

**APERTURA DE EMPRESA PRODUCTORA Y  
COMERCIALIZADORA DE MERMELADA ARTESANAL EN LA  
CIUDAD DE FERNANDO DE LA MORA, AÑO 2023.**

**Mónica Cecilia Martínez Cabrera  
Fernando David Ibarra Garay**

**Tutor: Prof. Lic. Hermenegildo Alonso Cáceres**

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

**San Lorenzo – 2023**

## CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR

Quién suscribe, Prof. Lic. Hermenegildo Alonso Cáceres con Documento de Identidad N° 1.312.361.-, Tutor del trabajo de investigación titulado Apertura de empresa productora y comercializadora de mermelada artesanal en la ciudad de Fernando De La Mora, Año 2023, elaborado por los alumnos Mónica Cecilia Martínez Cabrera y Fernando David Ibarra Garay, para obtener el Título de Ingeniera/o Comercial, hace constar que la misma 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 fueron designados para conformar la Mesa Examinadora.

En la ciudad de San Lorenzo a los 20 días del mes de setiembre del año 2023.



.....

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a mi esposo e hija por su incansable apoyo, a mis padres por la paciencia y el amor a lo largo de mi vida que me han dado la fortaleza para llegar hasta aquí.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por guiar mi camino, y haberme dado salud para cumplir siempre con mis objetivos.

## TABLA DE CONTENIDO

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR .....	ii
DEDICATORIA .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
TABLA DE CONTENIDO .....	v
LISTA DE TABLAS .....	xii
LISTA DE FIGURAS .....	xiv
LISTA DE ABREVIATURAS .....	xv
PORTADA .....	1
Resumen .....	2
Introducción .....	3
Planteamiento del problema.....	3
Formulación del problema.....	4
Preguntas de investigación .....	4
Objetivos de Investigación .....	5
Objetivo General.....	5
Objetivos Específicos. ....	5
Justificación de la Investigación .....	5
Estructura del trabajo .....	6
Estudio de Mercado .....	8
Introducción.....	8
Objetivo General.....	9
Objetivos Específicos. ....	9
Aspecto teórico .....	10
Estudio de Mercado.....	10
El Producto. ....	10
Demanda. ....	11

Precio .....	11
Estrategia de comercialización .....	11
Aspecto metodológico .....	12
Tipos de Investigación .....	12
Enfoque de Investigación .....	12
Diseño de la Investigación .....	13
Descripción de la población y la muestra .....	14
Población.....	14
Muestra.....	14
Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	15
Técnicas de recolección de datos.....	15
Instrumentos de recolección de datos .....	15
Encuesta.....	16
Entrevista.....	16
Observación. ....	16
Cuestionario. ....	16
Lista de cotejo. ....	16
Descripción del procedimiento de análisis de datos.....	17
Consideraciones éticas .....	17
Desarrollo del estudio de mercado.....	18
Productos .....	18
Definición.....	18
Análisis de datos primarios .....	20
Análisis de la oferta .....	20
Análisis de la demanda.....	20
Análisis de precio.....	25
Análisis de la estrategia comercial a implementar .....	27

Planilla de cálculo de mercado meta.....	31
Presentación de los datos secundarios.....	32
Comportamiento de salarios mínimos. ....	32
Comportamiento de inflación. ....	32
Tasa de crecimiento población. ....	33
Tasa pasiva del mercado financiero. ....	33
Comportamiento del PIB.....	33
Conclusión de estudio de mercado .....	33
Estudio técnico .....	35
Introducción.....	35
Planteamiento del problema.....	35
Formulación del problema.....	35
Preguntas de investigación .....	35
Objetivos .....	36
Objetivo General.....	36
Objetivos Específicos. ....	36
Justificación del estudio técnico. ....	36
Aspecto teórico .....	37
Estudio técnico. ....	37
Localización.....	38
Ingeniería del proyecto. ....	38
Estructura organizacional. ....	39
Organigrama.....	39
Visión.....	39
Misión. ....	40
Valores .....	40
Políticas organizacionales .....	40

Funciones .....	40
Manuales de funciones .....	41
Fluxograma.....	41
Aspectos legales.....	41
Aspecto metodológico .....	41
Desarrollo del estudio técnico .....	42
Localización .....	42
Macro localización .....	42
Micro localización .....	43
Detalle de equipamientos .....	44
Detalle de distribución de personal.....	45
Estructura organización .....	46
Organigrama.....	46
Manuales de funciones.....	47
Fluxograma de proceso .....	52
Procesos legales de apertura .....	53
Estudio Financiero .....	59
Introducción.....	59
Planteamiento del problema.....	59
Formulación del problema.....	59
Preguntas de investigación .....	59
Objetivos de Investigación .....	60
Objetivo General.....	60
Objetivos Específicos. ....	60
Justificación del estudio financiero.....	60
Aspecto teórico .....	61
Estudio financiero .....	61



Presupuesto .....	61
Inversión inicial .....	61
Capital operativo.....	62
Presupuesto de personal.....	62
Presupuesto de compras.....	62
Presupuesto de ventas .....	63
Presupuesto de gastos de funcionamiento.....	63
Depreciaciones de los activos .....	63
Flujo de fondo.....	64
Balance general.....	64
Estados de resultados .....	64
Análisis financieros .....	65
Índice de liquidez.....	65
Índice de solvencia .....	65
Índice de rentabilidad.....	66
Aspecto metodológico .....	66
Desarrollo del estudio.....	67
Planilla de cálculo de Inversión Inicial. ....	67
Planilla de cálculo de gastos pre-operacionales.....	68
Planilla de cálculo de Capital Operativo. ....	68
Planilla de presupuesto anual proyectado de personal. ....	69
Presupuesto mensual y anual de Remuneraciones y Honorarios. ....	69
Presupuesto mensual de Compras.....	70
Presupuesto anual proyectado de compras. ....	70
Presupuesto mensual de Ventas.....	71
Presupuesto anual proyectado de ventas.....	71
Planilla de ingresos y egresos proyectados.....	72

Balance General Proyectado.....	73
Estados de Resultados Proyectados.....	74
Indicadores Financieros.....	75
Conclusión del estudio financiero .....	76
Estudio Económico .....	77
Introducción.....	77
Planteamiento del problema.....	77
Formulación del problema.....	77
Preguntas de investigación .....	78
Objetivos .....	78
Objetivo General.....	78
Objetivos Específicos. ....	78
Justificación del estudio económico .....	78
Aspecto teórico .....	79
Estudio económico: .....	79
Indicadores económicos: .....	79
Valor actual neto (VAN): .....	79
Tasa interna de retorno (TIR): .....	79
Beneficio costo: .....	80
Periodo de recuperación de capital: .....	80
Aspecto metodológico .....	80
Desarrollo del estudio.....	81
Determinación del indicador Valor Actual Neto. ....	81
Determinación de indicador Tasa Interna de Retorno. ....	82
Determinación y Explicación de la Relación Beneficio/Costo.....	83
Determinación del indicador Periodo de Recuperación de Capital.....	84
Conclusión del estudio económico .....	84

Conclusión.....	86
Referencias.....	89
Apéndices.....	91

## LISTA DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> <i>Tipo de comercio</i> .....	20
<b>Tabla 2.</b> <i>Comercializa algunas marcas de mermelada artesanal</i> .....	20
<b>Tabla 3.</b> <i>Cuántas marcas de mermeladas artesanales adquieren</i> .....	21
<b>Tabla 4.</b> <i>Presentación del producto que prefieren los clientes</i> .....	22
<b>Tabla 5.</b> <i>Medida que eligen los clientes</i> .....	22
<b>Tabla 6.</b> <i>Volumen de compras mensual de mermelada artesanal para reventa.</i> .....	23
<b>Tabla 7.</b> <i>Frecuencia de recarga del producto</i> .....	24
<b>Tabla 8.</b> <i>Cuanto se paga por cada unidad de mermelada artesanal de 200 gramos</i> .....	25
<b>Tabla 9.</b> <i>Cuanto se paga por cada unidad de mermelada artesanal de 350 gramos</i> .....	26
<b>Tabla 10.</b> <i>Cuanto se paga por cada unidad de mermelada artesanal de 500 gramos</i> .....	26
<b>Tabla 11.</b> <i>Preferencia en sabor por los clientes</i> .....	27
<b>Tabla 12.</b> <i>Factores importantes para elegir una empresa de mermelada artesanal</i> .....	28
<b>Tabla 13.</b> <i>Condición de venta generalmente opera en las compras</i> .....	29
<b>Tabla 14.</b> <i>Medio de pago que utiliza en sus compras</i> .....	30
<b>Tabla 15.</b> <i>Medio en la que se debería publicitar una empresa de mermelada artesanal</i> .....	30
<b>Tabla 16.</b> <i>Presupuesto de ventas año 1</i> .....	31
<b>Tabla 17.</b> <i>Mercado meta mensual por producto</i> .....	32
<b>Tabla 18.</b> <i>Comportamiento de salarios mínimos</i> .....	32
<b>Tabla 19.</b> <i>Comportamiento de la inflación</i> .....	32
<b>Tabla 20.</b> <i>Equipos de oficina</i> .....	44
<b>Tabla 21.</b> <i>Instalaciones de planta</i> .....	45
<b>Tabla 22.</b> <i>Detalle de distribución de personal</i> .....	45
<b>Tabla 23.</b> <i>Manual de funciones de la gerente propietaria</i> .....	47
<b>Tabla 24.</b> <i>Manual de funciones del Jefe</i> .....	48
<b>Tabla 25.</b> <i>Manual de funciones del Operario</i> .....	49
<b>Tabla 26.</b> <i>Manual de funciones del Asistente</i> .....	50

<b>Tabla 27.</b> Manual de funciones del Vendedor .....	51
<b>Tabla 28.</b> Fluxograma de proceso de facturación. ....	52
<b>Tabla 29.</b> Planilla de cálculo de Inversión Inicial .....	67
<b>Tabla 30.</b> Planilla de cálculo de gastos pre-operacionales.....	68
<b>Tabla 31.</b> Planilla de cálculo de capital operativo .....	68
<b>Tabla 32.</b> <i>Planilla de presupuesto mensual de personal</i> .....	68
<b>Tabla 33.</b> Planilla de presupuesto anual proyectado de personal .....	69
<b>Tabla 34.</b> Presupuesto mensual y anual de Remuneraciones y Honorarios ...	69
<b>Tabla 35.</b> Presupuesto mensual de Compras .....	70
<b>Tabla 36.</b> <i>Presupuesto anual proyectado de compras</i> .....	70
<b>Tabla 37.</b> Presupuesto mensual de Ventas.....	71
<b>Tabla 38.</b> Presupuesto anual proyectado de ventas .....	71
<b>Tabla 39.</b> Planilla de ingresos y egresos proyectados .....	72
<b>Tabla 40.</b> Balance General Proyectado.....	73
<b>Tabla 41.</b> Estados de Resultados Proyectados.....	74
<b>Tabla 43.</b> Indices de liquidez .....	75
<b>Tabla 46.</b> Determinación e interpretación del VAN.....	81
<b>Tabla 47.</b> Determinación de indicador Tasa Interna de Retorno .....	82
<b>Tabla 48.</b> Determinación e interpretación de la Relación B/C. ....	83
<b>Tabla 49.</b> Determinación e interpretación del PRC. ....	84

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Tipo de comercio .....	20
<b>Figura 2.</b> Comercializa algunas marcas de mermelada artesanal .....	21
<b>Figura 3.</b> Cuantas marcas de mermeladas artesanales adquieren .....	21
<b>Figura 4.</b> Presentación del producto que prefieren los clientes.....	22
<b>Figura 5.</b> Medida que eligen los clientes .....	23
<b>Figura 6.</b> Volumen de compras mensual de mermelada artesanal para reventa .....	23
<b>Figura 7.</b> Frecuencia de recarga del producto .....	24
<b>Figura 8.</b> Cuanto se paga por cada unidad de mermelada artesanal de 200 gramos.....	25
<b>Figura 9.</b> Cuanto se paga por cada unidad de mermelada artesanal de 350 gramos.....	26
<b>Figura 10.</b> Cuanto se paga por cada unidad de mermelada artesanal de 500 gramos.....	27
<b>Figura 11.</b> Preferencia en sabor por los clientes.....	28
<b>Figura 12.</b> Factores importantes para elegir una empresa de mermelada artesanal.....	28
<b>Figura 13.</b> Condición de venta generalmente opera en las compras .....	29
<b>Figura 14.</b> Medio de pago que utiliza en sus compras .....	30
<b>Figura 15.</b> Medio en la que se debería publicitar una empresa de mermelada artesanal .....	31
<b>Figura 16.</b> Barrio Tres Bocas .....	42
<b>Figura 17.</b> Localización de la empresa.....	43
<b>Figura 18.</b> Organigrama .....	46

## LISTA DE ABREVIATURAS

<b>C.I.</b> .....	Cedula de identidad
<b>IPS</b> .....	Instituto de prevision social
<b>MTESS</b> .....	Ministerio de trabajo, empleo y seguridad social
<b>RUC:</b> .....	Registro Único de Contribuyente
<b>SET</b> .....	Subsecretaria de estado de tributacion
<b>IVA</b> .....	Impuesto al Valor Agregado
<b>IRE</b> .....	Impuesto a la Renta Empresarial
<b>TIR.</b> .....	Tasa Interna de Retorno
<b>VAN.</b> .....	Valor Actual neto
<b>BC</b> .....	Beneficio Costo
<b>PRC.</b> .....	Periodo de Recuperación del Capital

APERTURA DE EMPRESA PRODUCTORA Y  
COMERCIALIZADORA DE MERMELADA ARTESANAL EN LA  
CIUDAD DE FERNANDO DE LA MORA, AÑO 2023

Mónica Cecilia Martínez Cabrera  
Fernando David Ibarra Garay  
Universidad Tecnológica Intercontinental

**Nota de los autores**

Carrera Ingeniería Comercial, sede San Lorenzo

[martinezmonica725@gmail.com](mailto:martinezmonica725@gmail.com)

[nandoibarra94@gmail.com](mailto:nandoibarra94@gmail.com)



## Resumen

El presente trabajo de investigación se trata de un proyecto de inversión para la apertura y puesta en funcionamiento de una empresa dedicada a la producción y comercialización para ofrecer mermelada artesanal en la zona de Fernando de la Mora, quienes son los potenciales clientes identificados para el producto objeto de estudio. Se plantea como objetivo general de la investigación determinar la viabilidad para la apertura y puesta en funcionamiento de una empresa dedicada a la producción y comercialización de mermelada artesanal de calidad y a buen precio. La investigación proyectada es de enfoque cuantitativo, tipo descriptivo y de diseño no experimental, tomándose los datos requeridos del mercado local, por lo general de la ciudad de Fernando de la Mora. El instrumento utilizado para la recolección de datos es la encuesta, a través de cuestionario con preguntas cerradas por medio del cual se logró reunir datos precisos para conocer la percepción de los potenciales clientes, y por medio de entrevistas a los proveedores de la zona, como así también de la mano de obras disponibles en el entorno. Para lograr el objetivo propuesto se ha realizado un estudio de mercado para conocer la posibilidad comercial del proyecto y conocer la situación del entorno, un estudio técnico que abarca el análisis del proceso productivo y la estructura de la organización formal de la empresa, el estudio financiero y el económico para definir costos y proyectar el requerimiento de capital para la sostenibilidad del proyecto, determinar la rentabilidad de la actividad proyectada. Con los análisis financieros y económicos aplicados en base a una inversión total de ₡. 85.000.000 se ha obtenido un VAN positivo de ₡143.017.787.- calculado a una tasa de corte del 11%, la TIR del proyecto es de 62,33%, el indicador Relación B/C de 1,03%, y el periodo de recuperación del capital invertido es en 3 años, siendo estos los índices principales en todo estudio de inversión. Con estos resultados se ha logrado determinar que la ejecución del proyecto será viable y rentable.

**Palabras clave:** Producción, cuantitativo, sostenibilidad.

## **Introducción**

**Tema de investigación:** Apertura de empresa productora y comercializadora de mermelada artesanal en la ciudad de Fernando de la Mora, Año 2023

El tema del objeto de estudio abarca estudios específicos de mercado, análisis financieros, económicos y legales para la puesta en marcha de una empresa productora de mermelada artesanal, en la ciudad de Fernando de la Mora, donde primeramente se delimita el problema, y los objetivos que serán las líneas a seguir de la investigación.

La actividad económica objeto de investigación en este proyecto de inversión se trata de la apertura de una empresa dedicada a la producción de mermelada artesanal, dónde se desea cubrir las necesidades de los consumidores de este producto en la ciudad de Fernando de la Mora, que buscan incorporar productos más naturales a su dieta. Resulta necesario determinar necesidades de los consumidores, así como las preferencias que determinen la elección de los productos en la góndola. Para la puesta en marcha de la empresa pretende establecer alianzas con productores de frutas de algunas zonas del departamento y el país, así como la contratación de recursos humanos calificados para un proceso productivo óptimo de un producto que sea competitivo en el mercado.

### **Planteamiento del problema**

La ciudad de Fernando de la Mora situada en el Departamento de Central, un punto comercial de importante consideración que cuenta con muchos supermercados, mini mercados, almacenes y otros puntos de venta de alimentos, con productos cada vez más ultra procesados los consumidores buscan productos frescos y más naturales para incorporar a su dieta, por ello un producto a base de frutas, y de consumo diario, que

aporte fibra y nutrientes como una mermelada elaborada de forma artesanal y de calidad.

Tras esta situación surge la interrogante, si será factible y rentable producir y comercializar un producto artesanal con materia prima y mano de obra local. Debido a que existen el mercado productos en una versión industrializada similar a la propuesta de negocio. A partir de esta realidad teniendo en cuenta que en el país se disponen materia prima para la elaboración del producto y un mercado que está abierto a nuevos productos el mayor desafío es lograr la competencia a través de la calidad y un precio acorde a las características del producto.

### **Formulación del problema**

A partir del problema planteado, surge la siguiente pregunta: ¿Es viable la apertura de una empresa productora y comercializadora de mermelada artesanal en la ciudad de Fernando de la Mora?

### **Preguntas de investigación**

1. ¿Qué resultados ofrece el estudio de mercado de la empresa proyectada?
2. ¿Se disponen de los requerimientos técnicos que conllevan la apertura y puesta en marcha de la planta productora de mermelada?
3. ¿Son favorables los indicadores financieros del proyecto para la apertura y puesta en marcha de la empresa?
4. ¿Qué resultado ofrece la evaluación económica del proyecto empresarial?

## **Objetivos de Investigación**

### ***Objetivo General.***

Determinar la viabilidad para la apertura de la empresa productora y comercializadora de mermelada artesanal en la ciudad de Fernando de la Mora, año 2023.

### ***Objetivos Específicos.***

1. Analizar los resultados que ofrece el estudio de mercado de la empresa proyectada.
2. Comprobar si se disponen de los requerimientos técnicos que conllevan la apertura y puesta en marcha de la planta productora de mermelada.
3. Calcular e interpretar los indicadores financieros del proyecto para su apertura y puesta en marcha.
4. Describir los resultados de la evaluación económica del proyecto empresarial.

## **Justificación de la Investigación**

La investigación de este proyecto de inversión tiene relevancia científica debido a que a través del estudio se delimitan aspectos como factibilidad, rentabilidad y utilidad de la puesta en marcha de la empresa, que posibilitan la toma de decisiones y cálculo de estrategias para el éxito de la empresa.

A través del estudio técnico permite adquirir nuevos conocimientos que influyen en la creación y optimización de procesos productivos trazando adecuadamente los métodos productivos en el desarrollo de una marca de mermelada artesanal de calidad para los clientes más exigentes. Así también diseñar nuevas estrategias de marketing tras el estudio de la oferta y demanda, así como la necesidad y el deseo de los clientes, establecer

alianzas estratégicas y formular normas de control de calidad para apuntar a la estandarización.

La investigación y puesta en marcha del proyecto obedece a la necesidad de generar un emprendimiento que compita en el mercado y genere empleos en la ciudad de Fernando de la Mora situada en el Departamento de Central. Con una población estimada por el INE de 183.390 habitantes, se posiciona como séptima ciudad más poblada del país. Lo que la convierte en un punto comercial importante.

### **Estructura del trabajo**

El desarrollo del presente trabajo de investigación se presenta bajo la siguiente estructuración, partiendo por el componente preliminar, que se complementa con los apartados siguientes:

El apartado introducción al trabajo de investigación, presenta una descripción del tema objeto de estudio, el planteamiento del problema, la formulación del problema, las preguntas de investigación, objetivos generales y específicos y la justificación.

El apartado estudio de mercado, se presenta una introducción a este estudio, planteamiento del problema, las preguntas y los objetivos del estudio de mercado, los términos teóricos aplicados al estudio de mercado, la metodología aplicada en el estudio, y los resultados obtenidos a partir del procesamiento de los datos recogidos en la investigación de mercado.

El apartado estudio técnico, está compuesta por una descripción del aspecto técnico del proyecto, presenta las preguntas y los objetivos, la teoría que compete esta parte del estudio, la metodología aplicada en este apartado. Así mismo desarrolla los componentes técnicos de localización, ingeniería, estructura organizacional y los aspectos legales que afecta a la apertura y puesta en funcionamiento de la empresa proyectada.

