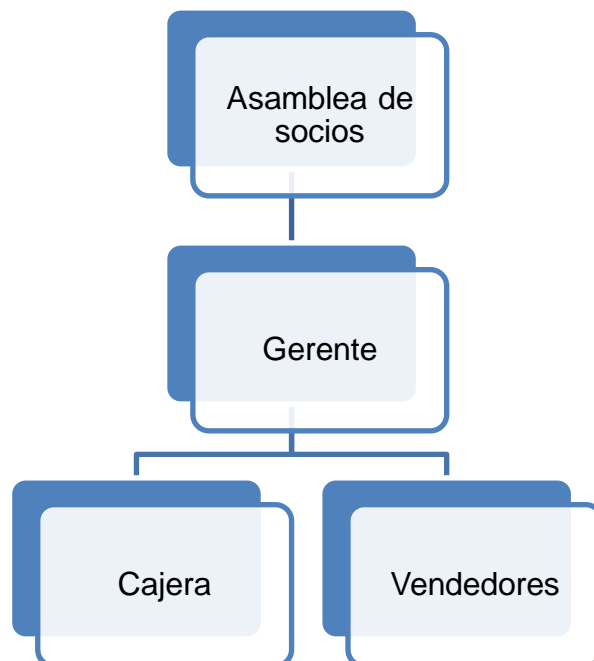
El eslogan "Regalos exclusivos, para personas importantes" comunica que los regalos especiales para un ser querido se podrán encontrar en la tienda, el color fucsia hace mención a la feminidad, elegancia, belleza y el azul transmite calma y confianza, sin embargo, en tonos más oscuros representa elegancia y fresca.

**Figura 24.** Logo de la empresa



**Organigrama de la empresa.** El organigrama que utilizará la empresa es de tipo jerárquico.

**Figura 25.** Organigrama de Curiosity Novedades S.R.L






La asesoría contable será provista por un profesional externo contratado con honorarios.

**Tabla 7. Planilla de personales**

Sector	Cargo	Cantidad
Administrativo	Gerente	1
Comercial	Cajera	1
	Vendedor	2
Total		4


**Manual de funciones.**

**Tabla 8. Manual de funciones del gerente**

	Manual de organización y funciones	
	Sector: Administrativo Cargo: Gerente	
<b>Relación superior</b>	No posee	
<b>Relación horizontal</b>	No posee	
<b>Relación Inferior</b>	Cajero, vendedor.	
<b>Objetivos</b>	Aplicar el proceso administrativo con efectividad para el logro de los propósitos empresariales según las expectativas del mercado.	
<b>Requisito</b>	Contar con una carrera universitaria culminada en área administrativa.	
<b>Nº</b>	<b>Funciones Generales</b>	<b>Frecuencia</b>


1	Planificar estratégicamente los pasos que van a seguir para cumplir con los objetivos propuestos.	Periódicamente
2	Ejerce la representación legal de la empresa.	Diariamente
3	Desarrollar e implementar un sistema de gestión sustentado en la mejora continua	Periódicamente
4	Realizar diversos tramites y gestiones administrativas.	Diariamente
5	Controlar continuamente que se cumplan todas las metas que se han establecido.	Diariamente
6	Evaluar de manera permanente los resultados del equipo con el objetivo de corregir las deficiencias y mejorar los procesos para cumplir con los objetivos.	Periódicamente
7	Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros.	Diariamente
8	Dialogar permanentemente con los miembros de la organización.	Diariamente
9	Liquidar y pagar los sueldos	Mensualmente
10	Contratar nuevos personales	Cuando se requiera
<b>Fecha de diseño</b>	<b>Analista</b>	<b>Página</b>
		<b>1</b>

**Tabla 9.** *Manual de funciones de la cajera*

		<b>Manual de organización y funciones</b>	
		<b>Sector: Comercial</b> <b>Cargo: Cajera</b>	
<b>Relación superior</b>		Gerente.	
<b>Relación horizontal</b>		Vendedor	
<b>Relación Inferior</b>		No posee	
<b>Objetivo</b>		Desarrollar destrezas para la ejecución efectiva de transacciones.	
<b>Requisito</b>		Buen manejo de máquina registradora. Conocimientos informáticos básicos. Mínimo 1(un) año en caja.	
<b>Nº</b>	<b>Funciones Generales</b>		<b>Frecuencia</b>
1	Recibe y entrega cheques, dinero en efectivo, depósitos bancarios y otros documentos de valor.		Diariamente
2	Realiza arqueos de caja.		Diariamente
3	Atender las quejas de los clientes, orientarlos y brindar información relevante.		Diariamente
4	Suministra a su superior los movimientos diarios de caja.		Diariamente
5	Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía		Diariamente
6	Informar a los clientes de la cantidad que deben pagar con la finalidad de procesar la transacción.		Diariamente

7	Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la empresa	Diariamente
<b>Fecha de diseño</b>	<b>Analista</b>	<b>Página</b>
		<b>1</b>

**Tabla 10.** *Manual de funciones del vendedor*

	<b>Manual de organización y funciones</b>	
	<b>Sector: Comercial</b> <b>Cargo: Vendedor</b>	
<b>Relación superior</b>	Gerente	
<b>Relación horizontal</b>	Cajera	
<b>Relación Inferior</b>	No posee.	
<b>Objetivos</b>	Impulsar las estrategias comerciales de la empresa para expandir el mercado.	
<b>Requisito</b>	Buen manejo de herramienta informática. Contar con título profesional o cursar carreras empresariales o afines.	
<b>Nº</b>	<b>Funciones Generales</b>	<b>Frecuencia</b>
1	Establecer un nexo entre el cliente y la empresa	Diariamente
2	Asesorar a los clientes	Semanalmente
3	Supervisar los productos demandados por los clientes.	Semanalmente
4	Llevar un registro de las ventas diarias.	Diariamente

5	Colaborar con la empresa para tener operativa una base de datos de clientes, con toda la información precisa y puesta al día, para poder segmentarla lo más ampliamente posible.	Diariamente
6	Dar soporte a clientes en gestión de pedidos y consultas	Diariamente
7	Diseñar los dibujos e imágenes para los productos personalizados.	Diariamente
8	Mantener en orden y limpio el lugar de trabajo	Diariamente
<b>Fecha de diseño</b>	<b>Analista</b>	<b>Página</b>
		<b>1</b>

**Gestiones de apertura y legalización de la empresa.** Para la puesta en marcha de la empresa, serán necesarios y obligatorios realizar los procedimientos establecidos por Ley.

**Conformación de la Sociedad de Responsabilidad Limitada.** Según la Ley 1.183/85. Artículo 4º. Modificase el artículo 1.160 de la Ley 1.183/85 "Código Civil", el que queda redactado como sigue:

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

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

Requisitos 2 (dos) copias autenticadas de la Boleta de Depósito Original en el Banco Nacional de Fomento del capital integrado en

efectivo. En caso de integración de bienes no dinerarios, deberá justificarse con los documentos legales que prueben el valor de lo integrado (<https://www.set.gov.py>).

***Inscripción en el Registro Único del Contribuyente (RUC).***

Resolución General N° 79/2021 por la cual se reglamenta la Inscripción en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), la actualización de datos y la cancelación.

Persona jurídica. Requisitos;

Cédula de identidad civil vigente del representante legal.

Observación; en caso que sea extranjero, deberá adjuntar el documento de identidad o pasaporte del país de origen y el carné de migración temporal vigente o permanente.

Cédula de identidad civil vigente o documento de identidad vigente de todos los socios, con excepción de la sucursal, agencia o establecimientos permanentes de empresas domiciliadas o constituidas en el exterior.

Escritura de constitución, inscrita en el registro de personas jurídicas y asociaciones.

Inscripción en el registro público de comercio, a excepción de las sociedades simples

***Inscripción en el Registro Patronal.*** Según Ley decreto N.º 8.304/17.

Artículo 1º. - Autorízase al Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social a contar con una plataforma de comunicaciones digitales para la transmisión de datos y documentos entre los empleadores del país y dicha Cartera de Estado. A través de este sistema podrán transmitirse los datos y documentos electrónicos consistentes en recibos de pagos de haberes a los trabajadores

firmados digitalmente. La Autoridad Administrativa del Trabajo podrá extender esta modalidad a las demás presentaciones y comunicaciones que se efectúen ante la misma.

Artículo 2°. - La trasmisión de los datos y documentos electrónicos prevista en el artículo anterior, se efectuará conforme a la reglamentación establecida para el efecto por el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social.

Artículo 3°. - Dispóngase la obligación de que todos los empleadores de la República deben inscribirse en la Dirección de Registro Obrero Patronal del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social, en un plazo máximo de 60 (sesenta) días, desde el inicio de la relación laboral.

Artículo 4°. - La Inscripción Obrero Patronal podrá realizarse en la Dirección de Registro Obrero Patronal del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social; a través de la página web institucional ([www.mtess.gov.py](http://www.mtess.gov.py)) y en el Sistema Unificado de Apertura y Cierre de Empresas (SUACE), que funciona en el Ministerio de Industria y Comercio (<https://www.mtess.gov.py/>).

### ***Inscripción de Matrícula de Comerciante.***

Ley del Comerciante N. ° 1034/83, Art. 12 Ley Del Comerciante:

La matrícula de comerciante es expedida por el Juez de Comercio, debiendo informar sobre:

Personas físicas: nombre, domicilio, estado civil y nacionalidad.

Personas jurídicas: nombre de los socios y firma social adoptada.

La determinación del género de su actividad.

El lugar o domicilio del establecimiento y oficina.

El nombre del gerente o factor encargado del establecimiento.

Los documentos que justifiquen su capacidad.

Desde la inscripción de la matrícula de comerciante, queda sometido a los efectos legales como tal. Los tutores y curadores acreditados, están igualmente sometidos a las obligaciones y responsabilidades del comerciante

(<http://www.impuestospy.com/>)

### ***Inscripción en el Instituto de Previsión Social (IPS).***

La primera inscripción a realizarse en el IPS es la del empleador, seguidamente del empleado según lo estipulado en el: Artículo 3°. - Decreto Ley N° 1.860, Por El Cual Se Modifica El Decreto

Ley N° 18.071, Del 18 De febrero De 1943, De Creación Del Instituto De Previsión Social.

La inscripción patronal en el Instituto de Previsión Social es obligatoria; un/a empleador/a que no se inscribe está privando a sus trabajadores/as y a sus familias de un seguro médico y de la posibilidad de una jubilación.

Es obligatoria la inscripción del empleador o empleadora en el IPS en el momento de iniciación de sus actividades comerciales, industriales o de servicios. Es obligatoria la comunicación de cualquier cambio de razón social, de domicilio, de tipo de actividades o de cese de actividad, sean estos temporales o definitivos. También es obligatorio comunicar la entrada y salida de sus trabajadores/as al inicio y al final de las tareas contratadas, así como permisos, sanciones, reposos y litigios judiciales a través de formularios de declaración jurada conforme



lo establece la Resolución 045-001/10 del Consejo de Administración (<https://portal.ips.gov.py/>).

***Inscripción en el Ministerio del Trabajo Empleo y Seguridad Social (MTESS).***

Las empresas que cuenten con uno o más empleados una vez inscrita en el IPS deberá también hacerlo en el MTESS.

Las disposiciones contenidas en la Ley N.º 15/48 que crea el Ministerio de Justicia y Trabajo, el Decreto N.º 580/08 modificase por el Decreto 8304/17 por el cual se crea la inscripción obrero patronal, reglamenta el registro obrero patronal y establece sanciones por su incumplimiento.

Artículo 1º. - Autorízase al Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social a contar con una plataforma de comunicaciones digitales para la transmisión de datos y documentos entre los empleadores del país y dicha Cartera de Estado. A través de este sistema podrán transmitirse los datos y documentos electrónicos consistentes en recibos de pagos de haberes a los trabajadores firmados digitalmente. La Autoridad Administrativa del Trabajo podrá extender esta modalidad a las demás presentaciones y comunicaciones que se efectúen en la misma. Art. 2º, La transmisión de los datos y documentos electrónicos prevista en el artículo anterior, se efectuará conforme a la reglamentación establecida para el efecto por el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social.

Artículo 3º. - Dispóngase la obligación de que todos los empleadores de la República deben inscribirse en la Dirección de Registro Obrero Patronal del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social.

Artículo 4º. La Inscripción Obrero Patronal podrá realizarse en la

Dirección de Registro Obrero Patronal del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social; a través de la página web

institucional ([www.mtess.gov.py](http://www.mtess.gov.py)) y en el Sistema Unificado de Apertura y Cierre de Empresas (SUACE), que funciona en el Ministerio de Industria y Comercio. Se requerirá completar la información en el formulario utilizado a tal efecto por el MTESS o el SUACE, según sea el caso, correctamente llenado y firmado por el titular de la empresa, apoderado o representante legal, debiendo acompañar con las fotocopias autenticadas de los siguientes documentos:

b) Otras Empresas y Personas Jurídicas en general: Escritura de Constitución de la Empresa o Estatuto Social, Acta de la última Asamblea; cédula de identidad vigente de los directivos o representantes legales; cédula tributaria y constancia de inscripción en el RUC; constancia de inscripción en el Instituto de Previsión Social (IPS) u otras entidades del seguro social; lista de empleados, en caso que los tuviera (<https://www.mtess.gov.py/>).

***Pago del Patente Municipal.*** Según ley 620/76 de Régimen Tributario para las Municipalidades.

Artículo 2º, especifica que las personas o entidades que se encuentran dentro del municipio del interior del país deben pagar el impuesto de patente anual de acuerdo a la actividad que ejerza fuere industrial, comercio o profesión.

El procedimiento a realizar corresponde al llenado del formulario de Declaración Jurada de Bienes adjuntada a la misma una fotocopia de cédula de identidad del interesado y presentar al municipio para obtener la patente comercial (<http://www.impuestospy.com/>).

***Rubricación de libros en la Dirección General de los Registros***

***Públicos.*** Según la Ley N.º 1.034/1983 Del Comerciante.

Artículo 86.- Toda sociedad obligada a llevar los libros, registros y documentación a que se refieren los arts. 74 y 75, y además aquellos exigidos por su naturaleza.

Artículo 87.- Las sociedades por acciones deberán llevar, además:

a) el Libro de Registro de Acciones que contendrá:

el nombre y apellido de los suscriptores, el número y la serie de acciones suscriptas y los pagos efectuados;

la transmisión de los títulos nominativos, la fecha en que se verifica y los vínculos que se refieran a ellas;

la especificación de las acciones que se conviertan al portador y de los títulos que se emiten a cambio de ellas; y, 4) el número de las acciones dadas en garantía de buen desempeño por los administradores de la sociedad, en el caso de que lo exijan los estatutos.

b) el libro de Registro de Obligaciones, en el que se anotará el monto de las omitidas y de las extinguidas, el nombre y apellido de los obligacionistas con títulos nominativos, la transmisión y datos relativos a ella y el pago de los intereses; c) el Libro de Asistencia a las Asambleas;

d) el Libro de Actas de las Deliberaciones de las Asambleas y del Directorio o Consejo de Administración. Salvo disposición contraria de los Estatutos, las actas de las asambleas serán firmadas por el presidente y dos socios, por lo menos, designados al efecto. La de las sesiones del Directorio serán firmadas por todos los asistentes.

Artículo 88.- Las copias del balance con la cuenta de pérdidas y ganancias presentadas, deberán quedar depositadas en la sede social a disposición de los socios, con no menos de quince días de anticipación a su consideración por la asamblea.

También se mantendrán a su disposición copias de la Memoria de los administradores y del informe del síndico.

Artículo 89.- No pueden ser aprobados ni distribuidos dividendos a los socios, sino por utilidades realmente obtenidas y resultantes de un balance confeccionado de acuerdo con la ley y los estatutos, y aprobado por el órgano social competente.

Artículo 90.- El derecho de aprobar o impugnar los balances y votar las resoluciones de cualquier orden es irrenunciable, y cualquier convención en contrario será nula.

Artículo 91.- Las sociedades por acciones y las de responsabilidad limitada, deben efectuar una reserva legal no menor del cinco por ciento de las utilidades netas del ejercicio, hasta alcanzar el veinte por ciento del capital suscrito.

Artículo 92.- La aprobación del balance por parte de los órganos sociales competentes, no implica la liberación de los administradores, y de los síndicos, en su caso, por la responsabilidad legal en que hayan incurrido en la gestión social y por violación de la ley y de los estatutos.

Artículo 93.- Las sociedades no podrán distribuir utilidades hasta tanto no se cubran las pérdidas de los ejercicios anteriores. Cuando los directores o síndicos Sena remunerados con un porcentaje de las utilidades, la Asamblea podrá disponer en cada caso su pago aun cuando no se cubran las pérdidas anteriores.

Artículo 94.- En las sociedades por acciones no pueden ser repetidos los dividendos percibidos de buena fe por los accionistas (<https://www.bacn.gov.py>).

