

**CREACIÓN DE UN ESTUDIO DE GRABACIÓN PARA COMPROBAR SU
DESARROLLO PRODUCTIVO EN EL MERCADO QUE SE ESTARÁ
INSTALANDO EN LA CIUDAD DE SAN LORENZO**

SANNIE VANESSA CABALLERO CUQUEJO

TUTOR: Lic. Lourdes Escobar

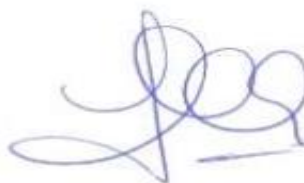
**Proyecto presentado a la Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad
Tecnológica Intercontinental, como requisito parcial para la obtención del título de
Ingeniería Comercial.**

SAN LORENZO- 2020

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR

Quien suscribe, Prof. Lic. Lourdes Escobar de Ferreira, con Documento de Identidad N° 2.502.514, Tutora del trabajo de investigación titulado Creación de un Estudio de Grabación. En la ciudad de San Lorenzo, año 2022, elaborado por los alumnos **Sannie Vanessa Caballero Cuquejo** para obtener el Título de Ingeniero Comercial, hace constar que dicho trabajo reúne los requisitos exigidos por la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Tecnológica Intercontinental y puede ser sometido a evaluación y presentarse ante los docentes que fueren designados para integrar la Mesa Examinadora.

En la ciudad de San Lorenzo, a los 19 días del mes de agosto de 2022



LIC. LOURDES ESCOBAR DE FERREIRA

C.I. 2.502.514

Firma del Tutor

DEDICATORIA

A mis Padres, por haberme formado como la persona que soy, gracias por ayudarme a alcanzar mis logros y ser la motivación en todos los aspectos.

AGRADECIMIENTOS

A Dios sobre todas las cosas, porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar.

A mi familia y amigos quienes me acompañaron en todo momento, y por el apoyo de siempre.

A la Universidad Tecnológica Intercontinental por la oportunidad, a los docentes por brindarnos su valioso tiempo y ayudarnos en forma desinteresada y por sobre todo por la paciencia para orientarnos y educarnos en forma integral.

Y mi sincero agradecimiento a la Lic. Lourdes Escobar por su predisposición y acompañamiento constante desde el inicio y hasta el final de este proyecto.

TABLA DE CONTENIDO

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTOS	iv
TABLA DE CONTENIDO.....	v
LISTA DE TABLAS	xiv
LISTA DE FIGURAS.....	xvii
Resumen.....	2
Marco Introdutorio	3
Tema de Investigación	3
Introducción del proyecto	3
Planteamiento del problema.....	6
Formulación del problema	6
Preguntas de Investigación.....	6

Objetivos	7
Objetivo General.....	7
Objetivos Específicos.....	7
Justificación y viabilidad del proyecto.....	8
Estudio de mercado.....	9
Introducción al estudio de mercado	9
Planteamiento del problema.....	9
Formulación del Problema.....	10
Preguntas de investigación.....	10
Objetivos General	10
Objetivo Específicos	11
Justificación y viabilidad del estudio de Mercado	11
MARCO TEÓRICO.....	12
Aspecto Teórico	12
Antecedentes de la Investigación.....	12

Bases Teóricas.....	12
Estudio de Grabación.....	12
Mercado:	13
Demanda	14
Demanda satisfecha.....	14
Satisfecha saturada.....	14
Satisfecha no saturada.....	14
Demanda insatisfecha	15
Mercado meta.....	15
Oferta	15
Oferta oligopólica	15
Oferta monopólica.....	16
Precio de demanda	16
Precio de oferta	16
Precio de mercado.....	17

Comercialización	17
Estrategias de comercialización	17
Análisis de comercialización	18
Aspectos Legales.....	20
Marco Metodológico.....	22
Metodología	22
Enfoque de la investigación.	22
Nivel de conocimiento.	22
Diseño de la investigación.	22
Población y muestra.....	23
Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	25
MARCO ANÁLITICO	27
Ambiente económico del proyecto.	28
Inflación.	28
Salario mínimo legal del Paraguay (SML).	29

Producto Interno Bruto (PIB).....	30
Desarrollo del estudio de mercado.....	32
Resultados de la encuesta realizada a los artistas de la ciudad de San Lorenzo.	32
Análisis de la demanda.	43
Análisis de la oferta.....	44
Conclusión del Estudio de Mercado	46
Estudio Técnico.....	47
Introducción	47
Objetivo General	49
Objetivos específicos	49
Justificación del Estudio	49
Aspecto teórico	50
Localización.....	50
Obras físicas.....	50
Equipamientos.....	51

Organización de la empresa	51
Misión.	52
Visión.....	52
Valores.	52
Organigrama.....	53
Manual de funciones	53
Desarrollo Técnico.....	54
Localización de la Empresa	54
Obras físicas Necesarias.....	56
Equipo necesario	57
Aspectos legales.....	63
Conclusión del estudio técnico	71
Estudio financiero	72
Introducción	72
Objetivo General	73

Objetivos Específicos.....	73
Justificación del Estudio	73
Metodología	74
Aspecto teórico	75
Inversión inicial.....	75
Presupuesto de recursos humanos o de personal.	75
Balance.....	76
Estado de resultados.....	76
Ratios financieras.	76
Conclusión del Estudio Financiero	86
ESTUDIO ECONÓMICO	86
Introducción	86
Objetivo General	87
Objetivos Específicos.....	87
Justificación del Estudio	88

Métodos y técnicas de elaboración	88
Aspecto Teórico	88
Estudio Económico.	88
Valor Actual Neto:	89
Tasa Interna de Retorno.	91
Relación beneficio/Costo.	91
Periodo de Recuperación de Capital (PRC).....	93
Punto de Equilibrio Contable.....	93
Fórmula para calcular punto de equilibrio contable en cantidad:	94
Fórmula para calcular Punto de Equilibrio Contable en Valores.....	94
Punto de Equilibrio Económico.	94
Fórmula para calcular Punto de Equilibrio Económico en Cantidad.	94
Fórmula para calcular Punto de Equilibrio Económico en Valores.....	94
Punto de Equilibrio Financiero: Sin amortización de deudas.	94
Fórmula para calcular Punto de Equilibrio Financiero en Cantidad.....	95

Fórmula para calcular Punto de Equilibrio Financiero en Valores.....	95
Punto de equilibrio (PE).....	95
Análisis de Sensibilidad.....	96
Metodología.....	96
Desarrollo Económico.....	97
Conclusión del Estudio Económico.....	100
CONCLUSIÓN GENERAL.....	101
REFERENCIA BIBLIOGRAFICAS.....	102
ANEXOS.....	104

LISTA DE TABLAS

Tabla N°1. Operaciones de Variable	19
Tabla N° 2. Tasa de inflación	28
Tabla N° 3. Variación del salario mínimo legal	29
Tabla N°4. Historial del PIB en Paraguay	30
Tabla N°5. Promedio anual de tasa pasiva	31
Tabla N°6. Conocimiento del encuestados sobre estudios de grabaciones en la ciudad de San Lorenzo.	32
Tabla N°7. Estudios de grabación que se trabaja actualmente.	33
Tabla N°8. Opinión si se tiene preferencias en cuanto a los equipos de grabación.	34
Tabla N°9. Marcas de equipos de preferencia de estudio de grabación.	35
Tabla N°10. Estilo musical que más graban.	36
Tabla N°11. Conformidad con el estudio de grabación con el que trabaja.	37
Tabla N°12. Motivo de disconformidad con el actual estudio de grabación con el que trabajan.	38