El apartado estudio financiero se presenta la introducción de esta parte, planteamiento del problema, las preguntas y los objetivos de investigación, todos desde el punto de vista financiero. También se presenta los soportes teóricos de los términos aplicados a esta parte, la metodología aplicada y el desarrollo de los presupuestos, como la inversión inicial, compras, ventas, el personal, gastos de funcionamientos, los estados financieros y los cálculos de los indicadores financieros del proyecto y para finalizar con esta parte una breve conclusión referente al estudio financiero.

El apartado estudio económico desarrolla la introducción, planteamiento del problema, las preguntas y los objetivos de investigación, todos de los aspectos económico. Presenta los soportes teóricos de los términos utilizados en este apartado, la metodología aplicada y el desarrollo de los cálculos de los indicadores económico, para así finalmente presentar una conclusión sobre este apartado.

## **Estudio de Mercado**

### **Introducción**

El estudio del mercado es uno de los componentes más importantes de todo el proyecto de inversión, gracias a que a una detallada investigación del mercado se pueden determinar las características que se presentan así como el comportamiento de los posibles clientes y las preferencias de cada uno, además de analizar las estrategias mercantiles de la competencia para lograr plantear otras estrategias para competir con las demás marcas, el estudio de mercado permitirá analizar los niveles de demanda y oferta del producto en la ciudad de Fernando de la Mora, así como los puntos de distribución, el precio justo, el tamaño, los sabores incluso la forma de presentación del producto que buscan los clientes.

El estudio de mercado posibilita un análisis estadístico que logra plasmar la realidad de la forma más aproximada posible para la toma de decisiones que darán las ventajas a la empresa al momento de lanzar el producto.

### **Planteamiento del problema**

Teniendo en cuenta que en la ciudad de Fernando de la Mora existe un amplio crecimiento comercial que, gracias a sus características como la población, cantidad de empresas y posición geográfica. Surge la necesidad de realizar una investigación de mercado de la mermelada artesanal debido a su escasa existencia, pues a través del estudio de mercados se podrán analizar las características del mercado tales como la el nivel de oferta, es decir quiénes son los oferentes, la demanda o los posibles clientes, el precio actual y cuanto los consumidores están dispuestos a desembolsar por el producto, así como establecer las estrategias comerciales sostenibles que permitan establecer al producto en el mercado.

## **Formulación del problema**

Para resolver la problemática, surge la siguiente interrogante: ¿Qué resultados ofrece el estudio de mercado de la empresa proyectada?

## **Preguntas de investigación**

1. ¿Cuál es el nivel de oferta de mermelada artesanal en la ciudad de Fernando de la Mora?
2. ¿Existe suficiente demanda de mermelada artesanal en la ciudad de Fernando de la Mora?
3. ¿A qué precio que se adquiere normalmente el producto en la ciudad de Fernando de la Mora?
4. ¿Cuál es la estrategia de comercialización más adecuada para la venta de este producto?

## **Objetivos**

### ***Objetivo General***

Analizar los resultados que ofrece el estudio de mercado de la empresa proyectada

### ***Objetivos Específicos.***

1. Identificar el nivel de oferta de mermelada artesanal en la ciudad de Fernando de la Mora.
2. Comprobar si existe suficiente demanda de mermelada artesanal en la ciudad de Fernando de la Mora.
3. Analizar los precios a que se adquiere normalmente el producto en la ciudad de Fernando de la Mora.
4. Establecer la estrategia de comercialización más adecuada para la venta de este producto en la ciudad de Fernando de la Mora.



### **Justificación del estudio del mercado.**

Para la apertura o puesta en marcha de un proyecto de inversión se deben de tener en cuenta varios aspectos y análisis para el desarrollo y éxito del mismo es por eso que es necesario un estudio de mercado que analice diferentes aspectos, como la oferta, la demanda y el precio de la competencia para poder adaptar una estrategia de comercialización capaz de ayudar a obtener resultados positivos a la empresa, tanto como la posición de marca y la obtención un buen margen de utilidad.

### **Aspecto teórico**

#### ***Estudio de Mercado.***

El estudio de mercado consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización. (Kotler, 2004).

Así mismo también el estudio de mercado es un proceso de recopilación e interpretación de hechos y datos que sirven a la dirección de una empresa para la toma adecuada de decisiones y para establecer así una correcta política de mercado (Fisher, 1996)

#### ***El Producto.***

Un producto es aquello que toda empresa u organización (ya sea lucrativa o no) o emprendedor individual ofrece a su mercado meta con la finalidad de lograr los objetivos que persigue. (Thompson)

De acuerdo a otra definición por el Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., el producto es cualquier objeto, servicio o idea que es percibido como capaz de satisfacer una necesidad y que representa la oferta de la empresa.

***Demanda.***

La demanda son las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado. (Fisher, Mercadotecnia, 2011), de acuerdo a este concepto un consumidor puede gastar una determinada cifra de dinero por un artículo en el mercado.

De acuerdo la demanda es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares (Andrade, 1996)

***Precio.***

El precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio o la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio (Kotler P. , 2007) En cuanto a Stanton, Etzel, & Walker, 2007 (p. 338) contemplan el precio como “la cantidad de dinero u otros elementos de utilidad que se necesitan para adquirir un producto.

***Estrategia de comercialización***

Una estrategia de comercialización se define como un conjunto de acciones bien estructuradas y planeadas con las cuales se logran objetivos, según las exigencias de los consumidores o el público interesado. Con todo, es una forma en la que obtenemos los resultados esperados a corto, mediano y largo plazo. Esto funciona muy bien en el momento de elegir qué camino tomar y evitar malas decisiones llevadas por emoción y sin previo análisis. (SimpliROUTE, 2022).

## **Aspecto metodológico**

### ***Tipos de Investigación***

**La investigación cuantitativa.** Se considera como un proceso activo, sistemático y rigurosos de indagación dirigida en el cual se toman decisiones sobre lo investigable en tanto esta en el campo de estudio (Serrano, 1994) en la investigación cuantitativa se identifica, numera, determinan datos numéricos y estadísticos.

**La investigación cualitativa.** Se basa en el estudio recolección, y uso de materiales como el estudio de caso, experiencia personal, entrevistas etc. Para (Creswell, 1998) la investigación cualitativa es un proceso interpretativo de un problema social.

La presente investigación corresponde al tipo de investigación cuantitativa, dado a que recopila datos expresados en análisis estadísticos que posibilitan una medición de datos como la demanda, oferta y precios del mercado.

### ***Enfoque de Investigación***

Existen enfoques de la investigación delimitados por diferentes características de acuerdo a la naturaleza del objeto de estudio y la finalidad de la investigación, los enfoques de la investigación se enumeran la siguiente forma de acuerdo a Roberto Hernandez – Sampieri: Enfoque cuantitativo, cualitativo y mixto.

El enfoque cuantitativo es un proceso que analiza la realidad de forma objetiva, de forma secuencial, probatoria y deductiva. (Roberto Hernandez Sampieri, 2014) de esta forma también define características del enfoque cuantitativo, como el planteamiento acotado, mide fenómenos, utiliza estadística, prueba de hipótesis y teoría.

Por otra parte, se encuentra el enfoque cualitativo que se guía por áreas o temas significativos de investigación. Sin embargo, en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis preceda a la recolección y el análisis de los datos (como en la mayoría de los estudios cuantitativos), los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. (Roberto Hernandez Sampieri, 2014) se pueden también destacar dentro del enfoque cualitativo las siguientes características como los planteamientos más abiertos que van enfocándose, también se conduce básicamente en ambientes naturales y los significados se extraen de los datos y difiere con el enfoque cuantitativo debido a que no se fundamenta en la estadística. (Roberto Hernandez Sampieri, 2014).

En tercer lugar, se encuentra el enfoque de investigación mixto que toma herramientas de los dos enfoques de investigación mencionados con anterioridad. (Roberto Hernandez Sampieri, 2014)

De acuerdo con el objetivo de la investigación de mercado que consiste en determinar concretamente los resultados del estudio de mercado, como el nivel de demanda, precio, y la oferta se emplea el enfoque de investigación cuantitativo. En el que se acotan datos estadísticos de forma objetiva.

### ***Diseño de la Investigación***

El diseño de la investigación se refiere a la estrategia que adopta el investigador para responder al problema, dificultad o inconveniente planteado en el estudio. Para fines didácticos, se clasifican en diseño experimental, diseño no experimental, y diseño bibliográfico. (Kerlinger, 2002)

Es importante en la tarea de investigación definir el diseño de la investigación de modo a que los datos recolectados y el posterior análisis de ajusten a los objetivos de forma sólida. Se debe destacar si es experimental

o no experimental. La investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. (Roberto Hernandez Sampieri, 2014) esto significa que no hacemos variar intencionalmente las variables independientes.

La investigación experimental se trata de un proceso que consiste en someter a un objeto o grupo de individuos en determinadas condiciones, estímulos o tratamiento (variable independiente), para observar los efectos o reacciones que se producen (variable dependiente). (Arias, 2012)

El diseño bibliográfico se fundamenta en la revisión sistemática, rigurosa y profunda del material documental de cualquier clase. Se realiza un paralelismo entre las variables. En este diseño el investigador realiza un a recolección de datos extraídos de documentos para el análisis. (Martins, 2006)

## **Descripción de la población y la muestra**

### ***Población.***

El universo está conformado por toda la población o conjunto de unidades que se quiere estudiar y que podrían ser observadas individualmente en el estudio. (Bravo, 1994)

De acuerdo a Hernández Sampieri, "una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones".

En la presente investigación la población de referencia son las medianas empresas dedicadas al rubro de los alimentos como los mini mercados de la ciudad de Fernando de la Mora del Departamento Central, Paraguay, las que se aproximan a los 168 locales comerciales.

### ***Muestra.***

La muestra en una investigación representa un subconjunto de la población (Roberto Hernandez Sampieri, 2014), y es el conjunto sobre el

cual se deberán aplicar los instrumentos de investigación como las encuestas.

De acuerdo a los autores se delimita la muestra de la población de acuerdo a la siguiente ecuación:

$$\text{Tamaño de Muestra} = Z^2 * (p) * (1-p) / c$$

Donde:

Z = Nivel de confianza (95% o 99%)

p = 168

c = Margen de error (5)

Desarrollo

$$\text{Tamaño de Muestra} = (95\% * (168) * (1-168)) / 0.05 = 62$$

El resultado del cálculo de la muestra es 62

<https://www.questionpro.com/es/calculadora-de-muestra.html>

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

### ***Técnicas de recolección de datos***

(Galicia, 2006), dice que “son las distintas formas o maneras de obtener la información mediante la observación directa, la encuesta oral o escrita, el cuestionario, la entrevista, el análisis documental y el análisis de contenido entre otros”. Se basa en esos elementos para articular la investigación sobre un objeto o fenómeno de estudio.

### ***Instrumentos de recolección de datos***

De acuerdo a (Tamayo, 2007) el instrumento de recolección de datos se define como una ayuda o una serie de elementos que el investigador construye con la finalidad de obtener información, facilitando así la medición de los mismos.

### ***Encuesta.***

Según refiere (Tamayo, 2007) una encuesta “es aquella que permite dar respuestas a problemas en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida sistemática de información según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida”.

### ***Entrevista.***

Según (Roberto Hernandez Sampieri, 2014) las entrevistas implican que una persona calificada aplica el cuestionario a los sujetos participantes, el primero hace las preguntas a cada sujeto y anota las respuestas.

### ***Observación.***

La observación se trata de utilizar los sentidos para visualizar situaciones, como refieren (Alvear, 2017) “Uno de los procesos al que más uso se le da en la investigación científica es la observación; ésta es una actividad históricamente inherente al hombre, a través de la cual éste llega a identificar, saber y conocer su mundo, su vida natural o social”.

### ***Cuestionario.***

De acuerdo con (Roberto Hernández Sampieri, 2014) el cuestionario es tal vez el más utilizado para la recolección de datos, este consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir.

Para la presente investigación se destacan temas de interés como la oferta, demanda y precio, es por ello que se proponen diferentes interrogantes a la muestra y estas se presentan de la siguiente forma:

### ***Lista de cotejo.***

(Torbon, 2013) Señala a la lista de cotejo como "Una serie de indicadores de desempeño que pueden ser afirmativos o interrogativos que

permiten identificar la presencia o ausencia de determinadas características en una evidencia.

Para la recolección de datos del proyecto se utilizó como técnica la encuestas por medio de cuestionario con preguntas cerradas, teniendo en cuenta el enfoque cuantitativo que se aplicó en la investigación.

### **Descripción del procedimiento de análisis de datos**

El procesamiento de datos se lleva a cabo luego de la obtención de resultados de la encuesta realizada a través del cuestionario, donde se pretende recabar información referente a la oferta, demanda, precio y estrategias de comercialización del producto para la puesta en marcha de la empresa.

Los datos recolectados se organizaron en tablas y gráficos estadísticos, mediante la plantilla Excel, que facilitaron su análisis e interpretación.

### **Consideraciones éticas**

En la presente investigación se resguarda y respeta la propiedad intelectual de los autores siendo así un trabajo sin plagio, respecto a las teorías de las cuales se fundamentan conceptos se citan a los autores.

En este contexto también se protege la identidad de las personas encuestadas.

El estudio se realiza en la localidad mencionada. Siendo así la participación de las personas totalmente voluntaria y anónima a efectos de realizar un estudio de mercado.



## Desarrollo del estudio de mercado

### **Productos**

El producto que se desea incorporar al mercado consiste en una mermelada artesanal a base de frutas, con una presentación similar a la versión industrializada, pero con producto más casero, con mayor porcentaje de fruta y de fibra alimentaria. Y con una presentación de entre 200 gramos y 500 gramos de acuerdo al análisis de campo realizado.

Contando con diferentes sabores de acuerdo a las necesidades existentes en el mercado local.

### **Definición**

**Mermelada.** La mermelada es un alimento obtenido por un método de conservación de la fruta, que se incorpora en la dieta diaria de las personas en todo el mundo y desde tiempos lejanos, de acuerdo a la Real Academia Española la mermelada es una Conserva elaborada con fruta cocida y azúcar

**Origen.** La mermelada proviene de un dulce llamado “**confitura de membrillo**”, un postre portugués que en su idioma se dice **marmelo**, este se origina en el latín *melimelum*. (Rojo, 2022)

El **melimelum** original es un tipo de manzana específico, típico de la antigua Grecia. En la Grecia clásica ya se cocía esta manzana con miel para crear un postre dulce similar al membrillo, este quedó reflejado en un recetario de cocina de Apicio. (Rojo, 2022)

Posteriormente las primeras referencias en España surgieron en la región de Murcia, concretamente en el año 1238. Ibn Razin al-Tuyibi escribió un famoso tratado de gastronomía titulado: *Relieves de las mesas*. En ese documento aparece ya la mermelada como un término para designar a una especie de obleas que se desmigaban y se mezclaban con sirope o miel,

que aportaban ese extra de dulzor como lo hacen las mermeladas actuales.  
(Rojo, 2022)

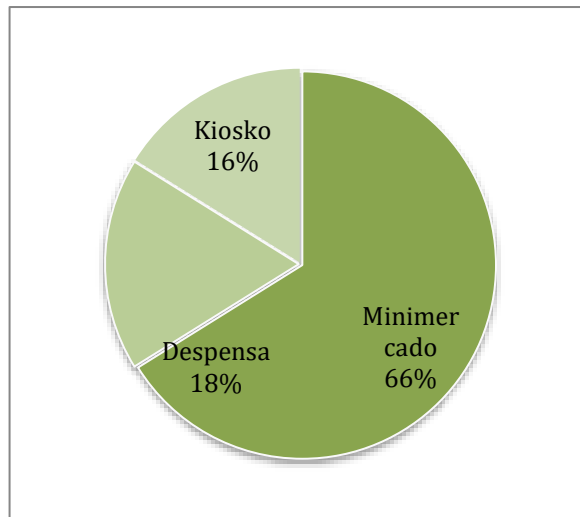
**Características.** Existen varios requisitos que el producto debe de cumplir, y el resultado depende los procesos que se le realice a la fruta durante la manufactura de acuerdo con (Agroempresario.com) sitio dedicado a la producción de frutícola y ecosistemas regionales, sostiene que, desde el punto de vista organoléptico o sensorial, las mermeladas caseras deben presentar las siguientes características

- Mermelada casera de color brillante y buena textura
- La mermelada debe presentar un color brillante y atractivo, reflejando el color propio de la fruta.
- Una mermelada casera bien elaborada debe estar bien gelificada pero sin demasiada rigidez, de forma tal que pueda extenderse fácilmente.
- Debe presentar un balance óptimo entre dulzor y acidez, manteniendo el sabor característico de la fruta de origen.
- Las mermeladas caseras deben conservarse en óptimas condiciones por varios meses si se almacenan en condiciones apropiadas (lugar oscuro y fresco)

**Presentación.** El producto al ser un alimento debe de estar contenido en un envase apto para su correcta conservación además de proporcionarle al consumidor comodidad para almacenarlo, abrir y manipular el producto, las presentaciones de envases van desde sachet de plástico, frascos de vidrio y de plástico.

**Análisis de datos primarios****Análisis de la oferta****Tabla 1.** Tipo de comercio

	Alternativas de respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a)	Minimercado	41	66%
b)	Despensa	11	18%
c)	Kiosko	10	16%
		62	100%

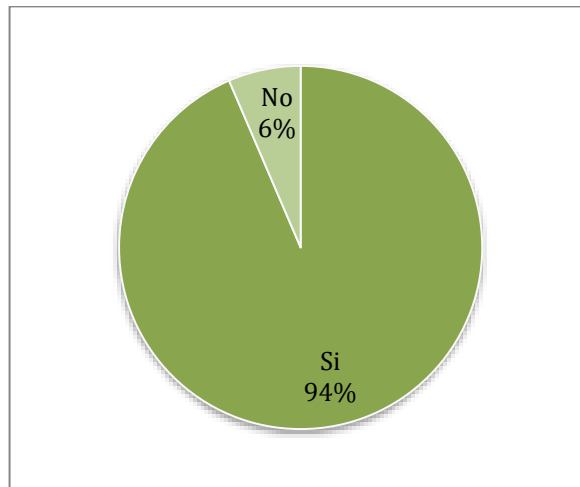
**Figura 1.** Tipo de comercio

**Análisis:** en el gráfico se identifican mayoritariamente con el 66% mini mercados, en segundo lugar con 18% despensas, y kioskos con un 16% siendo minoría en el estudio realizado.

**Análisis de la demanda****Tabla 2.** Comercializa algunas marcas de mermelada artesanal

	Alternativas de respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a)	Si	58	94%
b)	No	4	6%
		62	100%

**Figura 2.** Comercializa algunas marcas de mermelada artesanal

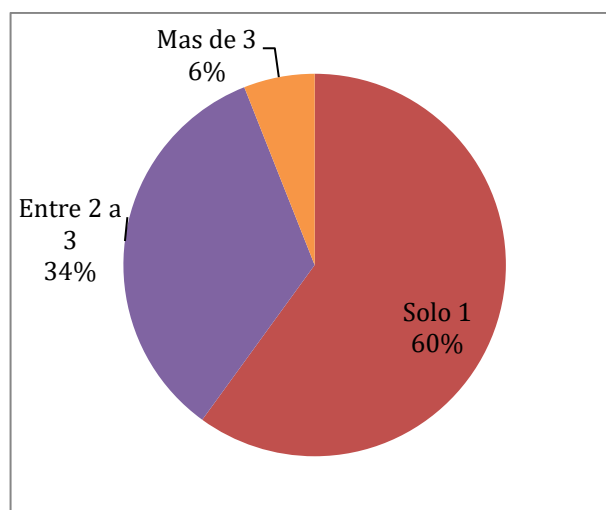


**Análisis:** en la figura se aprecia que el 94% comercializa algunas marcas de mermelada artesanal, en cambio, el menor porcentaje no lo hace con un 6%.

**Tabla 3.** Cuantas marcas de mermeladas artesanales adquieren

	Alternativas de respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a)	Solo 1	30	60%
b)	Entre 2 a 3	17	34%
d)	Más de 3	3	6%
		50	100%

**Figura 3.** Cuantas marcas de mermeladas artesanales adquieren

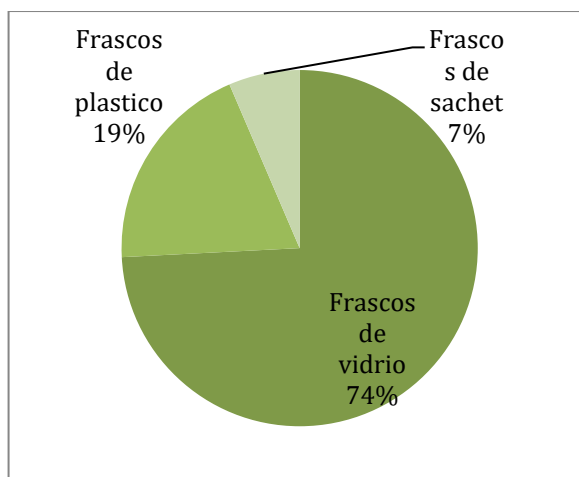


**Análisis:** en este ítem el 60% ha respondido que solo adquieren una sola marca de mermeladas artesanales, el 34% adquiere de 2 a 3 marcas y el 3% de los encuestados más de 3 marcas.

