

**CREACION DE EMPRESA DE COMERCIALIZACION DE  
BALANCEADOS PARA PECES EN LA CIUDAD DE  
HERNANDARIAS.**

**Jessica Rocio Silva Britez**

**TUTOR: Prof. Mag. Ramón Concepción Marmori Barreto**

**Trabajo de culminación de carrera presentado en la  
Universidad Tecnológica Intercontinental como requisito  
parcial para la obtención del título de Ing. Comercial.**

**HERNANDARIAS – 2022**

## CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR

Quien suscribe, **Prof. Mag. Ramón Concepción Marmorí Barreto**, con Documento de Identidad N° 753664, tutor del trabajo de investigación titulado **“Creación de una empresa dedicada a la comercialización de alimentos para peces en la Ciudad de Hernandarias”**, elaborado por la alumna Jessica Rocio Silva Britez para obtener el Título de Ing. Comercial hace constar que el mismo 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 la Mesa Examinadora.

En la ciudad de Hernandarias, a los 15 días del mes de julio del año 2022.

-----  
(Firma del Tutor)

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a mis padres por el apoyo incondicional y a mi hija por su paciencia y comprensión.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios A mi familia.

A cada profesor que durante estos años nos brindaron sus conocimientos y su dedicación. Agradezco a mi tutor por el apoyo de siempre.

**TABLA DE CONTENIDO**

CARATULA	1
CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
TABLA DE CONTENIDO	5
LISTA DE TABLAS	12
LISTA DE FIGURAS	14
LISTA DE ABREVIATURAS	15
PORTADA	1
RESUMEN	2
MARCO INTRODUCTORIO	3
Planteamiento del Problema	3
Formulación del Problema	3
Delimitaciones	3
Delimitaciones semántica	3
Delimitación Geográfica	4
Delimitación Temporal	4
Preguntas de Investigación	4
Objetivos de la Investigación	4
Objetivo General	4
Objetos específicos	4
Justificación y viabilidad del proyecto	4
MARCO TEÓRICO	6
Antecedente de la investigación	6
Bases Teóricas	6
Definición del producto/servicio a comercializar:	6

	6
Proveedores	6
Análisis de la demanda.	6
Análisis de la oferta.	6
Precio del producto	7
Análisis de los precios.	7
Marco legal y tributario	8
Ley del comerciante N° 1034/83	8
Código Laboral 213	9
Código Civil 1183	9
Código Tributario 125/92 y 2421/03	9
Los requisitos mínimos para la apertura del presente proyecto son:	9
Obligación del Comerciante.	10
Requisitos para la inscripción en IPS	10
Exame Médico Anual-Decreto N° 14.390/92	11
VIH/SIDA (test. De Elisa o test. rápido)	11
Requisitos para Inscripción Patronal	12
Sociedades	12
Requisitos para la inscripción en el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (decreto 10.047/95 - 580/08)	13
Marco Conceptual	15
Rentabilidad	15
Estudio de Factibilidad	15
Proyecto	15
Producto	15
Empresa:	16
Empresas individuales:	16
Empresas industriales:	16

	7
Tipos de Sociedades	16
Sociedad Colectiva:	16
Sociedad de responsabilidad limitada:	16
Sociedad limitada nueva empresa:	17
Sociedad anónima:	17
Sociedad comanditaria por acciones:	17
Sociedad comanditaria simple:	17
Mercado	17
Estudio de mercado	18
Demanda:	18
Oferta:	18
Activos:	19
Pasivos:	19
Patrimonio:	20
Ingresos:	20
Egresos:	20
Cuenta por pagar Caja	20
Activos circulantes	20
Documentos por Pagar	20
Capital contable	21
Balance	21
Utilidad neta:	21
Comercialización	21
Objetivos de la Comercialización	22
Balanceado	22
Peces	22

	8
Operacionalización de variables	23
MARCO METODOLÓGICO	25
Concepto de Metodología	25
Diseño de la investigación	25
Diseño no experimental	25
Enfoque de investigación	26
Enfoque cuantitativo	26
Nivel de conocimiento	26
Población, muestra y muestreo	27
Población	27
Muestra	27
Muestreo	29
Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	29
Fracción de muestreo	29
Procesamiento de datos	29
MARCO ANALITICO	31
ESTUDIO DE MERCADO	31
Formulación del problema	31
Preguntas de investigación	31
Objetivos del Estudio de Mercado.	32
Objetivo general	32
Objetivos específicos	32
Justificación del estudio de mercado	32
Presentación e interpretación de resultados	33
Resultado de la Encuesta	33
ESTUDIO TECNICO	47



Localización.	47
Económicos.	47
Tamaño o dimensión del proyecto.	47
Ingeniería del proyecto.	48
Inversiones y financiamiento	48
Inversiones Fijas.	48
Inversiones Diferidas.	48
Capital de Trabajo o Capital de Operación	49
Objetivos del Estudio Técnico	49
Objetivo general	49
Objetivos específicos	49
Justificación del estudio	49
Desarrollo Técnico	50
Localización de la Empresa	52
Imagen de la empresa	52
Visión.	54
Misión.	54
Materias primas e insumos	55
Costos Directos.	55
Costos Indirectos.	55
Recursos Humanos	55
Organigrama del comercio	56
Perfil de los cargos.	57
Gerente / Administrador.	57
Contador	58
Secretaria	58

	10
Vendedor	59
Proceso de compras	59
OBRAS FISICAS NECESARIAS	60
Conclusión del Estudio Técnico	60
ESTUDIO FINANCIERO	61
Objetivo general	61
Objetivos específicos	61
Justificación del estudio	62
Desarrollo del Estudio financieros	62
Resultado del Estudio Financiero	62
Presupuestos de gastos de funcionamiento	67
Balance general proyectado	70
Estado de Resultado Proyectado	71
Revalúo y Depreciación Anual de Bienes	72
Determinación de los Ratios Financieros	74
Rentabilidad:	75
Liquidez:	76
Conclusión del Estudio Financiero	77
ESTUDIO ECONÓMICO.	78
Objetivos de este apartado	78
Aspecto teórico	78
Estudio económico	78
Determinación y explicación del Valor Actual Neto (VAN)	80
Cálculo del Valor Actual Neto	80
Determinación y explicación de la Tasa Interna de Retorno (TIR)	81
Cálculo de la Taza Interna de Retorno	81

	11
Determinación y explicación de la relación Beneficio/Costo	81
Cálculo de la Relación Beneficio Costo	82
Determinación del Período de Recuperación de Capital (PRC)	82
Conclusión del Estudio Económico	83
CONCLUSIÓN	84
BIBLIOGRÁFIAS	85
APÉNDICE	87
Encuesta	87

## LISTA DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Análisis Situacional - Matriz FODA	08
<b>Tabla 2.</b> Variables	23
<b>Tabla 3.</b> Muestra de la Población para encuesta.	29
<b>Tabla 4.</b> Análisis de la demanda. Pregunta N°1	33
<b>Tabla 5.</b> Análisis de la demanda. Pregunta N°2	34
<b>Tabla 6.</b> Análisis de la demanda. Pregunta N°3	35
<b>Tabla 7.</b> Análisis de la demanda. Pregunta N°4	36
<b>Tabla 8.</b> Análisis de la demanda. Pregunta N°5	37
<b>Tabla 9.</b> Análisis de la demanda. Pregunta N°6	38
<b>Tabla 10.</b> Análisis de la demanda. Pregunta N°7	39
<b>Tabla 11.</b> Análisis de la demanda. Pregunta N°8	40
<b>Tabla 12.</b> Análisis de la demanda. Pregunta N° 9	41
<b>Tabla 13.</b> Análisis de la demanda. Pregunta N°10	42
<b>Tabla 14.</b> Análisis de la demanda. Pregunta N°11	43
<b>Tabla 15.</b> Análisis de la demanda. Pregunta N°12	44
<b>Tabla 16.</b> Análisis de la demanda. Pregunta N°13	45
<b>Tabla 17.</b> Análisis de la demanda. Pregunta N°14	46
<b>Tabla 18.</b> Perfil de los cargos - Gerente.	57
<b>Tabla 19.</b> Perfil de los cargos - Contador.	58
<b>Tabla 20.</b> Perfil de los cargos - Secretaria.	58
<b>Tabla 21.</b> Perfil de los cargos - Vendedor.	59
<b>Tabla 22.</b> Obras Físicas Necesarias	60
<b>Tabla 23.</b> Gastos de Aperturas	62
<b>Tabla 24.</b> Planillas Activos	63
<b>Tabla 25.</b> Inversión Inicial	64
<b>Tabla 26.</b> Planilla Presupuesto Personal	64
<b>Tabla 27.</b> Planilla de Presupuesto Honorarios profesionales	65
<b>Tabla 28.</b> Presupuesto Proyectado de Personal.	65
<b>Tabla 29.</b> Presupuesto proyectado de Honorarios Profesionales	65
<b>Tabla 30.</b> Planilla de Presupuesto Honorarios profesionales	66
<b>Tabla 31.</b> Presupuesto anual de funcionamiento	67

<b>Tabla 32.</b> Presupuesto de compras. Presupuesto de compras.	67
<b>Tabla 33.</b> Presupuesto de Compras – Anual	68
<b>Tabla 34.</b> Presupuesto de ingresos mensuales	68
<b>Tabla 35.</b> Presupuesto de ingresos anual	68
<b>Tabla 36.</b> Planilla Flujo de caja proyectado	69
<b>Tabla 37.</b> Planilla Balance General Proyectado.	70
<b>Tabla 38.</b> Planilla Estado de Resultado Proyectado.	71
<b>Tabla 39.</b> Planilla Revaluó y Depreciación Anual de Bienes.	72
<b>Tabla 40.</b> Planilla Ratios Financieros.	74
<b>Tabla 41.</b> Planilla Calculo del VAN.	79
<b>Tabla 42.</b> Tasa Interna de Retorno (TIR)	80
<b>Tabla 43.</b> Planilla de Cálculo de Relación Beneficio/Costo	81
<b>Tabla 44.</b> Período de Recuperación de Capital.	81

**LISTA DE FIGURAS**

<b>Figura 1.</b> Diseño del Producto - Figura 1.	50
<b>Figura 2.</b> Diseño del Producto - Figura 2.	50
<b>Figura 3.</b> Diseño del Producto - Figura 3.	51
<b>Figura 4.</b> Diseño del Producto - Figura 4.	51
<b>Figura 5.</b> Diseño del logo de la Empresa .	52
<b>Figura 6.</b> Diseño del Local.	53
<b>Figura 7.</b> Macro localización.	53
<b>Figura 8.</b> Micro localización.	54
<b>Figura 9.</b> Organigrama.	56
<b>Figura 10.</b> Proceso de Compra.	59

**LISTA DE ABREVIATURAS**

RUC	Registro Único de Contribuyentes.
MIC	Ministerio de Industria y Comercio.
IPS	Instituto de Previsión Social.
IVA	Impuesto al Valor Agregado.
P.E.	Punto de Equilibrio.
RR.HH.	Recursos Humanos.
TIR	Tasa Interna de Retorno.
VAN	Valor Actual Neto.
B/C	Beneficio Costo.
PRC	Periodo de Recuperación de Capital.

**Creación de una empresa dedicada a la comercialización de  
alimentos para peces en la Ciudad de Hernandarias**

**Jessica Rocio Silva Britez  
Universidad Tecnológica Intercontinental**

**Carrera de Ingeniera Comercial, Sede: Hernandarias  
Karen.britez13@gmail.com**



## **RESUMEN**

Este proyecto pretende establecer un plan de negocios enfocado a la comercialización de Balanceados para peces, para una excelente nutrición, con productos seleccionados exclusivamente brindando productos de calidad y buen precio.

Estaremos analizando la factibilidad de la puesta en marcha de una empresa dedicada a la comercialización Balanceados para peces; “Comercial Hei Hei” se instalará en la ciudad de Hernandarias, en el barrio Las Américas, con la finalidad de brindar productos de calidad. Para este análisis de factibilidad fue necesario realizar un estudio de mercado para saber los gustos y preferencia de compradores, dando así un resultado positivo. De esta manera se realizó la evaluación técnica.

Según estudios de mercado la empresa tendrá una buena aceptación en la comercialización de balanceado para peces, ya que existe una demanda insatisfecha debido a que escasea en la Ciudad un lugar que ofrezca productos diferenciales. La técnica utilizada adjunto fue en base a cuestionarios dirigidos a los potenciales clientes.

*Palabras clave:* factibilidad, proyecto, comercialización, empresa.

## **MARCO INTRODUCTORIO**

Este presente trabajo de investigación pretende demostrar la factibilidad en la creación de una empresa de Comercialización de Balanceados para peces en la Ciudad de Hernandarias, en el Barrio las Américas. La misma está desarrollada según criterios técnicos de la realización de un proyecto.

Se decide elaborar un plan de negocios en la empresa, un punto muy importante ya que con la misma analizamos la ubicación correcta para poder hacer lo más rentable posible y así alcanzar la meta propuesta de satisfacer la necesidad del cliente, ya que en la ciudad de Hernandarias son escasos comercios con el mismo rubro.

El objetivo del trabajo se basa principalmente en ofrecer Balanceados de buena calidad para una buena nutrición y así mantener un saludable crecimiento sin la necesidad de invertir mucho dinero para ello, ya que en estos últimos tiempos se ha recomendado consumir más carne de pescado por el alto nivel de vitaminas que la misma proporciona al cuerpo humano.

### **Planteamiento del Problema**

A consecuencia de los escasos en productos de balanceados económicos y alto valor nutricional en el mercado se ve afectado en el crecimiento y calidad del pez, en vista de este gran inconveniente se tomó la iniciativa de ejecutar este proyecto para así poder brindar, agilidad, economía, productos de calidad y buena aceptación a los peces.

### **Formulación del Problema**

✓ ¿Cuál es la rentabilidad para la creación de una empresa dedicada a la Venta de Balanceados para Peces en la ciudad de Hernandarias en el Barrio Las Américas?

### **Delimitaciones**

#### ***Delimitaciones semántica***

Rentabilidad económica mide el rendimiento de los activos reales de la empresa.

### ***Delimitación Geográfica***

El domicilio legal del emprendimiento, Hernandarias – Alto Paraná

### ***Delimitación Temporal***

El proyecto será realizado en el transcurso de este año

### **Preguntas de Investigación**

1. ¿Existe una demanda suficiente a nivel local en cuanto a venta de Balanceados para peces?
2. ¿Cuál es la situación del mercado para la instalación de este negocio en la zona?
3. ¿Cuál es la inversión necesaria para desarrollar el proyecto de Comercialización de Balanceados para peces?

### **Objetivos de la Investigación**

#### **Objetivo General**

Comprobar la rentabilidad para la creación de una empresa dedicada a la Venta de Balanceados para peces en la ciudad de Hernandarias.

#### **Objetos específicos**

1. Identificar la existencia de demanda a nivel local en la Ciudad de Hernandarias.
2. Determinar el beneficio que otorga a la ciudad de Hernandarias montar una empresa de comercialización de Balanceados para peces.
3. Cuantificar la inversión inicial mínima necesaria para desarrollar el proyecto de Comercialización de Balanceados para peces.

#### **Justificación y viabilidad del proyecto**

He decidido hacer este proyecto debido a la necesidad de contar con un negocio en donde brinden productos de buena calidad a bajo precio, que la misma este dentro de la Ciudad en donde me vio nacer, sin necesidad del ir kilómetros de distancia para adquirir dicho producto y con ello facilitar a los clientes, tiempo, seguridad, calidad y excelente atención.

Queremos ser una empresa líder en el mercado de Comercialización de balanceados para peces.

## **MARCO TEÓRICO**

### **Antecedente de la investigación**

De acuerdo a investigaciones bibliográficas realizadas, no se ha detectado ningún trabajo similar conforme a las características de la presente investigación hecho bajo la forma de proyecto dentro este rubro.

Esta empresa emerge de las tantas necesidades que hoy en día surge en cuando a la nutrición animal, cuyo objetivo principal es lanzar al mercado un producto con la misión de satisfacer las exigencias del cliente.

### **Bases Teóricas**

#### ***Definición del producto/servicio a comercializar:***

La empresa se dedicará a la comercialización de balanceados para peces.

#### ***Proveedores***

En la actualidad deben seleccionar proveedores de forma eficaz para dar una respuesta oportuna a las necesidades de sus clientes y de esta manera garantizar su competitividad.

Neovia es una de las mayores empresas dedicadas a la venta de balanceados.

Escamaforte empresa dedicada a venta de balanceados para peces en fase inicial.

Bernacua empresa especializada en venta de balanceados para peces diferenciados (camarones, pulpos, etc.)

#### ***Análisis de la demanda.***

La demanda actual es la cantidad de personas insatisfechas en relación a la adquisición de balanceados para peces en la ciudad de Hernandarias.

#### ***Análisis de la oferta.***

Con el análisis de la oferta se pretende determinar la cantidad del bien que las empresas, constituidos en competencia, están en capacidad de ofrecer al mercado, así como las condiciones en las que estarían dispuestos a hacer dicho ofrecimiento.

### ***Precio del producto***

El precio de los productos será estipulados basados en la demanda, el mismo hace referencia a la curva de la demanda en donde el principio básico es que mientras más altos son el precio entonces menor va a ser la demanda. Es por eso que estableceremos el precio final a través de una encuesta.

### ***Análisis de los precios.***

La empresa desarrollara una estrategia de precio de lanzamiento por ser una empresa nueva, a través de la penetración del mercado para lograr mantener una buena calidad, pero con un precio moderado para que el producto sea reconocido por el segmento del mercado.

A la hora de fijar los precios se tomará en cuenta los resultados obtenidos en las encuestas y se analizara los costos que estarán basados en las siguientes variables:

Alquiler

Salario de trabajadores

Gastos

Entre otras variables.

Análisis de la comercialización

Varios negocios utilizan diferentes medios para llegar al consumidor ya sea Publicidad en medios de comunicación etc. En la encuesta realizada los resultados arrojaron que la mayoría de los mismos se enteran de la apertura de un negocio a través de redes sociales. Las promociones de se harán por redes sociales.

Dado que entraremos en un mercado donde debemos introducir nuestra imagen al mercado para posicionarlos en la mente del consumidor se desarrollará una campaña completa, donde resaltaremos las cualidades más importantes de nuestro producto.

**Tabla 1. Análisis Situacional - Matriz FODA**

<b>FORTALEZA</b>	<b>OPORTUNIDAD</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Entrega en tiempo bueno.</li> <li>● Comodidad.</li> <li>● Productos de Alta Calidad.</li> <li>● Buen trajo.</li> <li>● Precios accesibles.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Capacitación al personal.</li> <li>● Premiar las metas alcanzadas.</li> <li>● Habilidades de la Organización</li> </ul>
<b>DEBILIDAD</b>	<b>AMENAZA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Falta de personas capacitadas.</li> <li>● Falta de comunicación.</li> <li>● Escasa publicidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Inflación.</li> <li>● Protestas.</li> <li>● Infidelidad de funcionarios.</li> </ul>

### **Marco legal y tributario**

Para poder constituir una empresa es necesario conocer los requisitos y trámites legales, laborales, comerciales, tributarios y de funcionamiento, puntos esenciales para poder registrar y formalizar una empresa:

#### **Ley del comerciante N° 1034/83**

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

A falta de normas especiales de esta Ley, se aplicarán las disposiciones del Código Civil.

### **Código Laboral 213**

Este Código tiene por objeto establecer normas para regular relaciones entre los trabajadores y empleadores, concerniente en la prestación subordinada y retribuida de la actividad laboral.

### **Código Civil 1183**

Código civil es un conjunto unitario, ordenado y sistematizado de normas de Derecho privado, es decir, un cuerpo legal que tiene por objeto regular las relaciones civiles de las personas físicas y jurídicas, privadas o públicas, en este último caso siempre que actúen como particulares, es decir, desprovistas de imperio.

### **Código Tributario 125/92 y 2421/03**

Este Código rige las relaciones jurídicas originadas por los tributos. Para estos efectos, el término genérico tributo comprende:

**a) Impuesto:** Es el tributo cuyo cumplimiento no origina una contraprestación directa en favor del contribuyente por parte del Estado.