Tabla N° 13. Monto mensual que invierten para las grabaciones.	39
Tabla N° 14. Opinión en cambiarían de estudio de grabación si otro brinda mejores condiciones.	40
Tabla N° 15. Forma de pago que acostumbran realizar por las grabaciones.	41
Tabla N° 16. Medio de pago con el que acostumbra realizar su pago.	42
Tabla N° 17. Determinación de Mercado Meta	43
Tabla N° 18.. Detalles de bienes y uso	57
Tabla.N° 19. Manual de funciones Gerente Propietario.	60
Tabla.N° 20. Manual de funciones del Técnico Musical	61
Tabla.N° 21. Manual de funciones del Asistente.	62
Tabla N° 22. Planilla de inversión inicial	78
Tabla N° 23. Presupuesto Mensual y Anual del Personal	79
Tabla N° 24 Proyección de ventas	80
Tabla N° 25. Amortización de Gastos de Apertura	80
Tabla N° 26. Planilla de Ingresos Egresos proyectados	81

Tabla N°27. Estado de Resultado Proyectado.	82
Tabla N°28. Cuadro de Depreciación.	83
Tabla N°29. Balance General Proyectado.	84
Tabla N°30. Ratios Financieros	85
Tabla N°31 Cálculo e Interpretación del Valor Actual Neto (VAN)	97
Tabla N° 32. Determinación de la Tasa Interna de Retorno (TIR)	98
Tabla N° 33. Relación Beneficio/Costo	98
Tabla N° 34. Periodo de recuperación	99
Tabla N° 35 Punto de equilibrio	99

LISTA DE FIGURAS

Figura N° 1 Calculadora de Muestra	24
Figura N° 2 Muestra de equipos	27
Figura N°3. Conocimiento del encuestados sobre estudios de grabaciones en la ciudad de San Lorenzo.	32
Figura N°4. Estudios de grabación que se trabaja actualmente.	33
Figura N°5. Opinión si se tiene preferencias en cuanto a los equipos de grabación.	34
Figura N°6. Marcas de equipos de preferencia de estudio de grabación.	35
Figura N°7. Estilo musical que más graban.	36
Figura N°8. Conformidad con el estudio de grabación con el que trabaja.	37
Figura N°9. Motivo de disconformidad con el actual estudio de grabación con el que trabajan.	38
Figura N°10. Monto mensual que invierten para las grabaciones.	39
Figura N° 11. Opinión en cambiarían de estudio de grabación si otro brinda mejores condiciones.	40

Figura N°12. Forma de pago que acostumbran realizar por las grabaciones.	41
Figura N°13. Medio de pago con el que acostumbra realizar su pago.	42
Figura N°14. Logo Tipo de la Empresa	54
Figura N° .15. Marco Localización de la Empresa	55
Figura N° 16 Micro Localización de la empresa	56
Figura N° .17 Organigrama general	58
Figura N°18 Layouts de la Empresa	70

Cornisa: CREACIÓN DE UN ESTUDIO DE GRABACIÓN

**Creación de un estudio de grabación para comprobar su desarrollo productivo
en el mercado que se estará instalando en la ciudad de San Lorenzo**

Sannie Vanessa Caballero Cuquejo

Universidad Tecnológica Intercontinental

Carrera Ingeniería Comercial, Sede San Lorenzo

Sanniecaballero11@gmail.com

Resumen

En el presente trabajo de investigación se trata de un proyecto de inversión para la creación de un estudio de grabación en la ciudad de San Lorenzo, para fomentar el desarrollo y formación de los artistas y grupos musicales de la ciudad, que son los potenciales clientes para el objeto de estudio. Se propone como objetivo general de la investigación establecer la viabilidad para la creación de un estudio de grabación. La investigación planeada es de enfoque cuantitativa, tipo descriptivo y de diseño no experimental, tomándose los datos requeridos del mercado local, para lo cual se ha establecido la población de 2.000 artistas que están Registrados en AIE PY de los cuales se consideró una muestra de 153 artistas. Posteriormente el resultado logrado en el estudio económico nos demuestra que la empresa recuperará su capital en 1 años y 4 meses, con VAN de 121.884.061 y tasa de interés de retorno del 62%, y teniendo en cuenta que iniciará con un capital de 78.262.432. La organización de la empresa proyectada se sostiene en los componentes legales que respalda su creación, además de su planificación estructural.

Palabras Clave. Grabación, Factibilidad, Población, Resultado

Marco Introductorio

Tema de Investigación

Creación de un Estudio de Grabación en la ciudad de San Lorenzo

Introducción del proyecto

En el presente estudio se proyecta la creación de un Creación de un Estudio de Grabación en la ciudad de San Lorenzo

En el presente estudio se proyecta una empresa unipersonal dedicada al servicio Creación de un Estudio de Grabación en la ciudad de San Lorenzo. Actualmente el crecimiento poblacional, el avance y progreso de este ciudad es muy notable también en el rubro de los artistas compositores ya sea en los diferentes estilos. Teniendo en cuenta que hombres y mujeres se encuentran realizando actividades en el rubro de la música utilizando las redes sociales, pero de manera empírica en cuanto a las grabaciones de manera profesional, por lo que buscan estudios profesionales en donde realizar sus grabaciones es por ello que en el presente proyecto se ha analizado de manera específica la posibilidad de satisfacer esas expectativas.

Esta actividad investigativa es promovida como trabajo de culminación de carrera de Ingeniería Comercial de la sede San Lorenzo, de la Universidad Tecnológica Intercontinental, con la formulación y evaluación de un proyecto de inversión, en este caso,

de la creación de una empresa dedicada a un Estudio de Grabación en la ciudad de San Lorenzo.

El proceso de investigación, formulación, posterior análisis de las informaciones y estructuración del documento final se lleva a cabo entre los meses de septiembre a Diciembre del año 2020

Este nuevo emprendimiento tiene como objetivo satisfacer las necesidades de los Artistas del lugar, dándole comodidad para adquirir servicio de su necesidad y a buen precio.

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

En el segundo apartado, estudio del mercado, se desarrollan los aspectos: introducción al estudio de mercado, teniendo en cuenta el problema los objetivos y la justificación, seguido de los aspectos teóricos, con el tratamiento de los cuatro aspectos fundamentales de este estudio, que son

Demanda, oferta, precio, comercialización. Se tiene también una sección destinada a los aspectos metodológicos de este estudio. El estudio de mercado termina con el marco

analítico en donde se presentan los resultados obtenidos de la investigación de campo y su análisis e interpretación correspondiente. Este estudio concluye con la conclusión donde se dan respuestas a los objetivos.

En el tercer apartado, estudio técnico, se introduce explicaciones relacionadas a los aspectos técnicos del proyecto, con los mismos requerimientos del apartado anterior, como la introducción del estudio técnico, los aspectos teóricos, metodológicos y el desarrollo analítico. En el estudio técnico se desarrollan aspectos relacionados a localización, obras físicas, equipamiento, la organización humana y los aspectos legales relacionados a la creación de la empresa.

En el cuarto apartado, estudio financiero, se desarrolla los apartados mencionados anteriormente en los estudios anteriores, complementados con el análisis financiero mediante la confección de planillas de inversión inicial, fuente de financiamiento, los presupuestos de compras, ventas, recursos humanos, funcionamiento, los estados contables y las ratios financieras.

En el quinto y último apartado, estudio económico, se presenta los distintos aspectos relacionados a la evaluación económica del proyecto, teniendo en cuenta los índices de rentabilidad, que pretenden verificar las ventajas o desventajas de la implementación del proyecto, en base a la interpretación de cada resultado.

El documento termina con la exposición de la conclusión general del proyecto y las fuentes de consultas que permitieron el análisis de la variable y dar respuesta al problema planteado.

Planteamiento del problema

El punto de partida de la formulación y evaluación de este proyecto de inversión, surge a partir de la necesidad vista en la ciudad de San Lorenzo sobre el servicio de Estudio de Grabación, ya que en la actualidad los artistas no cuentan con un espacio en la ciudad a la que puedan acudir en la ciudad, falta de tiempo debido a que tienen que trasladarse hasta la ciudad de Asunción.