***Liquidación mensual del Impuesto al Valor Agregado.*** Según la Ley N° 6.380/2019.

Artículo 80. ° Hecho Generador. El Impuesto al Valor Agregado (IVA) gravará los siguientes actos:

La enajenación de bienes.

La prestación de servicios, excluidos los de carácter personal que se presten en relación de dependencia.

La importación de bienes.

Artículo 86°: Liquidación del impuesto: El impuesto se liquidará mensualmente y se determinará por la diferencia entre el “débito fiscal” y el “crédito fiscal”. El débito fiscal lo constituye la suma de los impuestos devengados en las operaciones gravadas del mes. Del mismo se deducirán: el impuesto correspondiente a las devoluciones, bonificaciones y descuentos, así como el impuesto correspondiente a los actos gravados considerados incobrables. El Poder Ejecutivo establecerá las condiciones que determinan la incobrabilidad. El crédito fiscal estará integrado por:

La suma del impuesto incluido en los comprobantes de compras en plaza realizadas en el mes, que cumplan con lo previsto en el art. 85.

El impuesto pagado en el mes al importar bienes.

Las retenciones de impuesto efectuadas a los beneficiarios radicados en el exterior por la realización de operaciones gravadas en territorio paraguayos requisitos legales o

reglamentarios y/o aquellos documentos visiblemente adulterados o falsos. La deducción del crédito fiscal está condicionada a que el mismo provenga de bienes o servicios que están afectados directa o indirectamente a las operaciones gravadas por el impuesto.

Cuando en forma simultánea se realicen operaciones gravadas y no gravadas, la deducción del crédito fiscal afectado indistintamente a las mismas, se realizará en la proporción en que se encuentren las operaciones gravadas con respecto a las totales en el período que establezca el Poder Ejecutivo.

Quienes presten servicios personales podrán deducir el crédito fiscal correspondiente a la adquisición de un auto vehículo, hasta un valor de G. 100.000.000 (cien millones de guaraníes) cada cinco años. La venta posterior de dicho bien quedará igualmente gravada al precio real de la transferencia. Los restantes activos fijos afectados a dicha actividad estarán igualmente gravados en la oportunidad que se enajenen, siempre que por los mismos se haya deducido el crédito fiscal correspondiente.

Cuando el crédito fiscal sea superior al débito fiscal, dicho excedente podrá ser utilizado como tal en las liquidaciones siguientes, pero sin que ello genere devolución, salvo los casos de cese de actividades, clausura o cierre definitivo de negocios, y aquellos expresamente previstos en la presente ley.

Artículo 87. <sup>o</sup>- IVA Débito. El IVA Débito estará constituido por la suma del impuesto devengado en las operaciones gravadas del mes. Del mismo se deducirá el impuesto correspondiente a las devoluciones, bonificaciones y descuentos, así como el impuesto que afecta a las operaciones consideradas incobrables. El Poder Ejecutivo establecerá las condiciones para determinar la incobrabilidad.

Artículo 88. ° -IVA Crédito.

El IVA Crédito estará integrado por:

La suma del impuesto incluido en los comprobantes de compras en plaza realizadas en el mes, que cumplan con lo previsto en el artículo 92 de la presente ley.

El impuesto pagado en el mes al importar bienes.

Las retenciones o percepciones del impuesto efectuadas a los beneficiarios radicados en el exterior, por la realización de operaciones gravadas en territorio (<http://www.impuestospy.com>).

***Liquidación anual del Impuesto a la Renta Empresarial - Régimen General.*** Según la Ley N° 6380/2019

Artículo 1. Hecho Generador.

Créase un Impuesto a la Renta Empresarial (IRE), que gravará todas las rentas, los beneficios o las ganancias de fuente paraguaya que provengan de todo tipo de actividades económicas, primarias, secundarias y terciarias, incluidas las agropecuarias, comerciales, industriales o de servicios, excluidas aquellas rentas gravadas por el IRP.

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

Artículo 2. Serán contribuyentes:

Las Empresas Unipersonales y las sucesiones indivisas de los propietarios de estas empresas.

Las Sociedades Simples, Sociedades Anónimas, Sociedades de Responsabilidad Limitada, Sociedades en Comandita por Acciones, Sociedades en Comandita Simple y las Sociedades de Capital e Industria.

Artículo 8°. Constituirá renta bruta la diferencia entre el ingreso bruto total proveniente de las actividades económicas y el costo de las mismas.

Cuando las operaciones impliquen la enajenación de bienes o prestación de servicios, la renta bruta estará dada por el total de las ventas netas menos el costo de adquisición, producción del bien o de la prestación del servicio. A estos efectos se considerará venta neta la diferencia que resulte de deducir de la venta bruta, los descuentos u otros conceptos similares.

Artículo 21°. La tasa del IRE será del 10% (diez por ciento), sobre la renta neta.

***Presentación de estados financieros.*** Según la Resolución General N° 49/14 estos son los Estados Financieros a ser presentados.

Balance General.

Estado de Resultado.

Estado de Flujo de Efectivo.

Estados de Cambios del Patrimonio Neto.

Notas a los Estados Financieros.

Estos modelos y el Anexo 6 regulado en el Art. 2o estarán disponibles en la página web de la SET ([www.set.gov.py](http://www.set.gov.py)).



### **Conclusión del estudio técnico**

El estudio técnico arroja resultados en base a los objetivos estipulados:

La determinación de la localización óptima de la empresa se llevó a cabo teniendo en cuenta los factores como: terreno disponible, facilidad de transporte, localización del mercado, facilidades de distribución y disposición de servicios básicos. De tal forma, La empresa estará localizada en el 5º Departamento de Caaguazú, distrito de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, barrio Santa Catalina, específicamente estará ubicando en una zona sobre la calle Emiliano R. Fernández, a 700 metros de la ruta nacional PY 02 Mariscal José Félix Estigarribia, km 214, con la intención de ser reconocida por la población en general, como punto de referencia se tendrá MC Boutique, el mismo se encuentra en frente del local y quedará a 30 metros del salón multiuso de la ciudad.

Fueron dadas a conocer las obras físicas y equipamientos necesarios para el funcionamiento de la empresa, que requerirá de infraestructura edilicia que consistirá en un salón de exposición de los productos y un depósito para guardar los productos e insumos. Además, de equipamientos básicos para su funcionamiento normal. Los muebles de uso administrativo, instalaciones y herramientas, como así también, equipos informáticos y rodado.

La organización se determinó en base a los procesos y actividades que serán realizados, en el sistema comercial y en los procesos administrativos requeridos, por ello se determinó claramente las responsabilidades del cargo de manera sencilla, además de establecer los valores, la misión y visión de la empresa.

Las gestiones que se deben llevar a cabo para legalizar el funcionamiento de la empresa son, conformación la Sociedad de Responsabilidad Limitada , realizar inscripción en el Registro Único del Contribuyente (RUC), en el Registro Patronal, Matricula del Comerciante, Instituto de Previsión Social (IPS), Ministerio del Trabajo Empleo y Seguridad Social (MTESS) y realizar pago de Patente Municipal, rubricación de libros en

la Dirección General de los Registros, liquidación mensual del Impuesto al Valor Agregado, liquidación anual del Impuesto a la Renta Empresarial, presentar estados contables.

Los requerimientos técnicos puntualizados para la puesta en marcha de la empresa comercializadora de termos forrados personalizados y artesanía, posibilitaron el logro del propósito general del estudio técnico.

## Estudio financiero

### Introducción

El estudio financiero representa el tercer análisis del proyecto de inversión, inmediatamente después del estudio técnico, se pasa a planificar financieramente el futuro emprendimiento. En consecuencia, en este apartado, se diseñan los distintos presupuestos para la apertura y funcionamiento de la empresa como: presupuestos de inversión, personales, compras, gastos, ventas y estados financieros; como también, los análisis mediante ratios financieros.

La distribución correcta de los recursos financieros siempre se ha presentado como un desafío en las empresas, pero con una adecuada planeación se podrá conseguir el uso razonable de manera a cubrir todas las necesidades financieras y proteger de esa manera el patrimonio de la organización.

Sobre lo planteado, se formula el siguiente problema, ¿cuáles son resultados del estudio financiero del proyecto?

Este problema será posible solucionar a través de las respuestas a las siguientes preguntas específicas; ¿cuál es la inversión requerida para la creación de una empresa comercializadora de termos forrados personalizados y productos de artesanía?, ¿cómo se distribuyen los ingresos para cubrir anualmente de las compras, gastos y pagos a personales?, ¿cuál es el resultado contable y liquidez en los distintos periodos?

El propósito general del estudio financiero es demostrar los resultados del estudio financiero del proyecto.

Por su parte, los objetivos específicos determinados son; cuantificar la inversión requerida para la creación de una empresa comercializadora de termos forrados personalizados y productos de artesanía, especificar la distribución de los ingresos para cubrir anualmente las compras, gastos y

pagos a personales, determinar el resultado contable y de liquidez en los distintos periodos.

El presupuesto es uno de los más importantes dentro del plan maestro de una empresa. El adecuado diseño de esta herramienta proporcionará a la administración de los mecanismos que permitan un mejor control de su ejecución, impidiendo la evasión de los recursos financieros.

Mediante este análisis, el inversionista podrá conocer la necesidad de financiamiento que requerirá la empresa para su apertura; como también, los destinos del capital que será aportado para el efecto.

Por otro lado, el estudio financiero proporcionará los pronósticos de ingresos económicos por medio de las ventas proyectadas, como también, los pagos necesarios para luego diseñar los estados contables y predecir posibles resultados.

## **Aspecto teórico**

### **Inversión.**

La inversión total mide la cantidad de unidades monetarias aplicables para implementar un proyecto y está dada en función a su envergadura o tamaño, en términos de la dimensión de su planta física, de donde se deduce su capacidad instalada, la cual a su vez está determinada por el porcentaje de participación esperada dentro del mercado objetivo de la futura organización (Ramírez & Cajigas, 2004, p. 201).

***Inversión inicial.*** “Comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de una empresa, con excepción del capital de trabajo” (Baca, 2010, p. 165).

***Fuente de financiamiento.*** “Son las modalidades y mecanismos a los que accede una empresa para obtener recursos, sean bienes o servicios, a

determinados plazos y por lo general tiene un costo” (Casanovas y Bertrán 2014, p. 92).

### **Presupuesto de recursos humanos o de personal.**

Este importante costo corresponde a las erogaciones relacionadas con la mano de obra directa, así como la planeación de la indirecta, es decir, sueldos fijos e incentivos del personal que, indirectamente, hace posible la transformación de la materia prima en productos terminados. Estos sueldos e incentivos corresponden al gerente de producción, funcionarios relacionados del nivel más alto, supervisores, asesores y otros, lo cual debe tomarse en cuenta cuando se elabora el presupuesto de la mano de obra directa, pues va en función de la especialización, automatización, etc., y que forman parte de los gastos indirectos de producción (Pacheco, 2015, p. 126).

### ***Presupuesto de recursos humanos o de personal.***

Estos costes se incluyen en un presupuesto independiente denominado de Recursos Humanos. Si hay un departamento de Recursos Humanos específico y especializado en la gestión de formación, planes de carrera, selección, etc. se incluirá también en éste el personal de este departamento (Amat, Soldevila y Castelló, 2001, p. 26).

***Presupuesto de gastos de funcionamiento.*** Según lo mencionado por Carrillo, Vega y Navas (2019) “proyecta las salidas monetarias en las que incurrirá la empresa para solventar el pago de salarios del personal administrativo, incluyendo los niveles directivos y de apoyo” (p. 117).

***Presupuesto de compra.*** “Este presupuesto especifica las cantidades requeridas de cada material y las fechas aproximadas en que se necesitan; por

lo tanto, debe desarrollarse acompañado de un plan de compras” (Betancourt y Martin, 2012, p. 94).

**Presupuesto de venta.** “Indudablemente es imposible establecer con exactitud las ventas que se pretenden llegar, ya que estas dependen de ciertos factores impredecibles en el mercado y otros elementos inherentes que son parte de la economía” (Betancourt y Martin, 2012, p. 94).

**Depreciación.** “Es una forma de convertir los activos en gastos, porque todos los activos tienen la característica de ser un gasto a largo plazo” (Martínez, 2010, p. 54).

**Presupuesto de ingresos.** “El presupuesto de ingresos es aquel que señala la cantidad de dinero que se estima obtener por medio de la venta de sus productos” (Medina Cardeña, Rejón, 2012, p. 95).

**Presupuesto de egreso.** “Es el cálculo que ayuda a las empresas a realizar un seguimiento de las compras y a delimitar los costos operativos a la cantidad más baja posible” (Burbano, 2011, p. 201).

### **Balance general.**

Es un estado o informe que expresa la correlación, entre los valores de los recursos y los de sus fuentes de financiación, sirviendo para mostrar la situación o posición financiera de la entidad en una fecha determinada. Desde el punto de vista del desarrollo de la entidad, el balance general es una medida de crecimiento o declinación de un periodo económico a otro (Varios, 2006, p. 46).

**Estados de resultados.** “Muestra la utilidad o pérdida obtenida por una entidad económica en un periodo dado. El estado de resultados muestra los ingresos, costos y gastos como la utilidad o pérdida resultante en el periodo” (Vite Rangel, 2017, p. 13).

***Flujo de caja.***

Una herramienta fundamental para el análisis financiero es necesario que quienes ocupen los cargos administrativos de las empresas, tengan un conocimiento profundo sobre las características primordiales que brinda este estado financiero, en base a ello se propende a la evaluación de los administradores de este tipo de organizaciones (Ortega, 2018, p. 67).

***Ratios financieras.***

Sirven para determinar la magnitud y dirección de los cambios sufridos en la empresa durante un periodo de tiempo.

***Índices de liquidez.*** Evalúan la capacidad de la empresa para atender sus compromisos de corto plazo.

***Índices de Gestión o actividad.*** Miden la utilización del activo y comparan la cifra de ventas con el activo total, el inmovilizado material, el activo circulante o elementos que los integren.

***Índices de Solvencia, endeudamiento o apalancamiento.***

Ratios que relacionan recursos y compromisos.

***Índices de Rentabilidad.*** Miden la capacidad de la empresa para generar riqueza (rentabilidad económica y financiera) (Aching Guzmán, 2015, p. 15).

## Metodología del estudio financiero

En el estudio financiero se ha aplicado varios métodos, tales como;

El método deductivo en el diseño de los presupuestos, en vista de que se toman datos del estudio técnico en cuanto al diseño estructural de la empresa, partiendo de las necesidades físicas, personales y gestiones legales. y se establecen los recursos financieros para cubrir esos requerimientos.

Mediante el método analítico, se establecieron los presupuestos específicos partiendo de una matriz presupuestaria, como el caso del presupuesto de inversión, el cual se dividieron en sus partes. Así también, los presupuestos mensuales y anuales de compras, ventas, personales y gastos.

Por el método sintético, se pudieron establecer los presupuestos de estados contables para exponer los informes resultantes de los movimientos económicos de la empresa.

Por otro lado, se recurrieron al análisis bibliográfico para aclarar conceptualmente cada uno de los tipos de presupuestos diseñados en este análisis y las fórmulas matemáticas para el cálculo de ratios.