**Tabla 4.** Presentación del producto que prefieren los clientes

	Alternativas de respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a)	Frascos de vidrio	46	74%
b)	Frascos de plástico	12	19%
c)	Frascos de sachet	4	6%
		62	100%

**Figura 4.** Presentación del producto que prefieren los clientes

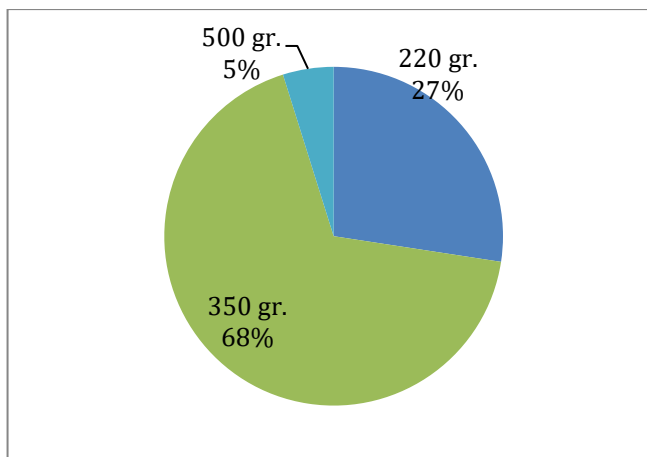


**Análisis:** de acuerdo a los resultados presentados en este gráfico el 74% de los encuestados prefieren la presentación de vidrio, mientras que el 19% está representado por quienes prefieren el frasco de plástico, finalmente el 7% opta por la presentación de Sachet.

**Tabla 5.** Medida que eligen los clientes

	Alternativas de respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a)	220 gr.	17	27%
b)	350 gr.	42	68%
c)	500 gr.	3	5%
		62	100%

**Figura 5.** Medida que eligen los clientes

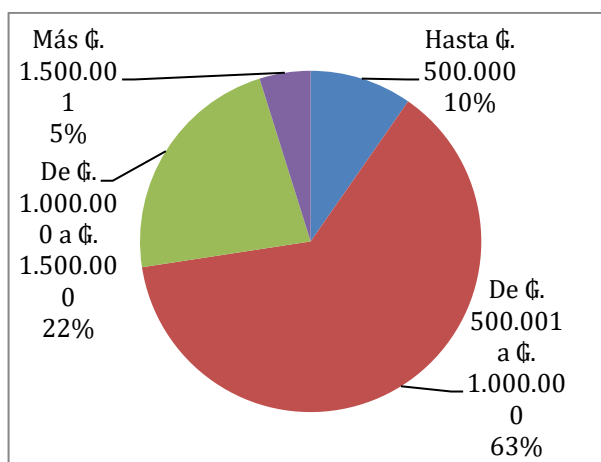


**Análisis:** en el gráfico se puede observar que el 68% opta por comprar el frasco de 350 gramos, el 27% prefiere el frasco de 220 gramos, y el 5% la presentación de 500 gramos.

**Tabla 6.** Volumen de compras mensual de mermelada artesanal para reventa.

	Alternativas de respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a)	Hasta ₡. 500.000	6	10%
b)	De ₡. 500.001 a ₡. 1.000.000	39	63%
c)	De ₡. 1.000.000 a ₡. 1.500.000	14	23%
d)	Más ₡. 1.500.001	3	5%
		62	100%

**Figura 6.** Volumen de compras mensual de mermelada artesanal para reventa

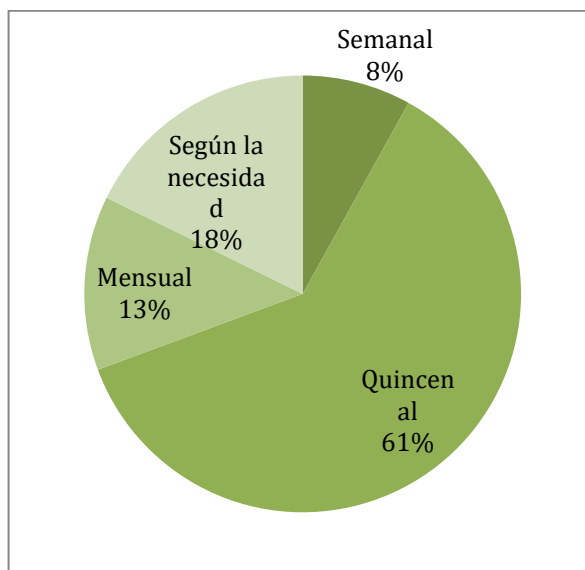


**Análisis:** de acuerdo al grafico podemos observar que el 63% realiza compras de forma mensual por importe entre 500.000 a 1.000.000 de guaraníes, mientras que el 23% lo hace por la suma de 1.000.000 a 1.500.000 de guaraníes, el 10% compra por importe de solo 500.000 y finalmente el 5% adquiere el producto por 1.500.000 de guaraníes mensualmente.

**Tabla 7.** Frecuencia de recarga del producto

	Alternativas de respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a)	Semanal	5	8%
b)	Quincenal	38	61%
c)	Mensual	8	13%
d)	Según la necesidad	11	18%
		62	100%

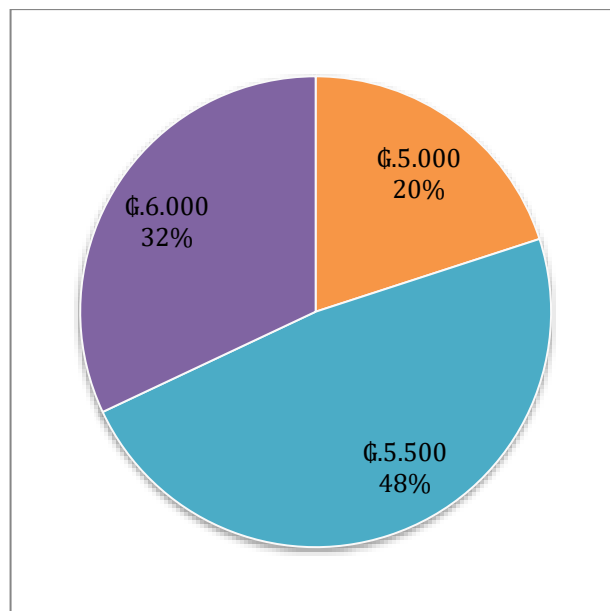
**Figura 7.** Frecuencia de recarga del producto



**Análisis:** en este grafico se presentan resultados de frecuencia de recarga de stock, en el cual los encuestados manifiestan que el 61% lo hace de forma quincenal, el 18% según la necesidad, 13% de forma mensual y el menor porcentaje con 8% de forma semanal.

**Análisis de precio****Tabla 8.** *Cuanto se paga por cada unidad de mermelada artesanal de 200 gramos*

	Alternativas de respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a)	₡.5.000	5	20%
b)	₡.5.500	12	48%
c)	₡.6.000	8	32%
		25	100%

**Figura 8.** *Cuanto se paga por cada unidad de mermelada artesanal de 200 gramos*

**Análisis:** podemos observar que para la presentación de mermelada artesanal de 200 gramos se el 48% pagan 5.500 guaraníes, el 32% paga 6.000 guaraníes, mientras que el 20% paga 5.000 guaraníes.

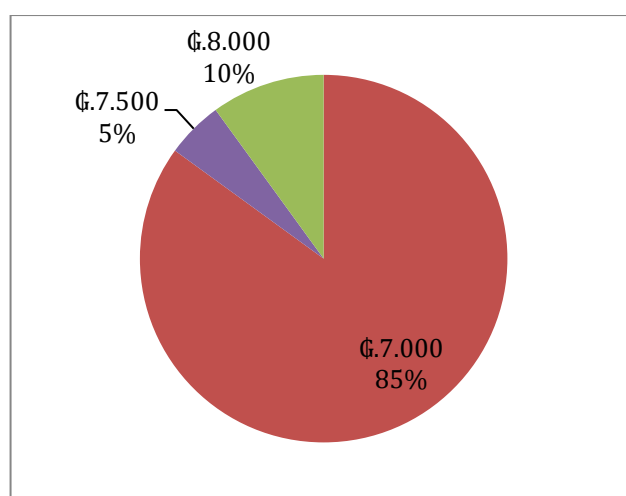
**Observación:** El 8vo ítem del cuestionario se divide en 3, por lo cual se analizan en diferentes gráficos con la frecuencia relativa de acuerdo a las opciones elegidas.



**Tabla 9.** Cuanto se paga por cada unidad de mermelada artesanal de 350 gramos

	Alternativas de respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a)	₡.7.000	17	85%
b)	₡.7.500	1	5%
c)	₡.8.000	2	10%
		20	100%

**Figura 9.** Cuanto se paga por cada unidad de mermelada artesanal de 350 gramos



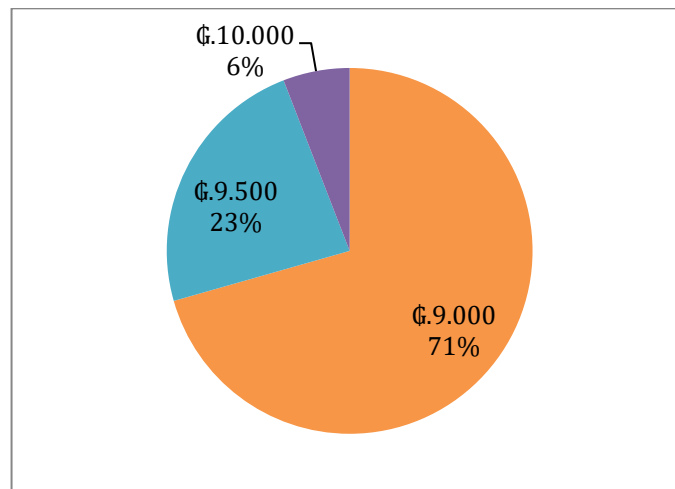
**Análisis:** para la presentación de 350 gramos de mermelada artesanal los clientes pagan 7.000 guaraníes, mientras que el 10% paga por cada envase 8.000 guaraníes, y el 5% paga 7.500 guaraníes.

**Observación:** El 8vo ítem del cuestionario se divide en 3, por lo cual se analizan en diferentes gráficos con la frecuencia relativa de acuerdo a las opciones elegidas

**Tabla 10.** Cuanto se paga por cada unidad de mermelada artesanal de 500 gramos

	Alternativas de respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a)	₡.9.000	12	71%
b)	₡.9.500	4	24%
c)	₡.10.000	1	6%
		17	100%

**Figura 10.** Cuanto se paga por cada unidad de mermelada artesanal de 500 gramos



**Análisis:** podemos observar que el 71% dice que paga 9.000 guaraníes por cada envase de mermelada artesanal. Mientras que el 23% refiere que pagan 9.500 guaraníes, y el 6% pagan la suma de 10.000 de guaraníes.

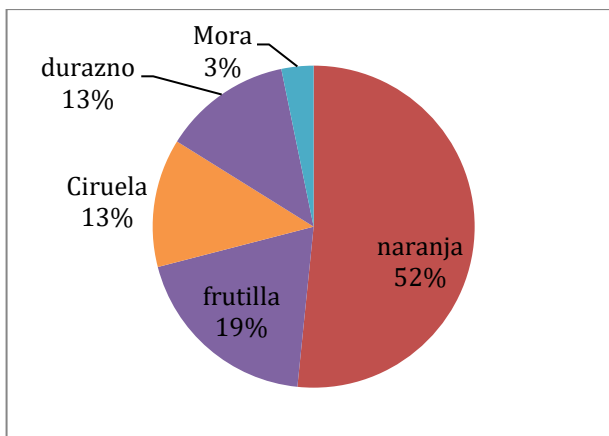
**Observación:** El 8vo ítem del cuestionario se divide en 3, por lo cual se analizan en diferentes gráficos con la frecuencia relativa de acuerdo a las opciones elegidas

**Análisis de la estrategia comercial a implementar**

**Tabla 11.** Preferencia en sabor por los clientes

	Alternativas de respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a)	Frutilla	32	52%
b)	Naranja	12	19%
c)	Durazno	8	13%
d)	Ciruela	8	13%
f)	Mora	2	3%
		62	100%

**Figura 11.** *Preferencia en sabor por los clientes*

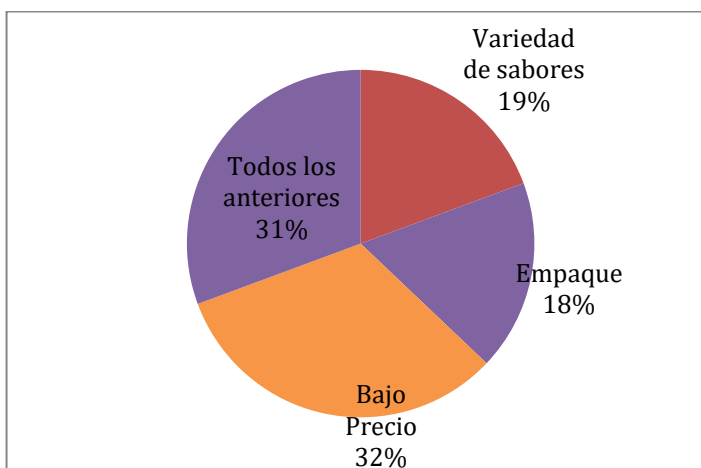


**Análisis:** según las preguntas efectuadas y los resultados demostrados en el grafico el 52% de los encuestados opta por el sabor naranja, 19% de frutilla, el 13% elige la mermelada de durazno al igual que de sabor ciruela, finalmente el 3% opta por la mermelada de mora.

**Tabla 12.** *Factores importantes para elegir una empresa de mermelada artesanal.*

	Alternativas de respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a)	Variedad de sabores	12	19%
b)	Empaque	11	18%
c)	Bajo Precio	20	32%
d)	Todos los anteriores	19	31%
		62	100%

**Figura 12.** *Factores importantes para elegir una empresa de mermelada artesanal.*

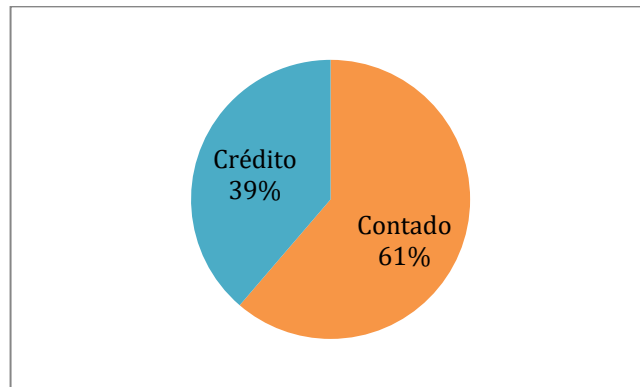


**Análisis:** en la figura se puede observar que factores son importantes para los clientes para el producto que se ofrece, siendo el 32% los bajos precios, el 19% la variedad de sabores que se ofrecen, el 18% el empaque, y el 31% todo lo mencionado anteriormente.

**Tabla 13.** Condición de venta generalmente opera en las compras

	Alternativas de respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a)	Contado	38	61%
b)	Crédito	24	39%
		62	100%

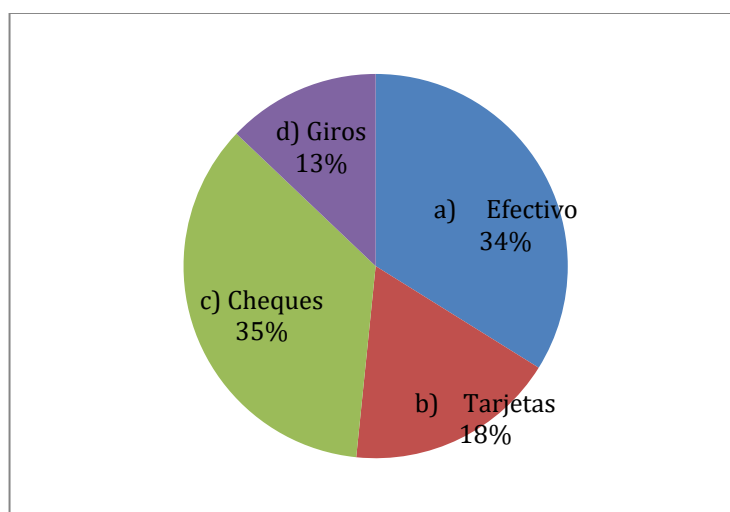
**Figura 13.** Condición de venta generalmente opera en las compras



**Análisis:** de acuerdo al gráfico el 61% de la condición de compras en los negocios se realiza al Contado, mientras que el 39% trabaja a Crédito.

**Tabla 14.** Medio de pago que utiliza en sus compras

	Alternativas de respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a)	Efectivo	21	34%
b)	Tarjetas	11	18%
c)	Cheques	22	35%
d)	Giros	8	13%
		<b>62</b>	<b>100%</b>

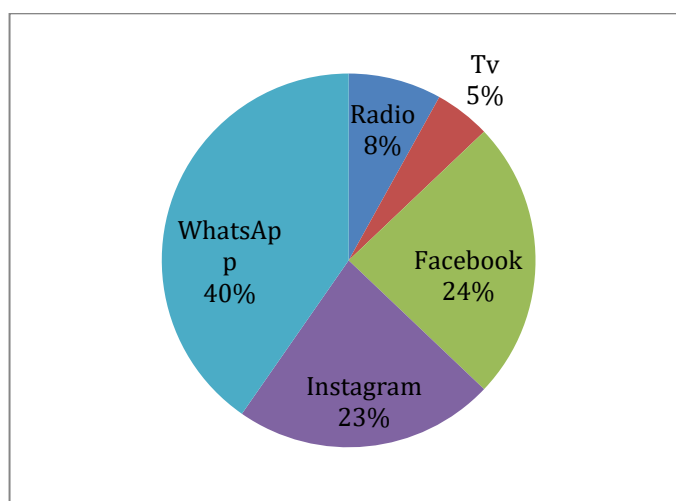
**Figura 14.** Medio de pago que utiliza en sus compras

**Análisis:** según el gráfico del estudio realizado el 35% realizan los pagos con cheques, el 34% con efectivo, mientras que el 18% con tarjetas, y el 13% lo realiza a través de Giros.

**Tabla 15.** Medio en la que se debería publicitar una empresa de mermelada artesanal

	Alternativas de respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a)	Radio	5	8%
b)	Tv	3	5%
c)	Facebook	15	24%
d)	Instagram	14	23%
f)	WhatsApp	25	40%
		<b>62</b>	<b>100%</b>

**Figura 15.** Medio en la que se debería publicitar una empresa de mermelada artesanal



**Análisis:** el gráfico sugiere que el 40% de los encuestados manifiestan que se debe publicitar por WhatsApp, mientras que el 24% y 23% por Facebook e Instagram respectivamente. El 8% opta por la radio, y el 5% a través de la televisión.

#### Planilla de cálculo de mercado meta

Luego del análisis de la demanda del producto el segmento al que se enfoca la mayor demanda del producto va destinado a los minimercados, de acuerdo al tamaño muestral se pueden estimar un presupuesto de ventas para el primer año de la empresa de la siguiente forma:

**Tabla 16.** Presupuesto de ventas año 1

Población objeto de estudio		168
Población que comercializa el producto	94%	158
Promedio de compras mensuales		Totales
500.000	10%	7.900.000
750.000	63%	74.655.000
1.250.000	23%	45.425.000
1.500.000	5%	11.850.000
Demanda Potencial Mensual		139.830.000
Demanda Insatisfecha	88%	123.050.400
<b>Mercado meta</b>	<b>70%</b>	<b>85.880.000</b>

**Mercado meta mensual por producto****Tabla 17.** Mercado meta mensual por producto

4.290	Frasco de 250 gr.	27%	5.500	23.595.000
8.300	Frasco de 350 gr.	68%	7.000	58.100.000
465	Frasco de 500 gr.	5%	9.000	4.185.000
<b>TOTAL</b>				<b>85.880.000</b>

**Presentación de los datos secundarios****Comportamiento de salarios mínimos.****Tabla 18.** Comportamiento de salarios mínimos

Año	Salario ₡.	% Variación
2018	2.112.562	
2019	2.192.839	3,50%
2020	2.192.839	0%
2021	2.289.324	4,4%
2022	2.550.307	11,00%
Promedio		3,78%

Fuente: mtess.gov.py

**Comportamiento de inflación.****Tabla 19.** Comportamiento de la inflación

Año	% Inflación
2018	3,20%
2019	2,80%
2020	2,20%
2021	4%
2022	7%
<b>Promedio</b>	<b>3,84%</b>

Fuente: bcp.gov.py

### ***Tasa de crecimiento población.***

El ritmo de crecimiento medio anual de la población paraguaya al 2022 es de 1,36% y experimentará una leve reducción en todo el periodo. En el 2024, se espera sea de 1,33% anual. ([www.ine.gov.py](http://www.ine.gov.py))

### ***Tasa pasiva del mercado financiero.***

Es la tasa de interés que pagan los intermediarios financieros a los oferentes de recursos por el dinero captado, es decir la que te paga el banco en tus depósitos. ([www.gestiopolis.com](http://www.gestiopolis.com)).

El promedio es de 6% en los bancos del país, según datos obtenidos en la web del Banco Central del Paraguay.

### ***Comportamiento del PIB.***

La economía paraguaya se recuperó fuertemente en 2021 después de dos años de recesión debido a la sequía en 2019 y la pandemia COVID-19 en 2020.