**b) Contribución:** Es el tributo cuya obligación tiene como hecho generador beneficios derivados de la realización de obras públicas o de actividades estatales.

**c) Tasa:** Es el tributo cuya obligación tiene como hecho generador la prestación efectiva por el Estado de un servicio público individualizado en el contribuyente.

### **Los requisitos mínimos para la apertura del presente proyecto son:**

- Inscripción de la matrícula de comerciante.
- Inscripción en el Registro Único del contribuyente (RUC)
- Rubrica de libros contables.
- Pago de Patente municipal comercial.
- Pago anual de Impuesto a la renta.
- Pago de sueldos y beneficios sociales al personal.
- Inscripción en el Instituto de Previsión Social (IPS)
- Inscripción en el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (MTESS).



- Ley N<sup>a</sup> 125/91 Régimen tributario paraguayo.
- Ley N<sup>a</sup> 2421/04 Reordenamiento administrativo y adecuación fiscal.
- Ley N<sup>a</sup> 1034/83 Ley del comerciante.
- Formularios exigidos por la Ley N<sup>o</sup> 2421/04 Reordenamiento Administrativo y adecuación fiscal
  - Formulario 120 Impuesto al Valor Agregado, Código de Obligación 211.

### **Obligación del Comerciante.**

Inscribir en el Registro Público de comercio su matrícula y documentos exigidos.

Seguir un orden cronológico y regular de contabilidad, llevando los libros necesarios a ese fin.

Conservar los libros de contabilidad, la correspondencia y los documentos que tengan relación con el giro de su comercio, por el plazo establecido en el Art.85.

### **Requisitos para la inscripción en IPS**

Decreto N<sup>o</sup> 14.390/92

Por el cual se aprueba el Reglamento General Técnico de Seguridad, Higiene y Medicina en el Trabajo.

Art. 262<sup>o</sup>: El Examen Médico Admisional comprenderá, para todos los Trabajadores:

- 1- Examen Clínico (vista, oído, piel, extremidades, etc.).
- 2- Radiografía de tórax.
- 3- Hemograma completo.
- 4- Investigación del VDRL-Sífilis.
- 5- Colesterol.
- 6- Glicemia.
- 7- Inmune fluorescencia.

8- Tipificación Sanguínea (Grupos Sanguíneos y factor RH).

9- Examen de rutina (Orina).

10- Examen parasitológico de heces.

11- Test psicológico elemental y de coordinación muscular.

12- Investigación V.I.H. (SIDA). -Opcional no es obligatorio. - Res 730/2009.

### ***Exame Médico Anual-Decreto N° 14.390/92***

Art. 263º: El examen médico periódico de doce (12) en doce (12) meses, al máximo comprenderá:

- 1- Examen clínico.
- 2- Radiografía del tórax.
- 3- Hemograma completo.
- 4- Examen de rutina completo, orina.
- 5- Electroencefalograma.
- 6- Test psicológico.
- 7- Examen ginecológico PAP.

Art. 266º: El resultado de los exámenes médicos de las diversas índoles se debe inscribir en registros apropiados, los que deben conservarse para fines de referencia.

En caso de la salida del personal antes de la comunicación de Examen Médico Admisional sigue generando las multas por falta de comunicación.

### ***VIH/SIDA (test. De Elisa o test. rápido)***

Ley 3940/2009

Art. 4º. "Carácter de la prueba: La prueba laboratorio para el diagnóstico de infección por VIH Debe estar acompañada de consejería pre y post test. Toda prueba debe ser:

1. Voluntaria, solo puede efectuarse con el consentimiento del usuario;
2. Gratuita, cuando es realizada por laboratorios del sector público del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social; y
3. Confidencial, tanto de la prueba como el resultado de la misma, entre el personal de salud involucrado y del usuario.

### **Requisitos para Inscripción Patronal**

- Llamado en forma correcta del formulario de Declaración Jurada de Inscripción Patronal a un solo color de bolígrafo y con letras legibles, sin enmiendas y en 2 (dos) copias.
- Toda la documentación que acompaña a la Declaración Jurada debe estar autenticada por escribanía.

### **Sociedades**

- Fotocopia de C.I. del Representante legal
- Fotocopia del RUC.
- Constancia de Inscripción en el RUC.

Documentos debe presentar para la inscripción de una Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)

- Formulario de Declaración Jurada de Inscripción Patronal (personas jurídicas)
- Fotocopia autenticada de la Cédula de Identidad de cada uno de los representantes legales de la S.R.L.
- Fotocopia autenticada de la Escritura Pública de Constitución.
- Fotocopia simple del RUC de la firma y Formulario de Apertura en el Ministerio de Hacienda.
- Fotocopia simple de la Cédula de Identidad (vigente) de cada empleado.
- Formulario de Declaración Jurada de Movimientos del Empleado, correctamente llenado según instructivo al dorso (uno por cada empleado) con sello de la Razón Social.

**Requisitos para la inscripción en el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (decreto 10.047/95 - 580/08)**

- Solicitud de Inscripción Patronal (venta en Perceptora) firmado por el propietario.
- Fotocopia de Cedula de Identidad del Representante Legal.
- Fotocopia de la Inscripción en IPS (Constancia de Inscripción Patronal).
- Fotocopia de Registro Único de Contribuyente (RUC) hoja entera.
- Lista de personal con N° de Cedula de Identidad, en hoja firmada por propietario.
- Si existe un representante autorizado para firmar en vez del propietario el poder que lo acredite registrado en el Registro Público de Comercio Sección Poderes.
- Si el propietario o los empleados con extranjeros deben además presentar: fotocopia de C.I. paraguaya o fotocopia del carnet de Migraciones (Ministerio Interior).
- Para el caso de inscripciones de Centros Educativos, Empresas de Seguridad, Radioemisoras y otras que quieran autorización para su funcionamiento, deberán adjuntar copia de la autorización.
- Fotocopia C.I. de los empleados.
- Todas las fotocopias deben pasarse por Escribanía o Juez de Paz.

<p><b>Cuadro 15. Aspectos legales</b></p> <p><b>Constitución Nacional 1992</b></p> <p><b>Artículo 107 – De la libertad de concurrencia.</b></p>	<p>Toda persona tiene derecho a dedicarse a la actividad económica lícita de su preferencia, dentro de un régimen de igualdad de oportunidades.</p>
---	---

<p><b>Ley N° 125/91- Nuevo régimen tributario.</b></p>	<p>Artículo 11.-Naturaleza del Impuesto- Créase un Impuesto que gravará las rentas de fuente paraguaya provenientes de las actividades comerciales, industriales, de servicios y agropecuarias, que se denominará Impuesto a la Renta.</p>
<p><b>Ley N° 2421/04 – De Reordenamiento Administrativo y Adecuación Fiscal.</b></p>	<p>Art. 237.- Acción Contencioso Administrativa. En contra de las resoluciones expresas o tácitas dictadas por la Administración Tributaria resolviendo los recursos de reconsideración o reposición interpuestos por el contribuyente, es procedente la acción contencioso administrativa ante el Tribunal de Cuentas.</p>
<p><b>Ley N° 1034/83- Del comerciante.</b></p>	<p>Art. 1°. – La presente ley tiene por objeto regular la actividad profesional del comerciante, sus derechos y obligaciones, la competencia comercial, la transferencia de los establecimientos mercantiles y caracterizar los actos de comercio.</p>

## **Marco Conceptual**

### **Rentabilidad**

Uno de los principales objetivos de una empresa es procurar el máximo aprovechamiento de sus recursos. La rentabilidad tiene un efecto conceptual, ya que es el cociente de magnitudes heterogéneas: la utilidad, que se obtiene en un determinado periodo de tiempo, y la inversión, que se puede considerar se realiza en un punto de tiempo. (Fernández Luna, G, 2010, p. 155).

### **Estudio de Factibilidad**

Las preguntas clave para un estudio de factibilidad son: • ¿Qué? Para definir el proyecto que se desea implementar. ¿Quién? Para saber qué persona lo desarrollará o implementará. Una vez definido el proyecto, se pregunta si la empresa tiene la posibilidad de hacer el proyecto. Si la respuesta es negativa, existen dos opciones: la primera, que se deseché; la segunda, que se vuelva a definir hasta llegar a uno que sea posible para la empresa. Una vez que la respuesta sea afirmativa el proyecto pasa al siguiente nivel. (Pacheco Coello, C. E, 2015, p. 19).

### **Proyecto**

Es un concepto de algo que se intenta. Cualquiera que se pretende implementar, cualquiera inversión, cualquier metodología o las destinadas a resolver necesidades de la persona; humanas en todos sus alcances: alimentación, salud, educación, vivienda, religión, defensa, recreación, etc. (Fernández Luna, G, 2010, p. 16).

### **Producto**

Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer en un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que podría satisfacer un deseo o una necesidad. Sin embargo, el concepto de producto no está limitado a objetos físicos; cualquier cosa que pueda satisfacer una necesidad se puede llamar producto (objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas). Además de los bienes tangibles, los productos incluyen servicios, que

son actividades o beneficios que se ofrecen a la venta y que son básicamente intangibles y no tienen como resultado la propiedad de algo" (Klotler, Armstrong, 2009, P. 248).

**Empresa:**

Es una unidad económica destinada a producir bienes y servicios, aumentando la utilidad de las cosas que ofrece la naturaleza, y coordinando los otros factores de la producción (trabajo, capital y tecnología) bajo la adecuada dirección del empresario. (Aguayo, 2010, p 45)

***Empresas individuales:***

Se considera empresario individual a la persona física que realiza en nombre propio y por medio de una empresa una actividad comercial, industrial o profesional. (Antón Pérez, J. J. 2011, p.10)

***Empresas industriales:***

A través del trabajo y la tecnología transforman materias primas, obteniendo de esta manera un producto final que puede ser comercializado a otras empresas o consumidores finales. (Antón Pérez, J. J. 2011, p.10)

**Tipos de Sociedades**

***Sociedad Colectiva:***

Sociedad mercantil de carácter personalista en la que todos los socios, en nombre colectivo y bajo una razón social, se comprometen a participar, en la proporción que establezcan, de los mismos derechos y obligaciones, respondiendo subsidiaria, personal y solidariamente de las deudas sociales. (Antón Pérez, J. J. (2011, p.13)

***Sociedad de responsabilidad limitada:***

Sociedad de carácter mercantil en la que el capital social, que estará dividido en participaciones sociales, indivisibles y acumulables, se integrará por las aportaciones de todos los socios, quienes no responderán personalmente de las deudas sociales. (Antón Pérez, J. J. (2011, p.13)

***Sociedad limitada nueva empresa:***

Es una especialidad de la Sociedad de Responsabilidad Limitada, aunque con diferencias en cuanto al número de socios y el capital. Actualmente pueden tramitarse telemáticamente estas sociedades. (Antón Pérez, J. J. (2011, p.13)

***Sociedad anónima:***

Sociedad de carácter mercantil en la que el capital social, que estará dividido en acciones, se integrará por las aportaciones de los socios, quienes no responderán personalmente de las deudas sociales. (Antón Pérez, J. J. (2011, p.13)

***Sociedad comanditaria por acciones:***

Sociedad de carácter mercantil cuyo capital social está dividido en acciones, que se formará por las aportaciones de los socios, uno de los cuales, al menos, se encargará de la administración de la sociedad y responderá personalmente de las deudas sociales como socio colectivo, mientras que los socios comanditarios no tendrán esa responsabilidad. (Antón Pérez, J. J. (2011, p.13)

***Sociedad comanditaria simple:***

Sociedad mercantil de carácter personalista que se define por la existencia de socios colectivos que aportan capital y trabajo y responden subsidiaria, personal y solidariamente de las deudas sociales, y de socios comanditarios que solamente aportan capital y cuya responsabilidad estará limitada a su aportación. (Antón Pérez, J. J. (2011, p.13)

**Mercado**

En términos generales. mercado es el sitio donde concurren la oferta y la demanda par uno o más productos. Es decir, es un área donde se encuentran un conjunto de personas cuyos deseos. necesidades. recursos económicos y capacidades productoras establecen las fuerzas de la oferta y la



demanda para determinados productos o servicios. (Fernández Luna, G. 2010, p34).

### **Estudio de mercado**

El estudio del mercado no es más que un conjunto de técnicas útiles para obtener información acerca del medio ambiente del proyecto (demanda y oferta) Es al; consiste en estimar la cantidad de producto que es posible vender las especificaciones que este debe exhibir y el precio que los consumidores potenciales están dispuestos a pagar.

También determina bajo qué condiciones se podría efectuar la venta de los volúmenes previstos. así como los factores que podrían modificar la estructura comercial del producto en estudio, incluyendo la localización de los competidores, la distribución geográfica de los principales centros de consumo, etc. (Fernández Luna, G. 2010, p. 28).

### **Demanda:**

“Demanda es la cantidad total de compras de productos o servicios que pueden realizar los consumidores, es el deseo que se tiene de un determinado producto pero que está respaldado por una capacidad de pago” (Klotler, Cámara, Grande Cruz, 2000, p. 10).

“La demanda como el valor global que expresa la intención de compra de una colectividad. La curva de la demanda indica las cantidades de un cierto producto que los individuos o la sociedad están dispuestas a comprar en función de su precio y sus rentas” (Diccionario de Marketing de Cultural S.A., 1999, p. 87).

### **Oferta:**

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado. El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio. La oferta al igual que la demanda es función de una serie de factores

como son los precios en el mercado del producto, los apoyos gubernamentales a la producción, etc. La investigación de campo que se haga deberá tomar en cuenta todos los factores junto con el entorno económico en que se desarrolla el proyecto (Baca, 2001, pp. 44-45).

### **Activos:**

Un resumen de todos los recursos que posee la empresa o que se adeudan a la misma. Se distinguen tres clases de activos:

- **Activos Corrientes o Circulantes:** que representan el capital de trabajo de cómo vida de la compañía (dinero en efectivo. cuentas por cobrar. etc.) el cual puede ser convertido en dinero en aproximadamente un año.
- **Activos Fijos:** son los activos de larga vida útil. La conversión de estos bienes (terreno, equipo. etc.), a efectivo en un periodo corto de tiempo requerirá una reorientación importante de la compañía.
- **Cargos diferidos:** son aquellos activos por los que se espera recibir un servicio aprovechable posteriormente (gastos de instalación, primas de seguros). (Fernández Luna, G, 2010, p. 141).

### **Pasivos:**

Un resumen de las obligaciones de la compañía. La distinguen tres tipos de pasivos:

- **Pasivo circulante o Flotante:** Comprende las deudas que la empresa debería pagar a corto plazo (menos de un año), debido a créditos bancarios y los créditos o proveedor
- **Pasivo Fijo o Consolidado:** Está integrado por las deudas a largo plazo que contrae la empresa por motivo de adquisición de activo fijo.

- **Pasivo Diferido o Créditos Diferidos:** Son todas aquellas cantidades cobradas por anticipado, por las que se tiene la obligación de proporcionar un servicio. (Fernández Luna, G, 2010, p. 142)

**Patrimonio:**

Sinónimo de bienes, dinero. //capital contribuido (Guerrero Reyes, J. C. y Galindo Albardo, J. F. 2015, p.143)

**Ingresos:**

Son todas aquellas operaciones que realiza la empresa y que traen como consecuencia aumentos en el capital de la empresa; por ejemplo: las ventas, los intereses ganados, ingresos por comisiones, ganancias obtenidas en ventas de activos fijos, ingreso por alquileres de locales de propiedad de la empresa, etc. (Santisteban Zaldívar, E. 2011, p,20).

**Egresos:**

Son erogaciones en la cual incurre la empresa y que trae como consecuencia disminuciones del capital, dentro de los egresos existen dos grandes grupos que son: el costo del producto, es decir, el costo del artículo a fabricar en el caso de una empresa industrial y el resto de los gastos en que necesariamente tiene que incurrir la empresa para cumplir el proceso de operaciones. (Santisteban Zaldívar, E. 2011, p.20).

**Cuenta por pagar Caja**

Es una cuenta de naturaleza deudora. Representa el importe del dinero en efectivo, como en billetes, monedas, cheques cobrados, giros bancarios, telegráficos. (Guerrero Reyes, J. C. 2015, p.102)

**Activos circulantes**

El activo circulante son los bienes y derechos en favor de la entidad, recuperables en el ejercicio. (Guerrero Reyes, J. C. 2015, p.101)

**Documentos por Pagar**

Son todos aquellos títulos de crédito a cargo de la empresa. Aumentan por la suscripción de nuevos títulos por parte de la sociedad, disminuyen por los pagos parciales o totales efectuados por la entidad. Su

saldo es acreedor y representa el adeudo documentado a cargo de la compañía. (Guerrero Reyes, J. C. (2015), p.112)

### **Capital contable**

Un resumen del valor del patrimonio. incluyendo emisiones de acciones preferentes o privilegiados y ganancias retenidos para expansión. El balance general se elabora utilizando la ecuación contable básica:  $\text{Activos} = \text{Pasivos} + \text{Capital (Patrimonio)}$  (Fernández Luna, G, 2010, p. 142).

### **Balance**

Al final de cada año fiscal. una compañía publica presenta balance general. Es una presentación anual de la situación de la firma en un momento determinado. en el que se observan tres categorías principales (Fernández Luna, G, 2010, p. 141).

### **Utilidad neta:**

La utilidad neta es el valor residual de los ingresos de una entidad lucrativa después de haber disminuido sus gastos relativos, presentados en el estado de resultados, siempre que estos últimos sean menores a dichos ingresos, durante un periodo contable. (Guerrero Reyes, J. C. y Galindo Albardo, J. F. 2015, p.83).

### **Comercialización**

Se entiende por comercialización el conjunto de actividades relacionadas con las transferencias de bienes y servicios desde los productores hasta el consumidor final.

Es una función de coordinación, diseñada para asegurar la disponibilidad del producto adecuado en el momento y en el lugar oportuno; a los precios y en las cantidades adecuadas para lograr los objetivos mercadotécnicos de la empresa.

### **Objetivos de la Comercialización**

- **Ser claros y específicos:** Para que sean fáciles de entender y de comunicar. Deben ser claros para los integrantes de la junta directiva y para los trabajadores y productores asociados.
- **Redactados por escrito en lenguaje comprensible:** Para que quede constancia, para que sean fáciles de comunicar y dar a conocer.
- **Ser realistas, pero, a la vez, ambiciosos:** Ser posible de cumplirlos, pero a la vez presentar retos alcanzables
- **Tener coherencia entre sí:** Deben tener relación con la visión y misión, pero, sobre todo, con el principal objetivo, que es la rentabilidad del negocio. Con los objetivos se busca que toda la empresa vaya en una misma dirección.
- **Deben definirse para ser realizados en un periodo de tiempo determinado:** Se debe ser estricto con su cumplimiento. Generalmente, se indica lo siguiente: corto plazo (3 a 6 meses, o hasta 1 año); mediano plazo (entre 1 a 3 años); largo plazo (entre 3 y 5 años). El tiempo asignado depende del sector en el que se desarrolla la organización/empresa.
- **Deben ser medibles:** Para poder conocer cuándo se ha cumplido el objetivo, solo así se sabe si la organización está avanzando. (Fernández Luna, G. 2010, p.69).

### **Balanceado**

Los alimentos balanceados tienen el objetivo de aumentar la productividad en los animales, los mismos son elaborados a partir de diferentes materias primas. (Baca, 2010, pp. 34-37).

### **Peces**

Los peces son animales vertebrados primariamente acuáticos, generalmente ectodérmicos (regulan su temperatura a partir del medio ambiente) y con respiración por branquias. Suelen estar recubiertos por escamas, y están dotados de aletas, que permiten su movimiento continuo

en los medios acuáticos, y branquias, con las que captan el oxígeno disuelto en el agua. (Reyes, J. C. 2015, p.12)

### Operacionalización de variables

El proceso de Operacionalización de las variables implica su desglose en indicadores por medio de un procedimiento de deducción.