## Desarrollo del estudio financiero

### Presupuestos de inversión.

**Tabla 11.** Listado de inversión fija

Detalles	Cantidad	Precio Unitario	Sub Total	IVA 10%	Valor del Bien
<b>Muebles, Útiles y Enseres</b>			<b>41.850.000</b>	<b>3.804.545</b>	<b>38.045.455</b>
Mesa económica c/ gavetero 1200 1.120.2 Giobel gris	1	900.000	900.000	81.818	<b>818.182</b>
Silla para oficina Executive Brown	1	1.750.000	1.750.000	159.091	<b>1.590.909</b>
Silla Tandem SJ820 negra 3 asientos de metal cromado, con reposa brazos en los extremos, patas de metal cromado. Medida 180x80x57.	2	1.450.000	2.900.000	263.636	<b>2.636.364</b>



Vitrina de vidrio de 900 mm de ancho. Dimensión total: 900x400x1790mm / 35,4x15,7x70,5 pulgadas. Marco de aluminio. Estante interno ajustable de 3 piezas. Puerta corrediza de vidrio con cerradura. Peso bruto / neto: 96 / 90kg	5	5.000.000	25.000.000	2.272.727	<b>22.727.273</b>
Estantes tipo Déxion de 500 kg por nivel, de altura de 2.0m Ancho de 0.90m Con profundidades de 60cm, anaqueles o bandejas con lámina de hierro rolado en frío calibre /32" de 4 niveles.	2	800.000	1.600.000	145.455	<b>1.454.545</b>
Archivero Metálico Vertical 4 Gavetas para Oficina A-9111. Gavetas preparadas con solera de 1/8X3/4 para folder colgante tamaño oficio, profundidad de 570mm y jaladera embutida con porta etiquetero metálico.	1	3.200.000	3.200.000	290.909	<b>2.909.091</b>
Estantes de madera de la cereza de +EPS, verticales, 371x480px	8	500.000	4.000.000	363.636	<b>3.636.364</b>
Mobiliario de madera. Altura: 2mts, largo: 86cm, 1 bandeja de 80x50cm.	5	500.000	2.500.000	227.273	<b>2.272.727</b>
<b>Equipos Informáticos</b>			<b>22.321.984</b>	<b>2.029.271</b>	<b>20.292.713</b>
Notebook HP Celeron 14" HD 4G/64GEMMC	1	2.795.000	2.795.000	254.091	<b>2.540.909</b>
Epson EcoTank ET-181. Impresora Wifi A4 con Depósito de Tinta Recargable. Mobile Printing	1	3.063.984	3.063.984	278.544	<b>2.785.440</b>
Computadora COMBO2 I3-9100/4GB/240SSD/19"MON/W EBCAM SIN S.O. Puertos de Expansión: 1 x HDD, 2 x SSD. 15-20 FPS Resolución dinámica: 1920*1080P. Interfaz: USB 2.0 compatible con Windows 2000, Windows XP, Windows 7, Windows 8, Windows 10, Vista de 32 bits y 64 bits, MAC y Android TV.	1	3.200.000	3.200.000	290.909	<b>2.909.091</b>
Software Integral Administrativo y Contable	1	5.000.000	5.000.000	454.545	<b>4.545.455</b>
Televisor Led 32" Smart TV HD Kolke 32-SM	1	1.800.000	1.800.000	163.636	<b>1.636.364</b>
Sistemas de vigilancia con DVR, cámaras IP, NVR y Servidor con Tarjeta Capturadora. Configuración de	1				

visualización remota a través de smartphones.		4.000.000	4.000.000	363.636	<b>3.636.364</b>
Celular smartphone Samsung Galaxy A13 Negro	1	1.399.000	1.399.000	127.182	<b>1.271.818</b>
Calculadora Científica Sharp EL-506TSBBW	1	150.000	150.000	13.636	<b>136.364</b>
Tokyo Parlante party 12 batería 440MAH Blutoc	1	664.000	664.000	60.364	<b>603.636</b>
Internet Masternet Fibra Óptica con Router TP-Link TL-WR850N 2.4GHz, 5x RJ45 100Mb/s	1	250.000	250.000	22.727	<b>227.273</b>
<b>Instalaciones y Equipos</b>			<b>12.704.000</b>	<b>1.154.909</b>	<b>11.549.091</b>
Extintor PQS ABC de 10 kilos	2	352.000	704.000	64.000	<b>640.000</b>
Reparación, Mejoras y ambientación	1	900.000	900.000	81.818	<b>818.182</b>
Tokyo, Split, 12000 BTU, Extense Ionic, Frio / Calor, HAATOK006	1	3.200.000	3.200.000	290.909	<b>2.909.091</b>
Exhibidor góndola puntera estantes de metal para negocios. Altura: 1,75mts, largo: 86cm, 1 bandeja de 86x40cm, 4 bandejas de 86x30cm. Estructura en chapa de acero con pintura anticorrosiva al horno y capacidad por bandeja: 120kg.	2	1.800.000	3.600.000	327.273	<b>3.272.727</b>
Bebedero de pie Consumer frio y caliente con heladera, temperatura de agua fría; 5 a 10°C, temperatura de agua caliente; 85 a 95°C	1	1.800.000	1.800.000	163.636	<b>1.636.364</b>
Letrero ploteado con letras corpóreas con luz LED de 5,00x1,50 m	1	2.500.000	2.500.000	227.273	<b>2.272.727</b>
<b>Rodados</b>			<b>5.550.000</b>	<b>504.545</b>	<b>5.045.455</b>
Motocicleta DAX-A (110CC) 4 tiempos / Monocilíndrico / cadenita / Enfriado a Aire. Cilindrada: 110cc.	1	5.550.000	5.550.000	151.364	<b>5.398.636</b>
<b>Total</b>			<b>82.425.984</b>	<b>7.493.271</b>	<b>74.932.713</b>

**Tabla 12.** *Planilla de gastos de constitución*

<b>Descripción</b>	<b>Gastos</b>
Escritura Pública	2.200.000
Registro Único del Contribuyente	330.000
Matricula de Comerciante	200.000
Rubricación de los Libros Contables	550.000
Gestión en Municipalidad	350.000
Gastos de Inscripción en IPS	200.000
Gastos de Inscripción MTESS	250.000
Honorarios Profesionales	500.000
Autorización Judicial	650.000
<b>Sub Total</b>	<b>5.230.000</b>
<b>I.V.A.</b>	<b>475.455</b>
<b>Total</b>	<b>4.754.545</b>

**Tabla 13.** *Planilla de capital operativo para un mes*

<b>Descripción</b>	<b>Importes</b>
Agua, Luz, Teléfono e Internet	818.182
Gastos Bancarios	81.818
Honorarios Profesionales	454.545
Papeles e Impresos	363.636
Impuestos, Tasas, Patentes y otras contribuciones	800.000
Encomienda	272.727
Papelería, Útiles de oficina	454.545
Alquileres	1.818.182
Gastos de Limpieza y desinfección	409.091
Seguros Pagados	363.636
Mantenimiento y Reparación	181.818
Pago de Post	100.000
Publicidad y Propaganda	227.273
Combustibles y Lubricantes	450.000
Remuneración al Personal Superior	3.500.000
Sueldos y Jornales	5.100.614
Cargas Sociales	841.601
Aguinaldo	425.051
Mercaderías	65.070.000
Caja	2.611.295
<b>Total</b>	<b>84.344.016</b>

**Tabla 14.** *Planilla de inversión inicial*

<b>Detalle</b>	<b>Importe</b>	<b>%</b>
Muebles, Útiles y Enseres	38.045.455	22 %
Equipos Informáticos	20.292.713	12 %
Instalaciones y Equipos	11.549.091	7 %
Rodados	5.045.455	3 %
Gastos de Constitución	4.754.545	3 %
Impuesto al Valor Agregado	7.968.726	5 %
Capital Operativo	84.344.016	49 %
<b>Total de inversión inicial</b>	<b>172.000.000</b>	<b>100 %</b>

**Tabla 15.** *Planilla de financiación de la inversión*

<b>Fuente</b>	<b>Capital</b>	<b>%</b>
Socio 1	86.000.000	50
Socio 2	86.000.000	50
<b>Capital Inicial</b>	<b>172.000.000</b>	<b>100</b>

**Presupuesto de recursos humanos o de personal, mensual y proyectado de 5 años.**

**Tabla 16.** *Presupuesto mensual del personal*

<b>Cargo</b>	<b>Sueldos</b>	<b>I.P.S. 9%</b>	<b>Patronal 16,5%</b>	<b>Aguinaldo</b>	<b>Total</b>
Cajera	2.550.307	229.528	420.801	212.526	2.954.106
Vendedor	2.550.307	229.528	420.801	212.526	2.954.106
<b>Totales</b>	<b>5.100.614</b>	<b>459.055</b>	<b>841.601</b>	<b>425.051</b>	<b>5.908.211</b>

**Tabla 17.** *Presupuesto proyectado del personal*

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos y Jornales	61.207.368	64.267.736	67.481.123	70.855.179	74.397.938
Cargas Sociales	10.099.216	10.604.177	11.134.385	11.691.105	12.275.660
Aguinaldo	5.100.614	5.355.645	5.623.427	5.904.598	6.199.828
Vacaciones	0	2.040.246	2.142.258	2.249.371	2.361.839
<b>Total</b>	<b>76.407.198</b>	<b>82.267.803</b>	<b>86.381.193</b>	<b>90.700.253</b>	<b>95.235.266</b>

En las planillas anteriores se ven señaladas los sueldos de los recursos humanos que tendrá la empresa, la primera detalla a todos los funcionarios y sus respectivos salarios por un mes y la otra planilla proyectada a 5 años, donde se incrementa el 5% a partir del segundo año, teniendo en cuenta el promedio de variación salarial, más imprevistos que podrían surgir.

**Planilla de gastos de funcionamiento mensual y proyectado de 5 años.**

**Tabla 18.** *Planilla de gastos de funcionamiento mensual*

Concepto	Precio	Total mensual	IVA 10% y 5%	Total
<b>Gastos administrativos</b>		<b>6.650.000</b>	<b>531.818</b>	<b>6.118.182</b>
Agua, Luz, Teléfono e Internet	900.000	900.000	81.818	818.182
Gastos Bancarios	90.000	90.000	8.182	81.818
Honorarios Profesionales	500.000	500.000	45.455	454.545
Papeles e Impresos	400.000	400.000	36.364	363.636
Impuestos, Tasas, Patentes y otras contribuciones	800.000	800.000	0	800.000
Encomienda	300.000	300.000	27.273	272.727
Papelería, Útiles de oficina	500.000	500.000	45.455	454.545
Alquileres	2.000.000	2.000.000	181.818	1.818.182
Gastos de Limpieza y desinfección	450.000	450.000	40.909	409.091
Seguros Pagados	400.000	400.000	36.364	363.636
Mantenimiento y Reparación	200.000	200.000	18.182	181.818
Pago de Post	110.000	110.000	10.000	100.000
<b>Gastos ventas</b>		<b>700.000</b>	<b>22.727</b>	<b>677.273</b>
Publicidad y Propaganda	250.000	250.000	22.727	227.273
Combustibles y Lubricantes	450.000	450.000	0	450.000
<b>Total</b>		<b>7.350.000</b>	<b>554.545</b>	<b>6.795.455</b>

**Tabla 19.** Planilla de gastos de funcionamiento proyectado

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Gastos administrativos</b>	<b>65.418.182</b>	<b>68.689.091</b>	<b>72.123.545</b>	<b>75.729.723</b>	<b>79.516.209</b>
Agua, Luz, Teléfono e Internet	9.818.182	10.309.091	10.824.545	11.365.773	11.934.061
Gastos Bancarios	981.818	1.030.909	1.082.455	1.136.577	1.193.406
Honorarios Profesionales	5.454.545	5.727.273	6.013.636	6.314.318	6.630.034
Papeles e Impresos	4.363.636	4.581.818	4.810.909	5.051.455	5.304.027
Impuestos, Tasas, Patentes y otras contribuciones	1.600.000	1.680.000	1.764.000	1.852.200	1.944.810
Encomienda	3.272.727	3.436.364	3.608.182	3.788.591	3.978.020
Papelería, Útiles de oficina	5.454.545	5.727.273	6.013.636	6.314.318	6.630.034
Alquileres	21.818.182	22.909.091	24.054.545	25.257.273	26.520.136
Gastos de Limpieza y desinfección	4.909.091	5.154.545	5.412.273	5.682.886	5.967.031
Seguros Pagados	4.363.636	4.581.818	4.810.909	5.051.455	5.304.027
Mantenimiento y Reparación	2.181.818	2.290.909	2.405.455	2.525.727	2.652.014
Pago de Post	1.200.000	1.260.000	1.323.000	1.389.150	1.458.608
<b>Gastos ventas</b>	<b>8.127.273</b>	<b>8.533.636</b>	<b>8.960.318</b>	<b>9.408.334</b>	<b>9.878.751</b>
Publicidad y Propaganda	2.727.273	2.863.636	3.006.818	3.157.159	3.315.017
Combustibles y Lubricantes	5.400.000	5.670.000	5.953.500	6.251.175	6.563.734
<b>Totales</b>	<b>73.545.455</b>	<b>77.222.727</b>	<b>81.083.864</b>	<b>85.138.057</b>	<b>89.394.960</b>
<b>IVA 10%</b>	<b>6.654.545</b>	<b>6.987.273</b>	<b>7.336.636</b>	<b>7.703.468</b>	<b>8.088.642</b>

La planilla de gastos de funcionamiento abarca todos los egresos de la empresa, a pesar que no constituye directamente para la actividad comercial, es de necesidad imperiosa para complementar los mismos. En la primera se describen todos los gastos de un mes y la planilla siguiente es la que está proyectada a 5 años con una variación del 5% que representa el nivel

inflacionario que se registra anualmente en el país, más algunos imprevistos que podrían surgir.

### Presupuesto de compras mensual y proyectado de 5 años.

**Tabla 20.** *Presupuesto de compras mensual*

Detalle	Calculo mensual				
	Cantidad (unidades)	Precio unitario	Sub Total	IVA 10%	Total
Termo marca Termolar de 1 l, color negro	30	85.000	2.550.000	231.818	2.318.182
Termo marca Termolar de 1 l, color rojo	30	85.000	2.550.000	231.818	2.318.182
Termo marca Termolar de 1 l, color marrón	30	85.000	2.550.000	231.818	2.318.182
Termo marca Termolar de 1,5 l, color negro	20	105.000	2.100.000	190.909	1.909.091
Termo marca Termolar de 1,5 l, color rojo	20	105.000	2.100.000	190.909	1.909.091
Termo marca Termolar de 1,5 l, color azul	20	105.000	2.100.000	190.909	1.909.091
Termo marca Termolar de 1,5 l, color marrón	20	105.000	2.100.000	190.909	1.909.091
Termo Stanley Flip Straw Jug - Azul 1.18L	35	170.000	5.950.000	540.909	5.409.091
Termo Stanley Classic - Verde 940mL	15	150.000	2.250.000	204.545	2.045.455
Termo Stanley Classic - Azul 940mL	15	150.000	2.250.000	204.545	2.045.455
Termo Stanley Classic - Rojo 940mL	15	150.000	2.250.000	204.545	2.045.455
Termo Stanley Classic - Negro 940mL	15	150.000	2.250.000	204.545	2.045.455
Termo Stanley Adventure 1L Acero Inox.	20	180.000	3.600.000	327.273	3.272.727
Pinnacle Termo, azul, 17 x 17 x 30 centímetros. 4 L	40	85.000	3.400.000	309.091	3.090.909
Termo Pinnacle 2.5 LTS., color surtidos	20	80.000	1.600.000	145.455	1.454.545
Termo de acero Mast 1LTS. doble pared, color azul	15	75.000	1.125.000	102.273	1.022.727
Termo de acero Mast 1LTS. doble pared, color rojo	15	75.000	1.125.000	102.273	1.022.727
Termo de acero Mast 1LTS. doble pared, color negro	15	75.000	1.125.000	102.273	1.022.727
Termo acero inoxidable Mast 1.3 litros	10	85.000	850.000	77.273	772.727
Termo Básico Home 1LT R.2645H colores surtidos (SW)	20	75.000	1.500.000	136.364	1.363.636

Home Basics Termo acero inoxidable 1L VF00342	10	90.000	900.000	81.818	818.182
Bolso artesanal de hilo con apliques en ñanduti	5	98.000	490.000	44.545	445.455
Caminero con apliques de ñanduti	5	70.000	350.000	31.818	318.182
Aplique para escote de Ñanduti ondas pequeñas	15	35.000	525.000	47.727	477.273
Manteles pequeños bordados de ñanduti	7	45.000	315.000	28.636	286.364
Abanicos de ñanduti	6	65.000	390.000	35.455	354.545
kepis con apliques de ñanduti	8	70.000	560.000	50.909	509.091
Cuadros decorativos de ñanduti	5	100.000	500.000	45.455	454.545
Juego de jarrones de cerámica con colores surtidos	8	70.000	560.000	50.909	509.091
Planteras de cerámicas tamaño pequeño	14	20.000	280.000	25.455	254.545
Planteras de cerámicas tamaño mediano	13	30.000	390.000	35.455	354.545
Planteras de cerámicas tamaño grande	10	50.000	500.000	45.455	454.545
Cantaros de cerámicas	5	65.000	325.000	29.545	295.455
Objetos decorativos de cerámicas	10	45.000	450.000	40.909	409.091
Cuadros decorativos de madera	15	85.000	1.275.000	115.909	1.159.091
Esculturas de santos tallados en madera	6	95.000	570.000	51.818	518.182
Kit de cubiertos en madera	13	120.000	1.560.000	141.818	1.418.182
Objetos decorativos de platería	5	130.000	650.000	59.091	590.909
Cadenas de platas	17	90.000	1.530.000	139.091	1.390.909
Pulseras para damas y caballeros	15	85.000	1.275.000	115.909	1.159.091
Aros con variedad de diseños	20	50.000	1.000.000	90.909	909.091
Reloj de plata	8	150.000	1.200.000	109.091	1.090.909
Artículos de cuero decorativos	83	50.000	4.150.000	377.273	3.772.727
	<b>723</b>		<b>65.070.000</b>	<b>5.915.455</b>	<b>59.154.545</b>