Se prevé que el crecimiento del PIB se ralentice en 2022 debido a los efectos de la sequía que frenarían el crecimiento de exportaciones y del consumo privado. (<https://www.bancomundial.org/es/country/paraguay>)

### **Conclusión de estudio de mercado**

El objetivo general del estudio de mercado fue la caracterizar el mercado de negocios dedicados a la venta de productos alimenticios, como despensas y minimercados de la ciudad de Fernando de la Mora para la comercialización de mermelada artesanal, para ellos se propuso los objetivos específicos relacionados a la oferta, demanda, precio y estrategia de comercialización.

En cuanto a la oferta se pudo conocer que existen algunas marcas relacionadas al producto, sin embargo también hay apertura de los potenciales clientes de adquirir el producto.



Con relación a la demanda de mermelada artesanal, resultados nos indican que hay suficiente demanda en el entorno, considerando que la mayoría manifestaron su interés obtener otras marcas con características similares, en este caso mejor precio y calidad.

Consultados con relación a la forma de pago y los precios, estos manifestaron el 61% de los encuestados acostumbran pagar al contado por la compra de mercaderías, el resultado de la proyección de ventas para el Año 1 arrojó la suma de Gs. 85.880.000. Producto de la venta de unidades de mermelada artesanal distribuida de la siguiente forma 4.290 Frascos de 250 gr., 8.300 Frascos de 350 gr., 465 Frascos de 500 gr.

En cuanto al último objetivo específico, la estrategia comercial más adecuada sería las publicidades realizadas por medios tecnológicos, es decir mediante el uso de las redes sociales que están al alcance de una gran mayoría de la población.

## **Estudio técnico**

### **Introducción**

El estudio técnico es una fase crucial para el proyecto, permite determinar aspectos de vital importancia como la capacidad de producción de la planta, la localización, la distribución de los equipamientos que componen las instalaciones, así como el proceso productivo.

En el presente estudio técnico además se determinarán las funciones de los recursos humanos requeridos, así mismo se representa el organigrama empresarial. Todo proyecto está ligado a un marco legal que también está contemplado en este estudio técnico referentes a la habilitación y puesta en marcha de la empresa, tributación, legislación referente a los recursos humanos.

### **Planteamiento del problema**

Teniendo en cuenta la intención de la habilitación de una empresa productora de mermelada artesanal en la ciudad de Fernando de la Mora y las necesidades de que este emprendimiento abarca surge la problemática de delimitar los aspectos técnicos que se deben cubrir para la puesta en marcha de forma óptima para lograr una producción correctamente planificada, con el costo justo, bajo porcentaje de merma y con un costo operativo acorde a la producción.

### **Formulación del problema**

¿Se disponen de los requerimientos técnicos que conllevan la apertura y puesta en marcha de la planta productora de mermelada?

### **Preguntas de investigación**

- ¿Cuál es la localización disponible y adecuada para la puesta en marcha de la empresa?

- ¿Cuáles son los equipamientos necesarios para la producción de mermelada y funcionamiento de la empresa?
- ¿Cómo estará conformada la estructura organizacional de la empresa?
- ¿Qué normas legales se deben de tener en cuenta para la puesta en marcha de la empresa?

## **Objetivos**

### ***Objetivo General***

Comprobar si se disponen de los requerimientos técnicos que conllevan la apertura y puesta en marcha de la planta productora de mermelada

### ***Objetivos Específicos.***

- Analizar la localización disponible y adecuada para la puesta en marcha de la empresa.
- Detallar los equipamientos necesarios para la producción de mermelada y funcionamiento de la empresa.
- Describir la conformación de la estructura organizacional de la empresa
- Señalar las normas legales se deben de tener en cuenta para la puesta en marcha de la empresa proyectada.

### **Justificación del estudio técnico.**

. El análisis del estudio técnico para la puesta en marcha de la empresa contempla el espacio geográfico donde se situará el edificio, las herramientas, equipos y mobiliarios necesarios, la disponibilidad y la necesidad del talento humano además de la legislación establecida en el país a la cual se deben ligar los procedimientos comerciales, técnicos y laborales. Es por ello fundamental la investigación del estudio técnico,

constituye la base de la eficiencia y éxito de la empresa, atendiendo a que favorece a optar por la mejor localización, los mejores equipamientos, la correcta selección del perfil del talento humano y obedecer el marco legal vigente en el Paraguay.

### **Aspecto teórico**

#### ***Estudio técnico.***

El estudio técnico comprende un capítulo importante en cualquier trabajo de investigación relacionado especialmente a proyectos de inversión de acuerdo a (Chain, Chain, & Sapag, 2008) el estudio técnico representa un análisis complejo de otros estudios donde se analiza la localización, según Sapag el estudio técnico abarca:

**Proceso de Producción:** Secuencia de actividades orientadas a la transformación de recursos en bienes o servicios, mediante la coordinación de mano de obra, maquinaria y procedimientos. (Chain, Chain, & Sapag, 2008)

**Capacidad de Producción:** Es el nivel de producción más alto que puede obtenerse con una estructura económica determinada. Lo más conveniente es contar con una capacidad productiva que pueda adaptarse a variaciones en los niveles de producción. (Chain, Chain, & Sapag, 2008)

**Inversiones en Equipamiento:** Son aquellas inversiones que se requieran para el funcionamiento normal de la empresa que lleva a cabo el proyecto. (Chain, Chain, & Sapag, 2008)

**Distribución de Planta:** Es la ordenación física de los elementos industriales. Incluye los espacios necesarios para movimiento de materiales y trabajadores, almacenamiento, etc. La inadecuada distribución dentro de la planta puede ser la causa determinante del fracaso de una empresa. (Chain, Chain, & Sapag, 2008)

**Inversión en Obras Físicas:** Incluyen tanto construcción como remodelación de edificios y oficinas. (Chain, Chain, & Sapag, 2008)

***Localización.***

La ubicación geográfica de la empresa representa uno de los factores más importantes del estudio técnico, para (Chain, Chain, & Sapag, 2008) debe ser la ubicación más adecuada para poder llevar a cabo el proyecto. Es necesario considerar la cercanía de la materia prima y del mercado, la disponibilidad de mano de obra y energía, impuestos, clima, etc. El método empleado a lo largo de los años el método cualitativo por puntos el cual consiste en definir los principales Factores determinantes de una Localización, para asignarles valores ponderados de peso relativo, de acuerdo con la importancia que se les atribuye.

***Ingeniería del proyecto.***

La ingeniería del proyecto, parte de la necesidad de análisis de factores productivos como lo exponen varios autores, para Samuelson y Nordhaus (2002) la función de producción especifica la cantidad máxima de producción que puede obtenerse con una cantidad dada de factores. Se define como un estado dado de los conocimientos técnicos.

Una función de producción no siempre está claramente descrita, más bien están como modelos mentales en los individuos.

Es útil para describir la capacidad productiva de una empresa. Para Oropeza (2003) y Samuelson y Nordhaus (2002) los factores de la producción son básicamente cuatro: Trabajo que se refiere a la obra que lleva a cabo el hombre, mediante sus cualidades y habilidades, agregando, desde luego, su preparación cultural y técnica. De esta manera, el trabajo puede clasificarse en calificado, no calificado y creativo. Al trabajo productivo se le conoce como mano de obra, sueldos y salarios, trabajo humano y se aplican de forma directa e indirecta.

**Recursos naturales** que se refieren a la tierra, el agua, la luz solar, etc. A los recursos naturales también se les conoce como materias primas y se dividen en directas e indirectas.

**Capital** que se refiere al dinero, los bienes muebles e inmuebles, las instalaciones, siempre y cuando su propósito sea la generación de nuevas utilidades.

**Organización** que se refiere a la manifestación directa del esfuerzo humano indicando quienes van a hacer el trabajo, tomando en cuenta características específicas, como las jerarquías y las responsabilidades.

### ***Estructura organizacional.***

Como expresan autores como Mintzberg, 1988. La estructura organizacional es el conjunto de todas las formas en que se divide el trabajo en tareas distintas, consiguiendo luego la coordinación de las mismas. Por otra parte otro concepto en el que se sostiene esta definición es que la estructura organizacional es la manera en que se agrupan, dividen y coordinan formalmente las tareas del trabajo. Amorós, 2007.

De acuerdo con estos conceptos definimos como el conjunto de talentos, tareas y funciones que componen una empresa o una institución.

### ***Organigrama.***

Según Ferrel, Hirt, Adriaenséns, Flores y Ramos, autores del libro «Introducción a los Negocios en un Mundo Cambiante», el organigrama es una «representación visual de la estructura organizacional, líneas de autoridad, (cadena de mando), relaciones de personal, comités permanentes y líneas de comunicación». Para Enrique B. Franklin, autor del libro «Organización de Empresas», el organigrama es «la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas, en la que se muestran las relaciones que guardan entre sí los órganos que la componen». (Cruz, 2012)

### ***Visión.***

La visión de una empresa, o una institución con y sin fines de lucro se explica como la imagen clara de detallada que un individuo, una empresa o

una nación tiene de sí mismo al respecto a un futuro más o menos lejano (Pañeda, 2004) de acuerdo a los objetivos trazados durante la creación de la empresa.

### ***Misión.***

El proceso de creación de una empresa comprende también y fundamentalmente la definición propia de los objetivos de esto se sostiene el concepto de Misión que de acuerdo a Chiavenato la misión es un importante elemento de la planificación estratégica porque es a partir de ésta que se formulan objetivos detallados que son los que guiarán a la empresa u organización. (Chiavenato, 2007)

### ***Valores***

Los valores organizacionales o de cualquier ente se puede definir según Tamayo, los como principios o creencias relativas a metas organizacionales deseadas, que orientan la vida de la empresa y están al servicio de intereses individuales, colectivos o mixtos. (Tamayo, 1996)

### ***Políticas organizacionales***

Las políticas según sostiene (Chiavenato, 2007) son líneas de acción que proporcionan marcos flexibles para demarcar las áreas en que debe desarrollarse la acción administrativa. Es decir, encaminan los procesos que se deben de seguir para el logro de objetivos institucionales o en caso de que se presente una situación desfavorable. Estas políticas posibilitan trazar un plan de acción inmediato.

### ***Funciones***

Las funciones a menudo suelen asociarse a la definición a un cargo u ocupación como el conjunto de funciones y tareas desarrolladas por un colaborador que manifiestan una integridad en correspondencia con los

objetivos de la organización. Además de utilizarse el término ocupación para la categoría de obreros y cargos para el personal directivo y funcionarios.

### ***Manuales de funciones***

El Manual de Organización y Funciones (MOF) es un documento técnico normativo de gestión institucional donde se describe y establece la función básica, las funciones específicas, las relaciones de autoridad, dependencia y coordinación, así como los requisitos de los cargos o puestos de trabajo. Estas funciones deben de cumplir con criterios que obedezcan a los objetivos institucionales. (Secretaria de la Función Pública)

### ***Fluxograma***

Los diagramas de flujo comúnmente llamados flujogramas o fluxogramas los cuales son cualquier representación gráfica de actividades, tareas que son implementadas dentro de gráficos entrelazados por flechas que siguen una secuencia que a su vez representan la acción, reposo, o almacenamiento. (Mayra Albán, 2017)

### ***Aspectos legales***

Como su nombre lo indica hacen referencia a elementos normativos, jurídicos o legales. Básicamente, son los trámites o procesos que se deben realizar para obtener los permisos o documentos necesarios para la operación de la empresa.

### ***Aspecto metodológico***

La metodología aplicada para el desarrollo de este apartado es la revisión bibliográfica, consulta a expertos y en normas legales vigentes. Mediante la cual se pudo obtener resultados para establecer la localización óptima de la empresa proyectada, la ingeniería del proyecto, la estructura organizacional y las normas legales aplicadas para el funcionamiento del negocio proyectado.



## Desarrollo del estudio técnico

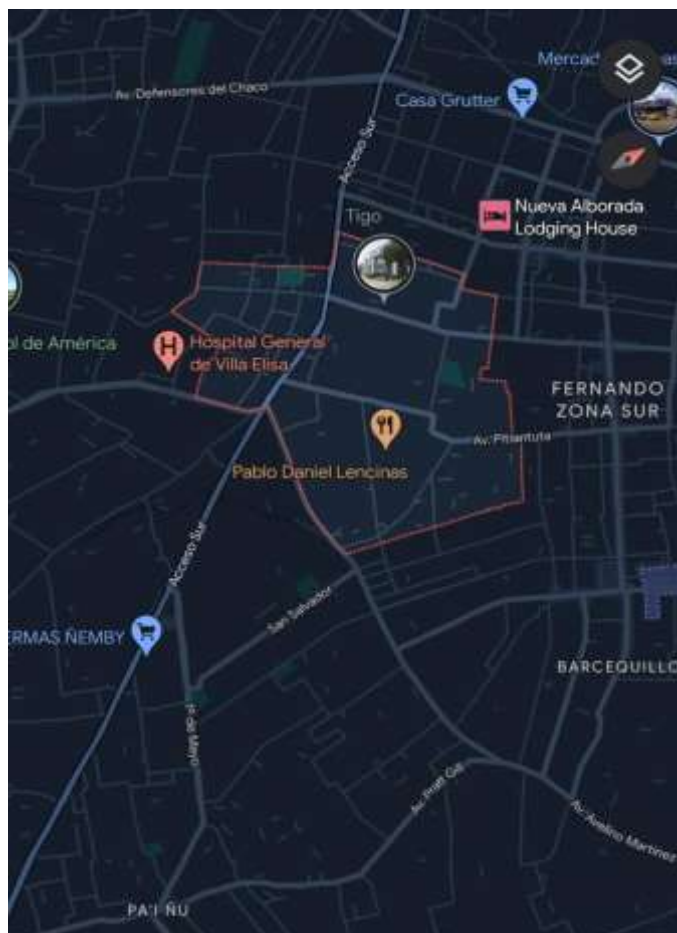
### **Localización**

Para la localización de la planta se tienen en cuenta factores como el costo, la dimensión del terreno, la proximidad con los puntos de distribución, el acceso a servicios básicos y caminos lo cual se puntúa al terreno ubicado en:

La Zona Sur de la ciudad de Fernando de la Mora, Departamento Central, en el barrio Tres Bocas sobre la calle Manora entre Progreso y Concepción N° 134

### **Macro localización**

**Figura 16.** Barrio Tres Bocas



### **Micro localización**

**Figura 17.** Localización de la empresa.



### **Factores claves de localización**

- Precio de alquiler del local.
- Dimensión: 10 metros de frente y 40 metros de largo
- Proximidad a puntos de venta: Zona concurrida y con proximidad a comercios de potenciales clientes.
- Acceso a Servicios Básicos: recolección de residuos, agua potable, energía eléctrica e internet, caminos de todo tiempo

**Detalle de equipamientos****Equipos de oficina****Tabla 20. Equipos de oficina**

1	Computadoras	Marca LG ALL IN ONE, sistema operativo Windows 10, almacenamiento 500 GB, web cam HD con micrófono, procesador Intel Celeron N3450, altavoces, estéreo, pantalla 21,5 pulgadas Full HD, entrada USB 4, Microsoft Office 2016.	2.500.000	2.500.000
1	Sofá	Sofá Americano, capacidad 3 personas, color marrón claro, tapizado de cuerina	1.000.000	1.000.000
1	Silla de espera	Marca Tándem, capacidad para 3 personas, material PVC, estructura de hierro, color gris	700.000	700.000
3	Escritorio	Material Melamina reforzada lustrada, cuenta con 5 cajones, color marrón claro	650.000	1.950.000
6	Sillas de oficina	Cuenta con curvas ergonómicas, respaldos tapizados en tela y en eco cuero, espalda regulable, con base giratoria y cromada.	250.000	1.500.000

### Instalaciones de planta

**Tabla 21.** Instalaciones de planta

Cant.	Concepto	Especificaciones Técnicas
1	Cocina industrial Kenok	Consumo a gas- 5 Hornallas 1 horno de 50 L.
2	Garrafa	Capacidad 13 Kg
3	Olla Tramontina	15,2 L. Reforzada
2	Embudo Harold	Material Aluminio inox. con Colador
1	Set de medidores	Set de medidores de líquidos de
1	Dosificador	Para líquidos y semilíquidos
1	Etiquetadora	Uso manual de botellas redondas

### Detalle de distribución de personal

**Tabla 22.** Detalle de distribución de personal

Cargo	Área de desempeño
Gerente	Administración General
Auxiliar Administrativo	Administrativa
Jefe de producción	Producción
Operario	Producción
Vendedor	Comercial

### ***Estructura organización***

La empresa productora tiene la denominación de empresa Unipersonal Simple.

### **Ventajas**

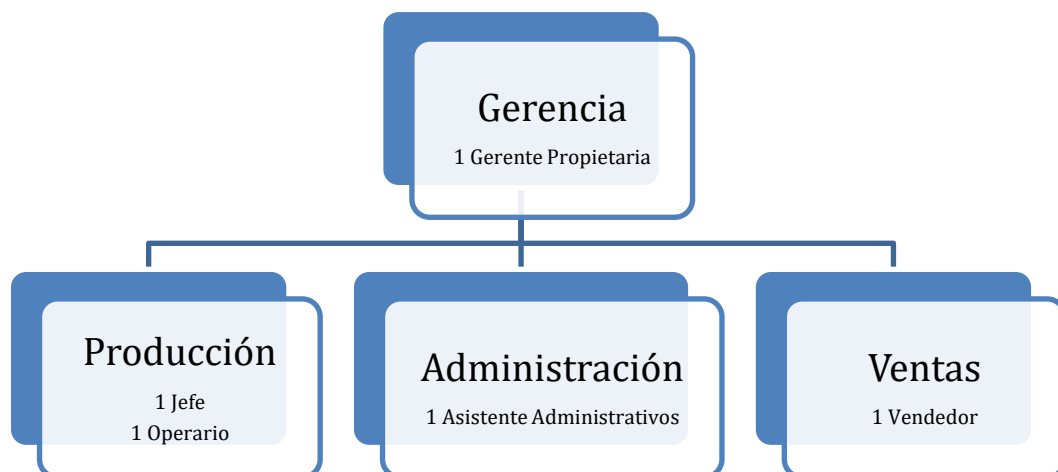
- Sujeta a menos tarifas tributarias.
- No posee estructura corporativa.
- Las decisiones se toman a cuenta del propietario.
- Es administrada por un solo propietario.

### **Desventajas**

- Dificultad para la obtención de financiamiento externo
- En caso de incumplimiento con los proveedores estos pueden perseguir sus bienes personales, y otros activos,
- Requiere que el propietario esté capacitado en áreas de finanzas, contabilidad, marketing, derecho.