La empresa pretende dedicarse al Estudio de Grabación, con el fin de satisfacer la necesidad de los artistas de la ciudad de San Lorenzo, con un local de servicios adecuado para realizar dicho servicio de manera cómoda contando con espacios disponibles de espera, y ambiente agradable.

Formulación del problema

¿Será viable la creación de un estudio de Grabación en la Ciudad de San Lorenzo?

Preguntas de Investigación

- ¿Cuál es el nivel de aceptación del servicio de un Estudio de Grabación en la ciudad de San Lorenzo?

- ¿Qué condiciones técnicas son necesarias para la apertura y funcionamiento de la empresa?
- ¿Qué resultados financieros ofrecerá el proyecto de servicio de un Estudio de Grabación?
- ¿Qué resultado económico ofrecerá el proyecto?

Objetivos

Objetivo General.

El objetivo principal del proyecto es el siguiente

- Analizar la viabilidad de la creación de un estudio de Grabación en la Ciudad de San Lorenzo.

Objetivos Específicos.

El objetivo general se desglosa en los siguientes objetivos específicos:

- Determinar el nivel de aceptación del servicio de un Estudio de Grabación en la ciudad de San Lorenzo.
- Establecer las condiciones técnicas que son necesarias para la apertura y funcionamiento de la empresa.
- Evaluar los resultados financieros que ofrecerá una empresa de servicio de un Estudio de Grabación.
- Conocer la situación económica del proyecto

Justificación y viabilidad del proyecto

Este proyecto se elabora para cumplir con los requerimientos académicos de la Universidad como trabajo de culminación de carrera para la obtención del título de Ingeniera Comercial.

La idea de esta investigación es brindar informaciones acerca de los procedimientos adecuados para poder ingresar en el mercado e investigar la posibilidad de la creación de una empresa dedicada al servicio de un Estudio de Grabación en la ciudad de San Lorenzo.

La estrategia para alcanzar esta proyección es detectar una oportunidad de negocio en el mercado de la mencionada ciudad, donde hasta el momento no se hay un negocio que ofrezca servicio.

Mediante el análisis de los distintos aspectos de un proyecto de inversión, se podrá determinar la viabilidad de la puesta en marcha y funcionamiento de la empresa, teniendo en cuenta los distintos beneficios que puede ofrecer como fuente de consulta para estudiantes, profesionales, artistas para un conocimiento más acabado acerca del tema y también de los aspectos a tener en cuenta para la elaboración y evaluación de un proyecto de inversión.

Además, pretende beneficiar a la comunidad en general con el ofrecimiento un servicio de calidad, acorde a las necesidades y exigencias actuales. También ofrecer fuentes de trabajo de manera directa favoreciendo a la economía de la zona y del país.

Estudio de mercado

Introducción al estudio de mercado

Uno de los aspectos más importantes en la elaboración de proyectos, es el análisis del mercado que a través de un cuestionario previamente confeccionado se obtendrá información útil y relevante para los fines de este proyecto.

El estudio de mercado para este proyecto consta de seis apartados bien identificados como ser; análisis del servicio, donde se especifican el servicio que se plantea ofrecer en el mercado. Análisis de la situación económica del país, donde se analizan los indicadores económicos como la inflación, producto interno bruto, cotización de monedas extranjeras y los reajustes del salario mínimo legal, análisis de la demanda, donde se evalúa la cantidad de demanda del servicio en el mercado definido, análisis de la oferta, donde se identifican los competidores existentes dentro del mercado, análisis del precio, donde se fijan los precios como principal determinante de la decisión de compra de acuerdo a la segmentación geográfica y el análisis de la comercialización, donde se analiza la estructura del proceso de comercialización en el sector de actividades.

Planteamiento del problema

La idea de la creación de esta empresa dedicada al servicio de un Estudio de Grabación en la ciudad de San Lorenzo, surgió viendo la necesidad de la población de

artistas ya sea mujeres, hombre y jóvenes de adquirir servicios de alta calidad con la comodidad de no tener que salir del distrito y tener que ir a lugares lejanos para realizar sus producciones, ya que en el mencionado distrito no existe una empresa dedicada exclusivamente a este servicio, viendo eso como una ventaja para nosotros.

Formulación del Problema

La pregunta general del estudio de mercado es la siguiente:

¿Cuál es el nivel de aceptación del servicio de un Estudio de Grabación en la ciudad de San Lorenzo?

Preguntas de investigación

- ¿Cuál es el comportamiento de la demanda con relación al servicio de un Estudio de Grabación en la ciudad de San Lorenzo?
- ¿Cuál es el rango de precio que se paga por el servicio de Grabaciones y Spot Publicitario?
- ¿Qué estrategias de comercialización utilizan las empresas existentes?

Objetivos General

- Determinar el nivel de aceptación del servicio de un Estudio de Grabación en la ciudad de San Lorenzo

Objetivo Específicos

- ❖ Identificar el comportamiento de la demanda con relación al servicio de un Estudio de Grabación en la ciudad de San Lorenzo
- ❖ Definir los precios de la creación de servicios de Grabación y Spot publicitario
- ❖ Determinar las estrategias de comercialización que utilizan las empresas existentes.

Justificación y viabilidad del estudio de Mercado

Las principales razones de la realización del estudio de mercado se deben a que es un recurso importante para el éxito del proyecto empresarial en la medida en que permita comprender el bloque donde se pretende realizar el estudio.

Además, brinda una visión global del mercado del sector de actividades, la situación actual y las perspectivas de futuro, es decir, comprenderlo desde distintas ópticas.

Por otra parte, para la investigación o estudio de mercado la metodología seleccionada para la recolección de los datos serían las encuestas digitales de modo a ajustarnos a los protocolos sanitarios establecidos ante la pandemia del COVID-19.

MARCO TEÓRICO

Aspecto Teórico

Antecedentes de la Investigación

De acuerdo a las investigaciones realizadas que se ha hecho en la institución educativa (UTIC), no existen proyectos similares de Servicios de Lavandería automatizada

Bases Teóricas

Estudio de Grabación

Antiguamente, la única forma en la que un ser humano podía escucharse a si mismo era gracias a la naturaleza, cuando las ondas sonoras que emitía su propia voz resonaban en superficies duras como sería el caso de una montaña o una cueva. Pero el poder capturar y guardar este sonido es un descubrimiento bastante reciente. (*Ganiver Eduardo Productor Musical*).

Thomas Edison lo inició todo con el invento del fonógrafo en el año de 1877. Hoy en día es probable que nos cueste entender lo complejo que habrá sido en esa época explicar el funcionamiento de su descubrimiento. Para ese entonces fue un gran hallazgo, que le convirtió en una celebridad mundial; pero increíblemente, Edison nunca imaginó que el uso principal que se le iba a dar a su invento sería el de grabar y reproducir música.

¿Qué cara pondría Edison si pudiera ver cómo ha evolucionado su invento? Si pudiera ver cómo pasó de un cilindro de fonógrafo (que básicamente eran tiras de papel estaño enrolladas alrededor de un cilindro de metal) a lo que hoy en día conocemos como un reproductor de MP3.