**Tabla 21. Presupuesto de compras proyectado**

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Termo marca Termolar de 1 l, color negro	27.818.182	29.209.091	30.669.545	32.203.023	33.813.174
Termo marca Termolar de 1 l, color rojo	27.818.182	29.209.091	30.669.545	32.203.023	33.813.174
Termo marca Termolar de 1 l, color marrón	27.818.182	29.209.091	30.669.545	32.203.023	33.813.174
Termo marca Termolar de 1,5 l, color negro	22.909.091	24.054.545	25.257.273	26.520.136	27.846.143
Termo marca Termolar de 1,5 l, color rojo	22.909.091	24.054.545	25.257.273	26.520.136	27.846.143
Termo marca Termolar de 1,5 l, color azul	22.909.091	24.054.545	25.257.273	26.520.136	27.846.143
Termo marca Termolar de 1,5 l, color marrón	22.909.091	24.054.545	25.257.273	26.520.136	27.846.143
Termo Stanley Flip Straw Jug - Azul 1.18L	64.909.091	68.154.545	71.562.273	75.140.386	78.897.406
Termo Stanley Classic - Verde 940mL	24.545.455	25.772.727	27.061.364	28.414.432	29.835.153
Termo Stanley Classic - Azul 940mL	24.545.455	25.772.727	27.061.364	28.414.432	29.835.153
Termo Stanley Classic - Rojo 940mL	24.545.455	25.772.727	27.061.364	28.414.432	29.835.153
Termo Stanley Classic - Negro 940mL	24.545.455	25.772.727	27.061.364	28.414.432	29.835.153
Termo Stanley Adventure 1L Acero Inox.	39.272.727	41.236.364	43.298.182	45.463.091	47.736.245
Pinnacle Termo, azul, 17 x 17 x 30 centímetros. 4 L	37.090.909	38.945.455	40.892.727	42.937.364	45.084.232
Termo Pinnacle 2.5 LTS., colores surtidos	17.454.545	18.327.273	19.243.636	20.205.818	21.216.109
Termo de acero Mast 1LTS. doble pared, color azul	12.272.727	12.886.364	13.530.682	14.207.216	14.917.577
Termo de acero Mast 1LTS. doble pared, color rojo	12.272.727	12.886.364	13.530.682	14.207.216	14.917.577
Termo de acero Mast 1LTS. doble pared, color negro	12.272.727	12.886.364	13.530.682	14.207.216	14.917.577
Termo acero inoxidable Mast 1.3 litros	9.272.727	9.736.364	10.223.182	10.734.341	11.271.058
Termo Básico Home 1LT R.2645H colores surtidos (SW)	16.363.636	17.181.818	18.040.909	18.942.955	19.890.102
Home Basics Termo acero inoxidable 1L VF00342	9.818.182	10.309.091	10.824.545	11.365.773	11.934.061
Bolso artesanal de hilo con apliques en ñanduti	5.345.455	5.612.727	5.893.364	6.188.032	6.497.433
Caminero con apliques de ñanduti	3.818.182	4.009.091	4.209.545	4.420.023	4.641.024
Aplique para escote de Ñanduti ondas pequeñas	5.727.273	6.013.636	6.314.318	6.630.034	6.961.536
Manteles pequeños bordados de ñanduti	3.436.364	3.608.182	3.788.591	3.978.020	4.176.921
Abanicos de ñanduti	4.254.545	4.467.273	4.690.636	4.925.168	5.171.427
kepis con apliques de ñanduti	6.109.091	6.414.545	6.735.273	7.072.036	7.425.638

Cuadros decorativos de ñanduti	5.454.545	5.727.273	6.013.636	6.314.318	6.630.034
Juego de jarrones de cerámica con colores surtidos	6.109.091	6.414.545	6.735.273	7.072.036	7.425.638
Planteras de cerámicas tamaño pequeño	3.054.545	3.207.273	3.367.636	3.536.018	3.712.819
Planteras de cerámicas tamaño mediano	4.254.545	4.467.273	4.690.636	4.925.168	5.171.427
Planteras de cerámicas tamaño grande	5.454.545	5.727.273	6.013.636	6.314.318	6.630.034
Cantaros de cerámicas	3.545.455	3.722.727	3.908.864	4.104.307	4.309.522
Objetos decorativos de cerámicas	4.909.091	5.154.545	5.412.273	5.682.886	5.967.031
Cuadros decorativos de madera	13.909.091	14.604.545	15.334.773	16.101.511	16.906.587
Esculturas de santos tallados en madera	6.218.182	6.529.091	6.855.545	7.198.323	7.558.239
Kit de cubiertos en madera	17.018.182	17.869.091	18.762.545	19.700.673	20.685.706
Objetos decorativos de platería	7.090.909	7.445.455	7.817.727	8.208.614	8.619.044
Cadenas de platas	16.690.909	17.525.455	18.401.727	19.321.814	20.287.904
Pulseras para damas y caballeros	13.909.091	14.604.545	15.334.773	16.101.511	16.906.587
Aros con variedad de diseños	10.909.091	11.454.545	12.027.273	12.628.636	13.260.068
Reloj de plata	13.090.909	13.745.455	14.432.727	15.154.364	15.912.082
Artículos de cuero decorativos	45.272.727	47.536.364	49.913.182	52.408.841	55.029.283
<b>Total</b>	<b>709.854.545</b>	<b>745.347.273</b>	<b>782.614.636</b>	<b>821.745.368</b>	<b>862.832.637</b>
<b>IVA 10%</b>	<b>70.985.455</b>	<b>74.534.727</b>	<b>78.261.464</b>	<b>82.174.537</b>	<b>86.283.264</b>

La planilla de compras abarca todas las erogaciones de la empresa para la adquisición de mercaderías. En la primera se describen todas las compras de un mes y en la planilla siguiente es la que está proyectada a 5 años con una variación del 5% que representa el nivel inflacionario que se registra anualmente en el país, más imprevistos que podrían surgir.

**Presupuesto de ventas, mensual y proyectado de 5 años.****Tabla 22.** *Presupuesto de ventas mensual*

Detalle	Calculo mensual				
	Cantidad	Precio unitario	Sub Total	IVA 10%	Total
Termo marca Termolar de 1 l, color negro	27	127.500	3.480.750	316.432	3.164.318
Termo marca Termolar de 1 l, color rojo	27	127.500	3.480.750	316.432	3.164.318
Termo marca Termolar de 1 l, color marrón	27	127.500	3.480.750	316.432	3.164.318
Termo marca Termolar de 1,5 l, color negro	18	157.500	2.866.500	260.591	2.605.909
Termo marca Termolar de 1,5 l, color rojo	18	157.500	2.866.500	260.591	2.605.909
Termo marca Termolar de 1,5 l, color azul	18	157.500	2.866.500	260.591	2.605.909
Termo marca Termolar de 1,5 l, color marrón	18	157.500	2.866.500	260.591	2.605.909
Termo Stanley Flip Straw Jug - Azul 1.18L	32	255.000	8.121.750	738.341	7.383.409
Termo Stanley Classic - Verde 940mL	14	225.000	3.071.250	279.205	2.792.045
Termo Stanley Classic - Azul 940mL	14	225.000	3.071.250	279.205	2.792.045
Termo Stanley Classic - Rojo 940mL	14	225.000	3.071.250	279.205	2.792.045
Termo Stanley Classic - Negro 940mL	14	225.000	3.071.250	279.205	2.792.045
Termo Stanley Adventure 1L Acero Inox.	18	270.000	4.914.000	446.727	4.467.273
Pinnacle Termo, azul, 17 x 17 x 30 centímetros. 4 L	36	127.500	4.641.000	421.909	4.219.091
Termo Pinnacle 2.5 LTS., color surtidos	18	120.000	2.184.000	198.545	1.985.455
Termo de acero Mast 1LTS. doble pared, color azul	14	112.500	1.535.625	139.602	1.396.023
Termo de acero Mast 1LTS. doble pared, color rojo	14	112.500	1.535.625	139.602	1.396.023
Termo de acero Mast 1LTS. doble pared, color negro	14	112.500	1.535.625	139.602	1.396.023
Termo acero inoxidable Mast 1.3 litros	9	127.500	1.160.250	105.477	1.054.773

Termo Básico Home 1LT R.2645H colores surtidos (SW)	18	112.500	2.047.500	186.136	1.861.364
Home Basics Termo acero inoxidable 1L VF00342	9	135.000	1.228.500	111.682	1.116.818
Bolso artesanal de hilo con apliques en ñanduti	5	147.000	668.850	60.805	608.045
Caminero con apliques de ñanduti	5	105.000	477.750	43.432	434.318
Aplique para escote de Ñanduti ondas pequeñas	14	52.500	716.625	65.148	651.477
Manteles pequeños bordados de ñanduti	6	67.500	429.975	39.089	390.886
Abanicos de ñanduti	5	97.500	532.350	48.395	483.955
kepis con apliques de ñanduti	7	105.000	764.400	69.491	694.909
Cuadros decorativos de ñanduti	5	150.000	682.500	62.045	620.455
Juego de jarrones de cerámica con colores surtidos	7	105.000	764.400	69.491	694.909
Planteras de cerámicas tamaño pequeño	13	30.000	382.200	34.745	347.455
Planteras de cerámicas tamaño mediano	12	45.000	532.350	48.395	483.955
Planteras de cerámicas tamaño grande	9	75.000	682.500	62.045	620.455
Cantaros de cerámicas	5	97.500	443.625	40.330	403.295
Objetos decorativos de cerámicas	9	67.500	614.250	55.841	558.409
Cuadros decorativos de madera	14	127.500	1.740.375	158.216	1.582.159
Esculturas de santos tallados en madera	5	142.500	778.050	70.732	707.318
Kit de cubiertos en madera	12	180.000	2.129.400	193.582	1.935.818
Objetos decorativos de platería	5	195.000	887.250	80.659	806.591
Cadenas de platas	15	135.000	2.088.450	189.859	1.898.591
Pulseras para damas y caballeros	14	127.500	1.740.375	158.216	1.582.159
Aros con variedad de diseños	18	75.000	1.365.000	124.091	1.240.909
Reloj de plata	7	225.000	1.638.000	148.909	1.489.091
Artículos de cuero decorativos	76	75.000	5.664.750	514.977	5.149.773
	<b>658</b>		<b>88.820.550</b>	<b>8.074.595</b>	<b>80.745.955</b>

**Tabla 23.** *Presupuesto de ventas proyectado*

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Termo marca Termolar de 1 l, color negro	37.971.818	39.870.409	41.863.930	43.957.126	46.154.982
Termo marca Termolar de 1 l, color rojo	37.971.818	39.870.409	41.863.930	43.957.126	46.154.982
Termo marca Termolar de 1 l, color marrón	37.971.818	39.870.409	41.863.930	43.957.126	46.154.982
Termo marca Termolar de 1,5 l, color negro	31.270.909	32.834.455	34.476.177	36.199.986	38.009.985
Termo marca Termolar de 1,5 l, color rojo	31.270.909	32.834.455	34.476.177	36.199.986	38.009.985
Termo marca Termolar de 1,5 l, color azul	31.270.909	32.834.455	34.476.177	36.199.986	38.009.985
Termo marca Termolar de 1,5 l, color marrón	31.270.909	32.834.455	34.476.177	36.199.986	38.009.985
Termo Stanley Flip Straw Jug - Azul 1.18L	88.600.909	93.030.955	97.682.502	102.566.627	107.694.959
Termo Stanley Classic - Verde 940mL	33.504.545	35.179.773	36.938.761	38.785.699	40.724.984
Termo Stanley Classic - Azul 940mL	33.504.545	35.179.773	36.938.761	38.785.699	40.724.984
Termo Stanley Classic - Rojo 940mL	33.504.545	35.179.773	36.938.761	38.785.699	40.724.984
Termo Stanley Classic -Negro 940mL	33.504.545	35.179.773	36.938.761	38.785.699	40.724.984
Termo Stanley Adventure 1L Acero Inox.	53.607.273	56.287.636	59.102.018	62.057.119	65.159.975
Pinnacle Termo, azul, 17 x 17 x 30 centímetros. 4 L	50.629.091	53.160.545	55.818.573	58.609.501	61.539.976
Termo Pinnacle 2.5 LTS., colores surtidos	23.825.455	25.016.727	26.267.564	27.580.942	28.959.989
Termo de acero Mast 1LTS. doble pared, color azul	16.752.273	17.589.886	18.469.381	19.392.850	20.362.492
Termo de acero Mast 1LTS. doble pared, color rojo	16.752.273	17.589.886	18.469.381	19.392.850	20.362.492
Termo de acero Mast 1LTS. doble pared, color negro	16.752.273	17.589.886	18.469.381	19.392.850	20.362.492

Termo acero inoxidable Mast 1.3 litros	12.657.273	13.290.136	13.954.643	14.652.375	15.384.994
Termo Básico Home 1LT R.2645H colores surtidos (SW)	22.336.364	23.453.182	24.625.841	25.857.133	27.149.990
Home Basics Termo acero inoxidable 1L VF00342	13.401.818	14.071.909	14.775.505	15.514.280	16.289.994
Bolso artesanal de hilo con apliques en ñanduti	7.296.545	7.661.373	8.044.441	8.446.663	8.868.997
Caminero con apliques de ñanduti	5.211.818	5.472.409	5.746.030	6.033.331	6.334.998
Aplique para escote de Ñanduti ondas pequeñas	7.817.727	8.208.614	8.619.044	9.049.997	9.502.496
Manteles pequeños bordados de ñanduti	4.690.636	4.925.168	5.171.427	5.429.998	5.701.498
Abanicos de ñanduti	5.807.455	6.097.827	6.402.719	6.722.855	7.058.997
kepis con apliques de ñanduti	8.338.909	8.755.855	9.193.647	9.653.330	10.135.996
Cuadros decorativos de ñanduti	7.445.455	7.817.727	8.208.614	8.619.044	9.049.997
Juego de jarrones de cerámica con colores surtidos	8.338.909	8.755.855	9.193.647	9.653.330	10.135.996
Planteras de cerámicas tamaño pequeño	4.169.455	4.377.927	4.596.824	4.826.665	5.067.998
Planteras de cerámicas tamaño mediano	5.807.455	6.097.827	6.402.719	6.722.855	7.058.997
Planteras de cerámicas tamaño grande	7.445.455	7.817.727	8.208.614	8.619.044	9.049.997
Cantaros de cerámicas	4.839.545	5.081.523	5.335.599	5.602.379	5.882.498
Objetos decorativos de cerámicas	6.700.909	7.035.955	7.387.752	7.757.140	8.144.997
Cuadros decorativos de madera	18.985.909	19.935.205	20.931.965	21.978.563	23.077.491
Esculturas de santos tallados en madera	8.487.818	8.912.209	9.357.820	9.825.711	10.316.996
Kit de cubiertos en madera	23.229.818	24.391.309	25.610.875	26.891.418	28.235.989
Objetos decorativos de platería	9.679.091	10.163.045	10.671.198	11.204.758	11.764.995

Cadenas de platas	22.783.091	23.922.245	25.118.358	26.374.276	27.692.989
Pulseras para damas y caballeros	18.985.909	19.935.205	20.931.965	21.978.563	23.077.491
Aros con variedad de diseños	14.890.909	15.635.455	16.417.227	17.238.089	18.099.993
Reloj de plata	17.869.091	18.762.545	19.700.673	20.685.706	21.719.992
Artículos de cuero decorativos	61.797.273	64.887.136	68.131.493	71.538.068	75.114.971
<b>Total</b>	<b>968.951.455</b>	<b>1.017.399.027</b>	<b>1.068.268.979</b>	<b>1.121.682.428</b>	<b>1.177.766.549</b>
<b>IVA 10%</b>	<b>96.895.145</b>	<b>101.739.903</b>	<b>106.826.898</b>	<b>112.168.243</b>	<b>117.776.655</b>

En esta planilla se presenta el monto de las ventas considerando el mercado meta, en la primera se presentan las ventas de forma mensual y en la otra planilla, las ventas proyectadas a 5 años, con una variación desde el segundo año en adelante del 5% de aumento que representa una presunción inflacionaria en los años venideros, más imprevistos.