### **Organigrama**

**Figura 18.** Organigrama



**Manuales de funciones****Tabla 23.** Manual de funciones de la gerente propietaria.

		<b>Manual de Organizaciones y Funciones</b>	
		<b>Sector: Administración General</b>	
<p><b>Denominación del Cargo:</b> Gerente propietaria</p> <p><b>Relación Superior:</b> No posee</p> <p><b>Relación Horizontal:</b> No posee</p> <p><b>Relación Inferior:</b> Ventas y Administración</p> <p><b>Objetivo:</b> La gerente propietaria es la encargada de administrar, controlar, y dirigir los recursos y funciones de la empresa, asegurar su óptimo funcionamiento.</p>			
<b>Nº</b>	<b>Tareas Generales</b>		
1.	Planificar, controlar, supervisar y corregir los planes a corto y largo plazo de la empresa.		
2.	Controlar las actividades predispuestas para el logro de los objetivos y verificar que no existan desviaciones y si existen aplicar las medidas de corrección pertinentes para el logro de los mismos.		
3.	Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.		
4.	Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta, organizar la estructura de la empresa actual y a futuro;		
5.	como también de las funciones y los cargos.		
	Controlar que cada persona dentro de la empresa cumpla con todas y cada una de sus obligaciones y no existan inconvenientes o interrupciones que perjudique el buen funcionamiento de la empresa.		
Aprobado por:		Fecha de Vigencia	Pág.
Gerencia			
Fecha: 02/05/2023			1 de 3

**Tabla 24.** Manual de funciones del Jefe

<b>Manual de Organizaciones y Funciones</b>		
<b>Sector: Producción</b>		
<p><b>Denominación del Cargo: Jefe</b>  <b>Relación Superior: Gerencia</b>  <b>Relación Horizontal: Administración</b>  <b>Relación Inferior: Operario</b></p> <p><b>Objetivo:</b> El objetivo principal del Jefe de Producción es supervisar y coordinar eficientemente las operaciones de producción en la planta de mermelada, garantizando la calidad, eficacia y cumplimiento de los estándares de calidad.</p>		
<b>Nº</b>	<b>Tareas Generales</b>	
1.	Diseñar y establecer los planes de producción, asegurando	
2.	Elaborar calendarios y programaciones de producción para cumplir con los pedidos.	
3.	Coordinar con el equipo de ventas para entender las necesidades del mercado y planificar la producción en relación a la demanda.	
4.	Supervisar y coordinar las actividades diarias en la planta Monitorear el proceso de producción	
5.	Gestionar la disponibilidad de insumos y materiales necesarios para mantener un flujo de producción.	
Aprobado por:		Fecha de Vigencia
Gerencia Fecha: 02/05/2023		Pág.  1 de 3

**Tabla 25.** Manual de funciones del Operario

		<b>Manual de Organizaciones y Funciones</b>	
		<b>Sector: Producción</b>	
<p><b>Denominación del Cargo: Operario</b></p> <p><b>Relación Superior: Jefe de Producción</b></p> <p><b>Relación Horizontal: no posee</b></p> <p><b>Relación Inferior: no posee</b></p> <p><b>Objetivo:</b> El objetivo principal del Operario es desempeñar tareas esenciales en el proceso de producción de mermelada, siguiendo los procedimientos y estándares establecidos para garantizar la calidad, eficiencia y seguridad en la operación.</p>			
<b>Nº</b>	<b>Tareas Generales</b>		
1	Inspeccionar visualmente los productos y materiales durante y después de cada etapa de producción, identificando posibles defectos o irregularidades.		
2.	Notificar al supervisor cualquier problema o anomalía en la producción y seguir los protocolos de control de calidad.		
3.	Empaquetar los productos terminados en los envases adecuados y aplicar etiquetas siguiendo las instrucciones y normas de presentación.		
4.	Asegurar que los envases estén limpios, sellados correctamente y listos para su distribución.		
5.	Realizar el mantenimiento básico y limpieza de las áreas de trabajo, maquinarias y equipos utilizados en el proceso de producción.		
Aprobado por:		Fecha de Vigencia	Pág.
Gerencia Fecha: 02/05/2023			1 de 3



**Tabla 26. Manual de funciones del Asistente**






<b>Manual de Organizaciones y Funciones</b>			
<b>Sector: Administración</b>			
<p><b>Denominación del Cargo: Asistente</b></p> <p><b>Relación Superior: Gerencia</b></p> <p><b>Relación Horizontal: Producción - Ventas</b></p> <p><b>Relación Inferior: no posee</b></p> <p><b>Objetivo:</b> El objetivo principal del Asistente Administrativo es brindar soporte administrativo eficiente y oportuno para garantizar el correcto funcionamiento de las operaciones diarias y la gestión financiera en la planta de producción de mermelada.</p>			
<b>Nº</b>	<b>Tareas Generales</b>		
1.	Registrar y archivar los registros de ventas, compras, facturación y otros documentos relacionados.		
2.	Atender y gestionar, consultas y requerimientos de clientes de manera cortés y eficiente.		
3.	Mantener un registro adecuado de las solicitudes y consultas de los clientes para su seguimiento y resolución.		
4.	Generar facturas precisas y oportunas para los clientes, asegurando la correcta aplicación de precios y descuentos.		
5.	Realizar el seguimiento de los pagos y gestionar recordatorios a clientes con pagos pendientes.		
6.	Colaborar en la gestión y actualización de los registros de inventario, asegurando la disponibilidad adecuada de materias primas y productos terminados.		
Aprobado por:		Fecha de Vigencia	Pág.
Gerencia Fecha: 02/05/2023			1 de 3

**Tabla 27.** Manual de funciones del Vendedor

		<b>Manual de Organizaciones y Funciones</b>	
		<b>Sector: Ventas</b>	
<p><b>Denominación del Cargo: Vendedor</b>  <b>Relación Superior: Gerencia</b>  <b>Relación Horizontal: Administración</b>  <b>Relación Inferior: no posee</b></p> <p><b>Objetivo:</b> El objetivo principal del Vendedor es promover y vender los productos de la planta de producción</p>			
<b>Nº</b>	<b>Tareas Generales</b>		
1.	Colaborar estrechamente con el equipo de producción y administración para asegurar el cumplimiento de los pedidos y la disponibilidad de inventario.		
2.	Mantener un trato amable y profesional		
3.	Identificar oportunidades de ventas y presentar los productos de manera persuasiva, destacando sus características.		
4.	Coordinar con el equipo de producción y logística para asegurar la entrega oportuna de los productos solicitados.		
5.	Cumplir con las metas establecidas de la empresa.		
Aprobado por:		Fecha de Vigencia	Pág.
Gerencia Fecha: 02/05/2023			1 de 3

**Fluxograma de proceso**

**Tabla 28.** Fluxograma de proceso de facturación.

P a s o	DESCRIPCION DE LOS PASOS	TIEMPO					
			Operación	Verificación	Transporte	Demora	Archivo
1	Responsable de Facturación contacta con el cliente, levanta el pedido y emite factura credito		●				
2	Responsable de Facturación envía la Factura al Responsable de Deposito				●		
3	Responsable de Deposito recibe la Factura, verifica y con la ayuda del Auxiliar de deposito prepara los productos		●	●			
4	Responsable de Deposito entrega los productos preparados para cada clientes al Responsable de Districión.		●				
5	El Responsable de Distribución con el apoyo de su ayudante recibe y verifica los productos y procede a la entrega a los clientes		●	●			
6	El Cliente recibe y verifica los productos y acepta la factura.		●	●			
7	Responsable de Distribución prepara el Recibo de Dinero y recibe el cheque correspondiente al pago por la Factura		●				
8	Respònsable de Distribución rinde los valores recibidos a Tesorería y entrega los documentaciones correspondientes		●				
9	Responsable de Tesorería, verifica los valores recibidos y diariamente prepara la Boleta de Deposito y deposita en el Banco en la Cta.Cte. de la Empresa.		●	●			
10	Responsable de Tesorería, archiva los documentos que intervienen en la operación.						●

### ***Procesos legales de apertura***

Seguidamente se enumera algunas de las Leyes a considerar, los cuales hablan de requisitos para la apertura de una empresa Unipersonal.

1. Ley N.º 1034/83 Del Comerciante

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.

2. Ley N.º 213/93 Que establece el Código del Trabajo.

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

3. Ley N.º 6.380/19 de Modernización y Simplificación del Sistema Tributario Nacional. Promulgada y publicada el 25-09-2019.

### **Registro Único de Contribuyente (RUC)**

Las personas físicas y jurídicas que requieran su inscripción en el RUC deberán realizar la solicitud llenando las casillas a través de la página Web de la SET [www.set.gov.py](http://www.set.gov.py).

Pasos:

1. Completar la Solicitud de Inscripción en forma electrónica, en el formulario que se encuentra disponible en la página web de la Subsecretaría de Estado de Tributación (SET).
2. Adjuntar a dicha solicitud los documentos requeridos, en formato digital, según el tipo de persona que se trate.
3. La SET recibirá electrónicamente la Solicitud de Inscripción que se encuentre en estado «Aceptado» y verificará: a) La correcta consignación de los datos requeridos según el tipo de inscripción seleccionado; b) Si fueron anexados digitalmente la totalidad de los documentos solicitados.

4. La SET, dentro de los 3 (tres) días hábiles siguientes al ingreso de la solicitud, gestionará su aprobación siempre que cumpla con lo dispuesto en el artículo anterior y procederá conforme a lo siguiente, cuando se trate de:
5. Personas físicas, estas deberán acercar los documentos impresos y debidamente firmados por el contribuyente a las Oficinas de la SET, personalmente o mediante un tercero, vía courier u otro sistema de remisión.

Los documentos que deberán ser firmados y remitidos por el contribuyente son los siguientes:

- a) El formulario de Solicitud de Inscripción (Formularios N° 600 o 601), generado por el Sistema al término de la presentación de la solicitud.
- b) La Solicitud de Clave de Acceso Confidencial de Usuario (Formulario N° 630).
- c) El Acta de Manifestación de Voluntad (Formulario N° 625).
- d) El documento que avale el domicilio fiscal declarado (contrato de alquiler, factura de ANDE, COPACO o ESSAP).

Los documentos señalados en los incisos b y c estarán disponibles en la página web de la SET para su impresión y llenado respectivo.

### **Instituto de Previsión Social (IPS)**

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

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

#### **Requisitos:**

- Llenado en forma correcta del formulario de declaración jurada de inscripción patronal, a un solo color de bolígrafo y con letras legibles, sin enmiendas y en 2 (dos) copias.

- Toda la documentación que le acompañe a la declaración jurada deberá estar autenticada por escribanía.

Documentos:

1. Fotocopia de C.I del empleador
2. Fotocopia del RUC.
3. Constancia de inscripción en el RUC.

### **Ministerio del Trabajo Empleo y Seguridad Social**

Toda empresa que cuente con uno o más empleados, después de inscribirse en el IPS, deberá hacerlo también en el Ministerio del Trabajo Empleo y Seguridad Social - MTESS. El trámite de inscripción puede realizarlo por mesa de entrada presentando los documentos exigidos en el Ministerio, o puede realizar la inscripción en línea desde el portal del MTESS

[https://regobpat.mtess.gov.py/inscripcion\\_patronal/login.php](https://regobpat.mtess.gov.py/inscripcion_patronal/login.php)

#### **Requisitos:**

Inscripción Patronal para Unipersonales - Personas Físicas

- Formulario de Inscripción Patronal firmado por el Propietario.
- Fotocopia de Cedula de Identidad del Propietario (Actualizada)
- Constancia de Inscripción del Empleador en el Seguro Social. (IPS)
- Constancia y cedula del Registro Único de Contribuyente (RUC)
- Lista de personal con N° de Cedula de Identidad, en hoja firmada por el Propietario.

OBS: Si el Propietario o los empleados son extranjeros, deben además presentar: Fotocopia de C.I. Paraguaya o fotocopia de Carné de Migraciones.

Si existe un representante autorizado para firmar en representación del propietario, el poder que lo acredite debe estar registrado en el Registro Público de Comercio – Sección Poderes.

Las fotocopias deben estar autenticadas por Escribanía o Juez de Paz.

### **Matricula del Comerciante**

Para la obtención de la Matricula del Comerciante es necesario contar con los siguientes requisitos:

- Nota dirigida al Juez de Turno en lo Comercial bajo patrocinio de Abogado, especificar el ramo a dedicarse.
- Adjuntar fotocopia de R.U.C y C.I.
- Comprar formulario de tasa de juicio. Pagar tasas judiciales en Ingresos Judiciales- 2º piso Torre Norte.
- Presentar ante el Juzgado de turno en lo Comercial.
- Una vez providenciada la nota, comprar formulario de escritura pública. Pagar tasa especial, más tasa fija.
- Dar entrada en Mesa de entrada de Registros Públicos.

➤ **Rúbrica de libros de Contabilidad.**

**Requisitos:**

- Nota dirigida a la directora de los Registros Públicos, firmado por el solicitante en caso de ser unipersonal, si es para una S.A. o S.R.L., firmado por el Gerente o director.
- Unipersonal adjuntar fotocopia de R.U.C. y C.I., más Matricula de Comerciante.
- S.R.L Y S.A. adjuntar fotocopia de la Constitución de la Sociedad (autenticada) y R.U.C. de la empresa.
- Pagar tasa fija más tasa especial certificado en Ingresos Judiciales – 2º piso Torre Norte.
- Dar entrada en la Mesa de entrada de los Registros Públicos en Planta Baja.
- En caso de rúbrica de Hojas continuas adjuntar fotocopia de A.I. autorización Judicial – Abonar tasa por cada 100 hojas.

**Apertura en la Municipalidad**

El trámite de apertura en la Municipalidad lo deberá efectuar en el Municipio correspondiente al lugar donde funciona o funcionará la empresa. Los requisitos que se mencionan a continuación corresponden a la Municipalidad de Fernando de la Mora el trámite se inicia en Mesa de

Entrada y su duración es de aproximadamente 24 horas a una semana, en función a las actividades realizadas por la empresa.

**Requisitos:**

Patente comercial (UNIPERSONAL)

- Fotocopia de C.I del solicitante
- Fotocopia de R.U.C (Cedula tributaria)
- Fotocopia de constancia de persona física de inscripción – R.U.C.
- Fotocopia de contrato de alquiler (local alquilado) o ultimo pago de impuesto inmobiliario (local propio)
- Solicitud municipal (completar con rubro, croquis, N.º de teléfono)

Obs: Todos los documentos autenticados por escribanía.

**Conclusión del estudio técnico**

Como resultado del estudio técnico, previo análisis de los distintos factores se estableció la conveniencia de la apertura de la empresa comercializadora de Mermelada Artesanal sobre la calle: Manora entre Progreso y Concepción de la ciudad de Fernando de la Mora ubicación en la zona céntrica de la ciudad y de fácil acceso, además cuenta con todos los servicios básicos indispensables para el buen funcionamiento de la empresa.

La infraestructura requerida para la apertura de la empresa es mínima, no siendo necesario un espacio muy grande ni numerosos equipamientos para el funcionamiento, lo cual resulta favorable ya que los costos presupuestados son bastante razonables.

En cuanto a la estructura organizacional adecuada para el tipo de negocio proyectado será una empresa de carácter unipersonal simple, considerando el tamaño de la misma y atendiendo que el capital estará conformado en su totalidad por el aporte del propietario. Cabe mencionar además que la apertura y formalización de la misma es mucho más sencilla, rápida y de menor costo.

Los aspectos legales que conciernen a una empresa unipersonal son bastantes simples a diferencia de otro tipo de Sociedades, una empresa



unipersonal supone: La inscripción en la Dirección de apoyo del Ministerio de Hacienda, para la obtención del RUC, una vez obtenida la cedula tributaria se solicita la Matricula del Comerciante para posteriormente pedir la rúbrica de los libros contables exigidos por ley. La empresa además debe estar inscrita en el Instituto de Previsión Social (IPS), y el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (MTESS), por último, se gestiona la habilitación y patente comercial en la Municipalidad de Fernando de Fernando de la Mora.

Las condiciones técnicas son bastante favorables para la puesta en marcha de la empresa proyectada, teniendo en cuenta lo detallado con anterioridad.

## **Estudio Financiero**

### **Introducción**

En este análisis se plantean las condiciones económicas de la propuesta de inversión, así como factores clave para determinar si la inversión será favorable.

El estudio financiero de la apertura de la empresa comprende el análisis de factores de financiamiento, capital, patrimonio y producción de la empresa, así como la proyección de la actividad comercial, en este caso de 5 años en los cuales se presentan un estado de la composición del estado patrimonial, el estado de pérdidas y ganancias y la proyección de la producción la cual está ligada a la capacidad de recursos humanos y de las instalaciones también detalladas en el presente análisis.

### **Planteamiento del problema**

La puesta en marcha de la empresa requiere un análisis a profundidad de factores económicos y ciertos recursos, uno de los problemas fundamentales en la realización de un proyecto de inversión es la incertidumbre de la determinación si será factible o no la puesta en marcha de dicho proyecto, en este sentido es necesario ante la falta de estudios en esta área en el mismo rubro y en la misma zona la realización de este análisis y estudio económico.

### **Formulación del problema**

Para resolver la problemática planteada surge la siguiente interrogante: ¿Son favorables los indicadores financieros que arrojan el estudio para la puesta en marcha el proyecto para la apertura de la empresa?

### **Preguntas de investigación**

1. ¿Cuál es la inversión inicial requerida para la puesta en marcha de la empresa proyectada?

2. ¿Cuál es el índice de liquidez de la empresa?
3. ¿Cuál es el estado Patrimonial de la empresa al término de cada ejercicio?
4. ¿Cuáles son los resultados extraídos de las proyecciones de los estados financieros?

## **Objetivos de Investigación**

### ***Objetivo General***

Calcular e interpretar los indicadores financieros del proyecto para su apertura y puesta en marcha.

### ***Objetivos Específicos.***

1. Cuantificar la inversión inicial requerida para la puesta en marcha de la empresa proyectada.
2. Analizar el índice de liquidez de la empresa
3. Describir el estado patrimonial de la empresa al término de cada ejercicio.
4. Demostrar los resultados extraídos de las proyecciones de los estados financieros.

## **Justificación del estudio financiero.**

El estudio financiero se basa en la necesidad de comprender y analizar los aspectos económicos de la situación del proyecto de Apertura de una planta productora de Mermelada artesanal en la ciudad de Fernando de La Mora. Este proporcionará una base sólida para la toma de decisiones ayuda a evaluar la viabilidad y rentabilidad, así como la planificación estratégica y análisis de riesgo de inversión.

Evitando el riesgo de realizar inversiones que perjudiquen de forma negativa al inversor, así como también en el proceso implementar métodos de cálculo que ayuden a determinar posibles ganancias.

## **Aspecto teórico**

### ***Estudio financiero***

Según Lawrence J. Gitman, "El estudio financiero es el análisis sistemático de la situación financiera de una entidad para tomar decisiones informadas sobre la asignación de recursos y la maximización del valor para los propietarios o accionistas".

El estudio financiero es un análisis detallado y exhaustivo de los aspectos económicos y financieros de una empresa o proyecto. Se centra en evaluar la viabilidad financiera, identificar fuentes de financiamiento, analizar costos y beneficios, proyectar flujos de efectivo y realizar estimaciones financieras para respaldar la toma de decisiones.

### ***Presupuesto***

Un presupuesto es un plan financiero que establece los ingresos y gastos esperados durante un período determinado.

De acuerdo con Horngren, Sundem y Stratton: "Un presupuesto es un plan cuantitativo que establece las metas financieras de una organización a largo plazo y detalla los pasos necesarios para alcanzar esas metas". Se utiliza para asignar y controlar los recursos financieros disponibles de manera eficiente y lograr los objetivos establecidos. Un presupuesto puede abarcar diferentes áreas, como ingresos, gastos operativos, inversiones, entre otros.

### ***Inversión inicial***

Inversión inicial como refieren Brigham y Ehrhardt: " es la cantidad de dinero o recursos necesarios para adquirir activos fijos y financiar los gastos iniciales de una empresa antes de que comience a generar ingresos".

Estos recursos incluyen los gastos iniciales de capital, como la compra de activos fijos, equipos, inventarios, gastos legales y de

organización. La inversión inicial suele ser un componente importante en el análisis de la viabilidad financiera de un proyecto.

### ***Capital operativo***

Según I. M. Pandey: "El capital operativo se refiere al capital necesario para financiar el ciclo operativo de una empresa, es decir, los recursos requeridos para adquirir inventario, financiar cuentas por cobrar y mantener la operación continua del negocio".

El capital operativo, también conocido como capital de trabajo, se refiere a los activos financieros que una empresa necesita para llevar a cabo sus operaciones diarias. Representa los recursos disponibles para financiar los gastos operativos, como la compra de inventarios, pago de salarios y gastos administrativos, mientras se espera recibir los ingresos correspondientes.

### ***Presupuesto de personal***

El presupuesto de personal es una estimación de los costos relacionados con los empleados de una organización. Incluye salarios, beneficios, impuestos, capacitación y otros gastos asociados al personal. Según Carlos Mallo: "El presupuesto de personal es una estimación de los costos laborales que se esperan en una organización, incluyendo salarios, beneficios, capacitación y otros gastos relacionados con el personal". Permite planificar y controlar los recursos humanos necesarios para llevar a cabo las operaciones de la empresa.

### ***Presupuesto de compras***

El presupuesto de compras es un plan financiero que establece las estimaciones de los costos relacionados con la adquisición de materias primas, bienes o servicios necesarios para la producción o venta de productos. Ayuda a controlar y administrar los recursos destinados a las compras, asegurando un suministro adecuado y eficiente. Así lo afirma Jack

M. Kaplan: "El presupuesto de compras es un plan que establece las estimaciones de los costos asociados con la adquisición de bienes y servicios necesarios para la operación de una empresa".

### ***Presupuesto de ventas***

El presupuesto de ventas es una estimación de los ingresos esperados por la venta de bienes o servicios durante un período determinado. Se basa en proyecciones de ventas, precios unitarios, volúmenes de ventas y tendencias del mercado. El presupuesto de ventas es fundamental para la planificación financiera y la toma de decisiones estratégicas.

### ***Presupuesto de gastos de funcionamiento***

El presupuesto de gastos de funcionamiento se refiere a las estimaciones de los costos relacionados con la operación diaria de una empresa, como gastos administrativos, alquileres, servicios públicos, seguros y otros gastos no relacionados directamente con la producción de bienes o servicios. Así lo manifiesta Philip Mohr: "El presupuesto de gastos de funcionamiento es una estimación de los costos necesarios para mantener y operar una empresa en su funcionamiento diario, como alquileres, servicios públicos, gastos administrativos, entre otros".

### ***Depreciaciones de los activos***

La depreciación es una asignación sistemática del costo de los activos fijos a lo largo de su vida útil estimada. Representa la disminución del valor de un activo debido al desgaste, el paso del tiempo o la obsolescencia. Las depreciaciones se registran contablemente como gastos y afectan los estados financieros de una empresa. Según Eugene F. Brigham: "La depreciación de activos es la asignación sistemática del costo de un activo a lo largo de su vida útil estimada, reflejando la disminución del valor debido al desgaste, la obsolescencia y el paso del tiempo".

***Flujo de fondo***

El flujo de fondos es el movimiento de dinero dentro y fuera de una empresa durante un período determinado. Representa los ingresos y egresos de efectivo y refleja la liquidez y solvencia de una organización. El análisis del flujo de fondos es esencial para evaluar la capacidad de una empresa para generar y administrar efectivo. Así también lo expresan Richard A. Brealey y Stewart C. Myers: "El flujo de fondo es el movimiento neto de efectivo en una empresa durante un período determinado, considerando las entradas y salidas de efectivo por concepto de operaciones, inversiones y financiamiento".

***Balance general***

Según Thomas R. Ittelson: "El balance general es un estado financiero que muestra la situación financiera de una empresa en un momento específico, presentando los activos, pasivos y patrimonio neto de la empresa".