El cilindro rotatorio del fonógrafo evolucionó luego al disco plano utilizado en el gramófono patentado por Emile Berliner en 1887. Más adelante, entre 1898 y 1900, el danés Valdemar Poulsen inventó el telegráfico (que utilizaba cable de acero), siendo así la primera máquina en grabar de forma magnética. <https://www.hispasonic.com/blogs/breve-historia-grabacion/39879>

El estudio de grabación es el lugar donde nuestras ideas musicales y de producción pueden tomar forma y hacerse realidad frente a nuestros ojos (¡y oídos!). Es ese espacio dedicado a la producción musical, donde un equipo de personas se juntan y aportan sus ideas para obtener un producto: una canción, un sencillo, una producción musical, etc. <https://solfaweb.com/que-es-un-estudio-de-grabacion/>

Mercado:

El estudio del mercado, en cualquier tipo de proyecto;

Constituye una fuente de información de suma importancia tanto para estimar la demanda como para proyectar los costos y definir precios, aunque es frecuente, sin

embargo, incurrir en el error de considerarlo únicamente como un análisis de la demanda y de los precios del producto que se fabricará o del servicio que se ofrecerá (Sapag, 2011, p. 67).

Demanda

“Estudia el comportamiento de los consumidores, la búsqueda de satisfactores de un requerimiento o necesidad que realizan los consumidores, aunque sujeta a diversas restricciones, se conoce como demanda del mercado” (Baca, 2001, p. 17).

Demanda satisfecha

En lo que lo ofrecido al mercado es exactamente lo que este requiere. Se pueden conocer dos tipos de demanda satisfecha: (Baca, 2006, p.19).

Satisfecha saturada

La que ya no puede soportar una mayor cantidad del bien o servicio en el mercado, pues se está usando plenamente. Es muy difícil encontrar esta situación en un mercado real.

Satisfecha no saturada

Que es la que se encuentra aparentemente satisfecha, pero que se puede hacer crecer mediante el uso adecuado de herramientas mercado técnicas, como las ofertas y la publicidad.

Demanda insatisfecha

“En la que lo producido u ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado” (Baca, 2006, p. 19).

Mercado meta

Es el grupo de clientes potenciales de una empresa;

Precisamente es el mercado elegido quien nos dice cuáles son sus verdaderas necesidades y expectativas en cuanto al producto o servicios, que cantidad de dinero está dispuesto a pagar por él, donde le gustaría encontrarlos; que y donde debemos comunicar. Es decir, todo el marketing gira en torno al o los mercados meta, (Schanarch, 2005, p. 289).

Oferta

“Los bienes y servicios que los productores libremente desean ofertar para responder a esta demanda se denomina oferta del mercado” (Sapag, 2011, p. 46). Oferta con descuentos al contado, se le descuenta un poco del precio normal que se suele vender

Oferta oligopólica

“El mercado está dominado por unos pocos productores y son ellos quienes determinan la oferta, el precio y usualmente acaparan cantidad de insumos para su producción”. (www.webyempresas.com).

Oferta monopólica

“El mercado está dominado por un único productor y es este quien impone el precio, la calidad y la cantidad” (www.webyempresas.com).

Precio. “Es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicios, cuando la oferta y demanda está en equilibrio” (Baca, 2001, p. 48).

Precio de demanda

Precio máximo que el comprador está dispuesto a pagar;

Refleja una disposición a pagar o ceder algo como medio para conseguir otras cosas. Debemos tener en cuenta que el carácter limitado de los ingresos hace que, en las decisiones sobre su utilización, se busque un mejor uso y se logre la mayor satisfacción para el consumidor y la mayor ganancia para el productor (Ortega, 2016 p. 48).

Precio de oferta

“Tiene relación con el comportamiento de los vendedores, refleja la disposición de algunos agentes económicos para ceder bienes o servicios a cambio de un pago o reconocimiento expresado en un precio” (Ortega, 2016 p. 48).

Precio de mercado.

“El precio de mercado o precio de equilibrio es aquel por el que los demandantes están dispuestos a comprar lo mismo que los que ofertan desean vender. El precio de equilibrio es el precio de competencia” (Baguer, Zarraga, 2002 p. 337).

Comercialización

Como se ha visto, las ventas es la función que caracteriza a la empresa. La empresa es tal, solo si vende. La venta es la fuente básica y permanente que permite a la empresa realizar las demás funciones.

Estrategias de comercialización

“Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar” (Baca, 2001, pp. 17 - 52).

La estrategia comercial que se defina para el proyecto deberá basarse en cuatro decisiones fundamentales que influyen individual y globalmente en la composición del flujo de caja del proyecto. Tales decisiones se refieren al producto, el precio, la promoción y la distribución (Sapag, Sapag, 1989, p.62).

La estrategia de comercialización de la futura empresa será poner al mercado productos innovadores.

Análisis de comercialización

La comercialización es la actividad como tal que se realiza en el comercio. Es el intercambio que se aplica cuando una persona quiere adquirir un producto y a cambio entrega una cantidad de dinero impuesta. Es todo ese conjunto de actividades que pueden llegar a tener un complejo procedimiento, todo depende de la magnitud de la transacción.

Tabla N°1. Operaciones de Variable

Variable. Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Técnicas e instrumentos
<p>Estudio de mercado: Según Baca (2001) “es la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización” (p. 7).</p>	<p>-Demanda</p> <p>- Precio</p> <p>Comercialización</p>	<p>- Demanda satisfecha</p> <p>- Demanda insatisfecha.</p> <p>- Demanda actual.</p> <p>- Mercado meta</p> <p>-Precio de demanda.</p> <p>- Precio de oferta.</p> <p>- Precio de mercado.</p> <p>Estrategias de comercialización</p> <p>Análisis de comercialización.</p>	<p>Encuesta a consumidores por medio de encuestas online.</p> <p>Observación de Guía de observación</p> <p>Encuesta Cuestionario</p>

Aspectos Legales

Leyes Aplicables:

- Ley 1034/83 del Comerciante

Dicha 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.

- Ley N° 125/91 Reforma Tributaria Modificada por la ley de adecuación fiscal

- Ley N°2421/04 De Reordenamiento Administrativo y Adecuación Fiscal

Las disposiciones del presente libro serán de aplicación a todos los tributos que recauda la Sub Secretaría de Estado de Tributación del Ministerio de Hacienda, con excepción de los regidos por el Código Aduanero.

- Ley N° 213/ 93 Código Del Trabajo Modificaciones: Ley N° 496/95

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.

- Ley N°1294/98 De las Marcas

Es todo signo visible que distingue productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado. Están constituidas por denominaciones y figuras visibles, suficientemente distintivas, frente a los de su misma especie o clase.

- Ley N° 135/91 Establece el régimen tributario para las municipalidades de 1ra, 2da y 3ra categoría.

Establece el presente régimen tributario para las Municipalidades del interior del país.

- Ley N°1334/98 de la defensa del Consumidor

Hace referencia a los derechos básicos del consumidor.

Decretos Aplicable:

Decreto N° 8345/06 Por el cual se dicta el reglamento general de Timbrado y uso de comprobantes

Que es necesario ordenar, simplificar, racionalizar y adecuar las disposiciones vigentes referidas al uso de Comprobantes de Venta, Documentos Complementarios, Notas de Remisión y Comprobantes de Retención a los requerimientos de los contribuyentes y de la Administración Tributaria.

Decreto N° 1860/50 Por el cual se modifica el decreto Ley N° 18.071 de 1943 de Creación del Instituto de Previsión Social.

Que es indispensable ampliar el campo de aplicación del Seguro de forma tal que sus beneficios alcancen a todos los asalariados incluyendo a los funcionarios de instituciones autónomas, pero con excepción de los funcionarios públicos.

Marco Metodológico

Metodología

Enfoque de la investigación.

Esta investigación de mercado corresponde al enfoque cuantitativo porque “busca cuantificar los datos y, por lo general, aplica algún tipo de análisis estadístico” (Malhotra, 2008, p. 143).

Nivel de conocimiento.

La investigación de mercado desarrollado pretende lograr el nivel descriptivo en vista de que “busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población” (Hernández et. al., 2010, p. 103).

Diseño de la investigación.