**Tabla 24.** Planilla de depreciación proyectada a 5 años

Detalles	Valor inicial	Años de Vida Útil Restante	Coefficiente de Revalúo	Valor Actual	Cuota de Depreciación	Años de Vida Útil	Valor Fiscal al Cierre
Muebles, Útiles y Enseres	38.045.455	5	1,0000	38.045.455	6.848.182	4	31.197.273
Equipos Informáticos	20.292.713	4	1,0000	20.292.713	4.565.860	3	15.726.852
Instalaciones y Equipos	11.549.091	10	1,0000	11.549.091	923.927	9	10.625.164
Rodados	5.045.455	5	1,0000	5.045.455	807.273	4	4.238.182
<b>Sumas</b>	<b>74.932.713</b>			<b>74.932.713</b>	<b>13.145.242</b>		<b>61.787.471</b>
Año 2							
Muebles, Útiles y Enseres	31.197.273	4	1,0000	31.197.273	6.848.182	3	24.349.091
Equipos Informáticos	15.726.852	3	1,0000	15.726.852	4.565.860	2	11.160.992
Instalaciones y Equipos	10.625.164	9	1,0000	10.625.164	923.927	8	9.701.236
Rodados	4.238.182	4	1,0000	4.238.182	807.273	3	3.430.909
<b>Sumas</b>	<b>61.787.471</b>			<b>61.787.471</b>	<b>13.145.242</b>		<b>48.642.228</b>

Año 3							
Muebles, Útiles y Enseres	24.349.091	3	1,0000	24.349.091	6.848.182	2	17.500.909
Equipos Informáticos	11.160.992	2	1,0000	11.160.992	0	2	11.160.992
Instalaciones y Equipos	9.701.236	8	1,0000	9.701.236	923.927	7	8.777.309
Rodados	3.430.909	3	1,0000	3.430.909	807.273	2	2.623.636
<b>Sumas</b>	<b>48.642.228</b>			<b>48.642.228</b>	<b>8.579.382</b>		<b>40.062.847</b>
Año 4							
Muebles, Útiles y Enseres	17.500.909	2	1,0000	17.500.909	6.848.182	1	10.652.727
Equipos Informáticos	11.160.992	2	1,0000	11.160.992	0	1	11.160.992
Instalaciones y Equipos	8.777.309	7	1,0000	8.777.309	923.927	6	7.853.382
Rodados	2.623.636	2	1,0000	2.623.636	807.273	1	1.816.364
<b>Sumas</b>	<b>40.062.847</b>			<b>40.062.847</b>	<b>8.579.382</b>		<b>31.483.465</b>
Año 5							
Muebles, Útiles y Enseres	10.652.727	1	1,0000	10.652.727	10.652.727	0	0
Equipos Informáticos	11.160.992	1	1,0000	11.160.992	0	0	0
Instalaciones y Equipos	7.853.382	6	1,0000	7.853.382	1.308.897	5	6.544.485
Rodados	1.816.364	1	1,0000	1.816.364	1.816.364	0	0
<b>Sumas</b>	<b>31.483.465</b>			<b>31.483.465</b>	<b>13.777.988</b>		<b>6.544.485</b>

**Tabla 25.** Balance general, proyección de 5 años

Activo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Activos Corrientes</b>					
<b>Disponibilidades</b>					
Caja	33.103.274	42.547.256	54.448.829	66.291.763	78.355.397
Bancos Cta. Cte.	132.413.098	170.189.024	217.795.316	265.167.054	313.421.589
<b>Inventarios</b>					
Mercaderías	63.886.909	130.968.164	201.403.481	275.360.564	353.015.501
<b>Total activo corriente</b>	<b>229.403.281</b>	<b>343.704.443</b>	<b>473.647.626</b>	<b>606.819.381</b>	<b>744.792.488</b>
<b>Activos no corrientes</b>					



<b>Propiedad, planta y equipo</b>	<b>61.787.471</b>	<b>48.642.228</b>	<b>40.062.847</b>	<b>31.483.465</b>	<b>17.705.477</b>
Muebles, Útiles y Enseres	38.045.455	38.045.455	38.045.455	38.045.455	38.045.455
Depreciación Acumulada de Muebles y Útiles	-6.848.182	-13.696.364	-20.544.545	-27.392.727	-38.045.455
Equipos Informáticos	20.292.713	20.292.713	20.292.713	20.292.713	20.292.713
Depreciación Acumulada de Equipos Informáticos	-4.565.860	-9.131.721	-9.131.721	-9.131.721	-9.131.721
Instalaciones y Equipos	11.549.091	11.549.091	11.549.091	11.549.091	11.549.091
Depreciación Acumulada de Instalaciones	-923.927	-1.847.855	-2.771.782	-3.695.709	-5.004.606
Rodados	5.045.455	5.045.455	5.045.455	5.045.455	5.045.455
Depreciación Acumulada de Rodados	-807.273	-1.614.545	-2.421.818	-3.229.091	-5.045.455
<b>Cargos diferidos</b>					
Gastos de Apertura	4.754.545	4.754.545	4.754.545	4.754.545	4.754.545
Menos: Amortización Acumulada de Gastos Apertura	-950.909	-1.901.818	-2.852.727	-3.803.636	-4.754.545
<b>Total activos no corrientes</b>	<b>65.591.107</b>	<b>51.494.956</b>	<b>41.964.665</b>	<b>32.434.374</b>	<b>17.705.477</b>
<b>Total activos</b>	<b>294.994.388</b>	<b>395.199.399</b>	<b>515.612.291</b>	<b>639.253.755</b>	<b>762.497.965</b>
<b>Pasivos y Patrimonio Neto</b>					
<b>Pasivo corriente</b>					
<b>Provisiones</b>					
Impuesto a la Renta a Pagar	12.075.320	279.313	934.798	481.123	-37.781
IVA a Pagar	940.535	1.684.825	1.769.066	1.857.520	1.950.396
Aportes y Retenciones a Pagar	1.300.657	1.365.689	1.433.974	1.505.673	1.580.956
<b>Total pasivo corriente</b>	<b>14.316.511</b>	<b>3.329.828</b>	<b>4.137.839</b>	<b>3.844.315</b>	<b>3.493.571</b>
<b>Pasivo no corriente</b>					
<b>Total pasivo no corriente</b>	<b>14.316.511</b>	<b>3.329.828</b>	<b>4.137.839</b>	<b>3.844.315</b>	<b>3.493.571</b>

**Tabla 26.** *Presupuesto de ingresos y egresos, proyección de 5 años*

<b>Proyección Anual</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Ingresos</b>					
Ventas	1.065.846.600	1.119.138.930	1.175.095.877	1.233.850.670	1.295.543.204
<b>Total ingresos</b>	<b>1.065.846.600</b>	<b>1.119.138.930</b>	<b>1.175.095.877</b>	<b>1.233.850.670</b>	<b>1.295.543.204</b>
<b>Egresos</b>	<b>984.674.244</b>	<b>1.071.919.022</b>	<b>1.115.588.011</b>	<b>1.174.635.998</b>	<b>1.235.225.034</b>
Mercaderías	780.840.000	819.882.000	860.876.100	903.919.905	949.115.900
Agua, Luz, Teléfono e Internet	10.800.000	11.340.000	11.907.000	12.502.350	13.127.468
Gastos Bancarios	1.080.000	1.134.000	1.190.700	1.250.235	1.312.747
Honorarios Profesionales	6.000.000	6.300.000	6.615.000	6.945.750	7.293.038
Papeles e Impresos	4.800.000	5.040.000	5.292.000	5.556.600	5.834.430
Impuestos, Tasas, Patentes y otras contribuciones	1.600.000	1.680.000	1.764.000	1.852.200	1.944.810
Encomienda	3.600.000	3.780.000	3.969.000	4.167.450	4.375.823
Papelería, Útiles de oficina	6.000.000	6.300.000	6.615.000	6.945.750	7.293.038
Alquileres	24.000.000	25.200.000	26.460.000	27.783.000	29.172.150
Gastos de Limpieza y desinfección	5.400.000	5.670.000	5.953.500	6.251.175	6.563.734
Seguros Pagados	4.800.000	5.040.000	5.292.000	5.556.600	5.834.430
Mantenimiento y Reparación	2.400.000	2.520.000	2.646.000	2.778.300	2.917.215
Pago de Post	1.320.000	1.386.000	1.455.300	1.528.065	1.604.468
Publicidad y Propaganda	3.000.000	3.150.000	3.307.500	3.472.875	3.646.519
Combustibles y Lubricantes	5.400.000	5.670.000	5.953.500	6.251.175	6.563.734
Sueldos y Jornales	61.207.368	64.267.736	67.481.123	70.855.179	74.397.938
Cargas Sociales	10.099.216	10.604.177	11.134.385	11.691.105	12.275.660
Aguinaldo	5.100.614	5.355.645	5.623.427	5.904.598	6.199.828
Vacaciones	0	2.040.246	2.142.258	2.249.371	2.361.839
Aporte y Retención a Pagar	-1.300.657	-65.033	-68.284	-71.699	-75.284
Remuneración al Personal Superior	38.181.818	42.000.000	46.200.000	50.820.000	55.902.000
Impuesto al Valor Agregado	10.345.885	19.473.612	21.144.557	22.201.784	23.311.874

Impuesto a la Renta - IRE	0	12.075.320	279.313	934.798	481.123
Anticipo a la Renta	0	12.075.320	12.354.633	13.289.431	13.770.554
<b>Flujo Neto de Efectivo</b>	<b>81.172.356</b>	<b>47.219.908</b>	<b>59.507.865</b>	<b>59.214.672</b>	<b>60.318.169</b>
<b>Saldo Inicial</b>	<b>84.344.016</b>	<b>165.516.372</b>	<b>212.736.280</b>	<b>272.244.145</b>	<b>331.458.817</b>
<b>Flujo de Efectivo</b>	<b>165.516.372</b>	<b>212.736.280</b>	<b>272.244.145</b>	<b>331.458.817</b>	<b>391.776.986</b>

Tabla 27. Estado de resultados, proyección de 5 años

Ingreso	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ventas Gravadas</b>	968.951.455	1.017.399.027	1.068.268.979	1.121.682.428	1.177.766.549
<b>Costo de Mercaderías</b>	645.967.636	678.266.018	712.179.319	747.788.285	785.177.699
<b>Utilidad bruta (ventas)</b>	<b>322.983.818</b>	<b>339.133.009</b>	<b>356.089.660</b>	<b>373.894.143</b>	<b>392.588.850</b>
<b>Ganancias (o pérdidas) brutas</b>	<b>322.983.818</b>	<b>339.133.009</b>	<b>356.089.660</b>	<b>373.894.143</b>	<b>392.588.850</b>
<b>Menos</b>					
<b>(-) Gastos Administrativo</b>	<b>194.103.349</b>	<b>207.053.045</b>	<b>214.235.030</b>	<b>226.780.267</b>	<b>245.382.372</b>
Agua, Luz, Teléfono e Internet	9.818.182	10.309.091	10.824.545	11.365.773	11.934.061
Gastos Bancarios	981.818	1.030.909	1.082.455	1.136.577	1.193.406
Honorarios Profesionales	5.454.545	5.727.273	6.013.636	6.314.318	6.630.034
Papeles e Impresos	4.363.636	4.581.818	4.810.909	5.051.455	5.304.027
Impuestos, Tasas, Patentes y otras contribuciones	1.600.000	1.680.000	1.764.000	1.852.200	1.944.810
Encomienda	3.272.727	3.436.364	3.608.182	3.788.591	3.978.020
Papelería, Útiles de oficina	5.454.545	5.727.273	6.013.636	6.314.318	6.630.034
Alquileres	21.818.182	22.909.091	24.054.545	25.257.273	26.520.136
Gastos de Limpieza y desinfección	4.909.091	5.154.545	5.412.273	5.682.886	5.967.031
Seguros Pagados	4.363.636	4.581.818	4.810.909	5.051.455	5.304.027
Mantenimiento y Reparación	2.181.818	2.290.909	2.405.455	2.525.727	2.652.014
Pago de Post	1.200.000	1.260.000	1.323.000	1.389.150	1.458.608
Remuneración al Personal Superior	38.181.818	42.000.000	46.200.000	50.820.000	55.902.000
Sueldos y Jornales	61.207.368	64.267.736	67.481.123	70.855.179	74.397.938
Cargas Sociales	10.099.216	10.604.177	11.134.385	11.691.105	12.275.660
Aguinaldo	5.100.614	5.355.645	5.623.427	5.904.598	6.199.828
Vacaciones	0	2.040.246	2.142.258	2.249.371	2.361.839
Depreciación del Ejercicio	13.145.242	13.145.242	8.579.382	8.579.382	13.777.988
Amortización de Gastos de Apertura	950.909	950.909	950.909	950.909	950.909

<b>(-) Gastos de Ventas</b>	<b>8.127.273</b>	<b>8.533.636</b>	<b>8.960.318</b>	<b>9.408.334</b>	<b>9.878.751</b>
Publicidad y Propaganda	2.727.273	2.863.636	3.006.818	3.157.159	3.315.017
Combustibles y Lubricantes	5.400.000	5.670.000	5.953.500	6.251.175	6.563.734
<b>Total Gastos</b>	<b>202.230.622</b>	<b>215.586.682</b>	<b>223.195.348</b>	<b>236.188.601</b>	<b>255.261.122</b>
<b>Ganancias (o pérdidas) antes del Impuesto a la Renta - Utilidad Neta</b>	<b>120.753.196</b>	<b>123.546.327</b>	<b>132.894.312</b>	<b>137.705.542</b>	<b>137.327.727</b>
Menos: Impuesto a la Renta Empresarial	12.075.320	12.354.633	13.289.431	13.770.554	13.732.773
Reserva del Ejercicio	5.433.894	5.559.585	5.980.244	6.196.749	6.179.748
<b>Ganancias (o pérdidas) - Utilidad del Ejercicio</b>	<b>103.243.983</b>	<b>105.632.110</b>	<b>113.624.636</b>	<b>117.738.238</b>	<b>117.415.207</b>
<b>Margen de Contribución</b>	<b>63 %</b>	<b>64 %</b>	<b>63 %</b>	<b>63 %</b>	<b>65 %</b>
<b>Costos de Ventas</b>	<b>67 %</b>	<b>67 %</b>	<b>67 %</b>	<b>67 %</b>	<b>67 %</b>

### Análisis mediante ratios.

**Tabla 28. Ratios financieros, proyección de 5 años**

Índices de liquidez	Año					
	1	2	3	4	5	
Razón circulante	Activo Corriente	229.403.281	343.704.443	473.647.626	606.819.381	744.792.488
	Pasivo Corriente	14.316.511	3.329.828	4.137.839	3.844.315	3.493.571
	Veces	16,02	103,22	114,47	157,85	213,19
Prueba ácida	Disponibilidad	165.516.372	212.736.280	272.244.145	331.458.817	391.776.986
	Pasivo Corriente	14.316.511	3.329.828	4.137.839	3.844.315	3.493.571
	Veces	11,56	63,89	65,79	86,22	112,14
<b>Índices de solvencia</b>						
Apalancamiento	Pasivo total	14.316.511	3.329.828	4.137.839	3.844.315	3.493.571
	Activo total	294.994.388	395.199.399	515.612.291	639.253.755	762.497.965
	%	4,85	0,84	0,80	0,60	0,46
Rotación de Activo Fijo	Ventas	968.951.455	1.017.399.027	1.068.268.979	1.121.682.428	1.177.766.549
	Activo Fijo	61.787.471	48.642.228	40.062.847	31.483.465	17.705.477
	Veces	15,68	20,92	26,66	35,63	66,52
Rotación de Activo Total	Ventas	968.951.455	1.017.399.027	1.068.268.979	1.121.682.428	1.177.766.549
	Activo Total	294.994.388	395.199.399	515.612.291	639.253.755	762.497.965
	Veces	3,28	2,57	2,07	1,75	1,54

Índices de rentabilidad							
Utilidad sobre Ventas	Utilidad Líquida	103.243.983	105.632.110	113.624.636	117.738.238	117.415.207	
	Ventas	968.951.455	1.017.399.027	1.068.268.979	1.121.682.428	1.177.766.549	
	%	10,66	10,38	10,64	10,50	9,97	
Rendimiento del Capital	Utilidad Líquida	103.243.983	105.632.110	113.624.636	117.738.238	117.415.207	
	Capital	172.000.000	172.000.000	172.000.000	172.000.000	172.000.000	
	%	60,03	61,41	66,06	68,45	68,26	
Rendimiento sobre el Activo Total	Utilidad Líquida	103.243.983	105.632.110	113.624.636	117.738.238	117.415.207	
	Activo Total	294.994.388	395.199.399	515.612.291	639.253.755	762.497.965	
	%	35,00	26,73	22,04	18,42	15,40	
Gastos Operativos con Ventas	Gastos Operativos	202.230.622	215.586.682	223.195.348	236.188.601	255.261.122	
	Ventas netas	968.951.455	1.017.399.027	1.068.268.979	1.121.682.428	1.177.766.549	
	%	20,87	21,19	20,89	21,06	21,67	

### **Liquidez.**

**Razón circulante.** En esta tabla se observan los índices de las posibilidades que tiene la empresa para cubrir sus deudas a corto plazo, para el 1º año de operación se estima por cada guaraní 1 de deuda la empresa cuenta con guaraníes 16 para cubrirla a corto plazo. Cuanto mayor sea esta ratio mayor son las posibilidades de cumplir con sus obligaciones.

**Prueba acida.** Con esta ratio se puede medir la capacidad inmediata que tiene la empresa de cumplir con sus obligaciones corrientes, se considera un índice más rígido para medir la liquidez. En este caso de obtuvo un resultado igual que el índice de razón circulante, es decir, por cada guaraní 1 de deuda se cuenta con 12 veces el activo corriente.

### **Solvencia.**

**Apalancamiento.** Este índice demuestra el término de porcentaje el financiamiento por parte de proveedores y acreedores dentro de la empresa. En el primer año se observa un 5% de apalancamiento, este porcentaje representa el dinero de los acreedores en la empresa.