“Los indicadores permiten tener una referencia empírica de situaciones, hechos o eventos que podrán cuantificarse; estos forman parte de las variables y se obtienen por un proceso deductivo, mediante el cual el investigador debe analizar que tales indicadores en conjunto abarquen en su totalidad el concepto definido teóricamente en la variable 25. (Hernández, F. 2002, p.140)

Apertura de una empresa de producción y comercialización de artículos personalizados

**Tabla 2. Variables**

Variable	Definición Conceptual	Dimensión	Indicadores	Instrumentos
Mercado (independiente)	Son los consumidores potenciales que comparten una determinada necesidad o deseo y que pueden estar inclinados a ser capaces de participar en un intercambio, en orden a satisfacer esa necesidad o deseo.	Demand a Oferta Precio	Demanda proyectada  Productos a producir y vender  Capacidad de pago del mercado	Cuestionario de la Encuesta
Elaboración (dependiente)	Preparación de un producto que se hace transformando una o varias materias en sucesivas operaciones	Producto	Características del producto a producir y comercializar valorados por los consumidores	Cuestionario de la Encuesta

			potenciales	
Situación (interviniente)	Disposición de una cosa respecto al lugar que ocupa (en sentido espacial o figurado)	Ambiente económico, social, cultural del mercado	PIB, inflación Gustos y preferencias de los	Informaciónes del BCP y Cuestionario de la encuesta

## **MARCO METODOLÓGICO**

### **Concepto de Metodología**

El término metodología está compuesto por el vocablo “método” y el sustantivo griego “logos”. Este último término significa explicación, juicio, tratado, estudio. Entonces, la metodología es el estudio analítico y crítico de los métodos. Representa la manera de organizar el proceso de la investigación, de controlar sus resultados y de presentar posibles soluciones a un problema que conlleva a la toma de decisiones”. (Hernández, F. 2002, p.47)

### **Diseño de la investigación**

Campos y Covarrubias, G (2010), expresa que En el campo de la investigación toda tarea que implique la acción de investigar, esta embestida previamente por todo un proceso metodológico a seguir (pasos del método científico) que ayuden al investigador a resolver el problema planteado, dar respuesta a las hipótesis y cubrir el 0 los objetivos propuestos en el estudio, dicho diseño debe de ser flexible el cual puede ir variando de acuerdo a las necesidades del investigador y del fenómeno objeto de estudio; lo que lo convierte en una guía direccional. (p.77)

### **Diseño no experimental**

En el diseño no experimental no hay manipulación de la variable independiente en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlo.

El diseño de la investigación será no experimental, se utilizará la técnica del cuestionario, donde todos tendrán la posibilidad de ser encuestados.

Mediante este tipo de diseño de investigación se pretende conocer la verdadera necesidad, de que realmente quiere degustar un conjunto de clientela, luego implementar este Proyecto de Inversión. del Castillo, C. C. & Olivares Orozco, S. (2014, p.154)



### **Enfoque de investigación**

El objetivo básico de la investigación es la descripción, explicación y predicción de la conducta de los fenómenos, es decir, la búsqueda de nuevos conocimientos o principios generales. Su fin último es beneficiar a la humanidad. Hernández, F. (2002, p.63)

### ***Enfoque cuantitativo***

La cuantitativa estudia la asociación o relación entre variables cuantificadas y la cualitativa lo hace en contextos estructurales y situacionales.

La investigación cuantitativa trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda muestra procede". (del Castillo, C. C. y Olivares Orozco, S. 2014, p,199).

Tras el estudio de la asociación o correlación pretende, a su vez, hacer inferencia causal que explica que por qué las cosas suceden o no de una forma determinada.

### **Nivel de conocimiento**

La investigación descriptiva comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual.

El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes, o sobre cómo una persona, grupo o cosas, se conduce o funciona en el presente.

Por ejemplo, un censo nacional de Población es un estudio descriptivo, lo mismo que cualquier encuesta que evalúe la situación actual de cualquier aspecto.

En los estudios descriptivos se dice cómo es y cómo se manifiestan determinados fenómenos.

Una investigación que determinara cuál de los partidos tiene más simpatizantes en el país, cuántos votos ha conseguido cada partido en las últimas elecciones y cuál es la imagen de cada partido ante los ciudadanos del

país, o un estudio que nos indicara el nivel de contenido violento en un programa de televisión, o una investigación sobre la actitud de los jóvenes en relación al SIDA, son ejemplos de estudios descriptivos.

Los estudios descriptivos acuden a técnicas específicas en la recolección de informaciones, tales como la observación, las entrevistas y los cuestionarios. También pueden utilizarse informes oficiales y documentos elaborados por otros investigadores.

Generalmente se usa el muestreo para la recolección de los datos y la información acopiada se somete a un proceso de codificación, tabulación y análisis estadístico. Así como los estudios exploratorios se orientan a descubrir, los descriptivos se centran en medir, con la mayor precisión posible, uno o más atributos del fenómeno descrito. (Hernández, F. (2002, p.65)

## **Población, muestra y muestreo**

### ***Población***

Constituye la totalidad de un conjunto de elementos, seres u objetos que se desea investigar y de la cual se estudiará una fracción (la muestra) que se pretende que reúna las mismas características y en igual proporción.

En términos de investigación, una población no sólo se refiere a la gente, sino que puede ser una empresa, una industria, un partido político, un sindicato, un grupo de empleados, etc. (Hernández, F. (2002, p.154)

La población afectada para la realización de este trabajo de investigación es el Barrio Santa Teresa que está situada en la ciudad de Hernandarias en la zona urbana, que tendrá 350 habitantes aproximadamente.

### ***Muestra***

Parte o fracción representativa de un conjunto de una población, universo o colectivo, que ha sido obtenida con el fin de investigar ciertas características del mismo. El problema principal consiste en asegurar que el sub-conjunto sea representativo de la población de manera que permita

generalizar al universo los resultados obtenidos sobre la Hernández, F. (2002).

Para calcular el número de encuestas a realizarse, se aplica la fórmula de universo finito, debido a que se conoce la cantidad de habitantes que vive en el barrio Santa Teresa de la ciudad de Hernandarias. Utilizando un margen de error del 5% y confiabilidad del 95% se obtiene el siguiente resultado:

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

Donde:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

e = 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.

**Tabla 3.** *Muestra de la Población para encuesta.*

Tamaño de la Población (N)	350
Nivel de Confianza	95%
Z=	1,96
P=	0.50
Q=	0.50
Error (E)	5%
Tamaño de la muestra a usar:	183 Personas

**Nota:** La muestra es de 192 personas y el tipo de muestreo es aleatorio.

### ***Muestreo***

Conjunto de operaciones que se realizan para elegir muestras.

**Hernández, F. (2002).**

### **Técnicas e instrumentos de recolección de datos.**

El instrumento para recolectar los datos se hará mediante cuestionarios con preguntas cerradas, la misma serán elaborados con preguntas claras, concretas, específicas, y precisas para facilitar a los encuestados a responder con facilidad, y de manera cierta a los planteamientos expuesto, con la finalidad de obtener informaciones oportunas y válidas.

### **Fracción de muestreo**

Es el porcentaje que representa la muestra respecto al universo; se obtiene dividiendo la muestra entre el universo. Así, por ejemplo, si en un universo de 10,000 unidades hemos elegido una muestra de 1,200 unidades, la fracción de muestreo será 0.12 o el 12%. (Hernández, F. 2002, p.155).

### **Procesamiento de datos**

La idea principal de cualquier estudio es lograr cierta información válida y confiable. El análisis de datos es la manipulación de hechos y números para

lograr informaciones con esas características. Una vez que se han recopilado y codificado los datos, el investigador procede a analizarlos estadísticamente para poder presentar los resultados. (Hernández, F. 2002, p.217).

Para procesar y analizar los datos obtenidos con la investigación se utilizarán tablas de frecuencias con gráficos circulares y porcentajes para visualizar de manera práctica los resultados obtenidos.

## **MARCO ANALITICO**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

Se tratará de exponer la existencia de un potencial mercado que la empresa pueda explotar, a través de la determinación de una demanda insatisfecha; todo esto iniciará con la definición del problema de investigación, y la elaboración de los objetivos de investigación.

Gabriel Baca Urbina, denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.

Aunque la cuantificación de la oferta y de la demanda pueda obtenerse fácilmente de fuentes de información secundarias en algunos productos, siempre es recomendable la investigación de las fuentes primarias, ya que proporcionan información directa, actualizada y mucho más confiable que cualquier otra fuente de datos.

### **Formulación del problema**

¿Existe demanda insatisfecha en cuanto a suministro de Balanceado en el Barrio Las Américas de la ciudad de Hernandarias?

### **Preguntas de investigación**

¿Cuál es la oferta existente para este tipo de comercio en la zona?

¿Cuál es la demanda existente para este tipo de comercio en la zona?

¿Qué demanda muestra el mercado para la creación de una empresa sobre comercialización de productos balanceados para peces en la ciudad de Hernandarias?

## **Objetivos del Estudio de Mercado.**

### **Objetivo general**

Identificar la demanda insatisfecha en cuanto a comercialización de Balanceado para peces en el Barrio Las Américas de la ciudad de Hernandarias

### **Objetivos específicos**

Identificar la oferta existente para este tipo de comercio en la zona

Identificar la demanda existente para este tipo de comercio en la zona

Determinar la demanda que muestra el mercado para la creación de una empresa comercialización de productos balanceados para peces en la ciudad de Hernandarias

### **Justificación del estudio de mercado**

El trabajo se desarrolla en la creación de una empresa dedicada a la comercialización de balanceados en la ciudad de Hernandarias.

La demanda que existe en la ciudad me permite escoger por este proyecto, teniendo en cuenta que es un producto con alta demanda en el mercado, que ayudara a satisfacer las necesidades de los clientes.

Este trabajo tiene como finalidad de satisfacer y proveer a los consumidores productos de buena calidad, a establecernos como pioneros en el rubro en el ámbito de distribuidores.

## Presentación e interpretación de resultados

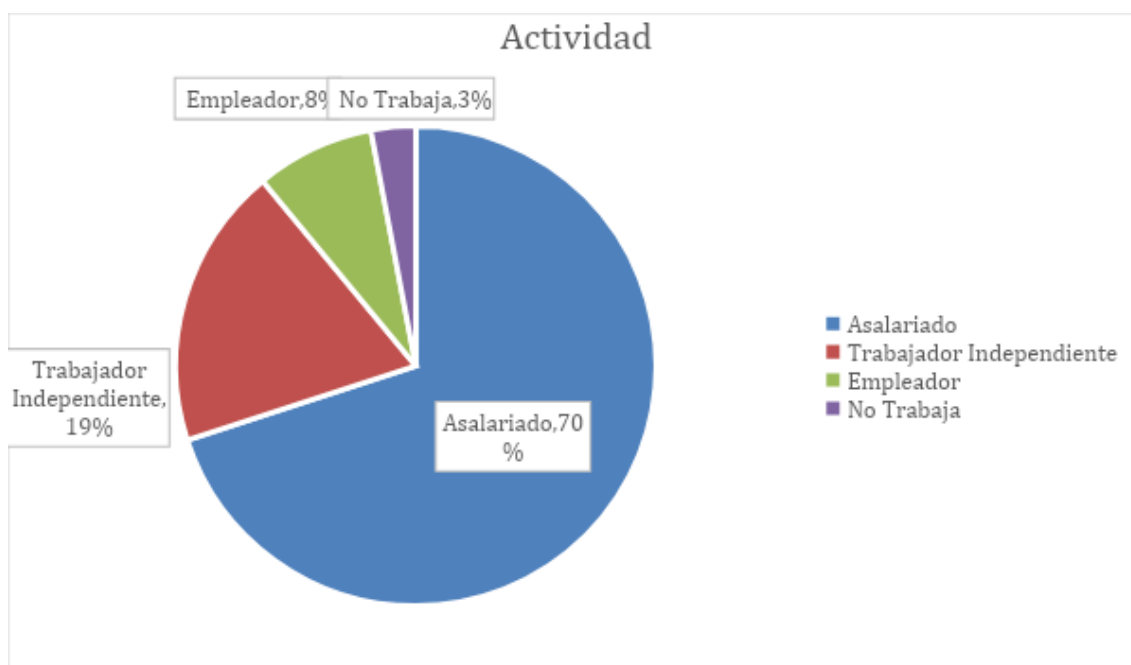
### *Resultado de la Encuesta*

#### Identificación del encuestado

**Tabla 4.**

Pregunta nro. 1. Actividad del encuestado

<b>Encuesta</b>			
<b>Categorías</b>	<b>F</b>	<b>Fa</b>	<b>%</b>
Asalariado	128	128	70%
Trabajador Independiente	34	162	19%
Empleador	15	177	8%
No Trabaja	6	183	3%
<b>Total</b>	<b>183</b>		<b>100</b> %



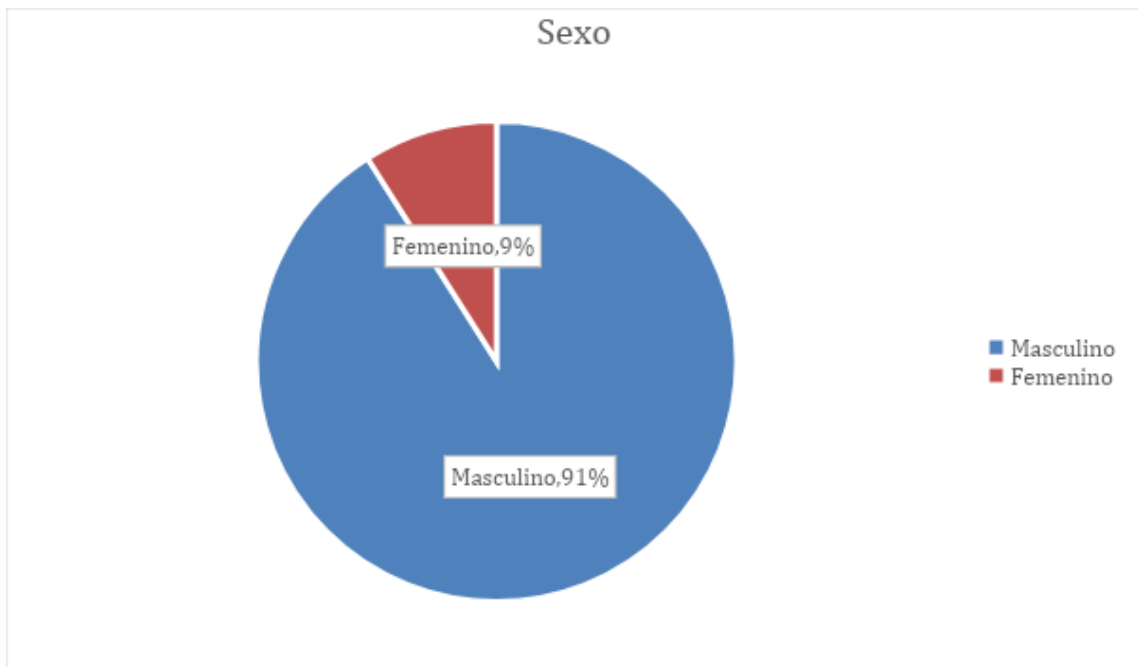
**Resultado:** El resultado que arroja esta pregunta, es que la mayoría de los encuestados, son asalariados y con eso nos ayuda a definir nuestro público objetivo.



**Tabla 5.**

Pregunta Nro. 2. Sexo del Encuestado

<b>Encuesta</b>			
<b>Categorías</b>	<b>F</b>	<b>Fa</b>	<b>%</b>
Masculino	169	169	91%
Femenino	16	185	9%
<b>Total</b>	<b>185</b>		<b>100</b> %



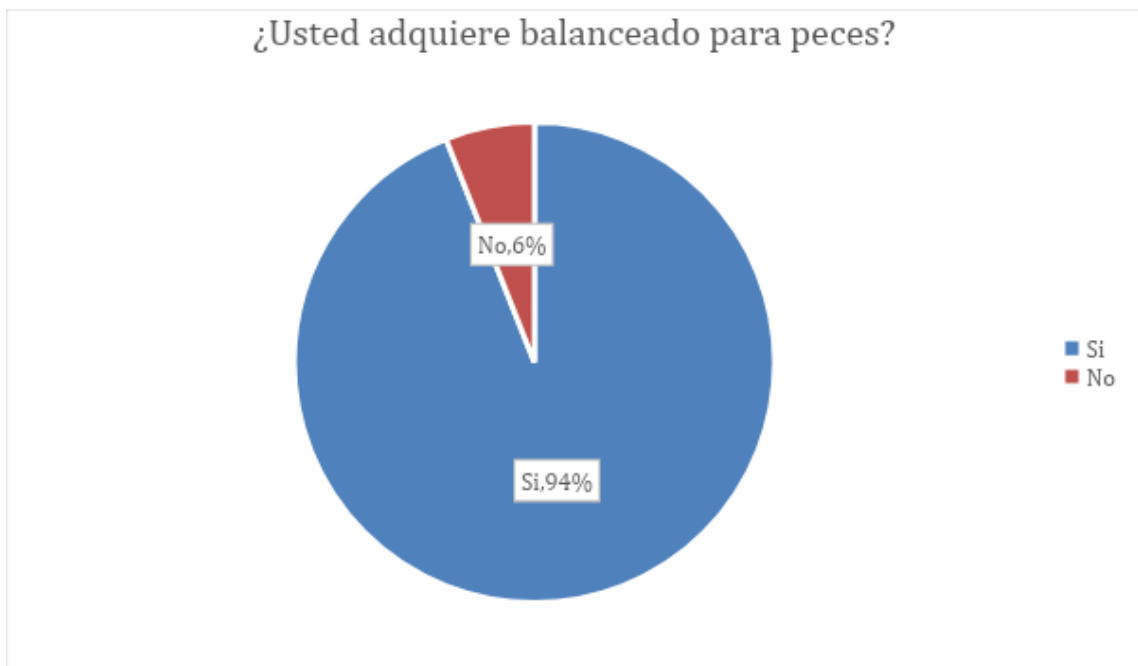
**Resultado:** La gran mayoría que accedió a la encuesta fue del sexo masculino el cual indica el tipo de cliente que vamos a atender.

**II. Análisis de la demanda**

**Tabla 6.**

Pregunta Nro. 3. ¿Usted adquiere balanceado para peces?

<b>ENCUESTA</b>			
<b>Categorías</b>	<b>F</b>	<b>Fa</b>	<b>%</b>
Si	172	172	94%
No	11	183	6%
<b>Total</b>	<b>183</b>		<b>100%</b>

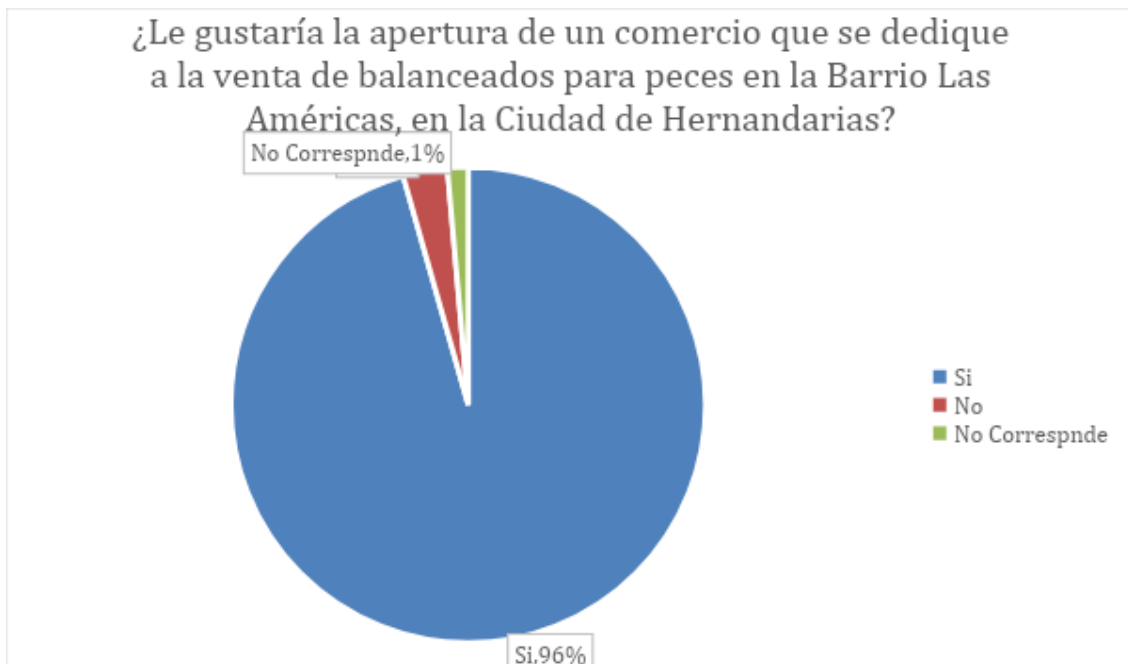


**Resultado:** Como se puede apreciar en el gráfico, la mayoría de los encuestados han expresado que, si adquieren balanceados para peces en la ciudad de Hernandarias, mientras que el menor opina que no.