Esta investigación de mercado es de diseño no experimental porqué;

La investigación se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios donde no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural para posteriormente analizarlos (Hernández et. al., 2010, p. 149).

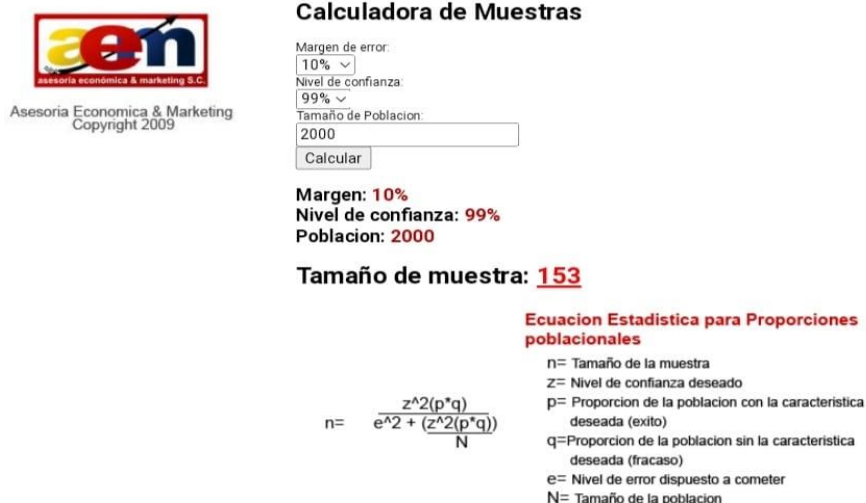
Población y muestra

Para la investigación del mercado, se estableció como límite geográfico el barrio Posta Ybycua del distrito de la ciudad de San Lorenzo, cuya población es de aproximadamente 2.000 Artistas registrados en AIE PY, para los fines de esta investigación se decidió tomar una muestra de 153 Artistas, cantidad obtenida de la aplicación de la fórmula para hallar la muestra, por tratarse de una población numerosa y la imposibilidad de consultar a la totalidad por la restricción sanitaria.

La técnica de muestreo utilizado para seleccionar la muestra es el tipo probabilístico aleatorio simple, que consiste en “un procedimiento practico si la población no es grande y si es relativamente fácil y barato encontrar las unidades de muestreo. También podría ser un procedimiento práctico para poblaciones grandes cuyos elementos están concentrados dentro de un área pequeña”

Para determinar la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

Figura N° 1 Calculadora de Muestra



Calculadora de Muestras

Margen de error: 10% ▾
 Nivel de confianza: 99% ▾
 Tamaño de Poblacion: 2000
 Calcular

Margen: 10%
Nivel de confianza: 99%
Poblacion: 2000

Tamaño de muestra: 153

Ecuacion Estadistica para Proporciones poblacionales

n= Tamaño de la muestra
 Z= Nivel de confianza deseado
 p= Proporcion de la poblacion con la caracteristica deseada (exito)
 q= Proporcion de la poblacion sin la caracteristica deseada (fracaso)
 e= Nivel de error dispuesto a cometer
 N= Tamaño de la poblacion

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$$

Donde:

Z = Representa el nivel de confianza requerido, en esta investigación es de 95% se ha dejado un 5% para solucionar problemas en caso que personas se nieguen a contestar los cuestionarios o sean contestados con irresponsabilidad o cualquier otro tipo de fenómeno que altere la información, como el nivel de confianza es de 95% el valor de Z= 1,96 (según tabla bajo la curva normal)

p = Proporción de personas cuya factibilidad de ser seleccionadas en la muestra es un éxito, para el caso su valor estimado es de 0.50.

q = Proporción de personas que no hay factibilidad de ser seleccionadas, para el caso su valor estimado es de 0.50.

N = Población total sujeta de estudio.

e = Error de muestreo y su valor será del 5%.

Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Para la recolección de datos la técnica utilizada fue la encuesta online, y el instrumento utilizado fue el cuestionario con preguntas cerradas que se aplicó a las 153 personas de la ciudad de Capiatá.

La encuesta: consiste en “serie de preguntas que se hace a muchas personas para reunir datos o para detectar la opinión pública sobre un asunto determinado” (Hernández et. al., 2010).

Procesamiento de datos. Para la recolección de datos se formulan cuestionarios de tipo cerrado de manera a presentar una encuesta virtual, las proyectistas remiten el enlace a las personas que podrían facilitar datos relevantes y expuestos el motivo de la encuesta, se solicita su colaboración para el llenado del mismo.

Las informaciones recabadas posteriormente se presentan en gráficos, para proceder a la interpretación utilizando la inferencia estadística, es decir la comparación de la

muestra con la población total, la cual se realiza descriptiva previo a los datos recolectados, los métodos utilizados en dicho procedimiento pretenden especificar la información necesaria mediante los cálculos realizados.

Es importante nombrar que para efectuar todo este proceso se recurre al uso de equipos informáticos tales como, notebook, celular, internet, software como Microsoft Office Word, Excel.

Consideraciones éticas. El resultado obtenido de la encuesta solo se utiliza para la investigación del estudio del mercado, siempre respetando el anonimato, no se revela la identidad de ningún encuestado, Además, del respeto a las personas y la mención de las fuentes consultadas.

MARCO ANÁLITICO

Servicio/s. El servicio que la empresa ofrecerá al mercado es un Estudio de Grabación.

Grabación: La grabación consiste en registrar imágenes o sonidos en un disco, cinta u otro soporte para reproducirlos posteriormente Grabaron los momentos más emotivos de la ceremonia.

Figura N° 2 *Muestra de equipos*



Análisis de la demanda: Se analiza de acuerdo a la encuesta realizada a una muestra de 165 personas pertenecientes en el barrio Posta Ybycua de la Ciudad de Capiatá, dirigidos a hombres y mujeres lo cual estaban habituados en adquirir servicio similar a lo que nosotros queremos ofrecerles. El instrumento utilizado para la recolección de datos fue el cuestionario, de manera a presentar una encuesta virtual, que resultó interesante para la obtención de informaciones, presentadas en gráficos explicativos.

Ambiente económico del proyecto.***Inflación.***

Es la variación generalizada de los precios de los bienes y servicios de un país que se produce en un periodo concreto, normalmente en un año. Se puede definir también desde el punto de vista contrario, es decir, como la pérdida del poder adquisitivo que sufren los ciudadanos como consecuencia de una subida generalizada de los precios (Vidal, 1965, p. 50).

Tabla N° 2. Tasa de inflación

Año	%Inflación
2015	3,1%
2016	3,9%
2017	4,5%
2018	3,2%
2019	2,8%
Promedio	3,5%

Fuente: www.bcp.gov.py

Salario mínimo legal del Paraguay (SML).

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

Tabla N° 3. Variación del salario mínimo legal

Año	Salario	%Variación
2015	1.824.055	0%
2016	1.964.507	7,7%
2017	2.041.123.	3,9%
2018	2.112.562	3,5%
2019	2.192.839	3,8%
Promedio	3,78%	

Fuente: <https://tusalario.org/paraguay>

De acuerdo a la tabla se puede observar que, durante los últimos 5 años, cada vez que aumenta el salario en los respectivos periodos se presenta reajustes en los porcentajes.

La variación del salario mínimo en los últimos 5 años es de 3,78%, lo que representa la solvencia y situación de empleo de la población. Cuando ocurre un aumento de salario afecta directamente en el costo de la empresa, porque se debe realizar un aumento en el

precio del servicio para cubrir los costos y gastos del servicio de actividades, en caso contrario la empresa no lograría solventarse.

Producto Interno Bruto (PIB).

Es una medida de la producción total de un país. Sin embargo, no es necesariamente el ingreso de ese país. Expresa el valor monetario de la producción de bienes y servicios de demanda final de un país o región durante un periodo determinado, normalmente un año (De Gregorio, 2007, p. 33).