**Rotación el activo fijo.** En base a esta ratio podemos determinar la capacidad de ventas que tiene la empresa con relación hecha en el activo. En

este caso, en el primer año, se observa que las ventas de la empresa son 16 veces más del valor de la inversión en el Activo Fijo lo que demuestra que la rotación de este rubro en las operaciones es buena.

*Rotación el activo total.* Esta ratio permite demostrar la capacidad de activo que tiene la empresa para generar las ventas dentro de la misma. En el primer año de operación de esta empresa se aprecia que es 3 veces más por cada guaraní 1 invertido en los activos totales.

### ***Rentabilidad.***

*Utilidad sobre venta.* Este índice mide la utilidad que se obtiene por cada guaraní de ventas realizadas. En el primer año de operación de la empresa se observa que se obtuvo una utilidad de 11% por cada venta realizado.

*Rendimiento sobre el capital.* A través de esta ratio se puede medir la rentabilidad de la empresa sobre los fondos propios aportados por el propietario. En el caso de este proyecto, para el primer año de operación se observa un rendimiento de un 60% sobre el patrimonio.

*Rendimiento sobre el activo total.* Esta ratio, es un indicador de rentabilidad del inversor sobre los activos de la empresa. En este caso se observa que hay un rendimiento del 35% sobre la inversión inicial realizada.

*Gastos operativos con ventas.* En este contexto se mide el porcentaje en los gastos operativos que impactan sobre la venta realizada con la empresa. En el caso de este proyecto se aprecia que, en relación de las ventas realizadas en el primer año, la empresa cuenta con 21% de gastos operativos.

### **Conclusión del estudio financiero**

La inversión requerida para la creación de una empresa de comercio de termos forrados personalizados y productos de artesanía será de G. 172.000.000 con financiación con los aportes de los socios en partes iguales de G. 86.000.000.

La distribución de los egresos para cubrir anualmente las necesidades es como sigue: G. 709.854.545 para las compras, G. 73.545.455 para gastos y G. 76.407.198 pagos a personales, totalizando G. 859.807.198.

El resultado contable expuesto en el estado de resultado representa G. 103.243.983 y de liquidez en el primer periodo fiscal de G. 165.516.372 según el presupuesto de caja.

Los datos expuestos evaluaron los resultados que arroja el estudio financiero del proyecto los cuales pronostican favorablemente para la ejecución del mismo y permitieron el logro del propósito principal de este análisis.

## Estudio Económico

### Introducción

Luego del diseño de los presupuestos financieros, el análisis económico es la última etapa del proceso del diseño de un proyecto de inversión, en la que se lleva a cabo la evaluación económica para determinar su rentabilidad.

En este apartado, se aplican las herramientas de la Matemática Financiera que permiten calcular los indicadores de rentabilidad como: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), relación Beneficio Costo (BC), Periodo de Recuperación del Capital (PRC) y Punto de Equilibrio (PE).

La dificultad que se presenta al monto de elaborar un proyecto de inversión es la incertidumbre de que los montos determinados en los estados financieros proyectados sean concretados si se llega a ejecutar el emprendimiento y si será rentable la actividad. En ese sentido, es fundamental entender e interpretar los resultados de la evaluación económica de manera a recomendar la ejecución o no del proyecto.

Estas afirmaciones llevan a formular el siguiente problema;

¿Cuál es la rentabilidad económica del proyecto?

Las preguntas específicas deducidas del problema son;

¿Cuál es la liquidez con que puede contar la empresa luego de 5 años de funcionamiento según el valor actual neto?

¿Cuál es la tasa que puede rendir la inversión?

¿En cuánto tiempo será posible recuperar el capital invertido?

¿Qué relación existe entre cada unidad monetaria de costo respecto al beneficio?



¿Con cuanta unidad monetaria la actividad económica lograría el equilibrio?

Del problema del estudio económico, se deduce el propósito principal de este análisis;

Comprobar la rentabilidad económica del proyecto.

Para que esto sea posible, es necesario lograr cada uno de los siguientes objetivos específicos;

Determinar la liquidez con que puede contar la empresa luego de 5 años de funcionamiento según el valor actual neto.

Calcular la tasa que puede rendir la inversión.

Exponer el tiempo será posible recuperar el capital invertido.

Evaluar la relación que existe entre cada unidad monetaria de costo respecto al beneficio.

Cuantificar en unidad monetaria el equilibrio de la actividad económica.

La necesidad de llevar a cabo el estudio económico se funda en la importancia que tiene para conocer si el emprendimiento será rentable o no a través del tiempo, analizando los datos arrojados por los presupuestos sometidos mediante indicadores pre establecidos.

Por otro lado, la evaluación económica proporcionará al inversionista las informaciones técnicas de los riesgos que corre el capital una vez ejecutado el proyecto bajo las condiciones estudiadas.

### **Aspecto teórico**

**Definición del estudio económico.** “Se realiza con la finalidad de tener elementos para tomar una decisión en cuanto a la factibilidad de realización del proyecto, siendo esto a futuro” (Fernández et al, 2010, p. 96)

**Valor actual neto (VAN).**

Es el método más conocido y el más aceptado. Mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja proyectados a partir del primer período de operación y le resta la inversión total expresada en el momento cero (Córdoba, 2011, p. 236).

**Tasa interna de retorno (TIR).** “Refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arrojará período a período durante toda su vida útil” (Córdoba, 2011, p. 242).

**Relación beneficio costo (BC).**

También llamada índice de productividad, es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial. Este índice se usa como medio de clasificación de proyectos en orden descendente de productividad. Si la relación beneficio costo es mayor que 1, entonces acepte el proyecto (Córdoba, 2011, p. 240).

**Periodo de recuperación del capital (PRC).**

Este método consiste en determinar el tiempo que tarda un proyecto, en ser pagado y se determina mediante restas sucesivas de uno por uno los flujos de efectivo a la inversión original (I o), hasta que ésta quede saldada, de tal forma que si la inversión (I o) se amortiza en un menor o igual al horizonte del proyecto, éste se considera viable y se acepta, caso contrario se rechaza (Rojas, 2015. p. 165).

### Punto de equilibrio (PE).

En este análisis de punto de equilibrio se quiere resaltar su importancia dentro del estudio del proyecto, en el manejo de los egresos de operación, para sacar conclusiones que faciliten la toma de decisiones en relación con su manejo financiero. Deben tenerse en cuenta las limitaciones del punto de equilibrio, pues éste orienta la estimación del equilibrio entre ingresos y egresos, mas no sirve para prever otras perspectivas en relación con el producto y su comportamiento en el mercado. Sin embargo, debe presentarse en el proyecto el cálculo de éste y hacerse un gráfico de dicho comportamiento (Córdoba, 2011, p. 205).

### Metodología del estudio

En este apartado se debe explicar que el estudio económico posee las evaluaciones económicas para demostrar la rentabilidad, planteado sobre la planificación de recursos en el estudio financiero. Además, se debe explicar que se aplican formula matemáticas para determinar los indicadores económicos usando los datos del estudio financiero.

### Desarrollo económico

#### Cálculo e interpretación del Valor Actual Neto (VAN).

**Tabla 29.** Planilla de cálculo del valor actual neto (VAN)

Periodos	0	1	2	3	4	5
Inversión inicial	-172.000.000					
Ingresos		1.065.846.600	1.119.138.930	1.175.095.877	1.233.850.670	1.295.543.204
Egresos		984.674.244	1.071.919.022	1.115.588.011	1.174.635.998	1.235.225.034
<b>Flujo Neto de Efectivo</b>	<b>-172.000.000</b>	<b>81.172.356</b>	<b>47.219.908</b>	<b>59.507.865</b>	<b>59.214.672</b>	<b>60.318.169</b>

Datos	Valores	
Números de Periodos	5	
Tipo de Periodo	anual	
Tasa de descuento (i)	10 %	0,1

Periodos	FNE	$(1+i)^n$	FNE / $(1+i)^n$
0	-172.000.000		-172.000.000
1	81.172.356	1,1	73.793.051
2	47.219.908	1,2	39.024.717
3	59.507.865	1,3	44.709.140
4	59.214.672	1,5	40.444.418
5	60.318.169	1,6	37.452.838
<b>Total</b>			<b>63.424.163</b>
<b>VAN =</b>			<b>63.424.163</b>

El Valor Actual Neto representa el saldo neto descontado bajo una tasa de inflación y de interés financiera, se actualizan los ingresos y egresos de 5 años incluyendo la inversión inicial, la diferencia es la que representa el índice de liquidez que deja la actividad comercial durante el periodo, el cual es aceptado si es positivo.

El cuadro anterior lanza un ingreso neto de G. 63.424.163 al 10% del rendimiento en los 5 años proyectados. El mismo es positivo por lo tanto se deduce la liquidez que representa la actividad económica dentro del periodo ejecutado.

### Cálculo e interpretación de la Tasa Interna de Retorno (TIR).

**Tabla 30.** Planilla de cálculo de la tasa interna de retorno (TIR)

Tasa de Descuento	VAN
0 %	135.432.970
5 %	95.518.907
10 %	63.424.163
15 %	37.262.050

20 %	<b>15.669.632</b>
25 %	-2.353.960
30 %	-17.554.848
35 %	-30.496.990
40 %	-41.612.127
45 %	-51.234.704
50 %	-59.626.651
<b>TIR=</b>	<b>24,30 %</b>

La Tasa Interna de Retorno o Rentabilidad, es un método de valoración de inversiones que mide la rentabilidad de los cobros y los pagos actualizados, generados por una inversión, en términos relativos, es decir, en porcentaje. Considerando que el proyecto resultó con una liquidez bastante considerable, la actividad económica proyectada a 5 años retribuirá en un 24,30% anual la inversión realizada, considerando el 10% de la tasa de descuento financiera, la misma es muy favorable.

### Cálculo e interpretación de la Relación Beneficio Costo (BC).

**Tabla 31.** Planilla de cálculo de la relación beneficio-costos (B/C)

Ingresos	Costos	Flujo Neto	Tasa (1+i) <sup>-n</sup>	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizados	VAN
0	-172.000.000	-172.000.000,00	1,000	0	-172.000.000	-172.000.000
1.065.846.600	984.674.244	81.172.356,00	1,100	968.951.455	895.158.404	73.793.051
1.119.138.930	1.071.919.022	47.219.907,86	1,210	924.908.207	885.883.489	39.024.717
1.175.095.877	1.115.588.011	59.507.865,18	1,331	882.866.924	838.157.785	44.709.140
1.233.850.670	1.174.635.998	59.214.671,96	1,464	842.736.610	802.292.192	40.444.418
1.295.543.204	1.235.225.034	60.318.169,44	1,611	804.430.400	766.977.563	37.452.838
<b>5.889.475.281</b>	<b>5.410.042.310</b>	<b>135.432.970,44</b>		<b>4.423.893.596</b>	<b>4.016.469.432</b>	<b>63.424.163</b>

B/C	4.423.893.596	1,10
	4.016.469.432	

La relación Beneficio/Costo es el cociente de dividir el valor actualizado de los beneficios del proyecto (ingresos) entre el valor actualizado de los costos (egresos) a una tasa de actualización igual a la tasa de rendimiento mínima aceptable (TREMA), a menudo también conocida como tasa de actualización o tasa de evaluación. Considerando el dinero que se gasta para poner en marcha la actividad comercial, proyecto retribuirá G. 1,10 por cada 1 guaraní de inversión realizada, lo que también significa que está por encima del nivel de rendimiento esperado.

### **Cálculo e interpretación del Punto de Equilibrio (PE).**

**Tabla 32.** *Planilla de cálculo del punto de equilibrio (PE)*

Precio Venta	135.453
Coste Unitario	90.302
Gastos Fijos Mes	16.090.029
Punto de Equilibrio	356
Ventas Equilibrio	48.270.088

El punto de equilibrio es aquel punto donde los Ingresos totales se igualan a los Costes totales. Vendiendo por encima de dicho punto se obtienen beneficios y vendiendo por debajo se obtienen pérdidas.

La determinación del punto de equilibrio es uno de los elementos esenciales en cualquier tipo de negocio lo cual posibilita establecer el nivel de ingresos requeridos para cubrir los costes totales, es decir, la venta necesaria para solventar los costos fijos-variables y gastos. Además, ayuda a observar la capacidad de la empresa y su nivel de rentabilidad. Para este caso es necesario vender por un valor de G. 48.270.088 por mes.

### **Cálculo e interpretación del Periodo de Recuperación del Capital (PRC).**

**Tabla 33.** Planilla de cálculo del periodo de recuperación de capital (PRC)

<b>Período</b>	<b>Flujo Neto</b>	<b>Saldo de Inversión Inicial</b>
<b>Año 0</b>	0	-172.000.000
<b>Año 1</b>	81.172.356	-90.827.644
<b>Año 2</b>	47.219.908	-43.607.736
<b>Año 3</b>	59.507.865	15.900.129
<b>Año 4</b>	59.214.672	75.114.801
<b>Año 5</b>	60.318.169	135.432.970
<b>PRC =</b>	<b>2 años 9 meses</b>	

El PRC evalúa el tiempo en años y meses que transcurre para que la empresa pueda recuperar la inversión inicial. La técnica que permite determinar esta información se denomina Playback y consiste en restar la inversión inicial del flujo anual neto como una manera de recupero en cada periodo.

El tiempo de recuperación de la inversión es aproximadamente 2 años y 9 meses, por lo tanto; el resto del tiempo de vida del proyecto genera recursos por encima del capital recuperado íntegramente.

#### **Conclusión del estudio económico**

La liquidez con que puede contar la empresa luego de 5 años de funcionamiento es de G. 63.424.163 según el resultado del valor actual neto con una tasa de descuento del 10% anual.

La tasa que puede rendir la inversión representa 24,30% anual según lo que representa la tasa interna de retorno.

El tiempo de recuperación del capital invertido es de 2 años y 9 meses; luego de este periodo, el inversionista podrá revertir el capital para aumentar su potencial en el mercado.

La relación existente entre cada unidad monetaria de costo respecto al beneficio es de G. 1,10, es decir este indicador significa que, por cada unidad monetaria de costo, el beneficio representa 10 céntimos.

La actividad proyectada lograría el equilibrio con G. 48.270.088 en el primer mes con la venta de los productos; es decir, con este monto la empresa equilibra entre egresos e ingresos sin obtener utilidad.

Las evidencias presentadas permitieron determinar la rentabilidad económica del proyecto y el logro del propósito principal de este análisis.



### **Conclusión del proyecto**

Al término de la investigación es preciso confirmar los datos que permitieron evidenciar el logro de los propósitos de cada estudio del proyecto de inversión.

Según el estudio de mercado, se pudo conocer que, de la población estudiada, actualmente la demanda será de 2.747 unidades mensuales en termos personalizados y 2.066 unidades de productos de artesanía. La demanda potencial serían de 983 potenciales clientes; quienes comprarían termos personalizados y 882 productos de artesanía. El mercado meta para este emprendimiento representa el 11% de la demanda traducido en 658 unidades de termos forrados y artesanías en forma mensual. Respecto al nivel de competencia que se registra en el mercado en cuanto al producto mencionado, se ha observado el funcionamiento de dos locales comerciales de referencia en donde se ofertan todo tipo de termos personalizados, cubriendo aproximadamente el 38.8% del mercado. Con relación al precio potencial de mercado registrado en la venta de termos forrados, se pudo conocer que en promedio los clientes pagarían G. 123.830 por cada unidad; así también, G. 70.870 por productos de artesanía. La competencia vende a un precio desde G. 100.000 a G. 150.000, dependiendo de la calidad y diseño.

Por su parte, mediante el estudio técnico se pudo determinar la localización óptima de la empresa teniendo en cuenta los factores como: terreno disponible, facilidad de transporte, localización del mercado, facilidades de distribución y disposición de servicios básicos. De tal forma, estará ubicado en el Departamento de Caaguazú, distrito de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, barrio Santa Librada, específicamente estará ubicado en una zona sobre la calle Emiliano R. Fernández, a 700 metros de la ruta nacional PY 02 Mariscal José Félix Estigarribia, km 214. Fueron dadas a conocer las obras físicas y equipamientos necesarios para el funcionamiento de la empresa. Además, de equipamientos básicos para su funcionamiento normal. Los muebles de uso administrativo, instalaciones y equipos. La organización se determinó en base a los procesos y actividades que serán realizados, en el sistema comercial y en

los procesos administrativos requeridos, por ello se determinó claramente las responsabilidades del cargo de manera sencilla, además de establecer los valores, la misión y visión de la empresa. Las gestiones que se deben llevar a cabo para legalizar el funcionamiento de la empresa son, conformar la Sociedad de Responsabilidad Limitada, realizar inscripción en el Registro Único del Contribuyente (RUC), en el Registro Patronal, Matricula del Comerciante, Instituto de Previsión Social (IPS), Ministerio del Trabajo Empleo y Seguridad Social (MTESS) y realizar pago de Patente Municipal, rubricación de libros en la Dirección General de los Registros, liquidación mensual del Impuesto al Valor Agregado, liquidación anual del Impuesto a la Renta Empresarial.