**Tabla 7.**

Pregunta Nro. 4. ¿Le gustaría la apertura de un comercio que se dedique a la venta de balanceados para peces en la Barrio Las Américas, en la Ciudad de Hernandarias?

<b>ENCUESTA</b>			
<b>Categorías</b>	<b>F</b>	<b>Fa</b>	<b>%</b>
Si	164	164	95%
No	5	169	3%
No responde	3	172	2%
<b>Total</b>	<b>172</b>	<b>0</b>	<b>100%</b>

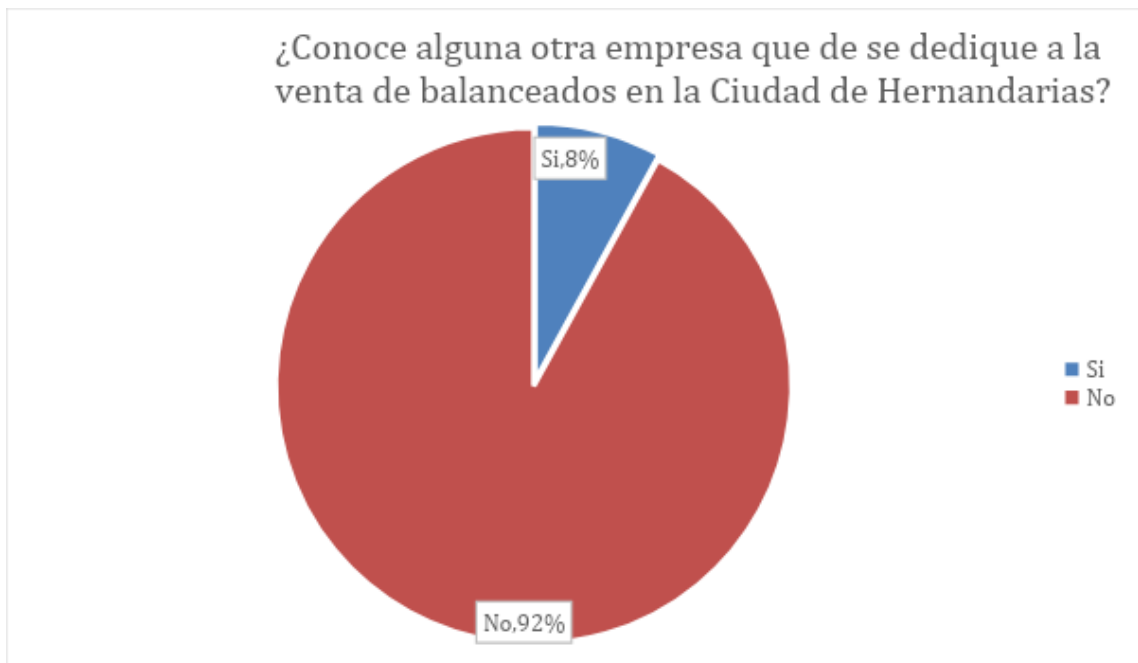


**Resultado:** Según el gráfico, el 96% de los encuestados han expresado que le gustaría contar con un negocio que se dedique a la venta exclusiva de calzados femeninos en la ciudad de Hernandarias, mientras que un mínimo respondió no.

**Tabla 8.**

Pregunta Nro. 5. ¿Conoce alguna otra empresa que se dedique a la venta de balanceados en la Ciudad de Hernandarias?

<b>ENCUESTA</b>			
<b>Categorías</b>	<b>F</b>	<b>Fa</b>	<b>%</b>
Si	14	14	8%
No	158	2	92%
<b>Total</b>	<b>172</b>	<b>0</b>	<b>100%</b>



**Resultado:** Según los resultados la gran mayoría los resultados respondieron que no, por otro lado, el menor porcentaje han expresado su conocimiento de algún local de venta de Balanceado, lo que es favorable al proyecto.

**Tabla 9.**

Pregunta Nro. 6. ¿Al momento de hacer las compras, que tienen en cuenta?

<b>ENCUESTA</b>			
<b>Categorías</b>	<b>F</b>	<b>Fa</b>	<b>%</b>
Precio	87	87	51%
Origen	5	92	3%
Calidad	77	169	45%
Atención	3	172	2%
<b>Total</b>	<b>172</b>		<b>100%</b>

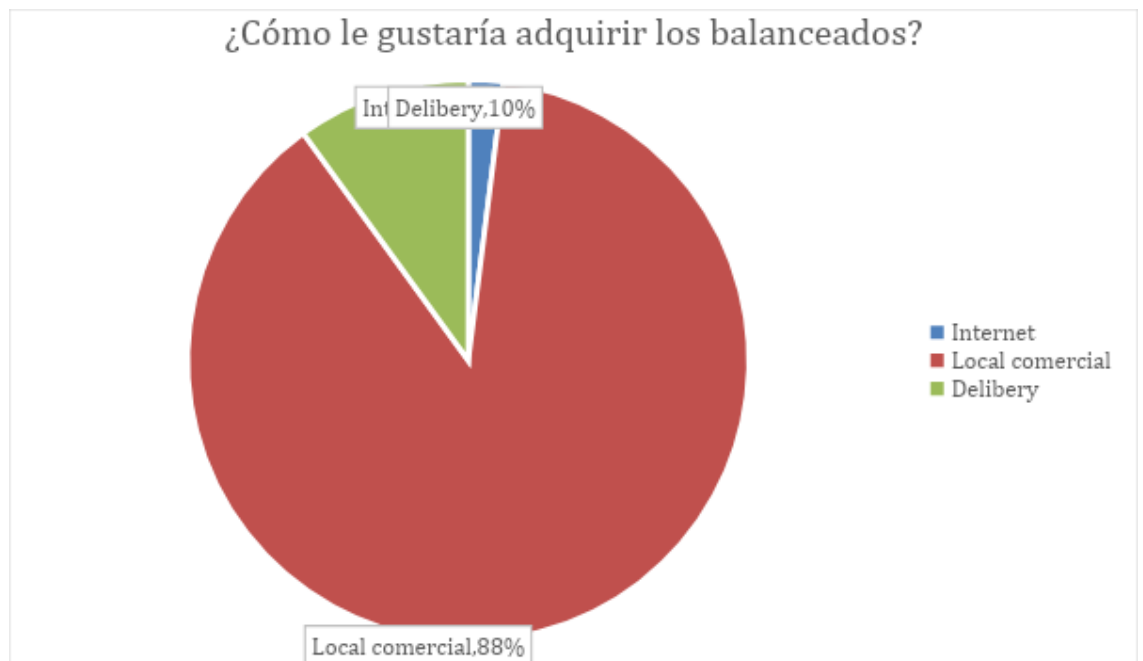


**Resultado:** De acuerdo a los resultados obtenidos en cuanto a tener en cuenta en el momento de hacer compras, la mayoría de los encuestados optaron que el precio lleva un gran porcentaje de aprobación.

**Tabla 10.**

Pregunta Nro. 7. ¿Cómo le gustaría adquirir los balanceados?

<b>ENCUESTA</b>			
<b>Categorías</b>	<b>F</b>	<b>Fa</b>	<b>%</b>
Internet	3	3	2%
Local comercial	152	155	88%
Delivery	17	172	10%
<b>Total</b>	<b>172</b>		<b>100%</b>

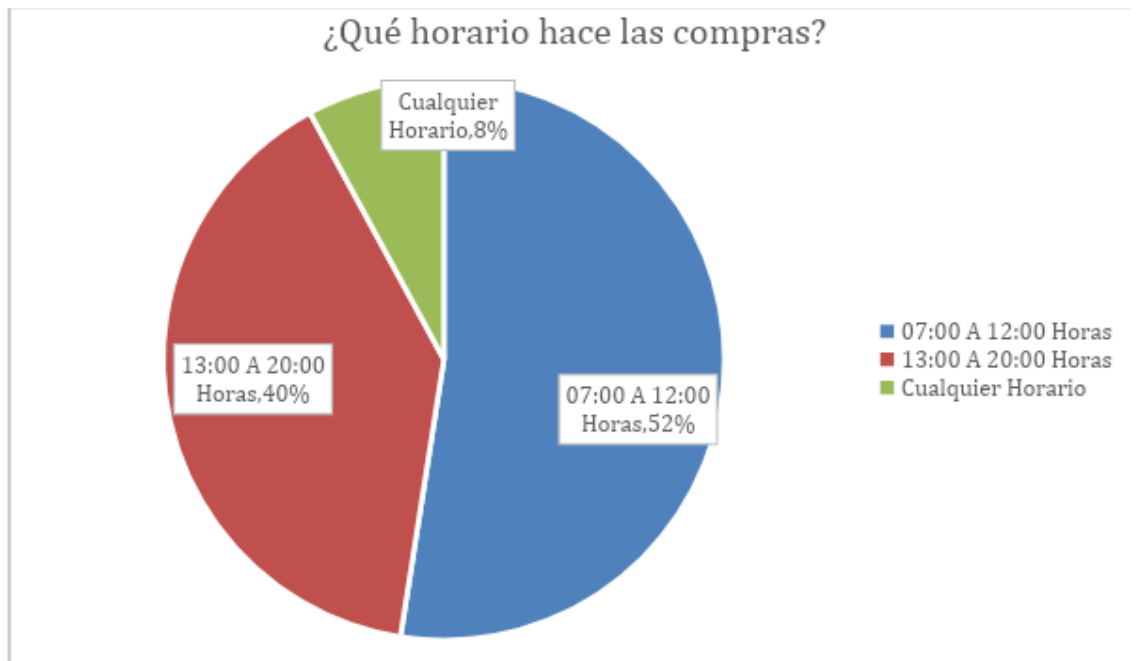


**Resultado:** Según los resultados obtenidos en cuanto a la adquisición, la mayoría de los encuestados optaron que la compra sea en el Local Comercial.

**Tabla 11.**

Pregunta Nro. 8. ¿Qué horario hace las compras?

<b>ENCUESTA</b>			
<b>Categorías</b>	<b>F</b>	<b>Fa</b>	<b>%</b>
07:00 A 12:00 Horas	91	91	53%
13:00 A 20:00 Horas	68	159	40%
Cualquier Horario	13	172	8%
<b>Total</b>	<b>172</b>		<b>100%</b>

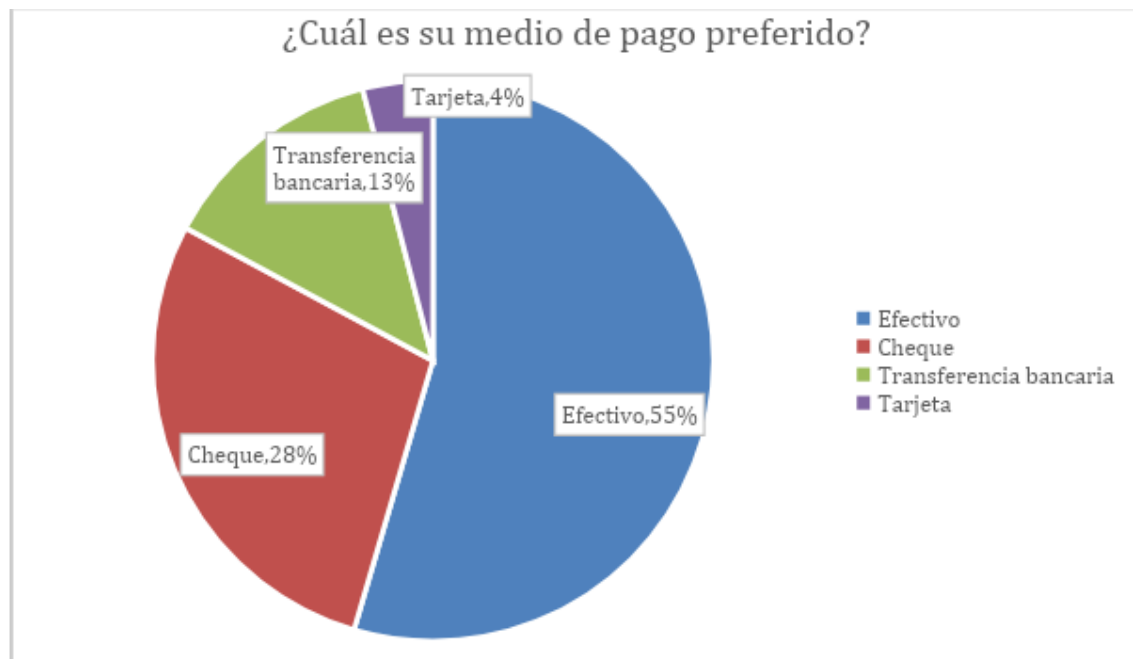


**Resultado:** De acuerdo al resultado de la encuesta la gran mayoría de los encuestados tienen disponibilidad de horario por la mañana, mientras, una menor cantidad opta también por la tarde, así también una ínfima respuesta no tiene un horario fijo para acudir a al local comercial.

**Tabla 12.**

Pregunta Nro. 9. ¿Cuál es su medio de pago preferido?

<b>ENCUESTA</b>			
<b>Categorías</b>	<b>F</b>	<b>Fa</b>	<b>%</b>
Efectivo	93	93	54%
Cheque	49	142	28%
Transferencia bancaria	23	165	13%
Tarjeta	7	172	4%
<b>Total</b>	<b>172</b>		<b>100%</b>



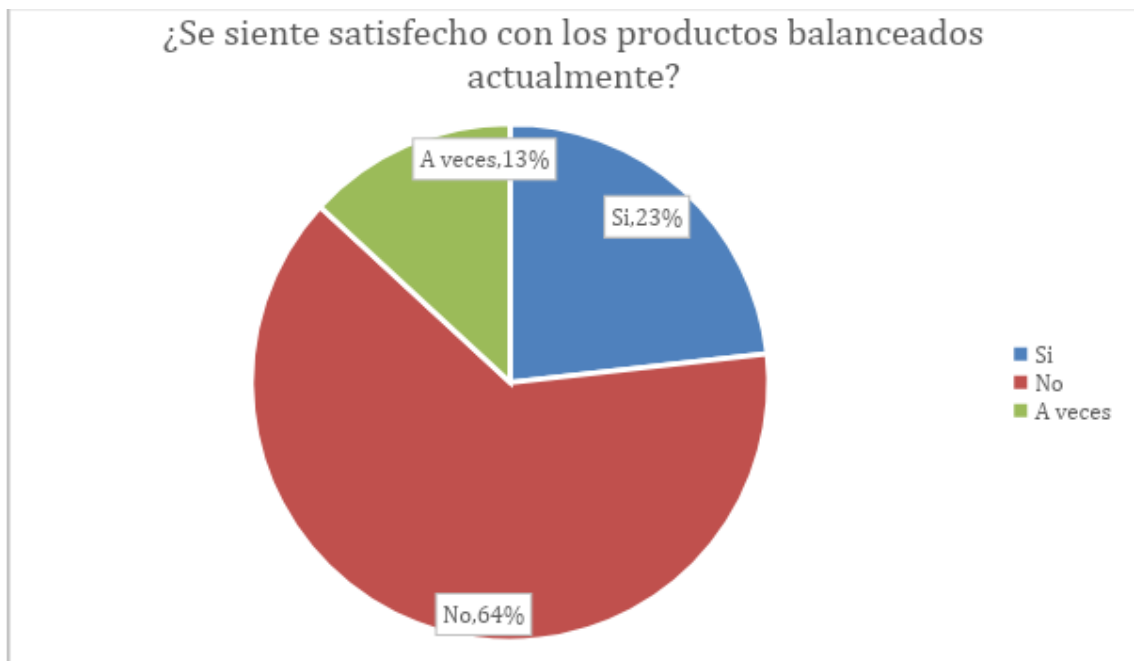
**Resultado:** Como se puede observar en el gráfico mitad de los encuestados respondieron que prefieren pagar con efectivo.



**Tabla 13.**

Pregunta Nro. 10. ¿Se siente satisfecho con los productos balanceados actualmente?

<b>ENCUESTA</b>			
<b>Categorías</b>	<b>F</b>	<b>Fa</b>	<b>%</b>
Si	40	40	23%
No	109	149	63%
A veces	23	172	13%
<b>Total</b>	<b>172</b>		<b>100%</b>

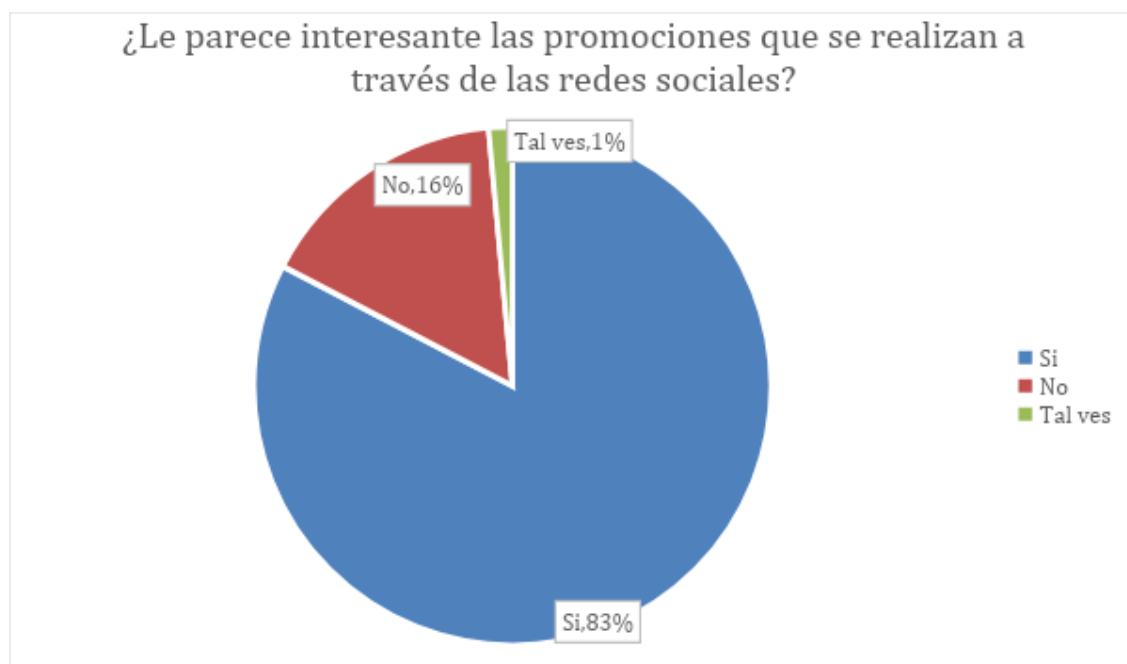


**Resultado:** Esta información es relevante porque muestra lo que al proyecto realmente le interesa para la creación de la empresa lo que puede significar para afianzar a los posibles clientes. En este caso, gran parte de los encuestados respondieron que no está satisfecho, mientras un menor porcentaje dijeron que sí y otras a veces.

**Tabla 14.**

Pregunta Nro. 11. ¿Le parece interesante las promociones que se realizan a través de las redes sociales?