Tabla N°4. Historial del PIB en Paraguay

Año	%
2014	4,8
2015	3
2016	3
2017	4
2018	4,2
Promedio	3,8%

Tasa de interés pasiva del mercado. “Precio que se recibe por un depósito en los bancos” (Delgado, Martillo, 2007, p. 26).

Para los pequeños inversionistas, se podría pensar que, en el peor de los casos y ante la carencia absoluta de alternativas de inversión, ellos pueden acudir al mercado financiero

y recibir la tasa de interés que éste les ofrece, llamada comúnmente tasa de interés pasiva (Mokate, 2004, p. 133).

Tabla N°5. Promedio anual de tasa pasiva

Año	% Tasa pasiva
2015	8,86%
2016	6,68%
2017	4,35%
2018	4,35%
2019	4,53%
Promedio	5,75%

Primeramente, se tiene que identificar que existen distintos tipos de tasas de interés pasivo, están las corrientes y las fijas.

Las corrientes son las que hace referencia el cuadro, en el cual una persona física o jurídica puede ingresar el importe de sus ventas bajo una cuenta de ahorros o una cuenta corriente, cuya disponibilidad es inmediata.

Las fijas, más conocidas como certificados de depósito de ahorros, hacen referencia a las que son depositadas pactando un plazo mínimo de retiro de los fondos donde los porcentajes se elevan unos puntos debido a que la entidad receptora del dinero puede programar la fecha de devolución y en consecuencia utilizarla para otras operaciones, generalmente de créditos.

Desarrollo del estudio de mercado

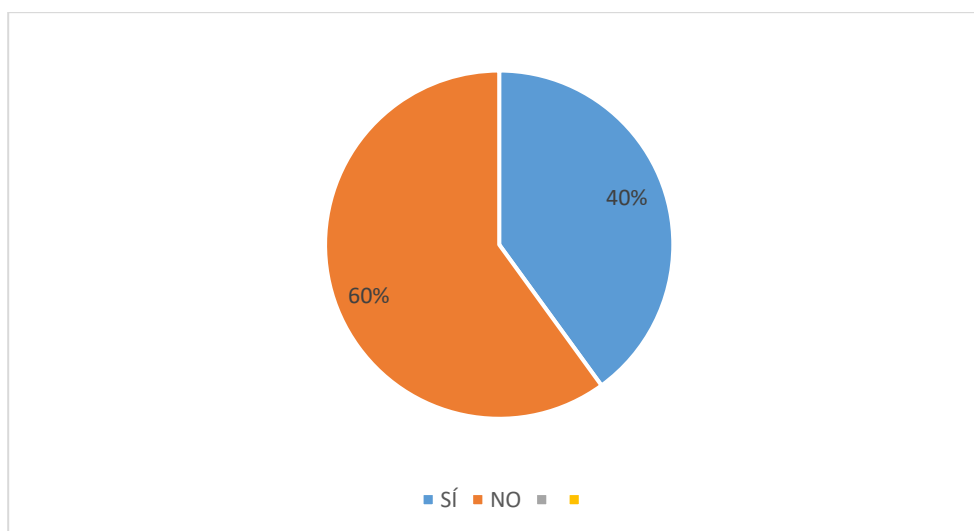
Resultados de la encuesta realizada a los artistas de la ciudad de San Lorenzo.

Oferta

Tabla N°6. *Conocimiento de estudios de grabaciones en la ciudad de San Lorenzo.*

CATEGORIA	F	%
a) Sí	61	40%
b) No	92	60%
TOTAL	153	100%

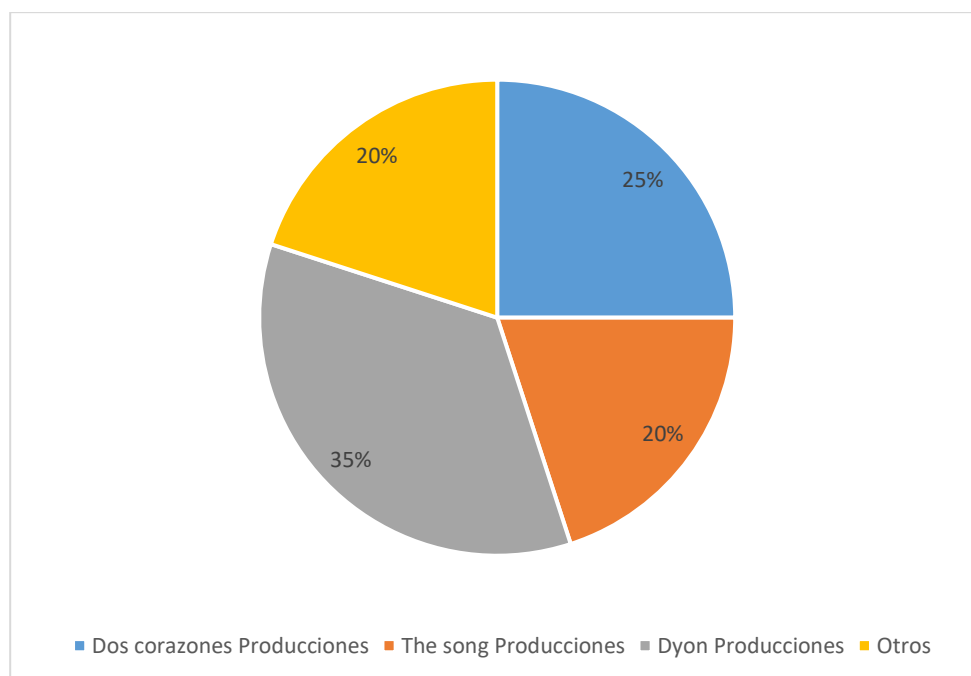
Figura N°3. *Conocimiento de estudios de grabaciones en la ciudad de San Lorenzo..*



El resultado que arroja la encuesta es que el 40% conoce un estudio de grabación y el 60% no.

Tabla N°7. Estudios de grabación que se trabaja actualmente

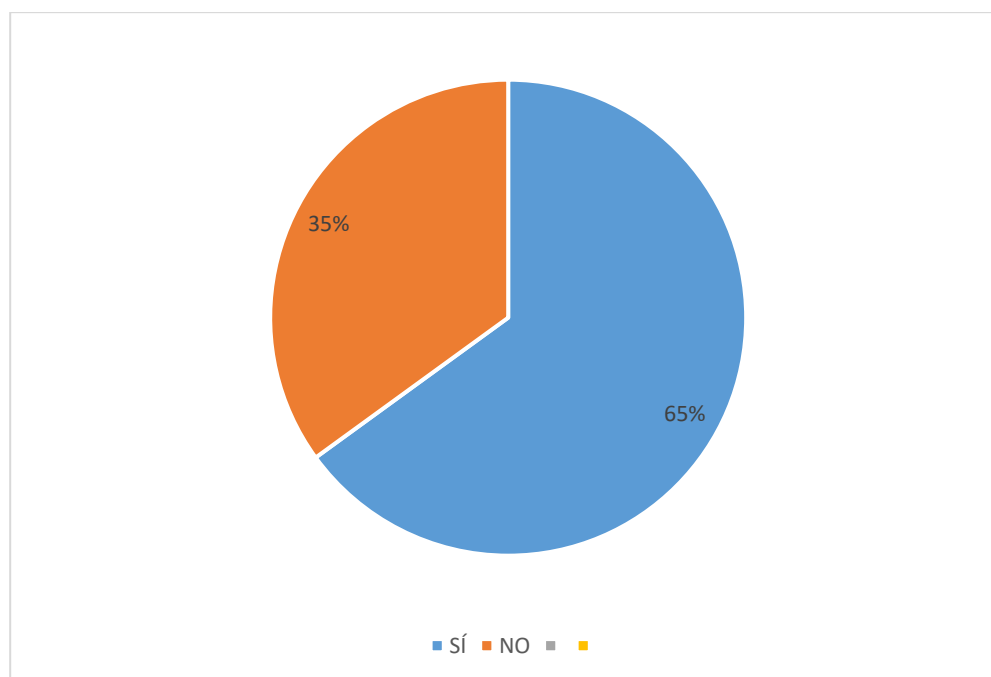
CATEGORIA	F	%
a) Dos corazones producciones	37	25%
b) The song producciones	31	20%
c) Dyon Producciones	54	35%
d) Otros	31	20%
TOTAL	153	100%

Figura N°4. Co Estudios de grabación que se trabaja actualmente

En el gráfico se observa que mas artistas trabajan con Dyon producciones.