El estudio financiero permitió determinar la inversión requerida para la creación de una empresa de comercialización de termos personalizados y productos de artesanías será de G. 172.000.000 con financiación con los aportes de los socios en partes iguales de G. 86.000.000. La distribución de los egresos para cubrir anualmente las necesidades es como sigue: G. 709.854.545 para las compras, G. 73.545.455 para gastos y G. 76.407.198 pagos a personales, totalizando G. 859.807.198. El resultado contable expuesto en el estado de resultado representa G. 103.243.983 y de liquidez en el primer periodo fiscal de G. 165.516.372 según el presupuesto de caja.

El estudio económico del proyecto permitió interpretar que la liquidez con que puede contar la empresa luego de 5 años de funcionamiento es de G. 63.424.163 según el resultado del valor actual neto con una tasa de descuento del 10% anual. La tasa que puede rendir la inversión representa 24,30% anual según lo que representa la tasa interna de retorno. El tiempo de recuperación del capital invertido es de 2 años y 9 meses; luego de este periodo, el inversionista podrá revertir el capital para aumentar su potencial en el mercado. La relación existente entre cada unidad monetaria de costo respecto al beneficio es de G. 1,10, es decir este indicador significa que, por cada unidad monetaria de costo, el beneficio representa 10 céntimos. La actividad proyectada lograría el equilibrio con G. G. 48.270.088 en el primer mes con la

venta de los productos; es decir, con este monto la empresa equilibra entre egresos e ingresos sin obtener utilidad.

Las informaciones que han arrojado la investigación fueron suficientes evidencias para evaluar la factibilidad de la creación de una empresa comercializadora de termos forrados personalizados y productos de artesanías en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia, año 2022.

### Referencias bibliográficas

- Aguayo Caballero, P. (2006). *Contabilidad Básica*. Asunción, Paraguay: AGR Servicios Gráficos.
- Aching Guzmán, C. (2015). *Ratios Financieros y Matemáticas de la Mercadotecnia*. Digital Acrobat
- Baca Urbina, G. (2001). *Evaluación de Proyectos*. México. 4<sup>o</sup> edición. Mc Graw Hill.
- Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de proyectos*. 7<sup>ma</sup>. Edición. México: McGraw-Hill Interamericana S.A.
- Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de proyectos*. México. 6<sup>o</sup> edición D. F., México: Mc Graw Hill.
- Betancur, J., & Martín, M. (2012). *Compra y desarrollo de la franquicia Decorato Bucaramanga SAS*.
- Burbano Ruiz, J. E. (2011). *Presupuesto enfoque de gestión*. Editora McGraw-Hill.
- Carrillo, Vega y Navas (2019) *Formulación y Evaluación de proyecto de inversión editorial jurídica del Ecuador*.
- Callen, T. (2008). ¿ Qué es el producto interno bruto. *Finanzas & Desarrollo*, 48.
- Casanova, M., (2014). *Estudio comparativo de la producción científica de las universidades públicas y privadas venezolanas*. Compendium.
- Córdoba Padilla, M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/cireutic/69169?page=34>.
- Chiavenato, I., (2007). *Introducción a la teoría general de la administración*. McGraw-Hill, México.
- Fernández, L. G., Mayagoitia, B. V., & Quintero, M. A. (2010). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*. ProQuest Ebook Central <httpsebookcentral.proquest.com>
- Flor, R (2009). *Organización y Procesos Empresariales*, Asunción, Paraguay: Robert Bernal.

- Flor Romero, M. (2013). *Organización y Procesos Empresariales*. Asunción: Litocolor.
- Kotler. P (1996). *Dirección de Mercadotecnia Análisis, Planeación y Control*. México, México: Alberto Cierra Ochoa.
- López, P. L. (2004). *Población muestra y muestreo*. *Punto cero*, 9(08), 69-74
- Martínez Herrera, H. (2010). *Responsabilidad social y ética empresarial*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/cireutic/69172?page=42>.
- Medina Cardena, J. C., Rejon Ávila, M. J., & Valencia Heredia, E. R. (2012). *Análisis de rentabilidad de la producción y venta de pollo en canal en el municipio de Acanceh, Yucatán*. México. *Revista Mexicana de Agronegocios*.
- Méndez Lozano, R. (2012). *Formulación y evaluación de proyectos*. Bogotá: JCV Ediciones.
- Melgar, C. J. M. (2009). *La misión empresarial dentro de un marco estratégico para el nuevo milenio*. ProQuest Ebook Central <https://ebookcentral.proquest.com>
- Morales, F. (2012). *Conozca 3 tipos de investigación: Descriptiva, Exploratoria y Explicativa*. Recuperado el, 11, 2018.
- Ortega Cárdenas A. (2016). *Economía colombiana*, quinta edición Bogotá Colombia.
- Pacheco, P. (2015). *Políticas, mercados y modelos de producción: Un análisis de la situación y desafíos del sector palmero colombiano*. CIFOR.
- PARAGUAY. *Decreto Ley 17071/43 modificado por Decreto Ley N°1860/50 del Instituto de Previsión Social*.
- PARAGUAY. *Ley N° 1034/83 Del comerciante*
- PARAGUAY. *Ley N° 125/91 Nuevo Régimen Tributario*. Modificada por la Ley 2421/04 de Reordenamiento Administrativo y Adecuación Fiscal.
- PARAGUAY. *Ley N° 1352/88 Registro único de Contribuyente de la Subsecretaría de Tributación*.
- PARAGUAY. *Ley N° 213/93 Código del trabajo modificado parcialmente por la ley 1416/99*.

PARAGUAY. *Ley N° 6380/19. De Modernización Y Simplificación Del Sistema Tributario Nacional.*

PARAGUAY. *Ley N° 670//76 del Régimen tributario para las Municipalidades del interior del País.*

Plano de Egea, J. *Código Laboral de la República del Paraguay.* Asunción, Paraguay: Latindata.

Ramos Bravo, D. (2015). *Concepto Mercado.* Editorial Dunken.

Ramírez E. & Cajigas R. M. (2004). *Proyectos de inversión Competitivos.* Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Universidad nacional de Colombia. Palmira, Impresora Feriva S.A.

Rodríguez, A. F. (2018). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión: Una propuesta metodológica.* ProQuest Ebook Central <https://ebookcentral.proquest.com>

Sapag Chain, N. (2011). *Proyectos de Inversión. Formulación y Evaluación.* México, México: Pearson Educación.

Sapag Chain, N. (2014). *Preparación y evaluación de proyectos.* México, México: Pearson Educación.

Sacristán Colas, A. (2010). *Inflación, desempleo, desequilibrio comercial externo.* México, D.F, Mexico: Instituto Politécnico Nacional. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/cireutic/72125?page=40>.

Thompson, I. (2006). *El Mercado Meta.* Recuperado de: <http://www.promonegocios.net/mercado/meta-mercado.html>.

Varios, A. (2006). *Contabilidad general I.* Ciudad de La Habana, Cuba: Editorial Félix Varela. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/cireutic/71219?page=46>.

Viñan Villagran, J. A., Puente Riofrío, M. I., Ávalos Reyes, J. A., & Córdova Prócel, J. R. (2018). *Poyectos de inversión: un enfoque práctico.* Riobamba: ESPOCH.

Vite Rangel, V. T. (2017). *Contabilidad general.* México, D.F, México: Editorial Digital UNID.

## Apéndices

### **Apéndice A.** *Cuestionario para clientes potenciales*

Apreciado/a Señor/a:

El motivo de este cuestionario es reunir información para la elaboración de mi proyecto "Creación de una empresa comercializadora de termos forrados personalizados y productos de artesanías en la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia" como Trabajo de Culminación de Carrera para obtener el título de Ingeniero Comercial de la Universidad Tecnológica Intercontinental, sede Dr. Juan Eulogio Estigarribia.

Su colaboración consiste en llenar el siguiente cuestionario que será de uso estrictamente profesional y de mucha ayuda para nosotros.

Desde ya muchas gracias por su colaboración.

**Marque el círculo donde está ubicada la respuesta que mejor le parezca.**

**Persona encuestada:**

Masculino.....

Femenino.....

**DEMANDA**

**¿Usted compra termos?**

Sí

No

**¿Cómo le gusta que sea el termo?**

Personalizado

De un solo diseño

Sin forro

**¿Qué tipo de termo acostumbra comprar?**

Para agua fría

Para agua caliente

Para ambos

**¿Qué marca de termos suele adquirir? (puede marcar más de 1)**

Termolar

Mast

Pinnacle

Home Basic

Stanley

**¿Qué capacidad de termos en litros suele adquirir?** (puede marcar más de 1)

Menos de 1 L

Entre 1 L a 1,5 L

Entre 1,5 L a 2 L

Entre 2 L a 2,5 L

Más de 2,5 L

**¿Qué cantidad de termos suele comprar al año?**

Hasta 1

Entre 1 a 2

Entre 2 a 3

Entre 3 a 4

Más de 4

**¿Adquiere productos de artesanía?**

Sí

No

**¿Qué tipo de artesanías compra con mayor frecuencia?**

Platería

Artículos de Cuero

Bordado de Ñanduti

Objetos de cerámicas

Tallado de madera

**¿Qué cantidad de productos de artesanías compra cada mes?**

Entre 1 a 2

Entre 2 a 3

Entre 3 a 4

Más de 4

**¿Si se habilita una empresa dentro de la zona acudiría para adquirir termos forrados personalizados y productos de artesanía?**



Si

No

### **PRECIO**

#### **¿Cuánto paga en G. por termo forrado personalizado?**

Menos de G. 90.000

Entre G. 90.000 a G. 110.000

Entre G. 110.000 a G. 130.000

Entre G. 130.000 a G. 150.000

Más de G. 150.000

#### **¿Cuánto invierte en G. por los productos de artesanía?**

Menos de G. 50.000

Entre G. 50.000 a G. 70.000

Entre G. 70.000 a G. 90.000

Entre G. 90.000 a G. 110.000

Más de G. 110.000

### **COMERCIALIZACION**

#### **¿De dónde generalmente compra?**

Supermercado

Librería

Despensas

Tienda de artesanía

#### **¿Qué tiene en cuenta del producto al momento de la compra?**

Presentación

Origen

Calidad

Diseño

Precio

#### **¿Cuál es el grado de satisfacción de los productos que actualmente se ofrece?**

Muy satisfecho

Satisfecho

Poco satisfecho

Nada satisfecho

**¿Cuál es la forma de pago que más utiliza?**

Contado

Crédito

**¿Con que medio normalmente paga su compra?**

Efectivo

Cheque

Tarjeta

Giro

**¿Cuál es el medio que más utiliza para informarse?**

Radial

Televisivo

Redes Sociales

Página Web

Influencer

Referencias Personales

**¿Tiene en cuenta la infraestructura del local en su elección?**

Sí

No



**Apéndice C. Remuneración al personal superior**

<b>Concepto</b>	<b>Mensual</b>		<b>Anual</b>	<b>IVA Crédito</b>	<b>Anual</b>
Remuneración al Personal Superior	3.500.000	12	42.000.000	3.818.182	38.181.818
Remuneración al Personal Superior	3.850.000	12	46.200.000	4.200.000	42.000.000
Remuneración al Personal Superior	4.235.000	12	50.820.000	4.620.000	46.200.000
Remuneración al Personal Superior	4.658.500	12	55.902.000	5.082.000	50.820.000
Remuneración al Personal Superior	5.124.350	12	61.492.200	5.590.200	55.902.000
<b>Total</b>	<b>21.367.850</b>		<b>256.414.200</b>	<b>23.310.382</b>	<b>233.103.818</b>





**Apéndice E. Presupuesto proyectado mensual de ventas**

Producto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total	IVA 10%
Termo marca Termolar de1 l, color negro	3.164.318	3.164.318	3.164.318	3.164.318	3.164.318	3.164.318	3.164.318	3.164.318	3.164.318	3.164.318	3.164.318	3.164.318	37.971.818	3.797.182
Termo marca Termolar de1 l, color rojo	3.164.318	3.164.318	3.164.318	3.164.318	3.164.318	3.164.318	3.164.318	3.164.318	3.164.318	3.164.318	3.164.318	3.164.318	37.971.818	3.797.182
Termo marca Termolar de1 l, color marrón	3.164.318	3.164.318	3.164.318	3.164.318	3.164.318	3.164.318	3.164.318	3.164.318	3.164.318	3.164.318	3.164.318	3.164.318	37.971.818	3.797.182
Termo marca Termolar de1,5 l, color negro	2.605.909	2.605.909	2.605.909	2.605.909	2.605.909	2.605.909	2.605.909	2.605.909	2.605.909	2.605.909	2.605.909	2.605.909	31.270.909	3.127.091
Termo marca Termolar de1,5 l, color rojo	2.605.909	2.605.909	2.605.909	2.605.909	2.605.909	2.605.909	2.605.909	2.605.909	2.605.909	2.605.909	2.605.909	2.605.909	31.270.909	3.127.091
Termo marca Termolar de1,5 l, color azul	2.605.909	2.605.909	2.605.909	2.605.909	2.605.909	2.605.909	2.605.909	2.605.909	2.605.909	2.605.909	2.605.909	2.605.909	31.270.909	3.127.091
Termo marca Termolar de1,5 l, color marrón	2.605.909	2.605.909	2.605.909	2.605.909	2.605.909	2.605.909	2.605.909	2.605.909	2.605.909	2.605.909	2.605.909	2.605.909	31.270.909	3.127.091
Termo Stanley Flip Straw Jug - Azul 1.18L	7.383.409	7.383.409	7.383.409	7.383.409	7.383.409	7.383.409	7.383.409	7.383.409	7.383.409	7.383.409	7.383.409	7.383.409	88.600.909	8.860.091
Termo Stanley Classic - Verde 940mL	2.792.045	2.792.045	2.792.045	2.792.045	2.792.045	2.792.045	2.792.045	2.792.045	2.792.045	2.792.045	2.792.045	2.792.045	33.504.545	3.350.455
Termo Stanley Classic - Azul 940mL	2.792.045	2.792.045	2.792.045	2.792.045	2.792.045	2.792.045	2.792.045	2.792.045	2.792.045	2.792.045	2.792.045	2.792.045	33.504.545	3.350.455
Termo Stanley Classic - Rojo 940mL	2.792.045	2.792.045	2.792.045	2.792.045	2.792.045	2.792.045	2.792.045	2.792.045	2.792.045	2.792.045	2.792.045	2.792.045	33.504.545	3.350.455
Termo Stanley Classic -Negro 940mL	2.792.045	2.792.045	2.792.045	2.792.045	2.792.045	2.792.045	2.792.045	2.792.045	2.792.045	2.792.045	2.792.045	2.792.045	33.504.545	3.350.455
Termo Stanley Adventure 1L Acero Inox.	4.467.273	4.467.273	4.467.273	4.467.273	4.467.273	4.467.273	4.467.273	4.467.273	4.467.273	4.467.273	4.467.273	4.467.273	53.607.273	5.360.727