<b>ENCUESTA</b>			
<b>Categorías</b>	<b>F</b>	<b>Fa</b>	<b>%</b>
Si	135	135	78%
No	25	160	15%
Tal ves	12	172	7%
<b>Total</b>	<b>172</b>		<b>100%</b>

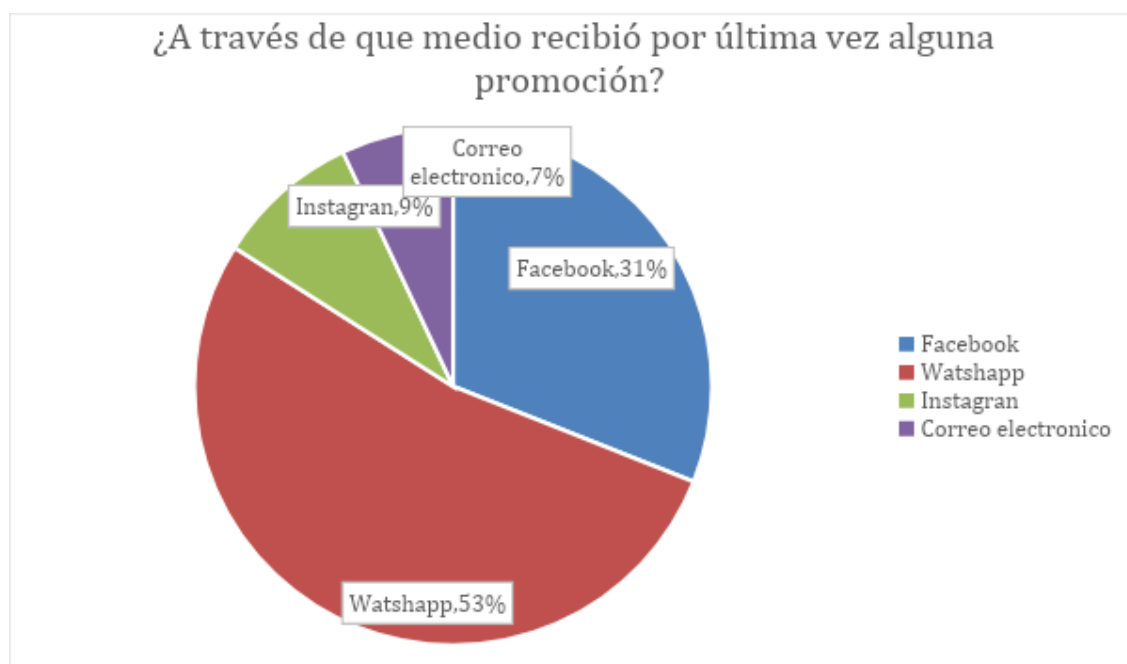


**Resultado:** Según el 83% de los votos fue el ítem que más le gusta las promociones por las redes sociales.

**Tabla 15.**

Pregunta Nro. 12. ¿A través de que medio recibió por última vez alguna promoción?

<b>ENCUESTA</b>			
<b>Categorías</b>	<b>F</b>	<b>Fa</b>	<b>%</b>
Facebook	54	54	31%
WhatsApp	91	145	53%
Instagram	15	160	9%
Correo Electrónico	12	172	7%
<b>Total</b>	<b>172</b>		<b>100%</b>

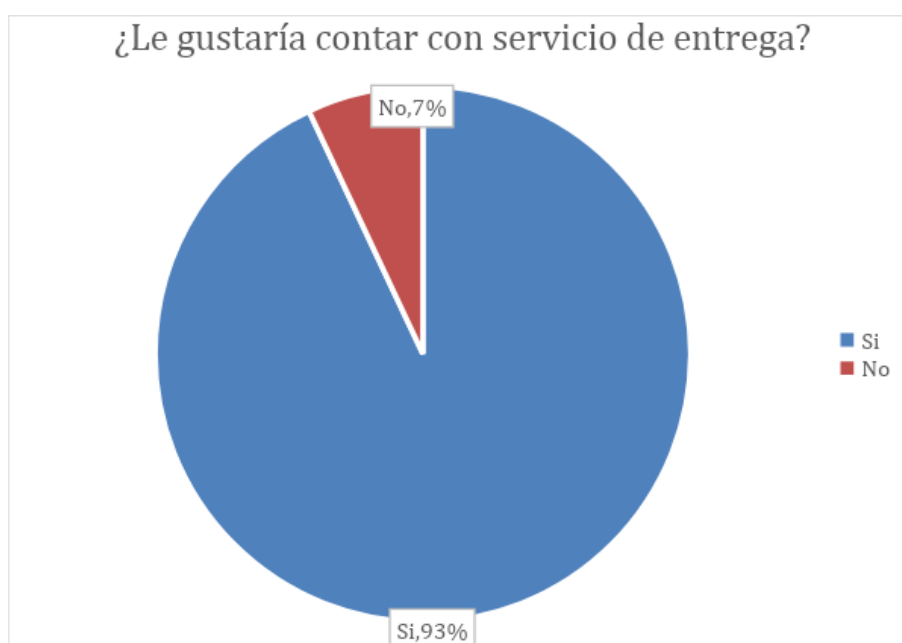


**Resultado:** Este resultado proporciona un dato importante para el proyecto, debido a que contamos con 53% de las encuestadas que recibieron por última vez promociones por WhatsApp.

**Tabla 16.**

Pregunta Nro. 13. ¿Le gustaría contar con servicio de entrega

ENCUESTA				
Categorías	F	a	F	
Si	16	60	1	3%
No	12	72	1	%
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>17</b>		<b>00%</b>

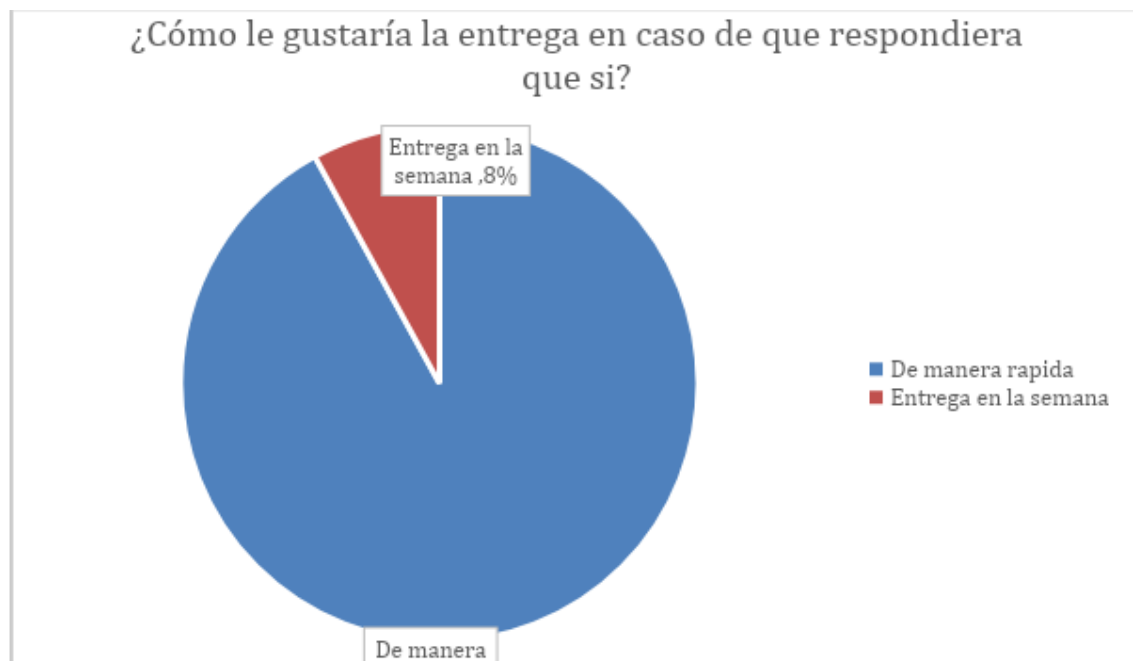


**Resultado:** De acuerdo al resultado, un alto porcentaje de los encuestados han manifestado que, si les gustara poseer de un servicio de entrega, lo que facilitaría a los posibles clientes no perder tiempo, mientras que la minoría opinaron que no.

**Tabla 17.**

Pregunta Nro. 14. ¿Cómo le gustaría la entrega en caso de que respondiera que sí?

ENCUESTA			
Categorías	F	Fa	%
De manera rápida	158	158	92%
Entrega en la semana	14	172	8%
<b>Total</b>	<b>172</b>		<b>100%</b>



**Resultado:** De acuerdo a los resultados obtenidos en cuanto a la entrega, la mayoría de los encuestados optaron que la entrega sea de manera rápida.

## **ESTUDIO TECNICO**

El estudio técnico presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, la determinación de la localización óptima de la planta, la ingeniería del proyecto y el análisis organizativo, administrativo y legal. Considera 4 elementos básicos: Localización, Tamaño, Ingeniería y Programación del Proyecto.

### **Localización.**

Análisis que determina el sitio de ubicación del proyecto, de modo que se asegure la mayor diferencia entre los beneficios y los costos privados o los costos.

### **Económicos.**

Los costos de transporte de insumos y productos tienen en esta parte una gran influencia ya que la pretensión es minimizar los costos de transporte, cumpliendo con los requisitos técnicos y sociales del proyecto, además de atender los aspectos de estímulos, incentivos, políticas, planes de desarrollo, condiciones generales de vida, clima, comparación. Topografía, facilidades de comunicación, etc., de las locaciones bajo comparación.

### **Tamaño o dimensión del proyecto.**

Se define en función de la capacidad de producción en un período determinado de tiempo. Es una decisión que debe tomarse básicamente como criterio económico con la debida consideración de las variables técnicas, sociales y financieras. Para ello se deben tener en cuenta factores tales como: el mercado tanto en cantidad, como en el dinamismo de la demanda, su dispersión geográfica, la tecnología, el costo de producción, la relación inversión - financiamiento, y otros factores como la localización, la mano de obra, grado de calificación de la misma, etc. El estudio debe señalar indivisibilidad en equipos o procesos, secuenciación de los procesos, limitaciones de insumos, posibilidades de financiación, etc.

### **Ingeniería del proyecto.**

Relaciona el componente tecnológico que se refiere al proceso de producción, por ende, es muy diverso en atención a las características de cada proyecto. El procedimiento técnico utilizado en el proyecto se delinea mediante una determinada función de producción que se elige por medio del análisis técnico - económico de las tecnologías utilizables y de los factores de producción disponibles. Como es un proceso de transformación, debe presentarse una descripción detallada de las fases necesarias para pasar de un estado inicial que se caracteriza por los insumos, a un estado final, caracterizado por los productos y subproductos. (Miguel Sosa Flores, 2007, pág. 30)

### **Inversiones y financiamiento**

Se detallan aquí todas las erogaciones a realizar que tienen características de inversión de capital y se clasifican en inversión fija, inversión diferida y capital de trabajo.

#### **Inversiones Fijas.**

Comprenden aquellos activos tangibles que son indispensables en el proceso productivo, son de relativa vida útil prolongada y no están sujetos a movimientos o transacciones corrientes por parte de la **Empresa o proyecto**. Se dividen en activos fijos no depreciables (los terrenos) y activos fijos depreciables (las maquinarias, las construcciones, muebles de trabajo, etc.); de los cuales se espera que generen rendimiento durante varios años.

#### **Inversiones Diferidas.**

Comprende aquellas erogaciones que se determinan en el período de instalación del proyecto (o sea, aquel período no productivo por aspectos de desarrollo y maduración del proyecto), mientras se realizan las inversiones fijas y que se recuperan a través del tiempo, durante la vida productiva o vida útil, estipulándose por convención y norma que se distribuyan en un período no mayor de 5 años. Este criterio se justifica desde el punto de vista técnico-económico en evaluación de proyectos, por el hecho de asumir que la inversión debe ser recuperable.

### **Capital de Trabajo o Capital de Operación**

Se refiere al capital circulante que requiere la Empresa para atender el proceso de producción, lo que permite darle actividad a las inversiones fijas ya mencionadas; generalmente son recursos de trabajo para cubrir necesidades operativas en el corto plazo, refiriéndose principalmente al período comprendido entre el inicio del proyecto y el momento en que se comienza a producir; incluye cuentas tales como efectivo en caja, en bancos, inventario de insumos y suministros, productos en bodega, cuentas a cobrar, etc. (Miguel Sosa Flores, 2007, pág. 31)

### **Objetivos del Estudio Técnico**

#### **Objetivo general**

- Identificar si existe condiciones técnicas para la apertura de una empresa que de dedique al comercio de venta de balanceado para peces en el Barrio Las Américas de la ciudad de Hernandarias

#### **Objetivos específicos**

- Estudiar la locación para la apertura del comercio.
- Determinar la estructura necesaria para la apertura del establecimiento.
- Planificar el requerimiento financiero para la creación de una empresa destinada a la comercialización de balanceados para peces

### **Justificación del estudio**

Con la presente investigación se pretende profundizar y determinar la factibilidad financiera del proyecto por la creación de una empresa comercializadora de balanceados para peces y de acuerdo a eso poder tomar decisiones para llegar a la meta de tener éxito en este nuevo proyecto llevado a cabo, por lo tanto, es importante las informaciones obtenidas de los estados



financieros las cuales deben ser evidentes y confiables para poder así ayudar a la empresa a ser líder en el mercado.

## Desarrollo Técnico

### Diseño del producto

Figura 1



- **WeaN PRIME:** WeaN PRIME es un producto micro extruido formulado, una mezcla de aditivos de acción múltiple que actúa de diferentes maneras sobre la fisiología del animal, mejorando el sistema inmunológico de alevines y juveniles. WeaN PRIME mejora el rendimiento del crecimiento de los peces y actúa directamente sobre la formación de músculo y el rendimiento del filete. Tiene presentación de 0.8, 1.3 y 1.8 milímetros.

Figura 2



- **Laguna Larva Iniciador:** Alimentación extruida y posteriormente molido, destinado a alimento para peces de todas especies en estado de post larva.

Figura 3



- **Laguna Crecimiento:** Alimento para peces omnívoros, cultivado en viveros, tanques de red y estanques. Disponible en presentación de 2,6, 2-3, 4 milímetros.

Figura 4



- **Laguna Engorda:** Alimento para peces omnívoros cultivados en viveros excavados, tanques de red y canalizaciones. Disponible en presentación de 6, 10 Y 14 milímetros.

### **Localización de la Empresa**

**Nombre:** Comercial Hei hei.

**Dirección:** Calle México & Jamaica.

**Barrio:** Las Américas.

**Propietaria:** Jessica Rocio Silva Britez

**Teléfono:** +595 973 766 809

**Correo:** Karen.britez@hotmail.com

**Ciudad:** Hernandarias

**Departamento:** Alto Paraná.

### **Imagen de la empresa**

**Figura 5**



## Diseño del local

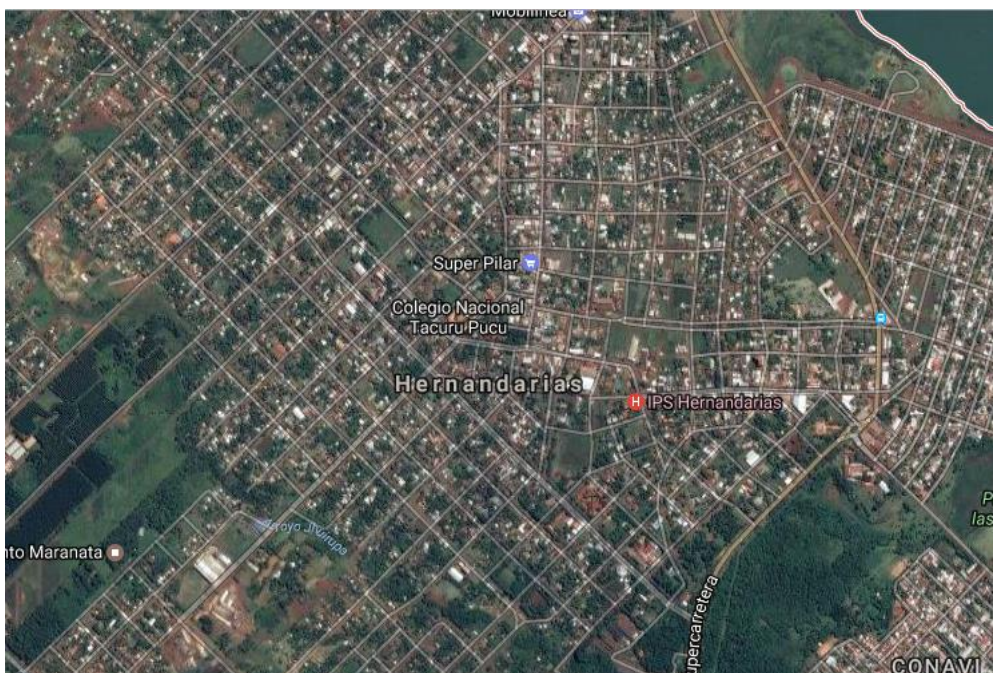
Figura 6



El Comercio obtendrá una infraestructura cómoda para la puesta en marcha de la empresa, confirmamos suministro de agua corriente y servicio de energía eléctrica, dos aires acondicionados y un extintor, medida de 40 metros cuadrados, divididos estratégicamente para la zona de recepción, oficina, sanitario, cocina.

## Macro localización.

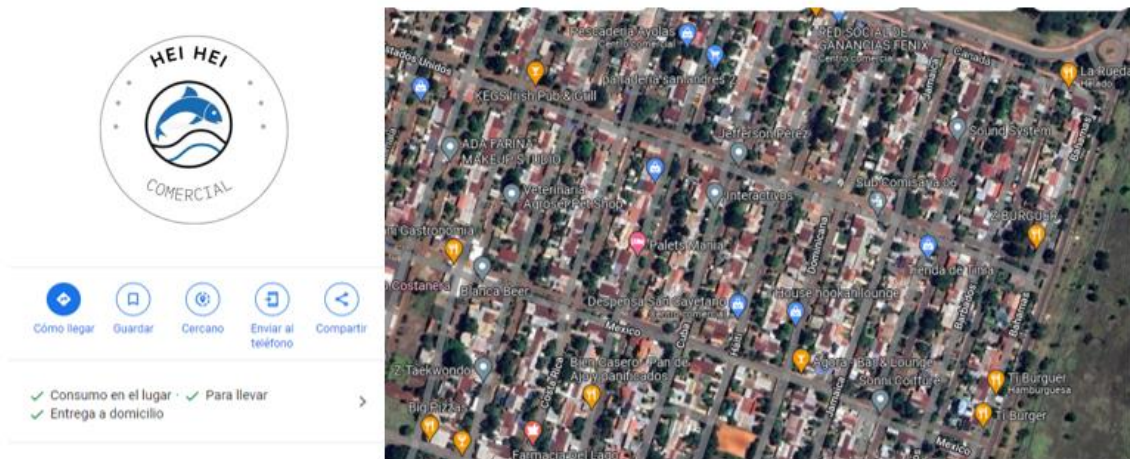
Figura 7



La empresa estará ubicada en el Barrio Las Américas de la ciudad de Hernandarias, Departamento de Alto Paraná, República del Paraguay

### Micro localización.

Figura 8



El local estará ubicado en la avenida México & Jamaica a 500 metros de la comisaría 5ta.

### Visión.

Ser una empresa líder en el mercado, con personal profesionalizado y un proceso organizativo fortalecido, cumpliendo con plena satisfacción del cliente y una política de responsabilidad, respeto y cumplimiento hacia los proveedores y empleados.

### Misión.

Nuestra misión empresarial es construir una relación de confianza con los clientes que requieran productos de calidad, a precios justos, con las mejores condiciones de pago y excelente servicio de atención por parte de empleados capacitados.

## **Materias primas e insumos**

### ***Costos Directos.***

Son aquellos costos que se emplean directamente en el proceso y pueden ser identificados claramente con determinado producto o servicio.

**Se componen de:** Materias primas, materiales y otros insumos necesarios para realizar la producción (incluye gastos por fletes, aranceles y seguros, así como de carga y descarga y transportación). (Sosa Flores, M. (II.) 2007, p,74)

### ***Costos Indirectos.***

Aquellos costos que se pueden asociar específicamente con determinado producto o servicio.