Tabla N°8. *Opinión si se tiene preferencias en cuanto a los equipos de grabación.*

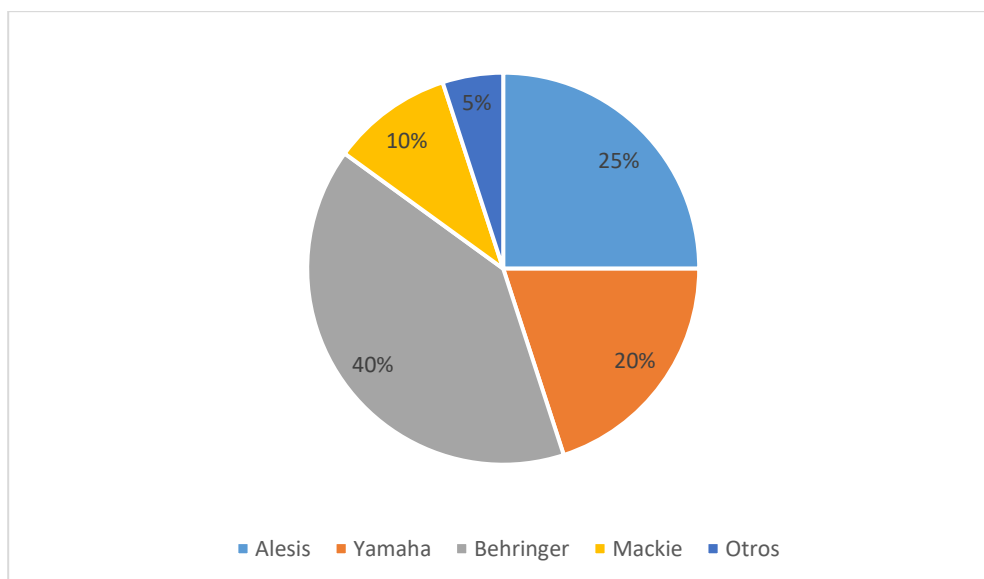
CATEGORIA	F	%
a) Sí	99	65%
b) No	54	35%
TOTAL	153	100%

Figura N°5 . *Opinión si se tiene preferencias en cuanto a los equipos de grabación.*

En el gráfico se observa que el porcentaje mayor tiene preferencia en cuanto a los equipos de grabación.

Tabla N°9. *Marcas de equipos de preferencia de estudio de grabación.*

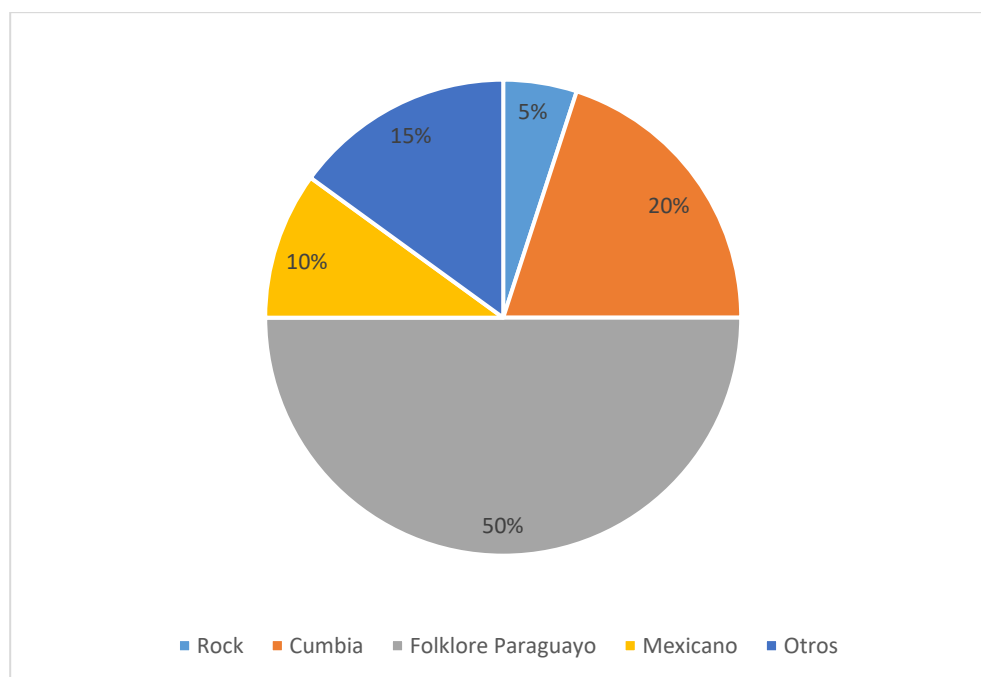
CATEGORIA	F	%
a) Alesis	38	25%
b) Yamaha	31	20%
c) Behringer	61	40%
d) Mackie	15	10%
e) Otros	8	5%
TOTAL	153	100%

Figura N°6. *Marcas de los equipos de preferencia de estudio de grabación.*

La mayoría de los encuestados confirma que tienen preferencia con la marca Behringer.

Tabla N°10. *Estilo musical que más graban.*

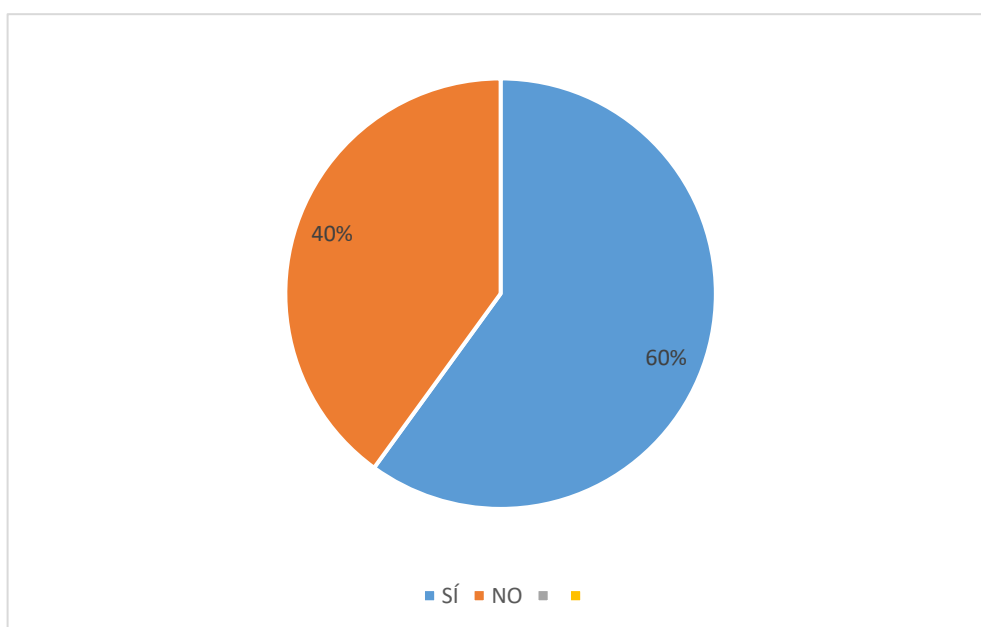
CATEGORIA	F	%
a) Rock	7	5%
b) Cumbia	31	20%
c) Folklore Paraguayo	76	50%
d) Mexicano	15	10%
e) Otros	24	15%
TOTAL	153	100%

Figura N°7. *Estilo musical que mas graban.*

Según los encuestados el estilo que mas graban los artistas, es Folklore Paraguayo.