El balance general es un estado financiero que muestra la situación financiera de una empresa en un momento específico. Resume los activos, pasivos y el patrimonio neto de la empresa, brindando una imagen clara de los recursos y las obligaciones financieras. El balance general sigue el principio contable fundamental de que los activos son iguales a los pasivos más el patrimonio neto, de acuerdo con la ecuación patrimonial.

***Estados de resultados***

Los estados de resultados, también conocidos como estados de pérdidas y ganancias o estados de ingresos y gastos, muestran los ingresos, los costos y los gastos de una empresa durante un período determinado. Permiten evaluar la rentabilidad de la empresa al mostrar el resultado neto de las operaciones. Según Anthony A. Atkinson: "Los estados de resultados, también conocidos como estados de ganancias y pérdidas, resumen los

ingresos, costos y gastos de una empresa durante un período determinado, mostrando el resultado neto obtenido".

### ***Análisis financieros***

El análisis financiero es el proceso de evaluar la salud financiera de una empresa utilizando herramientas y técnicas específicas. Implica el examen de estados financieros, ratios financieros, tendencias y otros indicadores para comprender la situación financiera de la empresa, su rentabilidad, liquidez, solvencia y eficiencia operativa. Conforme a lo que expresa John J. Wild: "El análisis financiero es el proceso de evaluar y comprender la información financiera de una empresa para tomar decisiones informadas sobre su desempeño, solvencia y rentabilidad".

### ***Índice de liquidez***

El índice de liquidez es una medida que evalúa la capacidad de una empresa para cumplir con sus obligaciones de corto plazo utilizando sus activos corrientes. Los índices de liquidez, como el índice de liquidez corriente y el índice de liquidez rápida, comparan los activos líquidos con los pasivos corrientes para determinar la solvencia a corto plazo. Según Charles T. Horngren: "El índice de liquidez es una medida que evalúa la capacidad de una empresa para cumplir con sus obligaciones de corto plazo, comparando los activos líquidos con los pasivos corrientes".

### ***Índice de solvencia***

El índice de solvencia es una medida que evalúa la capacidad de una empresa para cumplir con sus obligaciones de largo plazo utilizando sus activos y flujos de efectivo. Los índices de solvencia, como el índice de endeudamiento y el índice de cobertura de intereses, ayudan a evaluar la estructura financiera y la capacidad de pago de la deuda de una empresa. Eugene F. Brigham y Michael C. Ehrhardt: expresan que "El índice de solvencia es una medida que evalúa la capacidad de una empresa para



cumplir con sus obligaciones de largo plazo, considerando su estructura de capital y la relación entre activos y pasivos".

### ***Índice de rentabilidad***

El índice de rentabilidad, también conocido como margen de beneficio o retorno de la inversión, es una medida que evalúa la rentabilidad de una empresa en relación con su inversión o ventas. Los índices de rentabilidad, como el margen de beneficio neto y el retorno sobre la inversión, indican la eficiencia y la capacidad de generar ganancias de una empresa en relación con los recursos utilizados.

Este preconcepto parte de lo referido según Peter F. Drucker que expresa que "El índice de rentabilidad es una medida que evalúa la eficiencia y efectividad de una empresa en la generación de ganancias, comparando los ingresos o utilidades con los recursos utilizados".

### **Aspecto metodológico**

La metodología aplicada en el estudio financiero, consiste en la aplicación de fórmulas lógicas matemáticas, e interpretación de cada uno de los resultados, representadas mediante los ratios o indicadores financieros. Los mismos constituyen un instrumento de análisis del Balance y el Estado de Resultados presupuestados. Estos permiten cuantificar la relación financiera existente entre dos magnitudes y, de esta manera, formular un juicio objetivo sobre la liquidez, solvencia, gestión y rentabilidad del negocio proyectado.

Para ellos serán necesarios proyectar los presupuestos de inversión inicial, presupuesto de personal, de compras, de gastos y de ventas.

**Desarrollo del estudio**

***Planilla de cálculo de Inversión Inicial.***

**Tabla 29. Planilla de cálculo de Inversión Inicial**

No.	DETALLE	CANT.	PRECIO UNITARIO	TOTAL	IVA 10%	NETO SIN IVA
<b>1</b>	<b>Muebles y equipos</b>			<b>14.160.000</b>	<b>1.287.273</b>	<b>12.872.727</b>
	Escritorio de 160 x 75 x 70 con 6 cajones	1	800.000	800.000	72.727	727.273
	Escritorio de 140 x 75 x 70 con 3 cajones	2	600.000	1.200.000	109.091	1.090.909
	Silla Gerencial –Giratoria	1	1.000.000	1.000.000	90.909	909.091
	Silla Secretaria – Giratorio	2	600.000	1.200.000	109.091	1.090.909
	Silla practica tapizada	6	200.000	1.200.000	109.091	1.090.909
	Dispensador de Agua	1	900.000	900.000	81.818	818.182
	Central Telefónico Panasonic	1	900.000	900.000	81.818	818.182
	Equipos telefónicos	3	200.000	600.000	54.545	545.455
	Lava manos	1	200.000	200.000	18.182	181.818
	Acondicionador de Aire 12.000 BTU	2	2.420.000	4.840.000	440.000	4.400.000
	Organizador de documentos	3	440.000	1.320.000	120.000	1.200.000
<b>2</b>	<b>Herramientas y Enseres</b>			<b>935.000</b>	<b>85.000</b>	<b>850.000</b>
	Extintor de fuego 2,5 kg.	3	165.000	495.000	45.000	450.000
	Extintor de fuego 4 kg.	1	440.000	440.000	40.000	400.000
<b>3</b>	<b>Equipos de informática</b>			<b>13.050.000</b>	<b>1.186.364</b>	<b>11.863.636</b>
	Notebook HP i3	1	3.850.000	3.850.000	350.000	3.500.000
	PC escritorio - HP	2	3.300.000	6.600.000	600.000	6.000.000
	Impresora HP – Multifunción	1	800.000	800.000	72.727	727.273
	Post - Facturación	2	900.000	1.800.000	163.636	1.636.364
<b>4</b>	<b>Maquinarias y equipos de producción</b>			<b>7.803.000</b>	<b>709.364</b>	<b>7.093.636</b>
	Cocina industrial a gas 5 hornallas Kenok	1	1.950.000	1.950.000	177.273	1.772.727
	Garrafa de 13 Kg	2	145.000	290.000	26.364	263.636
	Olla Tramontina 15,2 L. Reforzada	3	600.000	1.800.000	163.636	1.636.364
	Embudo de Aluminio con Colador Harold	2	74.000	148.000	13.455	134.545
	Set de medidores de líquidos	1	137.000	137.000	12.455	124.545
	Dosificador de líquidos y semilíquidos	1	3.000.000	3.000.000	272.727	2.727.273
	Etiquetadora manual de botellas redondas	1	478.000	478.000	43.455	434.545
<b>5</b>	<b>Inmuebles</b>			<b>3.300.000</b>	<b>300.000</b>	<b>3.000.000</b>
	Adecuación del Local	1	3.300.000	3.300.000	300.000	3.000.000
<b>6</b>	<b>Rodados</b>			<b>20.000.000</b>	<b>1.818.182</b>	<b>18.181.818</b>
	Motocarga	1	20.000.000	20.000.000	1.818.182	18.181.818
	<b>Total inversión inicial en equipamientos</b>			<b>59.248.000</b>	<b>5.386.182</b>	<b>53.861.818</b>
<b>7</b>	<b>Garantía de Alquiler</b>	1	1.500.000	<b>1.500.000</b>		<b>1.500.000</b>
<b>8</b>	<b>Gastos de Constitución</b>	1	1.540.000	<b>1.540.000</b>	<b>140.000</b>	<b>1.400.000</b>
<b>9</b>	<b>Capital Operativo</b>	1	22.712.000	<b>22.712.000</b>		
	<b>TOTAL INVERSION INICIAL REQUERIDAS</b>			<b>85.000.000</b>		
	<b>FUENTE DE FINANCIAMIENTO</b>	<b>Propio:</b>	100%	<b>Tercero:</b>	0%	
			<b>85.000.000</b>		-	

**Planilla de cálculo de gastos pre-operacionales.****Tabla 30.** Planilla de cálculo de gastos pre-operacionales

Descripción	Costo
Matricula de Comerciante	440.000
Libros Contables rubricados	500.000
Inscripción en el RUC	150.000
Gastos de Inscripción en IPS	150.000
Gastos de Inscripción MTESS	150.000
Gastos de Inscripción Municipal	150.000
<b>TOTAL IVA incluido</b>	<b>1.540.000</b>

**Planilla de cálculo de Capital Operativo.****Tabla 31.** Planilla de cálculo de capital operativo

Descripción	Importe
50% del sueldo del 1er. Mes	8.000.000
Compas mínimo	8.500.000
Gastos básicos 1er. Mes	4.470.000
Imprevistos	1.742.000
<b>TOTAL</b>	<b>22.712.000</b>

**Planilla de presupuesto mensual de personal.****Tabla 32.** Planilla de presupuesto mensual de personal

Cant.	Cargo	Sueldo Básico	Incentivos	Total Imponible	Cargas Sociales			TOTALES
					Aporte Patronal	Bonificación Familiar	Aguinaldo	
2	Operario	2.680.307	0	2.680.307	442.251	0	223.359	3.345.917
1	Administrativo	2.680.307	300.000	2.980.307	491.751	0	248.359	3.720.417
1	Vendedor	2.680.307	400.000	3.080.307	508.251	0	256.692	3.845.250
1	Jefe de producción	3.200.000	0	3.200.000	528.000	134.015	266.667	4.128.682
		<b>11.240.921</b>		<b>11.940.921</b>	<b>1.970.252</b>	<b>134.015</b>	<b>995.077</b>	<b>15.040.265</b>

**Planilla de presupuesto anual proyectado de personal.****Tabla 33. Planilla de presupuesto anual proyectado de personal**

N°	Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Sueldos y jornales	143.291.052	149.911.099	156.836.991	164.082.860	171.663.489
2	Aporte Patronal	23.643.024	24.735.331	25.878.104	27.073.672	28.324.476
3	Bonificación familiar	1.608.184	1.682.482	1.760.213	1.841.535	1.926.614
4	Aguinaldo	11.940.921	12.492.592	13.069.749	13.673.572	14.305.291
	<b>Total</b>	<b>180.483.181</b>	<b>188.821.504</b>	<b>197.545.057</b>	<b>206.671.639</b>	<b>216.219.869</b>

La proyección se realiza al 4,62% interanual, basado al promedio de los aumentos salariales en los últimos 5 años.

**Presupuesto mensual y anual de Remuneraciones y Honorarios.****Tabla 34. Presupuesto mensual y anual de Remuneraciones y Honorarios**

Cant.	Cargo	Remuneración Basica IVA incluido	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Gerente	3.200.000	38.400.000	40.174.080	42.030.122	43.971.914	46.003.417
1	Contador	300.000	3.600.000	3.766.320	3.940.324	4.122.367	4.312.820
		<b>3.200.000</b>	<b>38.400.000</b>	<b>40.174.080</b>	<b>42.030.122</b>	<b>43.971.914</b>	<b>46.003.417</b>

La proyección se realiza al 4,62% interanual, basado al promedio de los aumentos salariales en los últimos 5 años.

**Presupuesto mensual de Compras.****Tabla 35. Presupuesto mensual de Compras**

Nº	PRODUCTO	STOCK MINIMO			STOCK DE REPOSICION			
		Cant.	Precio Unitario	Total Mensual	Cant.	Precio Unitario	Total por mes	Total Anual
1	Pulpa de Frutilla	65	20.000	1.296.923	422	20.000	8.430.000	101.160.000
2	Pulpa de Naranja	130	3.500	453.385	842	3.500	2.947.000	35.364.000
3	Pulpa de Durazno	130	7.200	932.677	842	7.200	6.062.400	72.748.800
4	Azucar	324	3.500	1.133.731	2.106	3.500	7.369.250	88.431.000
5	Jugo de limon	19	3.500	68.024	126	3.500	442.155	5.305.860
6	Envases de 250 Gr	402	1.690	678.860	2.611	1.690	4.412.590	52.951.080
7	Envases de 350 Gr	803	2.150	1.727.277	5.222	2.150	11.227.300	134.727.600
8	Envases de 500 Gr	803	2.400	1.928.123	5.222	2.400	12.532.800	150.393.600
9	Etiquetas	2.008	100	200.846	13.055	100	1.305.500	15.666.000
10	Gas	1	109.000	109.000	1	109.000	109.000	1.308.000
<b>TOTALES</b>			-	<b>8.528.845</b>			<b>54.837.995</b>	<b>658.055.940</b>

**Presupuesto anual proyectado de compras.****Tabla 36. Presupuesto anual proyectado de compras**

Nº	PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Pulpa de Frutilla	102.456.923	107.189.136	113.577.609	120.346.834	127.519.505
2	Pulpa de Naranja	35.817.385	37.471.694	39.705.007	42.071.426	44.578.883
3	Pulpa de Durazno	73.681.477	77.084.628	81.678.872	86.546.933	91.705.130
4	Azúcar	89.564.731	93.701.488	99.286.096	105.203.548	111.473.679
5	Jugo de limón	5.373.884	5.622.089	5.957.166	6.312.213	6.688.421
6	Envases de 250 Gr	53.629.940	56.106.964	59.450.939	62.994.215	66.748.671
7	Envases de 350 Gr	136.454.877	142.757.365	151.265.704	160.281.140	169.833.896
8	Envases de 500 Gr	152.321.723	159.357.059	168.854.739	178.918.482	189.582.023
9	Etiquetas	15.866.846	16.599.694	17.589.035	18.637.342	19.748.127
10	Gas	1.417.000	1.385.957	1.468.560	1.556.086	1.648.829
<b>TOTALES</b>		<b>666.584.785</b>	<b>697.276.074</b>	<b>738.833.728</b>	<b>782.868.218</b>	<b>829.527.164</b>

La proyección se realiza al 4,62% interanual, basado al promedio de los aumentos inflacionarios en los últimos 5 años.

**Presupuesto mensual de Ventas.****Tabla 37.** Presupuesto mensual de Ventas

Nº	PRODUCTO	CALCULO POR MES			TOTAL ANUAL
		CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL	
1	Mermelada 250 gr	4.290	5.500	23.595.000	283.140.000
2	Mermelada 350 gr	8.300	7.000	58.100.000	697.200.000
3	Mermelada 500 gr	465	9.000	4.185.000	50.220.000
	<b>TOTAL ANUAL</b>	13.055		<b>85.880.000</b>	<b>1.030.560.000</b>

**Presupuesto anual proyectado de ventas.****Tabla 38.** Presupuesto anual proyectado de ventas

Nº	PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Mermelada 250 gr	283.140.000	300.015.144	317.896.047	336.842.651	356.918.473
2	Mermelada 350 gr	697.200.000	738.753.120	782.782.806	829.436.661	878.871.086
3	Mermelada 500 gr	50.220.000	53.213.112	56.384.613	59.745.136	63.305.947
	<b>Total</b>	<b>1.030.560.000</b>	<b>1.091.981.376</b>	<b>1.157.063.466</b>	<b>1.226.024.449</b>	<b>1.299.095.506</b>

La proyección se realiza al 4,62% interanual, basado al promedio de los aumentos inflacionarios en los últimos 5 años.

**Planilla de ingresos y egresos proyectados.****Tabla 39. Planilla de ingresos y egresos proyectados**

INGRESOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Por venta		1.030.560.000	1.091.981.376	1.157.063.466	1.226.024.449	1.299.095.506
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>		<b>1.030.560.000</b>	<b>1.091.981.376</b>	<b>1.157.063.466</b>	<b>1.226.024.449</b>	<b>1.299.095.506</b>
<b>EGRESOS</b>						
<b>De Producción</b>		<b>666.584.785</b>	<b>697.276.074</b>	<b>738.833.728</b>	<b>782.868.218</b>	<b>829.527.164</b>
por pago a Proveedores		666.584.785	697.276.074	738.833.728	782.868.218	829.527.164
<b>De Personal</b>		<b>219.438.246</b>	<b>232.621.228</b>	<b>243.368.328</b>	<b>254.611.945</b>	<b>266.375.017</b>
Sueldos y jornales		130.394.857	136.419.100	142.721.662	149.315.403	156.213.775
Aporte Patronal y Retenciones		33.494.283	38.086.654	39.846.258	41.687.155	43.613.101
Bonificación familiar		1.608.184	1.682.482	1.760.213	1.841.535	1.926.614
Aguinaldo		11.940.921	12.492.592	13.069.749	13.673.572	14.305.291
Remuneraciones		38.400.000	40.174.080	42.030.122	43.971.914	46.003.417
Honorarios profesionales		3.600.000	3.766.320	3.940.324	4.122.367	4.312.820
<b>Generales de funcionamiento</b>		<b>89.093.086</b>	<b>110.184.010</b>	<b>112.858.946</b>	<b>120.252.601</b>	<b>126.314.952</b>
Consumo de agua		1.200.000	1.255.440	1.313.441	1.374.122	1.437.607
Energía Eléctrica		6.000.000	6.277.200	6.567.207	6.870.612	7.188.034
Comunicaciones e Internet		1.800.000	1.883.160	1.970.162	2.061.183	2.156.410
Gastos por Seguros		3.600.000	3.766.320	3.940.324	4.122.367	4.312.820
Gastos de Limpieza		3.480.000	3.640.776	3.808.980	3.984.955	4.169.060
Impresos y Útiles		2.400.000	2.510.880	2.626.883	2.748.245	2.875.214
Gastos Bancarios		396.000	414.295	433.436	453.460	474.410
Alquiler de Software Administrativo		3.000.000	3.138.600	3.283.603	3.435.306	3.594.017
Gastos en Uniformes		3.480.000	3.640.776	3.808.980	3.984.955	4.169.060
Reparación y Mantenimiento Edificio		4.200.000	4.394.040	4.597.045	4.809.428	5.031.624
Reparación y Mantenimiento Rodado		2.040.000	2.134.248	2.232.850	2.336.008	2.443.932
Alquileres		36.000.000	37.663.200	39.403.240	41.223.670	43.128.203
Combustibles		5.400.000	5.649.480	5.910.486	6.183.550	6.469.230
Tasas, Patentes e Impuestos (*)		425.000	444.635	465.177	486.668	509.152
Pagos de IVA		15.672.086	25.264.279	26.977.655	28.731.115	30.595.807
Anticipo de Impuesto a la Renta		0	4.053.340	4.786.409	6.116.683	6.938.528
Impuesto a la Renta		0	4.053.340	733.069	1.330.274	821.845
<b>De Inversión</b>	<b>85.000.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Capital Operativo	22.712.000					
Garantía de Alquiler	1.500.000					
Total inversión inicial en equipamientos	59.248.000					
Gastos de constitución	1.540.000					
<b>TOTAL DE EGRESOS</b>	<b>85.000.000</b>	<b>975.116.117</b>	<b>1.040.081.311</b>	<b>1.095.061.003</b>	<b>1.157.732.765</b>	<b>1.222.217.133</b>
<b>FLUJO NETO ANUAL</b>	<b>-85.000.000</b>	<b>55.443.883</b>	<b>51.900.065</b>	<b>62.002.463</b>	<b>68.291.684</b>	<b>76.878.373</b>
<b>FLUJO NETO ACUMULADO</b>	<b>-85.000.000</b>	<b>-29.556.117</b>	<b>22.343.947</b>	<b>84.346.410</b>	<b>152.638.094</b>	<b>229.516.467</b>
<b>SALDO DE CAJA</b>	<b>22.712.000</b>	<b>78.155.883</b>	<b>130.055.947</b>	<b>192.058.410</b>	<b>260.350.094</b>	<b>337.228.467</b>