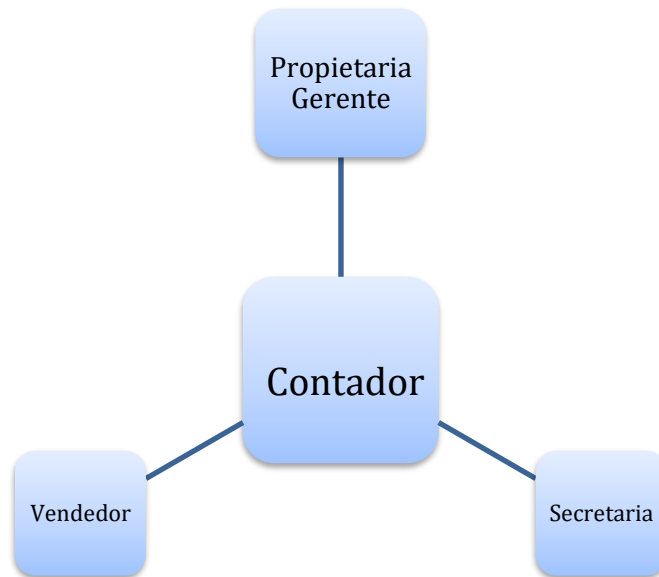
**Se componen de:** Gastos Comerciales o Costos de Venta y Distribución: Incluye gastos de materiales, almacenamiento, transportación, facturación y venta, así como promoción, publicidad y comisiones) necesarios para el despacho, entrega y cobro de las mercancías. (Sosa Flores, M. (II.) 2007, p,75)

## **Recursos Humanos**

Al respecto, Fernández Sánchez (2013), expresa que El departamento de recursos humanos de cualquier empresa debe intentar anticiparse a las situaciones y ser el primero en plantear acciones que permitan responder a las amenazas y aprovechar las oportunidades antes que sus competidores, esto es, el departamento de recursos humanos debe ser proactivo. (Sosa Flores, M. (II.) 2007, p,39)

**Organigrama del comercio**

**Figura 9**



**Perfil de los cargos.****Gerente / Administrador.****Tabla 18**

<b>NOMBRE DEL CARGO: GERENTE GENERAL</b>	
<b>PROPÓSITO DEL CARGO: PROGRAMAR, DIRIGIR Y CONTROLAR QUE LOS SERVICIOS OPERACIONALES QUE BRINDA LA EMPRESA</b>	
<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</b>	
<b>FUNCIONES</b>	<b>TAREAS</b>
Buscar y concretar oportunidades de negocios.	Prospectar y contactar potenciales clientes para ofrecer los servicios de la empresa - Negociar, en coordinación con Gerencia General y dentro de los lineamientos presupuestados, precios y condiciones de los servicios, con los clientes. - Elaborar contratos u otras formalidades, con los clientes, atinentes a los servicios ofrecidos y acordados.
Planificar y organizar las actividades operativas.	Analizar y determinar los recursos físicos y humanos del área de operaciones necesarias para cumplir los objetivos y metas definidos por las instancias superiores. - Determinar costos de operación y proponer tarifas de servicios. - Elaborar y someter a consideración de la dirección general, el presupuesto anual del área
Controlar que las labores operativas se desarrollen con normalidad, oportunidad y acordes a lo previsto.	Elaborar informes de D estándares e indicadores de área de operaciones. - Efectuar análisis de ingresos y costos para cumplir los presupuestos o detectar desviaciones. - Autorizar compras de bienes o servicios requeridos por el acuerdo a las políticas existentes al respecto. - Revisar liquidaciones de cobro a clientes - Controlar las existencias en stock. - Proveer de información de ingresos y costos de operaciones así como de cualquier otra que la gerencia General e instancias superiores requieran



**Contador****Tabla 19**

	<b>NOMBRE DEL CARGO: CONTADOR</b>
	<b>PROPÓSITO DEL CARGO: ES LA PERSONA ENCARGADA DE REGISTRAR Y DE DAR EL TRATAMIENTO NECESARIO A LA INFORMACIÓN CONTABLE, PARA SER POSTERIORMENTE REVISADA Y POR EL CONTADOR</b>
	<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</b>
	FUNCIONES
	<p>Revisar, organizar y clasificar la documentación recibida en el área Contable.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar y contabilizar comprobantes de egreso registro de notas de contabilidad y análisis y conciliación de cuentas. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Liquidar la nómina mensualmente.</li> </ul> </li> <li>- Las demás que le sean asignadas según la naturaleza de su cargo, por su jefe inmediato.</li> </ul>

**Secretaria****Tabla 20**

	<b>NOMBRE DEL CARGO: VENDEDORA</b>
	<b>PROPÓSITO DEL CARGO: MANTENER UN BUEN CUIDADO Y ORGANIZADO DEL LOCAL.</b>
	<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</b>
	FUNCIONES
	<p>Atención al cliente. -Cobranza y facturación. - Capacidad para prever nuevas situaciones y tomar decisiones oportunas. -Manejo de relaciones públicas. - Mantener, conservar y administrar el equipamiento de la oficina.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mantener la higiene y limpieza del local. Reportar inconvenientes a los superiores.</li> </ul>

**Vendedor**

**Tabla 21**

<b>NOMBRE DEL CARGO: VENDEDORA</b>
<b>PROPÓSITO DEL CARGO: COORDINAR, DIRIGIR, Y ATENDER A LOS FUTUROS CLIENTES, SERVIR DE ENLACE CON LAS DEMÁS DEPENDENCIAS DE LA INSTITUCIÓN.</b>
<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</b>
<b>FUNCIONES</b>
<p>Conocimiento de las disposiciones legales vigentes - Manejo de protocolo - Atención cálida y oportuna. -Discreción y prudencia en el manejo de las informaciones. - Buen manejo de las relaciones interpersonales - Actitud proactiva y dinamismo para gestionar su trabajo. - Organizar el área de servicio garantizando la seguridad. – Realizar la entrega de los productos.</p>

**Proceso de compras**

**Figura 10**



**OBRAS FISICAS NECESARIAS****Equipamientos Necesarios****Tabla 22**

Nº	Detalle	Cantidad
1	BIENES MUEBLES	
	Escritorio	1
	Estantería de Metal de 4 pisos	2
	Caja registradora	1
	Sillas giratoria escritorio	4
	Armario para documentos	1
	Butaca	2
	Mostrador Recepcionista	1
	Sofá de dos lugares	1
	Mesita de luz	1
	Mesa balcón para cocina	1
	Horno	1
	Heladera	1
2	EQUIPOS DE INFORMATICA	
	Notebook marca hacer	2
	Impresora HP	1

**Conclusión del Estudio Técnico**

Luego de realizar el estudio técnico para la creación de una empresa que se dedique a la comercialización de balanceado para peces, se concluye que la empresa contara con personal capacitado para la buena atención sumado a una infraestructura buena para la comodidad de los futuros clientes. Estará dirigida por el gerente, así como por todos sus colaboradores que tienen experiencia en el área, para así tener comunicación y coordinación entre plantel de trabajo.

La empresa cuenta con una buena localización para el desarrollo de sus funciones en el Barrio las Américas, calle México con Jamaica.

## **ESTUDIO FINANCIERO**

El estudio financiero es una de las partes del proyecto que son esenciales, ya que facilita información sobre situación económica y financiera de la empresa, orientando los alcances de las inversiones que posee y dando paso a las decisiones necesarias para el área de personales, compras, ventas y gastos, mostrando así el alcance que tendrá la empresa de Comercialización de balanceados para peces en la Ciudad de Hernandarias.

El estudio financiero es el proceso a través del que se analiza la factibilidad de un proyecto. Tomando como base los recursos económicos disponibles y el coste total del proceso de producción.

Su finalidad es ver si el proyecto que es factible en términos de rentabilidad económica.

La importancia de este estudio nace a través de conocer la solvencia financiera que tendrá el proyecto, la cual dará incentivo de crecimiento e inversiones de riesgo a la empresa contando con conocimientos futuros del funcionamiento financiero que ha de planificar la empresa.

El estudio financiero es, la última etapa del análisis de factibilidad financiera de un proyecto, es el estudio financiero para determinar su rentabilidad.

### **Objetivo general**

Identificar la inversión inicial requerida para llevar a cabo la apertura de una empresa de comercialización de Balanceado para peces en el barrio Las Américas de la ciudad de Hernandarias

### **Objetivos específicos**

- Determinar la inversión requerida para la creación de una empresa destinada a la comercialización de Balanceado para peces en la ciudad de Hernandarias.
- Establecer el presupuesto anual del personal para la creación de una empresa sobre comercialización de Balanceado para peces en la ciudad de Hernandarias.

- Evaluar el resultado que presentan los análisis de los estados financieros según las ratios aplicados para la habitación de una empresa dedicada a la comercialización de Balanceados para peces.

### Justificación del estudio

Este estudio es muy necesario puesto que da la pauta del conocimiento en cuanto a los recursos que serán utilizados para la habitación de una empresa, revela los detalles de sus necesidades en términos financieros, si no llega a realizar sería imposible conocer cuánto dinero sería necesario para llevarla a cabo y por lo tanto dar inicio al comercio.

### Desarrollo del Estudio financieros

#### Resultado del Estudio Financiero

**Tabla N° 23 – Gasto de Apertura**

<b>Gasto de Apertura</b>	
Matricula de comerciante	400.000
Inscripciones del RUC	400.000
Gastos de inscripción IPS	400.000
Gastos de inscripción MTESS	400.000
Honorarios	400.000
<b>TOTAL</b>	<b>2.000.000</b>

<b>Gasto de Apertura</b>	
Capital Operativo/caja/caja chica/fondo fijo	5.000.000
Banco Cta. Cte.	500.000
Mercaderías	1.500.000
Garantía de alquiler	1.000.000
<b>TOTAL</b>	<b>8.000.000</b>

El gasto para la apertura del local de Ventas de Balanceado para peces es de G. 2.000.000 y G. 8.000.000.

**Tabla 24. Planilla de Activos.**

Detalles de inversión inicial							
No.	DETALLE	CANT.	PRECIO UNITARIO	TOTAL	GRAVADA	IVA 10%	Vida Útil
<b>1</b>	<b>Muebles y equipos</b>			<b>4.200.000</b>	<b>3.818.182</b>	<b>381.818</b>	<b>5</b>
	Escritorio	1	400.000	400.000	363.636	36.364	
	Silla giratoria	4	200.000	800.000	727.273	72.727	
	Caja Registradora	1	150.000	150.000	136.364	13.636	
	Armario para documentos	2	400.000	800.000	727.273	72.727	
	Mostrador Recepcionista	1	200.000	200.000	181.818	18.182	
	Butaca	2	50.000	100.000	90.909	9.091	
	Sofa de dos lugares	1	900.000	900.000	818.182	81.818	
	Estanteria de Metal de 4 pisos (Racks dinámico)	2	350.000	700.000	636.364	63.636	
	Mesa balcon para cocina	1	150.000	150.000	136.364	13.636	
	Heladera marca Speed	1	1.100.000	1.100.000	1.000.000	100.000	
	Homo Microondas	1	400.000	400.000	363.636	36.364	
	Mesita de Luz	1	100.000	100.000	90.909	9.091	
<b>2</b>	<b>Equipos de informática</b>			<b>6.500.000</b>	<b>5.909.091</b>	<b>590.909</b>	<b>2</b>
	Noteboock hacer	2	2.500.000	5.000.000	4.545.455	454.545	
	Impresora HP multifuncional laser	1	1.500.000	1.500.000	1.363.636	136.364	
		0	-	-	-	-	
				-	-	-	
				-	-	-	
				-	-	-	
<b>5</b>	<b>Rodados</b>			<b>40.000.000</b>	<b>36.363.636</b>	<b>3.636.364</b>	<b>5</b>
<b>6</b>	<b>Fiat Strada adventure 2016</b>	<b>1</b>	<b>40.000.000</b>	<b>40.000.000</b>	<b>36.363.636</b>	<b>3.636.364</b>	<b>4</b>
	<b>TOTAL INVERSION</b>			<b>50.700.000</b>	<b>46.090.909</b>	<b>4.609.091</b>	

En la planilla de activos se visualizan que suman en total G. 50.700.000 para el primer año de funcionamiento.

**Tabla 25. Planilla de Inversión Inicial.**

<b>Inversión Inicial</b>			
<b>Detalles de las cuentas</b>	<b>Importe Gs</b>	<b>GRAVADA</b>	<b>IVA</b>
Capital Operativo/caja/caja chica/fondo fijo	30.000.000	-	-
Banco Cta. Cte.	120.000.000	-	-
Muebles y equipos	4.200.000	3.818.182	381.818
Equipos de informática	6.500.000	5.909.091	590.909
Herramientas y Enseres	-	-	-
Inmueble o Inversión de predio ajeno	-	-	-
Rodados	40.000.000	36.363.636	3.636.364
Maquinarias	-	-	-
Mercaderías	5.000.000	4.545.455	454.545
Garantía de alquiler	1.000.000	909.091	90.909
Gastos de Apertura	2.500.000	-	-
	-	-	-
<b>Total</b>	<b>209.200.000</b>		

En la planilla se observa el total de la inversión necesaria de G. 209.200.000, que serán financiados con aporte propio de los socios.

**Tabla 26. Planilla de Presupuesto del Personal.**

<b>Sueldo</b>							
<b>Cargo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unitario</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Vendedor	1	2.289.324	27.471.888	28.845.482	30.287.757	31.802.144	33.392.252
Secretaria	1	2.289.324	27.471.888	28.845.482	30.287.757	31.802.144	33.392.252
			-	-	-	-	-
			-	-	-	-	-
<b>Sub-Total Sueldos</b>		<b>4.578.648</b>	<b>54.943.776</b>	<b>57.690.965</b>	<b>60.575.513</b>	<b>63.604.289</b>	<b>66.784.503</b>
<b>% IPS Patronal</b>		755.477	9.065.723	9.519.009	9.994.960	10.494.708	11.019.443
<b>Aguinaldo</b>			<b>4.578.648</b>	<b>4.807.580</b>	<b>5.047.959</b>	<b>5.300.357</b>	<b>5.565.375</b>
<b>TOTAL SUELDOS</b>			<b>68.588.147</b>	<b>72.017.554</b>	<b>75.618.432</b>	<b>79.399.354</b>	<b>83.369.321</b>

El presupuesto del personal mensual es de G. 4.578.648.

**Tabla 27. Planilla de Presupuesto Honorarios profesionales.**

<b>Honorarios Profesionales/Gerente y Contador</b>							
<b>Cargo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unitario Mensual</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Gerente/Propietario	1	2.500.000	30.000.000	31.500.000	33.075.000	34.728.750	36.465.188
Contador	1	300.000	3.600.000	3.780.000	3.969.000	4.167.450	4.375.823
			-	-	-	-	-
		<b>2.800.000</b>	<b>33.600.000</b>	<b>35.280.000</b>	<b>37.044.000</b>	<b>38.896.200</b>	<b>40.841.010</b>

El presupuesto en honorarios mensual suma G. 2.800.000

**Tabla 28. Presupuesto Projectado de Personal.**

<b>RESUMEN</b>						
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>MESUAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
FUNCIONARIOS	4.578.648	54.943.776	57.690.965	60.575.513	63.604.289	66.784.503
IPS	755.477	9.065.723	9.519.009	9.994.960	10.494.708	11.019.443
AGUINALDO	-	4.578.648	4.807.580	5.047.959	5.300.357	5.565.375
Gerente/Propietario	2.800.000	33.600.000	35.280.000	37.044.000	38.896.200	40.841.010
<b>TOTAL</b>	<b>8.134.125</b>	<b>102.188.147</b>	<b>107.297.554</b>	<b>112.662.432</b>	<b>118.295.554</b>	<b>124.210.331</b>

En la planilla se visualiza el presupuesto proyectado de las personas del centro estético y de belleza sumando de forma mensual G. 8.134.125

**Tabla 29. Presupuesto proyectado de Honorarios Profesionales.**

<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>33.600.000</b>	<b>35.280.000</b>	<b>37.044.000</b>	<b>38.896.200</b>	<b>40.841.010</b>

El honorario proyectado para los 5 años de funcionamiento en el primer año suma G. 33.600.000.



**Tabla 30. Planilla de Distribución Operativo.**

<b>Gastos Fijos</b>	
Sueldo	54.943.776
Alquiler	1.800.000
IPS	9.065.723
Comunicaciones e Internet	1.200.000
Publicidad	1.200.000
Patente e impuestos	400.000
Depreciación	9.164.545
Honorarios	33.600.000
<b>TOTAL</b>	<b>111.374.044</b>

<b>Gastos Variables</b>	
Combustible	2.400.000
Útiles de oficina	1.200.000
Flete	2.400.000
Gastos Bancarios	600.000
Energía Eléctrica	2.400.000
<b>TOTAL</b>	<b>9.000.000</b>

El capital operativo requerido para el funcionamiento durante un año, el primer año sería: es de G. 9.000.000

## Presupuestos de gastos de funcionamiento

Tabla 31. Presupuesto anual de funcionamiento.

GASTOS DE FUNCIONAMIENTO						
	% Inflacion Anual					
	5.00 %					
DESCRIPCION	TOTAL MENSUAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Energia Eléctrica	200.000	2.400.000	2.520.000	2.646.000	2.778.300	2.917.215
Comunicaciones e Internet	100.000	1.200.000	1.260.000	1.323.000	1.389.150	1.458.608
Agua Corriente	-	-	-	-	-	-
Utiles de oficina	100.000	1.200.000	1.260.000	1.323.000	1.389.150	1.458.608
Flete	200.000	2.400.000	2.520.000	2.646.000	2.778.300	2.917.215
Publicidad	100.000	1.200.000	1.260.000	1.323.000	1.389.150	1.458.608
Patente e impuestos	400.000	400.000	420.000	441.000	463.050	486.203
Alquiler de local	1.500.000	18.000.000	18.900.000	19.845.000	20.837.250	21.879.113
Empresa de limpieza	-	-	-	-	-	-
Gastos Bancarios	50.000	600.000	630.000	661.500	694.575	729.304
Combustible	200.000	2.400.000	2.520.000	2.646.000	2.778.300	2.917.215
Hosting	-	-	-	-	-	-
Insumos Materia Prima	-	-	-	-	-	-
Servicios Externos( Contador)	180.000	2.160.000	2.268.000	2.381.400	2.500.470	2.625.494
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>3.030.000</b>	<b>31.960.000</b>	<b>33.558.000</b>	<b>35.235.900</b>	<b>36.997.695</b>	<b>38.847.580</b>

Los gastos sufren un incremento de 5% anual para los siguientes periodos, resultado del promedio del índice inflacionario. Sumando para el primer año G. 31.960.000.

Tabla 32. Presupuesto de compras.