Pinnacle Termo, azul, 17 x 17 x 30 centímetros. 4 L	4.219.091	4.219.091	4.219.091	4.219.091	4.219.091	4.219.091	4.219.091	4.219.091	4.219.091	4.219.091	4.219.091	4.219.091	4.219.091	50.629.091	5.062.909
Termo Pinnacle 2.5 LTS., color surtidos	1.985.455	1.985.455	1.985.455	1.985.455	1.985.455	1.985.455	1.985.455	1.985.455	1.985.455	1.985.455	1.985.455	1.985.455	1.985.455	23.825.455	2.382.545
Termo de acero Mast 1LTS. doble pared, color azul	1.396.023	1.396.023	1.396.023	1.396.023	1.396.023	1.396.023	1.396.023	1.396.023	1.396.023	1.396.023	1.396.023	1.396.023	1.396.023	16.752.273	1.675.227
Termo de acero Mast 1LTS. doble pared, color rojo	1.396.023	1.396.023	1.396.023	1.396.023	1.396.023	1.396.023	1.396.023	1.396.023	1.396.023	1.396.023	1.396.023	1.396.023	1.396.023	16.752.273	1.675.227
Termo de acero Mast 1LTS. doble pared, color negro	1.396.023	1.396.023	1.396.023	1.396.023	1.396.023	1.396.023	1.396.023	1.396.023	1.396.023	1.396.023	1.396.023	1.396.023	1.396.023	16.752.273	1.675.227
Termo acero inoxidable Mast 1.3 litros	1.054.773	1.054.773	1.054.773	1.054.773	1.054.773	1.054.773	1.054.773	1.054.773	1.054.773	1.054.773	1.054.773	1.054.773	1.054.773	12.657.273	1.265.727
Termo Básico Home 1LT R.2645H colores surtidos (SW)	1.861.364	1.861.364	1.861.364	1.861.364	1.861.364	1.861.364	1.861.364	1.861.364	1.861.364	1.861.364	1.861.364	1.861.364	1.861.364	22.336.364	2.233.636
Home Basics Termo acero inoxidable 1L VF00342	1.116.818	1.116.818	1.116.818	1.116.818	1.116.818	1.116.818	1.116.818	1.116.818	1.116.818	1.116.818	1.116.818	1.116.818	1.116.818	13.401.818	1.340.182
Bolso artesanal de hilo con apliques en ñanduti	608.045	608.045	608.045	608.045	608.045	608.045	608.045	608.045	608.045	608.045	608.045	608.045	608.045	7.296.545	729.655
Cambrero con apliques de ñanduti	434.318	434.318	434.318	434.318	434.318	434.318	434.318	434.318	434.318	434.318	434.318	434.318	434.318	5.211.818	521.182
Aplicado para escote de Ñanduti ondas pequeñas	651.477	651.477	651.477	651.477	651.477	651.477	651.477	651.477	651.477	651.477	651.477	651.477	651.477	7.817.727	781.773
Manteles pequeños	390.886	390.886	390.886	390.886	390.886	390.886	390.886	390.886	390.886	390.886	390.886	390.886	390.886	4.690.636	469.064



bordados de ñanduti															
Abanicos de ñanduti	483.955	483.955	483.955	483.955	483.955	483.955	483.955	483.955	483.955	483.955	483.955	483.955	483.955	5.807.455	580.745
kepis con apliques de ñanduti	694.909	694.909	694.909	694.909	694.909	694.909	694.909	694.909	694.909	694.909	694.909	694.909	694.909	8.338.909	833.891
Cuadros decorativos de ñanduti	620.455	620.455	620.455	620.455	620.455	620.455	620.455	620.455	620.455	620.455	620.455	620.455	620.455	7.445.455	744.545
Juego de jarrones de cerámica con colores surtidos	694.909	694.909	694.909	694.909	694.909	694.909	694.909	694.909	694.909	694.909	694.909	694.909	694.909	8.338.909	833.891
Planteras de cerámicas tamaño pequeño	347.455	347.455	347.455	347.455	347.455	347.455	347.455	347.455	347.455	347.455	347.455	347.455	347.455	4.169.455	416.945
Planteras de cerámicas tamaño mediano	483.955	483.955	483.955	483.955	483.955	483.955	483.955	483.955	483.955	483.955	483.955	483.955	483.955	5.807.455	580.745
Planteras de cerámicas tamaño grande	620.455	620.455	620.455	620.455	620.455	620.455	620.455	620.455	620.455	620.455	620.455	620.455	620.455	7.445.455	744.545
Cantaros de cerámicas	403.295	403.295	403.295	403.295	403.295	403.295	403.295	403.295	403.295	403.295	403.295	403.295	403.295	4.839.545	483.955
Objetos decorativos de cerámicas	558.409	558.409	558.409	558.409	558.409	558.409	558.409	558.409	558.409	558.409	558.409	558.409	558.409	6.700.909	670.091
Cuadros decorativos de madera	1.582.159	1.582.159	1.582.159	1.582.159	1.582.159	1.582.159	1.582.159	1.582.159	1.582.159	1.582.159	1.582.159	1.582.159	1.582.159	18.985.909	1.898.591
Esculturas de santos tallados en madera	707.318	707.318	707.318	707.318	707.318	707.318	707.318	707.318	707.318	707.318	707.318	707.318	707.318	8.487.818	848.782
Kit de cubiertos en madera	1.935.818	1.935.818	1.935.818	1.935.818	1.935.818	1.935.818	1.935.818	1.935.818	1.935.818	1.935.818	1.935.818	1.935.818	1.935.818	23.229.818	2.322.982
Objetos decorativos de platería	806.591	806.591	806.591	806.591	806.591	806.591	806.591	806.591	806.591	806.591	806.591	806.591	806.591	9.679.091	967.909
Cadenas de platas	1.898.591	1.898.591	1.898.591	1.898.591	1.898.591	1.898.591	1.898.591	1.898.591	1.898.591	1.898.591	1.898.591	1.898.591	1.898.591	22.783.091	2.278.309

Pulseras para damas y caballeros	1.582.159	1.582.159	1.582.159	1.582.159	1.582.159	1.582.159	1.582.159	1.582.159	1.582.159	1.582.159	1.582.159	1.582.159	1.582.159	18.985.909	1.898.591
Aros con variedad de diseños	1.240.909	1.240.909	1.240.909	1.240.909	1.240.909	1.240.909	1.240.909	1.240.909	1.240.909	1.240.909	1.240.909	1.240.909	1.240.909	14.890.909	1.489.091
Reloj de plata	1.489.091	1.489.091	1.489.091	1.489.091	1.489.091	1.489.091	1.489.091	1.489.091	1.489.091	1.489.091	1.489.091	1.489.091	1.489.091	17.869.091	1.786.909
Artículos de cuero decorativos	5.149.773	5.149.773	5.149.773	5.149.773	5.149.773	5.149.773	5.149.773	5.149.773	5.149.773	5.149.773	5.149.773	5.149.773	5.149.773	61.797.273	6.179.727
<b>Total</b>	<b>80.745.955</b>	<b>80.745.955</b>	<b>80.745.955</b>	<b>80.745.955</b>	<b>80.745.955</b>	<b>80.745.955</b>	<b>80.745.955</b>	<b>80.745.955</b>	<b>80.745.955</b>	<b>80.745.955</b>	<b>80.745.955</b>	<b>80.745.955</b>	<b>80.745.955</b>	<b>968.951.455</b>	<b>96.895.145</b>

**Apéndice F. Presupuesto proyectado mensual de funcionamiento**

Concepto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Sub Total	IVA 10% y 5%	Total
<b>Gastos administrativos</b>	<b>6.118.182</b>	<b>5.318.182</b>	<b>5.318.182</b>	<b>5.318.182</b>	<b>5.318.182</b>	<b>5.318.182</b>	<b>6.118.182</b>	<b>5.318.182</b>	<b>5.318.182</b>	<b>5.318.182</b>	<b>5.318.182</b>	<b>5.318.182</b>	<b>65.418.182</b>	<b>6.381.818</b>	<b>71.800.000</b>
Agua, Luz, Teléfono e Internet	818.182	818.182	818.182	818.182	818.182	818.182	818.182	818.182	818.182	818.182	818.182	818.182	9.818.182	981.818	10.800.000
Gastos Bancarios	81.818	81.818	81.818	81.818	81.818	81.818	81.818	81.818	81.818	81.818	81.818	81.818	981.818	98.182	1.080.000
Honorarios Profesionales	454.545	454.545	454.545	454.545	454.545	454.545	454.545	454.545	454.545	454.545	454.545	454.545	5.454.545	545.455	6.000.000
Papeles e Impresos	363.636	363.636	363.636	363.636	363.636	363.636	363.636	363.636	363.636	363.636	363.636	363.636	4.363.636	436.364	4.800.000
Impuestos, Tasas, Patentes y otras contribuciones	800.000	0	0	0	0	0	800.000	0	0	0	0	0	1.600.000	0	1.600.000
Encomienda	272.727	272.727	272.727	272.727	272.727	272.727	272.727	272.727	272.727	272.727	272.727	272.727	3.272.727	327.273	3.600.000
Papelería, Útiles de oficina	454.545	454.545	454.545	454.545	454.545	454.545	454.545	454.545	454.545	454.545	454.545	454.545	5.454.545	545.455	6.000.000
Alquileres	1.818.182	1.818.182	1.818.182	1.818.182	1.818.182	1.818.182	1.818.182	1.818.182	1.818.182	1.818.182	1.818.182	1.818.182	21.818.182	2.181.818	24.000.000
Gastos de Limpieza y desinfección	409.091	409.091	409.091	409.091	409.091	409.091	409.091	409.091	409.091	409.091	409.091	409.091	4.909.091	490.909	5.400.000
Seguros Pagados	363.636	363.636	363.636	363.636	363.636	363.636	363.636	363.636	363.636	363.636	363.636	363.636	4.363.636	436.364	4.800.000
Mantenimiento y Reparación	181.818	181.818	181.818	181.818	181.818	181.818	181.818	181.818	181.818	181.818	181.818	181.818	2.181.818	218.182	2.400.000
Pago de Post	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	1.200.000	120.000	1.320.000
<b>Gastos ventas</b>	<b>677.273</b>	<b>677.273</b>	<b>677.273</b>	<b>677.273</b>	<b>677.273</b>	<b>677.273</b>	<b>677.273</b>	<b>677.273</b>	<b>677.273</b>	<b>677.273</b>	<b>677.273</b>	<b>677.273</b>	<b>8.127.273</b>	<b>272.727</b>	<b>8.400.000</b>
Publicidad y Propaganda	227.273	227.273	227.273	227.273	227.273	227.273	227.273	227.273	227.273	227.273	227.273	227.273	2.727.273	272.727	3.000.000
Combustibles y Lubricantes	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	5.400.000	0	5.400.000
<b>Total</b>	<b>6.795.455</b>	<b>5.995.455</b>	<b>5.995.455</b>	<b>5.995.455</b>	<b>5.995.455</b>	<b>5.995.455</b>	<b>6.795.455</b>	<b>5.995.455</b>	<b>5.995.455</b>	<b>5.995.455</b>	<b>5.995.455</b>	<b>5.995.455</b>	<b>73.545.455</b>	<b>6.654.545</b>	<b>80.200.000</b>

**Apéndice G. Planilla proyectada IVA Crédito**

Detalles	IVA Crédito				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Muebles, Útiles y Enseres	3.804.545	0	0	0	0
Equipos Informáticos	2.029.271	0	0	0	0
Instalaciones y Equipos	1.154.909	0	0	0	0
Rodados	504.545	0	0	0	0
Agua, Luz, Teléfono e Internet	981.818	1.030.909	1.082.455	1.136.577	1.193.406
Gastos Bancarios	98.182	103.091	108.245	113.658	119.341
Honorarios Profesionales	545.455	572.727	601.364	631.432	663.003
Papeles e Impresos	436.364	458.182	481.091	505.145	530.403
Encomienda	327.273	343.636	360.818	378.859	397.802
Papelería, Útiles de oficina	545.455	572.727	601.364	631.432	663.003
Alquileres	2.181.818	2.290.909	2.405.455	2.525.727	2.652.014
Gastos de Limpieza y desinfección	490.909	515.455	541.227	568.289	596.703
Seguros Pagados	436.364	458.182	481.091	505.145	530.403
Mantenimiento y Reparación	218.182	229.091	240.545	252.573	265.201

Pago de Post	120.000	126.000	132.300	138.915	145.861
Publicidad y Propaganda	272.727	286.364	300.682	315.716	331.502
Mercaderías	70.985.455	74.534.727	78.261.464	82.174.537	86.283.264
Gastos de Constitución	475.455	0	0	0	0
<b>Total crédito fiscal</b>	<b>85.608.726</b>	<b>81.522.000</b>	<b>85.598.100</b>	<b>89.878.005</b>	<b>94.371.905</b>

**Apéndice H. Planilla proyectada de IVA Débito**

<b>Detalles</b>	<b>IVA Debito</b>				
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ventas	96.895.145	101.739.903	106.826.898	112.168.243	117.776.655
<b>Total Débito Fiscal</b>	<b>96.895.145</b>	<b>101.739.903</b>	<b>106.826.898</b>	<b>112.168.243</b>	<b>117.776.655</b>
<b>Diferencia Fiscal</b>	<b>-11.286.420</b>	<b>-20.217.903</b>	<b>-21.228.798</b>	<b>-22.290.238</b>	<b>-23.404.750</b>





UNIVERSIDAD  
FORMACIÓN TÉCNICA  
FOTOCOPIAS  
COMISIONES  
ALQUILER DE INMUEBLES  
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA  
INTERCONTINENTAL  
Matriz  
Ayrá N° 1750 c/ Cipilán. Rivas  
Tels.: (021) 5752795/575277  
Fdo de la Mora - Paraguay  
Suc. 2 Ingeniería Informática  
Fulgencio R. Moreno 189 esq.  
Yaguá Tels. (021)491148/450725

Suc. 3 Derecho y Ciencias Sociales  
Fulgencio R. Moreno 189 esq.  
Yaguá Tels. (021)491148/450725  
Suc. 4 Ciencias Experimentales  
Gral. Díaz 429 c/ Abentí y 14 de Mayo  
Tel (021)441144/448558/483995/483187  
Suc. 6 Luque - Heróles del Chaco  
Nro. 8896  
Tel. (021)548045/(0971)904922  
Suc. 7 Ceplata - Emilio Gabriaguez  
c/ 6da. y E. Capitateño  
Tel. (02296)34544/(0971)181203  
Suc. 8 Remby - Tte. La Francoisi  
836 c/ Accion Sur  
Tels. (021)962792/961856  
Suc. 9 Caacupe - R. Mca.  
Estadgamba Km. 5 1/2 Tel. (0511)43467

Suc. 13 Coronel Oviedo  
Dr. Néstor Roque Duarte al Dr.  
Eduardo López y Yasireta  
Suc. 14 Caaguazú - Ruta 7 - Dr.  
Gaspar Rodríguez de Francia (Km.  
178) - Tel. (0522) 41754  
Suc. 15 Campo 9 - 13 de Noviembre  
c/ 15 de Agosto - Tel. (0526) 222755  
Suc. 16 Hernández - Av. Brasil al  
Rca. Colombia y Supercarretera - Tel.  
(063) 120750  
Suc. 17 Ciudad del Este - Pampa  
Granda c/ Parapit Porá - Tels. (061)  
508 992 / (061) 500943 / (061) 723710  
Suc. 20 Caazapa - Ruta VIII. Blas  
Garay Aprox. 150 mts de la Rotonda  
Tel. (0542) 232113

Suc. 21 Concepción  
Cnel. Martínez c/ Cerro Corá  
Tel. (031)4090 / (0971)311329  
Suc. 22 Horqueta - Pta. Franco E40  
Abraham Mercado - Tel. (032)222663  
(0971)723710  
Suc. 23 Pedro Juan Caballero  
Teresa Ros Caballero al Brasil  
y 12 de Junio - Tels. (0367)2408  
Suc. 25 General Aquino - Estero  
Belasco al Boquerón. Tel. (0418)215250  
Suc. 26 San Pedro - Calle Pn 1  
Lorenzo N° 5010  
Tel. (042)222535/222550  
Suc. 28 Santa Rosa del Aguaray -  
Ruta 3 Gral. Elizardo Aquino Km. 3.25  
c/ Emiliano R. Fernández  
Tels. (0451)235346

Suc. 29 Encarnación - Curupaity al  
Juan L. Malcorquin y Mca. Estadgamba  
Tels. (071)201779 / 204770  
Suc. 30 Mayor Otaño - Mca. López  
al Ofic. Hélio Mendes Areco -  
Tel. (0871)20270  
Suc. 31 María Auxiliadora  
Ruta 6 Km. 118,5 Frac. Villa María  
Tel. (0764)202000 / (0865)706756  
Suc. 35 Loma Pyta - Km. 11,5 - Ruta  
Transchaco  
Suc. 37 Administración Central -  
Nuestra Sra. de la Asunción N° 1037  
Dpto. X Tels. (021)448 876 - 442 924  
Suc. 39 San Lorenzo -  
Calle Virgen de Fatima c/ Branislava  
Suc. 40 San Lorenzo - Sánchez  
Benítez al Silvio Petrossi / oficina

Timbrado N°: 15451845  
Fecha de Inicio de Vigencia: 22/02/2022  
Fecha de Fin de Vigencia: 28/02/2023  
RUC: 80013257 - 2  
FACTURA N°  
015-002-0072456  
015-002-0072456

Fecha de emisión: 5 de Septiembre de 2022 COND. DE VENTA: CONTADO ( ) CREDITO ( )

Nombre o Razón Social: ANGEL ALEXIS ROMERO RAMIREZ RUC: 4853410

Dirección: BARRIO SAN FRANCISCO Teléfono:

Nota de Remision N°: CAJERO: DAVID LORENZO PAREDEZ BRITOS

CANT.	DESCRIPCION	VALOR DE VENTAS		
		EXENTAS	5%	10%
1	LECTURA DE TRABAJO DE CULMINACION DE CARRERA - DUAL	150.000		
SUBTOTALS:		150.000		
TOTAL A PAGAR: CIENTO CINCUENTA MIL GS				150.000
LIQUIDACION DEL IVA: (5%) (10%) TOTAL IVA:				

ITALIA IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES S.R.L. - RUC: 80009376-3 - Hab. 1072 - Campo Via 2172 - Telefax: (021) 300 129 y 303 826 - E-mail: ventas@graficaitalia.com Original(Blanco): Comprador - Duplicado(Amarillo): Contabilidad(No válido para crédito Fiscal)  
Por cuenta y orden de Gráfica Tiempo de Paulino A. Caballero Peres - Lomas Valentinas N° 1655 - Telefax: 021 390 247 - RUC 1753373-2 - Hab. 1145 - 4.600 FC del 69.501 al 73.500 (92/2022) Triplicado(Celeste): Archivo Tributario