**Balance General Proyectado.****Tabla 40. Balance General Proyectado**

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVO</b>						
<b>Activo Corriente</b>						
<b>Disponibilidades</b>	<b>22.712.000</b>	<b>78.155.883</b>	<b>130.055.947</b>	<b>192.058.410</b>	<b>260.350.094</b>	<b>337.228.467</b>
Caja	22.712.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
Banco Cta. Cte.		76.155.883	128.055.947	190.058.410	258.350.094	335.228.467
<b>Créditos</b>	<b>5.526.182</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
IVA Crédito Fiscal	5.526.182	-	-	-	-	-
<b>Bienes de cambio</b>	<b>0</b>	<b>7.753.496</b>	<b>8.111.707</b>	<b>8.486.468</b>	<b>8.878.543</b>	<b>9.288.732</b>
Mercaderías e insumos	0	7.753.496	8.111.707	8.486.468	8.878.543	9.288.732
<b>Total activo corriente</b>	<b>28.238.182</b>	<b>85.909.378</b>	<b>138.167.655</b>	<b>200.544.879</b>	<b>269.228.637</b>	<b>346.517.199</b>
<b>Activo no Corriente</b>						
<b>Bienes de Uso</b>	<b>53.861.818</b>	<b>41.976.073</b>	<b>30.090.327</b>	<b>23.925.718</b>	<b>17.761.109</b>	<b>11.596.500</b>
Valor Origen	53.861.818	53.861.818	53.861.818	53.861.818	53.861.818	53.861.818
(-) Depreciaciones Acumuladas		-11.885.745	-23.771.491	-29.936.100	-36.100.709	-42.265.318
<b>Cargos diferidos</b>	<b>1.400.000</b>	<b>1.120.000</b>	<b>840.000</b>	<b>560.000</b>	<b>280.000</b>	<b>0</b>
#¡REF!	1.400.000	1.400.000	1.400.000	1.400.000	1.400.000	1.400.000
(-) Amortización Acum. de Cargos Diferidos		-280.000	-560.000	-840.000	-1.120.000	-1.400.000
<b>Otros activos</b>	<b>1.500.000</b>	<b>1.500.000</b>	<b>1.500.000</b>	<b>1.500.000</b>	<b>1.500.000</b>	<b>1.500.000</b>
Garantía de Alquiler	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000
<b>Total Activo no Corriente</b>	<b>56.761.818</b>	<b>44.596.073</b>	<b>32.430.327</b>	<b>25.985.718</b>	<b>19.541.109</b>	<b>13.096.500</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>85.000.000</b>	<b>130.505.451</b>	<b>170.597.982</b>	<b>226.530.597</b>	<b>288.769.746</b>	<b>359.613.699</b>
<b>PASIVO</b>						
<b>Pasivo Corriente</b>						
<b>Deudas Comerciales</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Proveedores	0	0	0	0	0	0
<b>Provisiones</b>	<b>0</b>	<b>9.025.390</b>	<b>6.040.240</b>	<b>6.922.705</b>	<b>6.715.103</b>	<b>7.100.693</b>
I.P.S. Aportes y Retenciones a Pagar		3.044.935	3.185.611	3.332.786	3.486.761	3.647.849
I.V.A. a pagar		1.927.115	2.121.560	2.259.645	2.406.497	2.562.665
Impuesto a la Renta a Pagar		4.053.340	733.069	1.330.274	821.845	890.179
<b>Otros pasivos corrientes</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>0</b>	<b>9.025.390</b>	<b>6.040.240</b>	<b>6.922.705</b>	<b>6.715.103</b>	<b>7.100.693</b>
<b>Pasivo no Corriente</b>						
<b>Total Pasivo no Corriente</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>0</b>	<b>9.025.390</b>	<b>6.040.240</b>	<b>6.922.705</b>	<b>6.715.103</b>	<b>7.100.693</b>
<b>PATRIMONIO NETO</b>						
<b>Capital Social</b>	<b>85.000.000</b>	<b>85.000.000</b>	<b>85.000.000</b>	<b>85.000.000</b>	<b>85.000.000</b>	<b>85.000.000</b>
Capital	85.000.000	85.000.000	85.000.000	85.000.000	85.000.000	85.000.000
<b>Reservas</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Reserva Legal	0	0	0	0	0	0
<b>Resultados</b>	<b>0</b>	<b>36.480.061</b>	<b>79.557.742</b>	<b>134.607.891</b>	<b>197.054.643</b>	<b>267.513.006</b>
Resultado Acumulado		0	36.480.061	79.557.742	134.607.891	197.054.643
Resultado del Ejercicio		36.480.061	43.077.681	55.050.150	62.446.752	70.458.363
<b>TOTAL PATRIMONIO NETO</b>	<b>85.000.000</b>	<b>121.480.061</b>	<b>164.557.742</b>	<b>219.607.891</b>	<b>282.054.643</b>	<b>352.513.006</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO</b>	<b>85.000.000</b>	<b>130.505.451</b>	<b>170.597.982</b>	<b>226.530.597</b>	<b>288.769.746</b>	<b>359.613.699</b>



**Estados de Resultados Proyectados.****Tabla 41. Estados de Resultados Proyectados**

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>INGRESOS OPERATIVOS</b>					
Ventas	936.872.727	992.710.342	1.051.875.878	1.114.567.681	1.180.995.914
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>936.872.727</b>	<b>992.710.342</b>	<b>1.051.875.878</b>	<b>1.114.567.681</b>	<b>1.180.995.914</b>
(-) Costos variables	598.232.673	633.529.129	671.292.265	711.306.305	753.705.415
<b>Margen Bruto</b>	<b>338.640.055</b>	<b>359.181.213</b>	<b>380.583.614</b>	<b>403.261.375</b>	<b>427.290.499</b>
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>298.106.654</b>	<b>311.317.123</b>	<b>319.416.781</b>	<b>333.876.095</b>	<b>349.003.430</b>
Sueldos y jornales	143.291.052	149.911.099	156.836.991	164.082.860	171.663.489
Aporte Patronal	23.643.024	24.735.331	25.878.104	27.073.672	28.324.476
Bonificación familiar	1.608.184	1.682.482	1.760.213	1.841.535	1.926.614
Aguinaldo	11.940.921	12.492.592	13.069.749	13.673.572	14.305.291
Remuneraciones	34.909.091	36.521.891	38.209.202	39.974.467	41.821.288
Honorarios profesionales	3.272.727	3.423.927	3.582.113	3.747.606	3.920.746
Consumo de agua	1.090.909	1.141.309	1.194.038	1.249.202	1.306.915
Energía Eléctrica	5.454.545	5.706.545	5.970.188	6.246.011	6.534.576
Comunicaciones e Internet	1.636.364	1.711.964	1.791.056	1.873.803	1.960.373
Gastos por Seguros	3.272.727	3.423.927	3.582.113	3.747.606	3.920.746
Gastos de Limpieza	3.163.636	3.309.796	3.462.709	3.622.686	3.790.054
Impresos y útiles	2.181.818	2.282.618	2.388.075	2.498.404	2.613.830
Gastos Bancarios	360.000	376.632	394.032	412.237	431.282
Alquiler de Software Administrativo	2.727.273	2.853.273	2.985.094	3.123.005	3.267.288
Gastos en Uniformes	3.163.636	3.309.796	3.462.709	3.622.686	3.790.054
Reparación y Mantenimiento Edificio	3.818.182	3.994.582	4.179.131	4.372.207	4.574.203
Reparación y Mantenimiento Rodado	1.854.545	1.940.225	2.029.864	2.123.644	2.221.756
Alquileres	32.727.273	34.239.273	35.821.127	37.476.063	39.207.457
Combustibles	5.400.000	5.649.480	5.910.486	6.183.550	6.469.230
Tasas, Patentes e Impuestos (*)	425.000	444.635	465.177	486.668	509.152
Depreciaciones del Ejercicio	11.885.745	11.885.745	6.164.609	6.164.609	6.164.609
Amortizaciones del Ejercicio	280.000	280.000	280.000	280.000	280.000
<b>RESULTADO ANTES DE IMPUESTO</b>	<b>40.533.401</b>	<b>47.864.090</b>	<b>61.166.833</b>	<b>69.385.280</b>	<b>78.287.070</b>
Impuesto a la Renta	4.053.340	4.786.409	6.116.683	6.938.528	7.828.707
<b>UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>	<b>36.480.061</b>	<b>43.077.681</b>	<b>55.050.150</b>	<b>62.446.752</b>	<b>70.458.363</b>

**Indicadores Financieros.****Tabla 42. Índices de liquidez**

Índices o Ratios de Liquidez		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Razón Circulante	Activo Corriente/	85.909.378	138.167.655	200.544.879	269.228.637	346.517.199
	Pasivo Corriente	9.025.390	6.040.240	6.922.705	6.715.103	7.100.693
	<b>Resultado</b>	<b>10</b>	<b>23</b>	<b>29</b>	<b>40</b>	<b>49</b>

Prueba Ácida	Act.Cte. - Merc./	78.155.883	130.055.947	192.058.410	260.350.094	337.228.467
	Pasivo Corriente	9.025.390	6.040.240	6.922.705	6.715.103	7.100.693
	<b>Resultado</b>	<b>9</b>	<b>22</b>	<b>28</b>	<b>39</b>	<b>47</b>

**Tabla 44. Índices de solvencia**

Índices o Ratios de Solvencia		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Endeudamiento sobre Patrimonio	Pasivo Total/	9.025.390	6.040.240	6.922.705	6.715.103	7.100.693
	Patrimonio Neto	121.480.061	164.557.742	219.607.891	282.054.643	352.513.006
	<b>Resultado</b>	<b>7%</b>	<b>4%</b>	<b>3%</b>	<b>2%</b>	<b>2%</b>

**Tabla 45. Índices de Rentabilidad**

Índices o Ratios de Rentabilidad		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rentabilidad del Capital	Utilidad Líquida/	36.480.061	43.077.681	55.050.150	62.446.752	70.458.363
	Capital	85.000.000	85.000.000	85.000.000	85.000.000	85.000.000
	<b>Resultado</b>	<b>43%</b>	<b>51%</b>	<b>65%</b>	<b>73%</b>	<b>83%</b>
Rentabilidad del Activo Total	Utilidad Líquida/	36.480.061	43.077.681	55.050.150	62.446.752	70.458.363
	Activo Total	130.505.451	170.597.982	226.530.597	288.769.746	359.613.699
	<b>Resultado</b>	<b>28%</b>	<b>25%</b>	<b>24%</b>	<b>22%</b>	<b>20%</b>

***Conclusión del estudio financiero***

El estudio financiero exhaustivo realizado para la empresa de producción de mermelada arroja conclusiones esenciales que permiten una evaluación integral de la viabilidad económica y la salud financiera del proyecto. Los resultados obtenidos se han analizado en detalle para determinar la capacidad de la empresa para alcanzar sus objetivos y mantener operaciones sostenibles. A continuación, se resumen las principales conclusiones extraídas de este estudio:

**Inversión Inicial:** La inversión inicial necesaria para iniciar la empresa proyectada es de 85.000.000 Gs., financiada a través de capital propio. Esto indica una disposición sólida y comprometida de los inversionistas para financiar el proyecto desde su inicio.

**Índice de Liquidez:** Los índices de liquidez, en particular la Razón Circulante y la Prueba Ácida, presentan valores saludables. Con una Razón Circulante de aproximadamente 9.52 y una Prueba Ácida de alrededor de 0.86, la empresa tiene la capacidad de cubrir sus pasivos corrientes y enfrentar obligaciones financieras inmediatas.

**Estado de Patrimonio:** Al finalizar el ejercicio, el estado de patrimonio muestra un saldo entre los activos totales y los pasivos y patrimonio neto, ambos alcanzan un valor total de 130.505.451 Gs. Esto refleja una estructura financiera equilibrada y sólida.

**Resultados de las Proyecciones Financieras:** Las proyecciones del estado financiero proyectan ingresos operativos sólidos, con ventas por 936.872.727 Gs. La empresa demuestra un manejo eficiente de los costos variables, logrando un margen bruto de 338.640.055 Gs. Los gastos operacionales se sitúan en 298.106.654 Gs., lo que refleja una gestión efectiva de los recursos. Como resultado, se estima una utilidad neta del ejercicio de 36.480.061 Gs.

## **Estudio Económico**

### **Introducción**

El presente estudio económico tiene como objetivo evaluar la viabilidad financiera de un proyecto de inversión enfocado en la producción y comercialización de mermelada artesanal en la ciudad de Fernando de la Mora. La mermelada artesanal es un producto alimenticio con demanda creciente en el mercado local, debido a su calidad, sabor y características diferenciadoras.

En esta introducción, se presentarán los antecedentes del proyecto, su justificación y los objetivos que se persiguen con la realización del estudio económico. Asimismo, se destacará la importancia de analizar los aspectos económicos y financieros del proyecto para tomar decisiones informadas y maximizar la rentabilidad del mismo.

### **Planteamiento del problema**

Teniendo en cuenta que el proyecto que se desea llevar a cabo y que cualquier proyecto de inversión conlleva riesgos financieros inherentes, como la inversión inicial, los costos operativos, la variabilidad de los precios de mercado y la fluctuación de la demanda. Identificar y mitigar estos riesgos es esencial para asegurar la viabilidad económica del proyecto. Uno de los principales problemas a los que se enfrenta este estudio es la escasez de información acerca de una evaluación económica de empresas similares o la experiencia previa de la puesta en marcha de una empresa con características detalladas con anterioridad en este trabajo de investigación en la misma zona.

### **Formulación del problema**

¿Qué resultados se deben presentar en evaluación económica del proyecto para que sea viable?

### **Preguntas de investigación**

1. ¿Qué valor arroja el Valor Actual Neto del proyecto?
2. ¿Cuál es el porcentaje obtenido del cálculo de la tasa interna de retorno del proyecto?
3. ¿Cuál es el coeficiente de la relación entre los beneficios y los costos del proyecto?
4. ¿Cuál es el periodo necesario para la recuperación de Capital Inicial en el proyecto?

### **Objetivos**

#### ***Objetivo General***

Describir los resultados necesarios de la evaluación económica para determinar la viabilidad del proyecto.

#### ***Objetivos Específicos.***

- Calcular e interpretar el valor actual neto del proyecto
- Calcular e interpretar la tasa interna de retorno del proyecto
- Determinar e interpretar la relación costo beneficio del proyecto
- Analizar el periodo de recuperación de capital del proyecto

### **Justificación del estudio económico**

La justificación para realizar este estudio económico radica en la necesidad de evaluar la factibilidad financiera del proyecto de inversión en mermelada artesanal en la ciudad de Fernando de la Mora. Un análisis económico exhaustivo de los indicadores como el TIR, VAN, y otros permitirá determinar la viabilidad del proyecto, identificar los riesgos y oportunidades, y establecer las estrategias necesarias para garantizar su éxito y rentabilidad.

**Aspecto teórico*****Estudio económico:***

Según William H. Greene (2020), en su libro "Econometric Analysis", expresa que un estudio económico es una investigación sistemática que analiza y evalúa los aspectos económicos de una situación, problema o fenómeno. Utiliza herramientas y técnicas de la economía para comprender y explicar los fenómenos económicos y sus implicaciones.

***Indicadores económicos:***

Alan Blinder y William Baumol (2017) en "Economics: Principles and Policy", afirma que los indicadores económicos son medidas utilizadas para medir y evaluar el desempeño y la salud general de una economía. Estos indicadores incluyen variables como el producto interno bruto (PIB), la tasa de desempleo, la inflación, la balanza comercial y otros datos cuantitativos relacionados con la actividad económica.

***Valor actual neto (VAN):***

Según Richard A. Brealey, Stewart C. Myers y Franklin Allen (2017) en "Principles of Corporate Finance", el valor actual neto (VAN) es una técnica utilizada en la evaluación de proyectos de inversión. Representa la diferencia entre el valor presente de los flujos de efectivo futuros generados por un proyecto y la inversión inicial requerida. Si el VAN es positivo, se considera que el proyecto es rentable.

***Tasa interna de retorno (TIR):***

Según Eugene F. Brigham y Michael C. Ehrhardt (2013) en "Financial Management: Theory and Practice", la tasa interna de retorno (TIR) es una medida utilizada en la evaluación de proyectos de inversión. Representa la tasa de rendimiento esperada de un proyecto y es el valor de descuento que

hace que el valor actual neto (VAN) sea igual a cero. Si la TIR es mayor que la tasa de descuento requerida, el proyecto se considera rentable.

***Beneficio costo:***

Según Joseph E. Stiglitz y Carl E. Walsh (2018) en "Principles of Macroeconomics", el beneficio costo es una medida utilizada en la evaluación de proyectos y políticas económicas. Compara los beneficios esperados de una acción o proyecto con los costos asociados. Si el beneficio costo es mayor a 1, se considera que los beneficios superan los costos y la acción es favorable desde una perspectiva económica.

***Periodo de recuperación de capital:***

Según Frederick S. Hillier y Gerald J. Lieberman (2013) en "Introduction to Operations Research", el período de recuperación de capital es una medida utilizada en la evaluación de proyectos de inversión. Representa el tiempo necesario para que una empresa recupere la inversión inicial realizada en un proyecto a través de los flujos de efectivo generados. El período de recuperación de capital se calcula sumando los flujos de efectivo hasta que la suma acumulada sea igual a la inversión inicial.

**Aspecto metodológico**

La metodología aplicada en el estudio económico, consiste en la aplicación de fórmulas lógicas matemáticas, e interpretación de cada uno de los resultados, representadas mediante los indicadores de evaluación económica de los proyectos de inversión. Los mismos constituyen un instrumento de análisis a partir del estado de flujo de efectivos proyectados. Estos permiten cuantificar los indicadores de rendimiento económico del proyecto, mediante los cuales se pudo realizar una interpretación adecuada para una correcta toma de decisiones.

**Desarrollo del estudio*****Determinación del indicador Valor Actual Neto.*****Tabla 43.** *Determinación e interpretación del VAN.*

AÑO	Flujo Neto	11%	
		Factor de Descuento	Flujo Neto Actualizado
0	-85.000.000	1	-85.000.000
1	55.443.883	0,900901	49.949.444
2	51.900.065	0,811622	42.123.257
3	62.002.463	0,731191	45.335.667
4	68.291.684	0,658731	44.985.847
5	76.878.373	0,593451	45.623.572
	<b>229.516.467</b>	<b>VAN =</b>	<b>143.017.787</b>

- **VAN > 0:** El valor actualizado de los cobros y pagos futuros de la inversión, a la tasa de descuento elegida generará beneficios.
- **VAN = 0:** El proyecto de inversión no generará ni beneficios ni pérdidas, siendo su realización, en principio, indiferente.
- **VAN < 0:** El proyecto de inversión generará pérdidas, por lo que deberá ser rechazado.

Por tanto, con el resultado demostrado en la tabla, se afirma que el proyecto ofrece alta rentabilidad.



**Determinación de indicador Tasa Interna de Retorno.****Tabla 44.** Determinación de indicador Tasa Interna de Retorno

AÑO	Flujo Neto	60%		65%	
		Factor de Descuento	Flujo Neto Actualizado	Factor de Descuento	Flujo Neto Actualizado
0	-85.000.000	1,000000	-85.000.000	1,000000	85.000.000
1	55.443.883	0,625000	34.652.427	0,606061	33.602.353
2	51.900.065	0,390625	20.273.463	0,367309	19.063.385
3	62.002.463	0,244141	15.137.320	0,222612	13.802.479
4	68.291.684	0,152588	10.420.484	0,134916	9.213.657
5	76.878.373	0,095367	7.331.693	0,081767	6.286.146
	<b>229.516.467</b>	<b>VAN 1 =</b>	<b>2.815.386</b>		<b>-3.031.980</b>

$$\text{TIR} = i_1 + \frac{\text{VAN1 (i2-I1)}}{\text{VAN2} + \text{VAN1}}$$

$$\text{TIR} = 60\% + \frac{140.769}{5.847.366} = 62,33\%$$

- TIR > a la tasa de oportunidad. El proyecto es aceptable, ya que su rentabilidad es mayor que la rentabilidad mínima requerida o coste de oportunidad. Esto significa que si invirtiéramos en este proyecto ganaríamos más dinero que adquiriendo Bonos del Estado.
- TIR < a la tasa de oportunidad. El proyecto se rechaza. La razón es que el proyecto da una rentabilidad menor que la rentabilidad mínima requerida. En este caso, no tendría sentido realizar la inversión ya que ganaríamos más dinero invirtiendo en Bonos del Estado.
- TIR = tasa de oportunidad. En este caso sería indiferente realizar el proyecto, ya que ni ganamos ni perdemos. En situaciones con valores iguales a cero o cercanos, hay que valorar si se pueden obtener otro tipo de beneficios asociados a la realización del proyecto.

Por tanto, con el resultado demostrado en la tabla, se afirma que el proyecto ofrece alta rentabilidad.

**Determinación y Explicación de la Relación Beneficio/Costo.****Tabla 45.** Determinación e interpretación de la Relación B/C.

<b>Cálculo de Actualización de Beneficios</b>			
<b>AÑO</b>	<b>Ingresos Anuales</b>	<b>11%</b>	
		<b>Factor de Descuento</b>	<b>Flujo Neto Actualizado</b>
0	-	1	-
1	1.030.560.000	0,900901	928.432.432
2	1.091.981.376	0,811622	886.276.581
3	1.157.063.466	0,731191	846.034.834
4	1.226.024.449	0,658731	807.620.279
5	1.299.095.506	0,593451	770.949.953
<b>Beneficios Actualizados</b>			<b>4.239.314.080</b>

<b>Cálculo de Actualización de Costos</b>			
<b>AÑO</b>	<b>Egresos Anuales</b>	<b>11%</b>	
		<b>Factor de Descuento</b>	<b>Flujo Neto Actualizado</b>
0	85.000.000	1	85.000.000
1	975.116.117	0,900901	878.482.989
2	1.040.081.311	0,811622	844.153.325
3	1.095.061.003	0,731191	800.699.167
4	1.157.732.765	0,658731	762.634.432
5	1.222.217.133	0,593451	725.326.381
<b>Costos Actualizados</b>			<b>4.096.296.293</b>

<b>Relación Beneficio Costo</b>	$\frac{BA}{CA} = \frac{4.239.314.080}{4.096.296.293} = 1,03$
---------------------------------	--

- B/C mayor a 1: quiere decir que los ingresos son superiores a los costos, por lo que el proyecto es rentable.
- B/C igual a 1: significa que no hay ni ganancias ni pérdidas, ya que uno absorbe al otro, así el proyecto no es viable.
- B/C menor a 1: indica que los costos sobrepasan a los beneficios por lo que el proyecto no es rentable.

Por tanto, con el resultado demostrado en la tabla, se afirma que por cada un guaraní que egresa el proyecto se obtiene una ganancia de tres céntimos.