ESTIMATIVO DE COMPRAS									
DESCRIPCION DE MERCADERIAS	CANTIDAD	PRECIO	PRECIO	TOTAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
WeaN PRIME 0.8 mm	70	150.000	214.286	10.500.000	126.000.000	132.300.000	138.915.000	145.860.750	153.153.788
WeaN PRIME 1.3 mm	55	135.000	192.857	7.425.000	89.100.000	93.555.000	98.232.750	103.144.388	108.301.607
WeaN PRIME 1.8 mm	68	145.000	207.143	9.860.000	118.320.000	124.236.000	130.447.800	136.970.190	143.818.700
Laguna Larva Iniciador polvo	70	109.000	155.714	7.630.000	91.560.000	96.138.000	100.944.900	105.992.145	111.291.752
Laguna Crecimiento 2-3 mm	50	80.000	114.286	4.000.000	48.000.000	50.400.000	52.920.000	55.566.000	58.344.300
Laguna Crecimiento 4 mm	40	80.000	114.286	3.200.000	38.400.000	40.320.000	42.336.000	44.452.800	46.675.440
Laguna Engorde 6 mm	80	80.000	114.286	6.400.000	76.800.000	80.640.000	84.672.000	88.905.600	93.350.880
Laguna Engorde 10 mm	70	80.000	114.286	5.600.000	67.200.000	70.560.000	74.088.000	77.792.400	81.682.020
<b>TOTAL</b>			<b>1.227.143</b>	<b>54.615.000</b>	<b>655.380.000</b>	<b>688.149.000</b>	<b>722.556.450</b>	<b>758.684.273</b>	<b>796.618.486</b>

Tabla 33. Presupuesto de Compras – Anual

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
655.380.000	688.149.000	722.556.450	758.684.273	796.618.486

Tabla 34. Presupuesto de ingresos mensuales

ESTIMATIVO DE VENTAS						
DESCRIPCIÓN	INVENTARIO	CANTIDAD	COSTO DE VENTA	INVENTARIO FINAL	Precio Unitario	TOTAL MENSUAL
WeaN PRME 0.8 mm	0	70	10.500.000	126.000.000	200.000	14.000.000
WeaN PRME 1.3 mm	0	55	7.425.000	89.100.000	180.000	9.900.000
WeaN PRME 1.8 mm	0	68	9.860.000	118.320.000	175.000	11.900.000
Laguna Larva Iniciador polvo	0	70	7.630.000	91.560.000	170.000	11.900.000
Laguna Crecimiento 2-3 mm	0	50	4.000.000	48.000.000	80.000	4.000.000
Laguna Crecimiento 4 mm	0	40	3.200.000	38.400.000	80.000	3.200.000
Laguna Engorde 6 mm	0	80	6.400.000	76.800.000	80.000	6.400.000
Laguna Engorde 10 mm	5	65	5.200.000	62.400.000	80.000	5.200.000
<b>TOTAL</b>	0	353	<b>54.215.000</b>	<b>650.580.000</b>	<b>1.045.000</b>	<b>66.500.000</b>

Tabla 35. Presupuesto de ingresos anual

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
168.000.000	176.400.000	185.220.000	194.481.000	204.205.050
118.800.000	124.740.000	130.977.000	137.525.850	144.402.143
142.800.000	149.940.000	157.437.000	165.308.850	173.574.293
142.800.000	149.940.000	157.437.000	165.308.850	173.574.293
48.000.000	50.400.000	52.920.000	55.566.000	58.344.300
38.400.000	40.320.000	42.336.000	44.452.800	46.675.440
76.800.000	80.640.000	84.672.000	88.905.600	93.350.880
62.400.000	65.520.000	68.796.000	72.235.800	75.847.590
<b>798.000.000</b>	<b>837.900.000</b>	<b>879.795.000</b>	<b>923.784.750</b>	<b>969.973.988</b>

La venta estimativa para el año sería de 353 productos, estimamos ventas de todos nuestros productos por el valor de G. 798.000.000. De acuerdo al informe inflacionario, y el historial de la misma reflejada en el apartado de **Aspectos generales de la situación económica**, se pudo determinar que el promedio de aumento de los bienes y servicios es

aproximadamente de 5%. Por lo tanto, para la realización del presente trabajo se aplicará un incremento 5% a partir del segundo año.

**Tabla 36. Planilla Flujo de caja proyectado.**

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
MOTIVO	INICIO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ingresos</b>						
Efectivo Inicial		30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000
Banco Cta Cte		120.000.000	131.799.408	123.471.770	123.955.594	124.354.612
Ingreso por ventas		798.000.000	837.900.000	879.795.000	923.784.750	969.973.988
<b>Total Ingresos</b>		<b>948.000.000</b>	<b>999.699.408</b>	<b>1.033.266.770</b>	<b>1.077.740.344</b>	<b>1.124.328.600</b>
<b>Egresos</b>						
Compra de mercaderias		655.380.000	688.149.000	722.556.450	758.684.273	796.618.486
Anticipo IRE SIMPLE		-	9.774.731	10.536.911	11.254.976	12.001.525
Impuesto a la renta		-	9.774.731	762.180	718.065	746.548
Sueldos pagados		49.998.836	52.498.778	55.123.717	57.879.903	60.773.898
Pagos IPS		12.843.108	14.652.818	15.385.459	16.154.732	16.962.469
Aguinaldo		4.578.648	4.807.580	5.047.959	5.300.357	5.565.375
Honorarios profesionales		33.600.000	35.280.000	37.044.000	38.896.200	40.841.010
Energía Eléctrica		2.400.000	2.520.000	2.646.000	2.778.300	2.917.215
Comunicaciones e Internet		1.200.000	1.260.000	1.323.000	1.389.150	1.458.608
Agua Corriente		-	-	-	-	-
Utiles de oficina		1.200.000	1.260.000	1.323.000	1.389.150	1.458.608
Flete		2.400.000	2.520.000	2.646.000	2.778.300	2.917.215
Publicidad		1.200.000	1.260.000	1.323.000	1.389.150	1.458.608
Patente e impuestos		400.000	420.000	441.000	463.050	486.203
Alquiler de local		18.000.000	18.900.000	19.845.000	20.837.250	21.879.113
Empresa de limpieza		-	-	-	-	-
Gastos Bancarios		600.000	630.000	661.500	694.575	729.304
Combustible		2.400.000	2.520.000	2.646.000	2.778.300	2.917.215
Hosting		-	-	-	-	-
Inversión Total	209.200.000	-	-	-	-	-
Inversión	176.700.000					
Estudio de factibilidad	2.500.000					
Capital operativo	30.000.000					
<b>Total egresos</b>	<b>209.200.000</b>	<b>786.200.592</b>	<b>846.227.638</b>	<b>879.311.177</b>	<b>923.385.731</b>	<b>969.731.397</b>
<b>Saldos</b>						
<b>FLUJO NETO</b>	<b>-209.200.000</b>	<b>161.799.408</b>	<b>153.471.770</b>	<b>153.955.594</b>	<b>154.354.612</b>	<b>154.597.203</b>
<b>SALDO DE DISPONIBILIDAD BANCO</b>		<b>131.799.408</b>	<b>123.471.770</b>	<b>123.955.594</b>	<b>124.354.612</b>	<b>124.597.203</b>

El flujo de caja es el registro de todos los ingresos y egresos a la caja.

Dicho flujo se puede proyectar para efectos de la evaluación de la viabilidad de un proyecto. En este caso se visualiza un total de ingresos de G. 948.000.000 para el año 1.

## Balance general proyectado

Tabla 37. Planilla Balance General Proyectado.

BALANCE PROYECTADO						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>ACTIVO</b>						
<b>Activo Corriente</b>						
Fondo Fijo	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000
Banco Cta Cte	120.000.000	131.799.408	123.471.770	123.955.594	124.354.612	124.597.203
Garantía de alquiler	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
Mercaderías	5.000.000	101.780.000	203.399.000	310.098.950	422.133.898	539.770.592
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>156.000.000</b>	<b>264.579.408</b>	<b>357.870.770</b>	<b>465.054.544</b>	<b>577.488.510</b>	<b>695.367.795</b>
<b>Activo no corriente</b>						
Estudio de Prefactibilidad	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000
(-) amortización estudio de prefactibilidad		-500.000	-1.000.000	-1.500.000	-2.000.000	-2.500.000
<b>Activo fijo</b>						
Muebles y equipos	4.200.000	4.200.000	4.200.000	4.200.000	4.200.000	4.200.000
Equipos de informática	6.500.000	6.500.000	6.500.000	6.500.000	6.500.000	6.500.000
Herramientas y Enseres	-	-	-	-	-	-
Inmueble o Inversión de predio ajeno	-	-	-	-	-	-
Maquinarias	-	-	-	-	-	-
Rodados	40.000.000	40.000.000	40.000.000	40.000.000	40.000.000	40.000.000
<b>Total Activo Fijo</b>	<b>50.700.000</b>	<b>50.700.000</b>	<b>50.700.000</b>	<b>50.700.000</b>	<b>50.700.000</b>	<b>50.700.000</b>
(+) Revaluó de bienes	-	-	-	-	-	-
(-) Deprec. Acumuladas	-	-9.164.545	-16.077.882	-21.449.688	-25.277.088	-28.484.525
<b>Total Activo no corriente</b>	<b>53.200.000</b>	<b>43.535.455</b>	<b>36.122.118</b>	<b>30.250.312</b>	<b>25.922.912</b>	<b>22.215.475</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>209.200.000</b>	<b>308.114.863</b>	<b>393.992.888</b>	<b>495.304.855</b>	<b>603.411.422</b>	<b>717.583.270</b>
<b>PASIVO</b>						
<b>Pasivo corriente</b>						
IPS a pagar	-	1.167.555	1.225.933	1.287.230	1.351.591	1.419.171
Impuesto a pagar	-	9.774.731	762.180	718.065	746.548	683.710
<b>Total pasivo corriente</b>	<b>-</b>	<b>10.942.286</b>	<b>1.988.113</b>	<b>2.005.295</b>	<b>2.098.140</b>	<b>2.102.880</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>-</b>	<b>10.942.286</b>	<b>1.988.113</b>	<b>2.005.295</b>	<b>2.098.140</b>	<b>2.102.880</b>
<b>PATRIMONIO NETO</b>						
Capital	209.200.000	209.200.000	209.200.000	209.200.000	209.200.000	209.200.000
Reserva de revaluó	-	-	-	-	-	-
Resultados acumulados	-	87.972.577	182.804.775	284.099.561	392.113.282	506.280.390
<b>TOTAL PATRIMONIO NETO</b>	<b>209.200.000</b>	<b>297.172.577</b>	<b>392.004.775</b>	<b>493.299.561</b>	<b>601.313.282</b>	<b>715.480.390</b>
<b>PASIVO Y PATRIMONIO NETO</b>	<b>209.200.000</b>	<b>308.114.863</b>	<b>393.992.888</b>	<b>495.304.855</b>	<b>603.411.422</b>	<b>717.583.270</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PAT NETO</b>	<b>209.200.000</b>	<b>308.114.863</b>	<b>393.992.888</b>	<b>495.304.855</b>	<b>603.411.422</b>	<b>717.583.270</b>
<b>DIFERENCIAS</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

En el balance general se observa la composición del activo, pasivo y patrimonio neto.

**Estado de Resultado Projectado****Tabla 38. Planilla Estado de Resultado Projectado.**

Estado de resultados proyectados					
MOTIVO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ingresos</b>					
Ventas	798.000.000	837.900.000	879.795.000	923.784.750	969.973.988
Costo de ventas	558.600.000	586.530.000	615.856.500	646.649.325	678.981.791
<b>Utilidad Bruta (ventas)</b>	<b>239.400.000</b>	<b>251.370.000</b>	<b>263.938.500</b>	<b>277.135.425</b>	<b>290.992.196</b>
<b>Egresos</b>					
Sueldos	54.943.776	57.690.965	60.575.513	63.604.289	66.784.503
Cargas Sociales Patronal	9.065.723	9.519.009	9.994.960	10.494.708	11.019.443
Aguinaldo	4.578.648	4.807.580	5.047.959	5.300.357	5.565.375
Energía Eléctrica	2.400.000	2.520.000	2.646.000	2.778.300	2.917.215
Comunicaciones e Internet	1.200.000	1.260.000	1.323.000	1.389.150	1.458.608
Agua Corriente	-	-	-	-	-
Utiles de oficina	1.200.000	1.260.000	1.323.000	1.389.150	1.458.608
Flete	2.400.000	2.520.000	2.646.000	2.778.300	2.917.215
Publicidad	1.200.000	1.260.000	1.323.000	1.389.150	1.458.608
Patente e impuestos	400.000	420.000	441.000	463.050	486.203
Alquiler de local	18.000.000	18.900.000	19.845.000	20.837.250	21.879.113
Empresa de limpieza	-	-	-	-	-
Gastos Bancarios	600.000	630.000	661.500	694.575	729.304
Combustible	2.400.000	2.520.000	2.646.000	2.778.300	2.917.215
Hosting	-	-	-	-	-
Honorarios profesionales	33.600.000	35.280.000	37.044.000	38.896.200	40.841.010
Depreciacion de activo fijo	9.164.545	6.913.336	5.371.806	3.827.400	3.207.437
Amortizacion de estudio de prefactibilidad	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000
<b>Total de gastos</b>	<b>141.652.692</b>	<b>146.000.891</b>	<b>151.388.738</b>	<b>157.120.179</b>	<b>164.139.855</b>
<b>Utilidad</b>					
Ganancias ( o Perdidas) Antes del Impuesto	97.747.308	105.369.109	112.549.762	120.015.246	126.852.342
Impuesto a la Renta	9.774.731	10.536.911	11.254.976	12.001.525	12.685.234
<b>Utilidad Neta del Ejercicio</b>	<b>87.972.577</b>	<b>94.832.198</b>	<b>101.294.785</b>	<b>108.013.722</b>	<b>114.167.107</b>

En el estado se puede observar las pérdidas y ganancias. En cada ejercicio se hallan resultados positivos.

## Revaluó y Depreciación Anual de Bienes

Tabla 39. Planilla Revaluó y Depreciación Anual de Bienes.

Año 1	Fecha de adquisición	V.U	V.U.R	VALOR RESIDUAL	V.N.I FISCAL	V.N.I CONTABLE	VR FISCAL
1 Muebles y equipos	2022	5	5	10 %	3.818.182	3.818.182	381.818
2 Equipos de informática	2022	2	2	10 %	5.909.091	5.909.091	590.909
3 Herramientas y Enseres	2022	10	10		-	-	-
4 Inmueble o Inversión de predio ajeno	2022	10	10		-	-	-
5 Rodados	2022	5	5	20 %	36.363.636	36.363.636	7.272.727
6 Maquinarias	2022	4	4		-	-	-
					<b>46.090.909</b>	<b>46.090.909</b>	<b>8.245.455</b>

REVAL.FISCAL	REVAL.CONTABLE	deprec.fiscal	deprec.contable	V.N.F FISCAL	V.N.F CONTABLE
3.436.364	3.436.364	687.273	687.273	3.130.909	3.130.909
5.318.182	5.318.182	2.659.091	2.659.091	3.250.000	3.250.000
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
29.090.909	29.090.909	5.818.182	5.818.182	30.545.455	30.545.455
-	-	-	-	-	-
<b>37.845.455</b>	<b>37.845.455</b>	<b>9.164.545</b>	<b>9.164.545</b>	<b>36.926.364</b>	<b>36.926.364</b>

Año 2	Fecha de adquisición	V.U	V.U.R	VALOR RESIDUAL	V.N.I FISCAL	V.N.I CONTABLE	VR FISCAL
1 Muebles y equipos	2022	5	4	10 %	3.130.909	3.130.909	313.091
2 Equipos de informática	2022	2	1	10 %	3.250.000	3.250.000	325.000
3 Herramientas y Enseres	2022	10	9		-	-	-
4 Inmueble o Inversión de predio ajeno	2022	10	9		-	-	-
5 Rodados	2022	5	4	20 %	30.545.455	30.545.455	6.109.091
6 Maquinarias	2022	4	3		-	-	-
					<b>36.926.364</b>	<b>36.926.364</b>	<b>6.747.182</b>

REVAL.FISCAL	REVAL.CONTABLE	deprec.fiscal	deprec.contable	Valor fiscal neto al cierre	V.N.F CONTABLE
2.817.818	2.817.818	563.564	563.564	2.567.345	2.567.345
2.925.000	2.925.000	1.462.500	1.462.500	1.787.500	1.787.500
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
24.436.364	24.436.364	4.887.273	4.887.273	25.658.182	25.658.182
-	-	-	-	-	-
<b>30.179.182</b>	<b>30.179.182</b>	<b>6.913.336</b>	<b>6.913.336</b>	<b>30.013.027</b>	<b>30.013.027</b>

	Año 3	Fecha de	V.U	V.U.R	VALOR	V.N.I	V.N.I	VR FISCAL
1	Muebles y equipos	2022	5	3	10 %	2.567.345	2.567.345	256.735
2	Equipos de informática	2022	2	-	10 %	1.787.500	1.787.500	178.750
3	Herramientas y Enseres	2022	10	8		-	-	-
4	Inmueble o Inversión de predio ajeno	2022	10	8		-	-	-
5	Rodados	2022	5	3	20 %	25.658.182	25.658.182	5.131.636
6	Maquinarias	2022	4	2		-	-	-
						<b>30.013.027</b>	<b>30.013.027</b>	<b>5.567.121</b>

REVAL.FIS	REVAL.CO	deprec.fiscal	deprec.contable	Valor fiscal	V.N.F
2.310.611	2.310.611	462.122	462.122	2.105.223	2.105.223
1.608.750	1.608.750	804.375	804.375	983.125	983.125
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
20.526.545	20.526.545	4.105.309	4.105.309	21.552.873	21.552.873
-	-	-	-	-	-
<b>24.445.906</b>	<b>24.445.906</b>	<b>5.371.806</b>	<b>5.371.806</b>	<b>24.641.221</b>	<b>24.641.221</b>

	Año 4	Fecha de	V.U	V.U.R	VALOR	V.N.I	V.N.I	VR FISCAL
1	Muebles y equipos	2022	5	2	10 %	2.105.223	2.105.223	210.522
2	Equipos de informática	2022	2	-	10 %			
3	Herramientas y Enseres	2022	10	7		-	-	-
4	Inmueble o Inversión de predio ajeno	2022	10	7		-	-	-
5	Rodados	2022	5	2	20 %	21.552.873	21.552.873	4.310.575
6	Maquinarias	2022	4	1		-	-	-
						<b>23.658.096</b>	<b>23.658.096</b>	<b>4.521.097</b>

REVAL.FIS	REVAL.CO	deprec.fiscal	deprec.contable	Valor fiscal	V.N.F
1.894.701	1.894.701	378.940	378.940	1.726.283	1.726.283
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
17.242.298	17.242.298	3.448.460	3.448.460	18.104.413	18.104.413
-	-	-	-	-	-
<b>19.136.999</b>	<b>19.136.999</b>	<b>3.827.400</b>	<b>3.827.400</b>	<b>19.830.696</b>	<b>19.830.696</b>

	Año 5	Fecha de	V.U	V.U.R	VALOR	V.N.I	V.N.I	VR FISCAL
1	Muebles y equipos	2022	5	1	10 %	1.726.283	1.726.283	172.628
2	Equipos de informática	2022	2	-	10 %			
3	Herramientas y Enseres	2022	10	6		-	-	-
4	Inmueble o Inversión de predio ajeno	2022	10	6		-	-	-
5	Rodados	2022	5	1	20 %	18.104.413	18.104.413	3.620.883
6	Maquinarias	2022	4	-		-	-	-
						<b>19.830.696</b>	<b>19.830.696</b>	<b>3.793.511</b>

REVAL.FIS	REVAL.CO	deprec.fiscal	deprec.contable	Valor fiscal	V.N.F
1.553.655	1.553.655	310.731	310.731	1.415.552	1.415.552
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
14.483.530	14.483.530	2.896.706	2.896.706	15.207.707	15.207.707
-	-	-	-	-	-
<b>16.037.185</b>	<b>16.037.185</b>	<b>3.207.437</b>	<b>3.207.437</b>	<b>16.623.259</b>	<b>16.623.259</b>



Se realizó la disminución periódica de cada bien, las depreciaciones se calcularon en base a lo establecido por el fisco.