**Determinación del indicador Periodo de Recuperación de Capital.****Tabla 46.** Determinación e interpretación del PRC.

AÑO	Flujo Neto Anual	SALDO
0	-85.000.000	-85.000.000
1	55.443.883	-29.556.117
2	51.900.065	22.343.947
3	62.002.463	84.346.410
4	68.291.684	152.638.094
5	76.878.373	229.516.467

12 = FN Año x1 del que sale acumulado positivo  
 X = FN Año x2 ultimo acumulado negativo

$$X = \frac{354.673.409}{51.900.065} \quad X = \boxed{7}$$

La inversión inicial se recupera en 1 año, 7 meses.

**Conclusión del estudio económico**

Como resultados del estudio económico de la apertura de empresa productora y comercializadora de mermelada artesanal en la ciudad de Fernando de la Mora se concluye que: El cálculo del VAN resultó en un valor positivo de 143.017.787. Esto indica que el proyecto de la empresa de mermelada artesanal generaría beneficios considerables en términos de valor presente neto, a una tasa de descuento del 11%. Dado que el VAN es positivo, se puede concluir que la inversión en este proyecto sería rentable y debería ser considerada favorablemente. Al calcular la Tasa Interna de Retorno (TIR) para el proyecto de la empresa dado que la TIR (62,33%) es mayor que la tasa de descuento utilizada (60%), el proyecto resulta ser financieramente viable y atractivo. Esto significa que la rentabilidad estimada del proyecto supera la tasa mínima requerida para hacerlo atractivo en comparación con otras alternativas de inversión. Relación Beneficio/Costo (B/C): La relación B/C calculada es de 1,03 % lo que significa que los beneficios actualizados superan ligeramente a los costos actualizados. Esto

indica que el proyecto tiene la capacidad de generar más ingresos que los costos incurridos, lo que sugiere una viabilidad financiera favorable. Periodo de Recuperación de Capital (PRC): El análisis del PRC muestra que el flujo neto anual se vuelve positivo en el segundo año, lo que indica que el capital invertido podría recuperarse en ese período. A medida que los flujos netos se vuelven positivos, el proyecto se vuelve cada vez más rentable en los años siguientes. El punto de equilibrio es el nivel en el cual los ingresos totales se igualan a los costos totales, lo que significa que la empresa ni gana ni pierde dinero en ese punto. En el primer año de operación, el punto de equilibrio se alcanza con una cantidad de ventas de 62,566 unidades, generando ingresos en valores de 824.734.079 Gs. Esto significa que, para cubrir tanto los costos y gastos fijos como los variables, la empresa debe vender esta cantidad de unidades.

## Conclusión

Basado en el objetivo general y los objetivos específicos, trazados, cuantificados y demostrados en todo el desarrollo del trabajo, se presenta los principales resultados obtenidos, que responde a cada una de las técnicas recomendadas para expresar con confianza las conclusiones expuestas a continuación:

**El estudio de mercado, en todo su contenido, muestra Oferta:** Se identificaron algunas marcas existentes en el mercado de mermelada artesanal, pero también se observó una apertura por parte de los potenciales clientes para adquirir el producto.

**La Demanda:** Los resultados indicaron una demanda suficiente en el entorno, con la mayoría de los encuestados expresando interés en otras marcas con características similares, especialmente en términos de precio y calidad.

**Precio y forma de pago:** El 61% de los encuestados manifestó que están acostumbrados a pagar al contado por sus compras. La proyección de ventas para el primer año se estimó en Gs. 85.880.000 mensuales, con una distribución de unidades de mermelada artesanal en diferentes tamaños de frascos.

**Estrategia de comercialización:** Se determinó que la estrategia más adecuada sería utilizar la publicidad a través de medios tecnológicos, como las redes sociales, debido a su accesibilidad para la mayoría de la población.

El estudio de mercado concluye que existe una oportunidad en el mercado de mermelada artesanal en Fernando de la Mora, con una demanda suficiente y una estrategia de comercialización centrada en las redes sociales para llegar a los potenciales clientes.

En cuanto al resultado del estudio técnico se pudo comprobar que existe las condiciones técnicas necesarias para abrir una empresa de comercialización de Mermelada Artesanal en la ubicación seleccionada en la ciudad de Fernando de la Mora es conveniente y factible. La ubicación

céntrica y de fácil acceso cuenta con los servicios básicos necesarios y requiere una infraestructura mínima, lo que resulta en costos razonables. De la misma forma la disponibilidad de materia prima accesible y elementos necesarios para la manufactura del producto.

La empresa se establecerá como una entidad unipersonal simple, lo que simplifica los aspectos legales y la formalización del negocio. Los pasos legales incluyen la obtención del RUC, la matrícula del comerciante, la inscripción en el IPS y el MTESS, y la gestión de la habilitación y patente comercial en la Municipalidad de Fernando de la Mora.

En general, las condiciones técnicas son favorables para iniciar la empresa, teniendo en cuenta todos los aspectos mencionados anteriormente

Respecto al estudio financiero se pudo determinar que la inversión inicial requerida para la apertura y puesta en marcha de la empresa asciende a . 85.000.000 que incluye los equipamientos necesarios, el capital operativo y los gastos preoperacionales, cuya conformación sería 100% con recursos propios.

Los estados financieros muestran resultados positivos, desde el primer año de funcionamiento con una utilidad neta para el año 1 de .36.480.061.-, y incremento constante durante todo el horizonte del proyecto, llegando en el año 5 a . 70.458.363. Debido a un plan de crecimiento anual en los ingresos.

Las razones financieras que ofrece el proyecto, principalmente de rentabilidad en general es de Índice de Liquidez: Los índices de liquidez, incluyendo la Razón Circulante y la Prueba Ácida, muestran valores saludables. Con una Razón Circulante de aproximadamente 9.52 y una Prueba Ácida de alrededor de 0.86, la empresa tiene la capacidad de cubrir sus pasivos corrientes y hacer frente a las obligaciones financieras inmediatas.

El Estado de Patrimonio: Al finalizar el ejercicio, el estado de patrimonio refleja un equilibrio entre los activos totales y los pasivos y el

patrimonio neto, con un valor total de 130.505.451 Gs. Esto indica una estructura financiera sólida y estable.

Los Resultados de las Proyecciones Financieras: Las proyecciones financieras muestran ingresos operativos sólidos, con ventas por un total de 936.872.727 Gs. La empresa demuestra una gestión eficiente de los costos variables, logrando un margen bruto de 338.640.055 Gs. Los gastos operacionales se mantienen en 298.106.654 Gs., lo que indica una gestión efectiva de los recursos. Como resultado, se estima una utilidad neta del ejercicio de 36.480.061 Gs. al primer año.

En resumen, el estudio financiero revela que la empresa goza de una salud financiera sólida, con capacidad para cumplir con sus obligaciones y generar ganancias sostenibles.

La aplicación de las herramientas de evaluación económica demuestra resultados favorables: el Valor Actualizado Neto (VAN) es positivo en ₡. 143.017.787 calculado a una tasa de descuento de 11 % que es la tasa que ofrece el mercado financiero.; la Tasa Interna de Retorno (TIR) es de 66, 33%, siendo superior al de la tasa pasiva del mercado financiero; la Relación Beneficio-Costo B/C calculada es de 1,03 % lo que significa que los beneficios actualizados superan ligeramente a los costos actualizados. Esto indica que el proyecto tiene la capacidad de generar más ingresos que los costos incurridos, lo que sugiere una viabilidad financiera favorable; y el Periodo de Recuperación de Capital (PRC) es en tres años desde su funcionamiento.

Observado cada resultado del análisis y las evaluaciones económicas, se puede afirmar con objetividad que el proyecto ofrece alta rentabilidad y es viable su puesta en marcha.

## Referencias

- Agroempresario.com*. (s.f.). Obtenido de Agroempresario.com:  
<https://agroempresario.com/publicacion/7211/caracteristicas-de-las-mermeladas-caseras/?cat=276>
- CEPAL. (Abril de 2023). *Embajada de Ecuador en Paraguay*. Obtenido de Embajada de Ecuador en Paraguay:  
<https://www.mre.gov.py/embapar-ecuador/index.php/noticias/https-www-ip-gov-py-ip-cepal-proyecta-un-crecimiento-del-42-de-la-economia-paraguaya-durante-el-2023-fbclid=IwAR1-fwP0UMjPIJ7hGx>
- Chain, N. S., Chain, R. S., & Sapag, J. M. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos* (Sexta ed.). México, DF.
- Chiavenato, I. (2007). *Introducción a la teoría de la Administración*.
- Cruz, G. (Junio de 2012). *Gestiopolis*. Obtenido de  
<https://www.gestiopolis.com/organigramas-definiciones-y-herramientas/#:~:text=Seg%C3%BAn%20Ferrel%2C%20Hirt%2C%20Adriaens%2CA9ns%2C,permanentes%20y%20I%C3%ADneas%20de%20comunicaci%C3%B3n%E2%80%9D>.
- Datosmacro.com*. (Abril de 2023). Obtenido de  
<https://datosmacro.expansion.com/ipc-paises/paraguay#:~:text=La%20tasa%20de%20variaci%C3%B3n%20anual,es%20del%202%2C5%25>.
- Dornbusch, F. y. (2002). *Ve. Scielo*. Obtenido de  
[http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-99842008000400004#:~:text=En%20relaci%C3%B3n%20con%20estada%20definici%C3%B3n,precios%20durante%20un%20per%C3%ADodo%20determinado](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842008000400004#:~:text=En%20relaci%C3%B3n%20con%20estada%20definici%C3%B3n,precios%20durante%20un%20per%C3%ADodo%20determinado).
- La Nación*. (2023). Obtenido de  
[https://www.lanacion.com.py/negocios\\_edicion\\_impresa/2023/01/09/paraguay-ocupa-el-cuarto-lugar-en-salario-minimo-mas-alto-en-la-region/](https://www.lanacion.com.py/negocios_edicion_impresa/2023/01/09/paraguay-ocupa-el-cuarto-lugar-en-salario-minimo-mas-alto-en-la-region/)



*La Tribuna* . (2023). Obtenido de La Tribuna:

<https://www.latribuna.com.py/economia/22386-bcp-dio-a-conocer-los-indicadores-financieros-hasta-el-mes-de-abril>

Mayra Albán, G. V. (2017). *La gestión por procesos en las Instituciones de Educación Superior*.

*Ministerio de trabajo, empleo y seguridad*. (s.f.). Obtenido de

<https://www.mtess.gov.py/>

Pañeda, R. J. (2004). *Administracion* (Primera ed.). Mexico .

Rojo, V. (2022). *Gastronomadas*. Obtenido de Gastronomadas:

<https://gastronomadas.com.mx/mermeladas-su-historia/>

*Secretaria de la Función Pública*. (s.f.). Obtenido de

<https://www.sfp.gov.py/sfp/articulo/12944-manuales-de-funciones-.html>

Tamayo, M. (1996). *El Proceso de la investigacion cientifica* (4ta ed.).

*Ultima Hora*. (Febrero de 2022). Obtenido de Ultima Hora:

<https://www.ultimahora.com/las-tasas-activas-y-pasivas-siguen-subiendo-dice-bcp-n2985225>

*Ultima hora*. (abril de 2023). Obtenido de Ultima hora:

<https://www.ultimahora.com/proyecciones-el-pib-ratifican-dinamica-positiva-este-ano-n3059245#:~:text=Con%20base%20en%20informaciones%20preliminares,mismo%20mes%20del%20a%C3%B1o%20anterior.>

## Apéndices

### CUESTIONARIO

Apreciado/a Señor/a: El objetivo del presente cuestionario es recabar informaciones relevantes en el proceso de elaboración de mi trabajo de culminación de carrera en la Universidad Tecnológica Intercontinental. Su valiosa colaboración consiste en responder objetivamente las preguntas expuestas en este cuestionario, su colaboración será de mucha ayuda para mí.

Agradezco por su predisposición y espíritu de ayuda en dedicar una parte de su tiempo para responder estas breves preguntas:

Marcar con una (X) la respuesta que más se adecue a su realidad:

Minimercado (\_\_\_) Despensa (\_\_\_) Kiosko (\_\_\_)

1. ¿En su negocio comercializa algunas marcas de mermelada artesanal?

- a) (\_\_\_) Si
- b) (\_\_\_) No

2. Si su respuesta a la pregunta anterior sea la opción a). ¿De cuántas marcas de mermelada artesanal compran?

- a) (\_\_\_) Solo 1
- b) (\_\_\_) Entre 2 a 3
- c) (\_\_\_) Más de 3

3. Desde su experiencia ¿Cuál es la presentación del producto que más prefieren los clientes?

- a) (\_\_\_) Frascos de vidrio
- b) (\_\_\_) Frascos de plástico
- c) (\_\_\_) Frascos de sachet

4. De acuerdo a su experiencia ¿Cuál de estas medidas es la que más eligen los clientes?

- a) (\_\_\_) 200 gr.
- b) (\_\_\_) 350 gr.
- c) (\_\_\_) 500 gr.

5. En promedio mensual ¿Cuál es su volumen de compras de mermelada artesanal para la reventa?

- a) (\_\_\_\_) Hasta ₡.500.000
- b) (\_\_\_\_) De ₡.500.001 a ₡.1.000.000
- c) (\_\_\_\_) De ₡.1.000.001 a ₡.1.500.000
- d) (\_\_\_\_) Más de ₡. 1.500.000

6. ¿Con que frecuencia recarga en promedio el stock del producto?

- a) (\_\_\_\_) Semanal
- b) (\_\_\_\_) Quincenal
- c) (\_\_\_\_) Mensual
- d) (\_\_\_\_) Según la necesidad

7. ¿Cuántos acostumbras pagar por cada unidad de mermelada artesanal?

- a) De 200 gramos (\_\_\_\_) ₡.5.000; (\_\_\_\_) ₡.5.500; (\_\_\_\_) ₡.6.000
- b) De 350 gramos (\_\_\_\_) ₡.7.000; (\_\_\_\_) ₡.7.500; (\_\_\_\_) ₡.8.000
- c) De de 500 gramos (\_\_\_\_) ₡.9.000; (\_\_\_\_) ₡.9.500; (\_\_\_\_) ₡.10.000
- d) (\_\_\_\_) Otros \_\_\_\_\_ -

8. ¿Cuál de estos sabores, es el de mayor preferencia de los clientes?

- a) (\_\_\_\_) Frutilla
- b) (\_\_\_\_) Naranja
- c) (\_\_\_\_) Durazno
- d) (\_\_\_\_) Ciruela
- e) (\_\_\_\_) Mora
- f) (\_\_\_\_)

Otros \_\_\_\_\_

9. ¿Cuál de estos factores consideras importante en el momento de elegir una empresa de mermelada artesanal?

- a) (\_\_\_\_) Variedad de sabores
- b) (\_\_\_\_) Empaque
- c) (\_\_\_\_) Bajo Precio
- d) (\_\_\_\_) Todos los anteriores

10. ¿Con qué condición de venta generalmente opera en las compras?

- a) (\_\_\_\_) Contado

b) (\_\_\_\_) Crédito

11 ¿Qué medio de pago acostumbra utilizar en sus compras?

a) (\_\_\_\_) Efectivo

b) (\_\_\_\_) Tarjetas

c) (\_\_\_\_) Cheques

d) (\_\_\_\_) Giros

12. ¿A través de que medio se debería publicitar una empresa de mermelada artesanal?

a) (\_\_\_\_) Radio

b) (\_\_\_\_) Tv

c) (\_\_\_\_) Facebook

d) (\_\_\_\_) Instagram

e) (\_\_\_\_) WhatsApp

¡MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACION!

**Cuadro Demostrativo de Depreciación de Bienes del Activo Fijo**

**Año: 1**

(Según RG 77/2020 de la Sub Secretaría de Estado de Tributación)

Descripción del Bien	Valor de adquisición	Año de Vida Útil	% Residual	Valor Residual	Valor a Depreciar	Cuota Depreciación Anual	Años de Vida Restante	Valor Fiscal Neto
Muebles y equipos	12.872.727	5	10%	1.287.273	11.585.455	2.317.091	4	10.555.636
Herramientas y Enseres	850.000	2	10%	85.000	765.000	382.500	1	467.500
Equipos de informática	11.863.636	2	10%	1.186.364	10.677.273	5.338.636	1	6.525.000
Maquinarias y equipos de producción	7.093.636	10	10%	709.364	6.384.273	638.427	9	6.455.209
Inmuebles	3.000.000	10	0%	0	3.000.000	300.000	9	2.700.000
Rodados	18.181.818	5	20%	3.636.364	14.545.455	2.909.091	4	15.272.727
<b>TOTALES</b>	<b>53.861.818</b>			<b>6.904.364</b>	<b>46.957.455</b>	<b>11.885.745</b>		<b>41.976.073</b>

**Cuadro Demostrativo de Revalúo y Depreciación de Bienes del Activo Fijo**

**Año: 2**

(Según RG 77/2020 de la Sub Secretaría de Estado de Tributación)

Descripción del Bien	Valor de adquisición	Año de Vida Útil	% Residual	Valor Residual	Valor a Depreciar	Cuota Depreciación Anual	Años de Vida Restante	Valor Fiscal Neto
Muebles y equipos	12.872.727	5	10%	1.287.273	9.268.364	2.317.091	3	8.238.545
Herramientas y Enseres	850.000	2	10%	85.000	382.500	382.500	0	85.000
Equipos de informática	11.863.636	2	10%	1.186.364	5.338.636	5.338.636	0	1.186.364
Maquinarias y equipos de producción	7.093.636	10	10%	709.364	5.745.845	638.427	8	5.816.782
Inmuebles	3.000.000	10	0%	0	2.700.000	300.000	8	2.400.000
Rodados	18.181.818	5	20%	3.636.364	11.636.364	2.909.091	3	12.363.636
<b>TOTALES</b>	<b>53.861.818</b>			<b>6.904.364</b>	<b>35.071.709</b>	<b>11.885.745</b>		<b>30.090.327</b>

**Cuadro Demostrativo de Revalúo y Depreciación de Bienes del Activo Fijo**

**Año: 3**

(Según RG 77/2020 de la Sub Secretaría de Estado de Tributación)

Descripción del Bien	Valor de adquisición	Año de Vida Útil	% Residual	Valor Residual	Valor a Depreciar	Cuota Depreciación Anual	Años de Vida Restante	Valor Fiscal Neto
Muebles y equipos	12.872.727	5	10%	1.287.273	6.951.273	2.317.091	2	5.921.455
Herramientas y Enseres	850.000	2	10%	85.000	0	0	0	85.000
Equipos de informática	11.863.636	2	10%	1.186.364	0	0	0	1.186.364
Maquinarias y equipos de producción	7.093.636	10	10%	709.364	5.107.418	638.427	7	5.178.355
Inmuebles	3.000.000	10	0%	0	2.400.000	300.000	7	2.100.000
Rodados	18.181.818	5	20%	3.636.364	8.727.273	2.909.091	2	9.454.545
<b>TOTALES</b>	<b>53.861.818</b>			<b>6.904.364</b>	<b>23.185.964</b>	<b>6.164.609</b>		<b>23.925.718</b>

**Cuadro Demostrativo de Revalúo y Depreciación de Bienes del Activo Fijo**

**Año: 4**

(Según RG 77/2020 de la Sub Secretaría de Estado de Tributación)

Descripción del Bien	Valor de adquisición	Año de Vida Útil	% Residual	Valor Residual	Valor a Depreciar	Cuota Depreciación Anual	Años de Vida Restante	Valor Fiscal Neto
Muebles y equipos	12.872.727	5	10%	1.287.273	4.634.182	2.317.091	1	3.604.364
Herramientas y Enseres	850.000	2	10%	85.000	0	0	0	85.000
Equipos de informática	11.863.636	2	10%	1.186.364	0	0	0	1.186.364
Maquinarias y equipos de producción	7.093.636	10	10%	709.364	4.468.991	638.427	6	4.539.927
Inmuebles	3.000.000	10	0%	0	2.100.000	300.000	6	1.800.000
Rodados	18.181.818	5	20%	3.636.364	5.818.182	2.909.091	1	6.545.455
<b>TOTALES</b>	<b>53.861.818</b>			<b>6.904.364</b>	<b>17.021.355</b>	<b>6.164.609</b>		<b>17.761.109</b>

**Cuadro Demostrativo de Revalúo y Depreciación de Bienes del Activo Fijo**

**Año: 5**

(Según RG 77/2020 de la Sub Secretaría de Estado de Tributación)

Descripción del Bien	Valor de adquisición	Año de Vida Útil	% Residual	Valor Residual	Valor a Depreciar	Cuota Depreciación Anual	Años de Vida Restante	Valor Fiscal Neto
Muebles y equipos	12.872.727	5	10%	1.287.273	2.317.091	2.317.091	0	1.287.273
Herramientas y Enseres	850.000	2	10%	85.000	0	0	0	85.000
Equipos de informática	11.863.636	2	10%	1.186.364	0	0	0	1.186.364
Maquinarias y equipos de producción	7.093.636	10	10%	709.364	3.830.564	638.427	5	7.093.636
Inmuebles	3.000.000	10	0%	0	1.800.000	300.000	5	1.500.000
Rodados	18.181.818	5	20%	3.636.364	2.909.091	2.909.091	0	3.636.364
<b>TOTALES</b>	<b>53.861.818</b>			<b>6.904.364</b>	<b>10.856.745</b>	<b>6.164.609</b>		<b>14.788.636</b>