### Determinación de los Ratios Financieros

**Tabla 40. Planilla Ratios Financieros.**

<b>RATIOS FINANCIEROS</b>					
<b>1 - Índices o ratios de Rentabilidad</b>					
<b>a) Rendimiento sobre el Activo Total= Utilidad Neta/Activo total</b>					
Concepto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad Neta	87.972.577	94.832.198	101.294.785	108.013.722	114.167.107
Activos total	308.114.863	393.992.888	495.304.855	603.411.422	717.583.270
Resultados	<b>28,55 %</b>	<b>24,07 %</b>	<b>20,45 %</b>	<b>17,90 %</b>	<b>15,91 %</b>
<b>b) Rentabilidad del Patrimonio= Utilidad Neta/Patrimonio</b>					
Concepto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad Neta	87.972.577	94.832.198	101.294.785	108.013.722	114.167.107
Patrimonio	297.172.577	392.004.775	493.299.561	601.313.282	715.480.390
Resultados	<b>29,60 %</b>	<b>24,19 %</b>	<b>20,53 %</b>	<b>17,96 %</b>	<b>15,96 %</b>
<b>c) Rentabilidad Bruta= Utilidad Bruta/Ventas Netas</b>					
Concepto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad Buta	97.747.308	105.369.109	112.549.762	120.015.246	126.852.342
Ventas Netas	798.000.000	837.900.000	879.795.000	923.784.750	969.973.988
Resultados	<b>12,25 %</b>	<b>12,58 %</b>	<b>12,79 %</b>	<b>12,99 %</b>	<b>13,08 %</b>
<b>d) Rentabilidad Neta= Utilidad Neta/Ventas Netas</b>					
Concepto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad Netas	87.972.577	94.832.198	101.294.785	108.013.722	114.167.107
Ventas Netas	798.000.000	837.900.000	879.795.000	923.784.750	969.973.988
Resultados	<b>11,02 %</b>	<b>11,32 %</b>	<b>11,51 %</b>	<b>11,69 %</b>	<b>11,77 %</b>
<b>2 - Índice o ratios de liquidez</b>					
<b>a) Razón circulante= Activo Corriente/Pasivo Corriente</b>					
Concepto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activo Corriente	264.579.408	357.870.770	465.054.544	577.488.510	695.367.795
Pasivo Corriente	10.942.286	1.988.113	2.005.295	2.098.140	2.102.880
Resultados	<b>24,18</b>	<b>180,01</b>	<b>231,91</b>	<b>275,24</b>	<b>330,67</b>
<b>b) Prueba Ácida= Activo Corriente-Mercaderías/Pasivo Corriente</b>					
Concepto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activo Corriente	264.579.408	357.870.770	465.054.544	577.488.510	695.367.795
Mercaderías	101.780.000	203.399.000	310.098.950	422.133.898	539.770.592
Pasivo Corriente	10.942.286	1.988.113	2.005.295	2.098.140	2.102.880
Resultados	<b>14,88</b>	<b>77,70</b>	<b>77,27</b>	<b>74,04</b>	<b>73,99</b>

## 3 - Índice o ratios de Solvencia

## a) Endeudamiento a Corto Plazo = Pasivo corriente / Patrimonio neto

Concepto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Pasivo Corriente	10.942.286	1.988.113	2.005.295	2.098.140	2.102.880
Patrimonio Neto	297.172.577	392.004.775	493.299.561	601.313.282	715.480.390
Resultados	0,037	0,005	0,004	0,003	0,003

## b) De la deuda= Pasivo/activo

Concepto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Pasivo	10.942.286	1.988.113	2.005.295	2.098.140	2.102.880
Activo	308.114.863	393.992.888	495.304.855	603.411.422	717.583.270
Resultados	0,036	0,005	0,004	0,003	0,003

## c) Apalancamiento= Activo Total/Patrimonio

Concepto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activo Total	308.114.863	393.992.888	495.304.855	603.411.422	717.583.270
Patrimonio	297.172.577	392.004.775	493.299.561	601.313.282	715.480.390
Resultados	1,037	1,005	1,004	1,003	1,003

## RESUMEN RATIOS

INDICES O RATIOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>De Rentabilidad</b>					
Rendimiento sobre el Activo Total	28,55 %	24,07 %	20,45 %	17,90 %	15,91 %
Rentabilidad del Patrimonio	29,60 %	24,19 %	20,53 %	17,96 %	15,96 %
Rentabilidad Bruta	12,25 %	12,58 %	12,79 %	12,99 %	13,08 %
Rentabilidad Neta	11,02 %	11,32 %	11,51 %	11,69 %	11,77 %
<b>De Liquidez</b>					
Razon Circulante	24,18	180,01	231,91	275,24	330,67
Prueba Ácida	14,88	77,70	77,27	74,04	73,99
<b>De Solvencia</b>					
Endeudamiento a Corto Plazo	3,68 %	0,51 %	0,41 %	0,35 %	0,29 %
De la deuda	3,55 %	0,50 %	0,40 %	0,35 %	0,29 %
Apalancamiento	1,037	1,005	1,004	1,003	1,003

Como se observar en la tabla, las ratios financieras son beneficiosos al proyecto, la liquidez y solvencia son altas y la rentabilidad es buena.

**Rentabilidad:**

**Rendimiento sobre el activo total:** Es un indicador de rentabilidad de los inversores sobre los activos de la empresa. Para el primer año de la empresa se aprecia un rendimiento del 28,55% sobre la inversión inicial realizada.

**Rendimiento sobre el capital:** mide la rentabilidad de la empresa sobre los fondos propios aportados por el inversionista. En este caso, se observa que para el primer año de operación de la empresa genera un rendimiento del 29,60% sobre el patrimonio.

**Rentabilidad Bruta:** beneficio bruto es simplemente el resultado de restar de las ventas totales el costo de las mismas se obtuvo una utilidad del 12.25%.

**Rentabilidad Neta:** se restan de los ingresos totales los impuestos, los intereses, los gastos generales y demás costos en que haya incurrido la empresa. Dentro de este contexto se observa el resultado de 11,02% en el primer año de puesta en marcha de la empresa

#### **Liquidez:**

**Razón Circulante:** Dentro de esta tabla de índices se observa la capacidad de la empresa para cubrir sus deudas a corto plazo, para el primer año de operación se aprecia que la empresa cuenta con 24 G. para cubrir cada 1 guaraní de deuda a corto plazo. Cuanto mayor sea este índice, mayor es la capacidad de la empresa de hacer frente a sus obligaciones.

**Prueba ácida:** Este ratio mantiene la misma cantidad de veces que la empresa tiene para responder a sus obligaciones a corto plazo 14.88 veces por cada 1 Gs de deuda dentro del primer año. Es la parte más líquida de la operación.

#### **De Solvencia**

**Apalancamiento:** Dentro de este índice se demuestra el valor de financiamiento por proveedores y acreedores dentro de la empresa, se observa dentro del primer año un 1.037 de apalancamiento, porcentaje que representa el dinero de los acreedores dentro de la firma.

### **Conclusión del Estudio Financiero**

El estudio financiero demuestra que se puede realizar y que será rentable la inversión del proyecto para la apertura de la empresa que se dedique a la Comercialización de Balanceados para peces. Posteriormente hemos observado y darnos cuenta que es rentable y que se adaptará al Rango de precios que nuestro mercado objetivo espera.

La inversión inicial se llevó a cabo mediante fuentes propias, el total de la inversión inicial requiere de G. 209.200.000. Este valor se constituirá al inicio de las actividades comerciales.

La suma entre los gastos fijos y variables ascienden en el primer año en 120.374.044.

Se estima la venta de productos de forma anual de 798.000.000 para el primer año.

Con la investigación realizada afirmamos que el comercio deja excelentes resultados para implementar la realidad de dicho proyecto.

## **ESTUDIO ECONÓMICO.**

La evaluación del estudio económico constituye el último componente del proyecto de inversión, en donde figura de manera sistemática y ordenada la información de carácter monetario, en resultado a la investigación que se tuvo y los análisis, efectuando en las secciones anteriores que será de gran utilidad en la evaluación de la rentabilidad económica que se obtiene.

La importancia que posee este estudio parte de conocer la viabilidad de la empresa, con el propósito de garantizar si la puesta en marcha será factible o no

### **Objetivos de este apartado**

- Determinar la tasa interna de retorno (TIR) de los próximos 5 años.
- Calcular el Valor actual neto (VAN) de los próximos 5 años de una empresa destinada a la Comercialización de Balanceados para peces.
- Demostrar el Beneficio Costo (BC) de los próximos 5 años.

### **Aspecto teórico**

#### ***Estudio económico***

Como el 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. es decir, con los productos que vengan en general se necesita información en dos áreas para lograr una conclusión firme

Una de ellas es el producto físico que puede esperarse de un cierto insumo.  
(Fernández Luna, G. 2010, p. 96).

### Determinación y explicación del Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto (VAN) plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual. El VAN como criterio representa una medida de valor o riqueza, es decir, al calcular un VAN se busca determinar cuánto valor o desvalor generaría un proyecto para una compañía o inversionista en el caso de ser aceptado. (Nassir Sapag Chain, R. S. 2014, p.252)

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{Y_t}{(1+i)^t} - \sum_{t=1}^n \frac{E_t}{(1+i)^t} - I_0$$

formulación matemática de este criterio

#### Cálculo del Valor Actual Neto

**Tabla 41. Planilla Calculo del VAN.**

AÑO	Flujo Neto Anuales	10 %	
		Factor de Descuento	Flujo Neto Actualizado
0	-209.200.000	1	-209.200.000
1	161.799.408	0,909091	147.090.371
2	153.471.770	0,826446	126.836.174
3	153.955.594	0,751315	115.669.116
4	154.354.612	0,683013	105.426.277
5	154.597.203	0,620921	95.992.700
			<b>VAN = 381.814.637</b>

El resultado nos indica que el flujo neto del proyecto cubre la tasa que ofrece el mercado financiero con excedente de G. 381.814.637

### Determinación y explicación de la Tasa Interna de Retorno (TIR)

Evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo, con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual. (Nassir Sapag Chain, R. S. 2014, p.253)

#### Cálculo de la Tasa Interna de Retorno

**Tabla 42. Tasa Interna de Retorno (TIR)**

Cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR)					
AÑO	Flujo Neto Anuales	i1 15 %		i2 20 %	
		Factor de Descuento	Flujo Neto Actualizado	Factor de Descuento	Flujo Neto Actualizado
0	-209.200.000	1,000000	-209.200.000	1	-209.200.000
1	147.090.371	0,869565	127.904.671	0,833333	122.575.309
2	126.836.174	0,756144	95.906.369	0,694444	88.080.676
3	115.669.116	0,657516	76.054.321	0,578704	66.938.146
4	105.426.277	0,571753	60.277.816	0,482253	50.842.148
5	95.992.700	0,497177	47.725.337	0,401878	38.577.313
	<b>381.814.637</b>		<b>VAN 1 = 198.668.514</b>		<b>VAN 2 = 157.813.592</b>

$$TIR = i1 + \frac{VAN1}{(i2 - i1)} \cdot (i2 - i1) / (VAN2 + VAN1)$$

$$TIR = 15\% + \frac{9.933.426}{356.482.106} = 17,79\%$$

El resultado nos indica que el proyecto rinde el 17,79%, superior a la tasa de oportunidad del mercado financiero.

### Determinación y explicación de la relación Beneficio/Costo

Otro criterio tradicionalmente utilizado en la evaluación de proyectos es la razón beneficio-costos (RBC). Cuando se aplica teniendo en cuenta los flujos no descontados de caja, conlleva los mismos problemas ya indicados respecto del valor tiempo del dinero. Estas mismas limitaciones han inducido a utilizar factores descontados. (Nassir Sapag Chain, R. S. 2014, p. 262)



### Cálculo de la Relación Beneficio Costo

**Tabla 43. Planilla de Cálculo de Relación Beneficio/Costo.**

CALCULO RELACION COSTO BENEFICIO					
AÑO	Ingreso	Egreso	Factor de Descuento	Beneficio Neto Actualizado	Costo Neto Actualizado
			15 %		
1	798.000.000	786.200.592	0,869565217	693.913.043	683.652.689
2	837.900.000	846.227.638	0,756143667	633.572.779	639.869.670
3	879.795.000	879.311.177	0,657516232	578.479.494	578.161.372
4	923.784.750	923.385.731	0,571753246	528.176.929	527.948.789
5	969.973.988	969.731.397	0,497176735	482.248.500	482.127.890
				<b>2.916.390.745</b>	<b>2.911.760.409</b>

Relación B/C:	Beneficio Neto Actualizado	2.916.390.745
	Costo Neto Actualizado	2.911.760.409

Relación B/C:	<b>1,00</b>
---------------	-------------

Aquí se observa que la relación beneficio/costo es a uno, lo que significa que el proyecto es rentable para su ejecución, la misma representa que por cada 1 guaraní invertido el proyecto tendrá un retorno de un guaraní.

### Determinación del Período de Recuperación de Capital (PRC)

Uno de los criterios tradicionales de evaluación, bastante difundido, es el del periodo de recuperación (PR) de la inversión, también conocido como playback, mediante el cual se determina el número de periodos necesarios para recuperar la inversión inicial, resultado que se compara con el número de periodos aceptables por la empresa. (Nassir Sapag Chain, R. S. 2014, p. 259)

**Tabla 44. Período de Recuperación de Capital.**

RECUPERACION DE CAPITAL				
Año	Utilidad	Saldo de	Saldo de	RECUPERACION A PARTIR DE
0		-209.200.000		
1	87.972.577	-121.227.423		
2	94.832.198	-26.395.225		
3	101.294.785	74.899.561	<=====	<b>2 Años 3 Meses 4 Dias</b>
4	108.013.722	182.913.282		
5	114.167.107	297.080.390		

En este caso el inversionista recupera el 100% de su capital invertido o inversión inicial mediante las utilidades liquidadas de cada ejercicio, en **2 años con 3 meses y 4 días**.

### **Conclusión del Estudio Económico**

Después de concluir este trabajo presentamos los resultados obtenidos a las preguntas formuladas en los objetivos específicos, donde tenemos en primer lugar a la tasa interna de retorno (TIR) la cual asciende al 17,79%. Nuestro segundo objetivo de este estudio tenemos al valor actual neto (VAN), que viene a ser de Gs. 381.814.637 lo que significa la recuperación total del monto de la inversión inicial y la cobertura de todos los costos y gastos. Por último, tenemos el beneficio costo (BC) las cuales sirven para reconocer y determinar la conveniencia del proyecto mediante la enumeración y valoración posterior en términos monetarios de los costos y beneficios derivados directa e indirectamente de dicho proyecto lo que nos arroja un 1.0 de beneficio

## CONCLUSIÓN

En relación al planteamiento inicial de este proyecto, los objetivos de investigación de este trabajo, se concluye que se han logrado en todos los aspectos dichos propósitos planteados, utilizando informaciones recabadas con exactitud y coherencia.

En relación al primer objetivo específico, Identificar la existencia de demanda a nivel local en cuanto a la Comercialización de Balanceados para peces.

Se ha implementado un estudio de mercado, en la cual demuestra que el cliente busca una empresa en la ciudad que ofrezca los servicios de calidad y economía.

El segundo objetivo específico, determinar la situación real del mercado para la instalación de este negocio en la zona, en el estudio de mercado se ha investigado totalmente la situación del mercado, ya sea: la oferta; la demanda; el precio; y la forma de comercialización, y se ha detectado las diferentes necesidades existentes del mercado.

El último objetivo específico es Cuantificar la inversión mínima necesaria para desarrollar el proyecto de Comercialización de Balanceados para Peces.

Dentro del estudio económico se ha determinado la inversión inicial necesaria para el proyecto, incluyendo el capital operativo, y otros bienes de uso necesarios que asciende a una suma total de G.209.200.000.

Los resultados suministrados en la evaluación económica fueron favorables ya que en el VAN pudimos obtener un monto de Gs. 381.814.637, lo que significa la recuperación total del monto de nuestra inversión inicial y la cobertura total de todos los costos y gastos: la TIR asciende al 17,79% superior en puntos porcentuales a la tasa mínima aceptable de retorno; la Relación Beneficio/Costo arroja un resultado de G. 1.0, lo que significa que con ello el proyecto devuelve G. 1037 por cada guaraní invertido, siendo el periodo de recuperación del capital de Comercial HEI HEI aproximadamente 2 años, 3 meses y 4 días, por lo tanto; el resto del tiempo de vida del proyecto genera recursos por encima del capital recuperado íntegramente. Con esto se dan por compensadas todos los argumentos trazados en el proyecto

## BIBLIOGRÁFIAS

Colombia en la era del alcohol carburante. CES Medicina Veterinaria y Zootecnia, 3(2), 120- 132. Baca Urbina, G. (2013).  
<https://elibro.net/es/ereader/cireutic/72668?page=87>

Colombia en la era del alcohol carburante. CES Medicina Veterinaria y Zootecnia, 3(2), 140- 154. Baca Urbina, G. (2013).  
<https://elibro.net/es/ereader/cireutic/72668?page=120>

Evaluación de proyectos. México D. F., México: Mc Graw Hill.  
Thompson, I. (2009). Definición de producto. Marketing-Free.  
<https://elibro.net/es/ereader/cireutic/72668?page=44-45>

Empresa y administración. Macmillan Iberia, S.A.  
<https://elibro.net/es/ereader/cireutic/52804?page=12>

Evaluación de proyectos. México D. F., México: Mc Graw Hill.  
Thompson, I. (2009). Definición de producto. Marketing-Free.  
<https://elibro.net/es/ereader/cireutic/72668?page=44-45>

Empresa y administración. Macmillan Iberia, S.A.  
<https://elibro.net/es/ereader/cireutic/52908?page=15>

Formulación y evaluación de proyectos de inversión. Instituto Politécnico Nacional.  
<https://elibro.net/es/ereader/cireutic/72668?page=141>

Formulación y evaluación de proyectos de inversión. Instituto Politécnico Nacional.  
<https://elibro.net/es/ereader/cireutic/72668?page=142>

Formulación y evaluación de proyectos de inversión. Instituto Politécnico Nacional.

<https://elibro.net/es/ereader/cireutic/72668?page=155>

Formulación y evaluación de proyectos de inversión. Instituto Politécnico Nacional.

<https://elibro.net/es/ereader/cireutic/72668?page=16>

Pacheco Coello, C. E. (2015). El proyecto de inversión como estrategia gerencial. Instituto Mexicano de Contadores Públicos.

<https://elibro.net/es/ereader/cireutic/116379?page=19>

PROYECTOS DE INVERSIÓN. EVALUACIÓN Y FORMULACIÓN  
Instituto Politécnico Nacional.

<https://elibro.net/es/ereader/cireutic/72668?page=141>

Sapag Chain, N. (2007). Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación. Segunda Edición Marín, E. C., Sánchez, H. G., & Mejía, F. Á. (2008). <https://elibro.net/es/ereader/cireutic/72668?page=248>

Digitales

[https://portal.ips.gov.py/sistemas/ipsportal/archivos/archivos/1516730167.pdf\\_03/06/2022\\_09:40](https://portal.ips.gov.py/sistemas/ipsportal/archivos/archivos/1516730167.pdf_03/06/2022_09:40)

[https://www.set.gov.py/portal/PARAGUAY-SET/detail?folder-id=repository:collaboration:/PARAGUAY-SET/categories/SET/Normativas/leyes&content-id=/repository/collaboration/sites/PARAGUAY-SET/documents/leyes/l-ley-n%C2%BA-12591\\_04/06/2022\\_15:50](https://www.set.gov.py/portal/PARAGUAY-SET/detail?folder-id=repository:collaboration:/PARAGUAY-SET/categories/SET/Normativas/leyes&content-id=/repository/collaboration/sites/PARAGUAY-SET/documents/leyes/l-ley-n%C2%BA-12591_04/06/2022_15:50)

[www.bcp.gov.py\\_15/06/2022\\_10:15](http://www.bcp.gov.py_15/06/2022_10:15)

## APÉNDICE

### Encuesta

Soy Jessica Rocio Silva Britez alumna de la UTIC, estoy realizando un trabajo de investigación en donde el objetivo es recabar datos para un estudio de mercado, estos datos obtenidos serán enfocados netamente para fines educativos.

Marque con X; una sola opción que sea acorde a su opinión.

### Identificación del encuestado

#### - Actividad

- Asalariado
- Trabajador independiente
- No trabaja

#### - Sexo

- Masculino
- Femenino

### Análisis de la demanda

1- ¿Usted adquiere balanceado para peces?

- Si
- No
- A veces

2- ¿Le gustaría la apertura de un comercio que se dedique a la venta de balanceados para peces en la Barrio Las Américas, en la Ciudad de Hernandarias?

- Si
- No
- Tal vez

3- ¿Al momento de hacer las compras, que tiene en cuenta?

- Precio
- Calidad
- Origen
- Atención

4- ¿Cómo le gustaría adquirir los balanceados?

- Internet
- Local comercial
- Delivery

5- ¿Qué horario hace las compras?

- 07:00 a 12:00 horas
- 13:00 a 20:00 horas
- Cualquier horario

6- ¿Cuál es su medio de pago preferido?

- Efectivo
- Transferencia Bancaria
- Cheque
- Tarjetas

7- ¿Se siente satisfecho con los productos balanceados que compras actualmente?

- Si
- No
- A veces

8- ¿Le parece interesante las promociones que se realizan a través de las redes sociales?

- Si

- No
- Tal vez

9- ¿A través de qué medios recibió por última vez alguna promoción?

- Facebook
- WhatsApp
- Instagram
- Correo Electrónico

10- ¿Le gustaría contar con servicio de entrega?

- Sí.
- No.

11- ¿Cómo le gustaría la entrega en caso de que respondiera que sí?

- De manera rápida.
- Entrega en semana

12- ¿La empresa proveedora que usted conoce, ya sea de Hernandarias o CDE, llena su expectativa en cuanto a entrega inmediata?

- Sí.
- No.