Tabla N°11. *Conformidad con el estudio de grabación con el que trabaja.*

CATEGORIA	F	%
a) Sí	61	40%
b) No	92	60%
TOTAL	153	100%

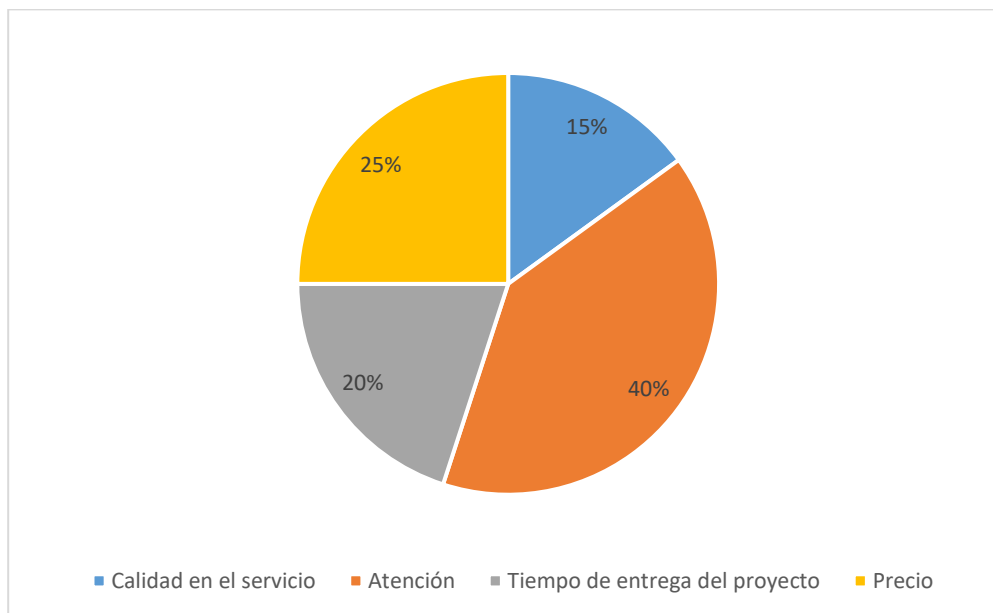
Figura N°8. *Conformidad con el estudio de grabación con el que trabaja*

Se observa en el gráfico que el 60% de los encuestados se siente disconforme con el actual estudio de grabación con el que trabajan.

Tabla N°12. *Motivo de disconformidad con el actual estudio de grabación con el que trabajan..*

CATEGORIA	F	%
Calidad en el servicio	23	15%
Atención	61	40%
Tiempo de entrega del proyecto	31	20%
Precio	38	25%
TOTAL	153	100%

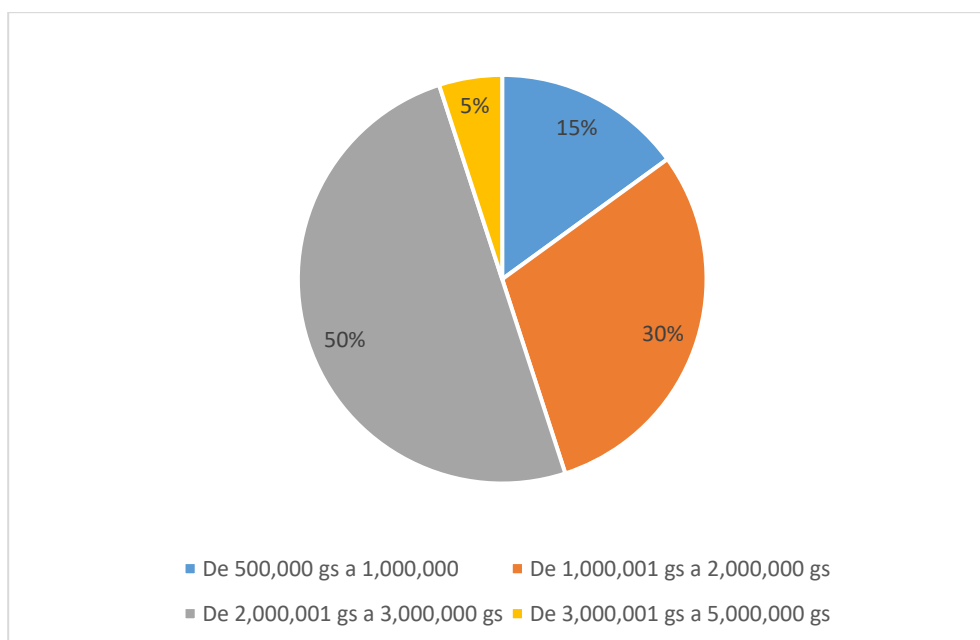
Figura N°9. *Motivo de disconformidad con el actual estudio de grabación con el que trabajan.*



En el gráfico se observa que existe un mayor porcentaje de disconformidad en cuanto la atención.

Tabla N°13. *Monto mensual que invierten para las grabaciones.*

CATEGORIA	F	%
a) 500.000 a 1.000.000	23	15%
b) 1.000.001 a 1.000.000	46	30%
c) 2.000.001 a 3.000.000	77	50%
d) 3.000.001 a 5.000.000	7	5%
TOTAL	153	100%

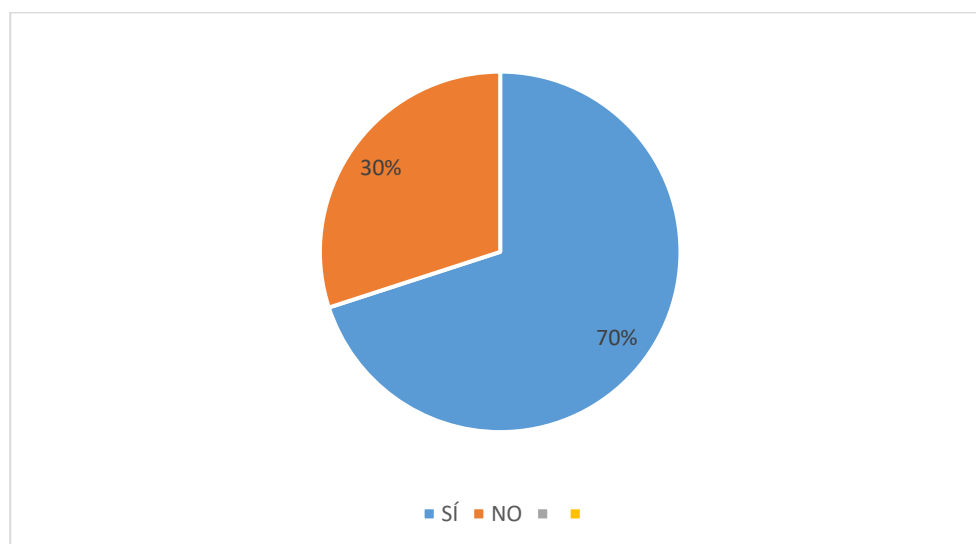
Figura N°10. *Monto mensual que invierten para las grabaciones.*

Según los encuestados el 50% invierte en grabaciones mensualmente entre los 2.000.001 G. a 3.000.000 G.

Tabla N° 14. *Opinión en cambiarían de estudio de grabación si otro brinda mejores condiciones.*

CATEGORIA	F	%
a) Sí	107	70%
b) No	46	30%
TOTAL	153	100%

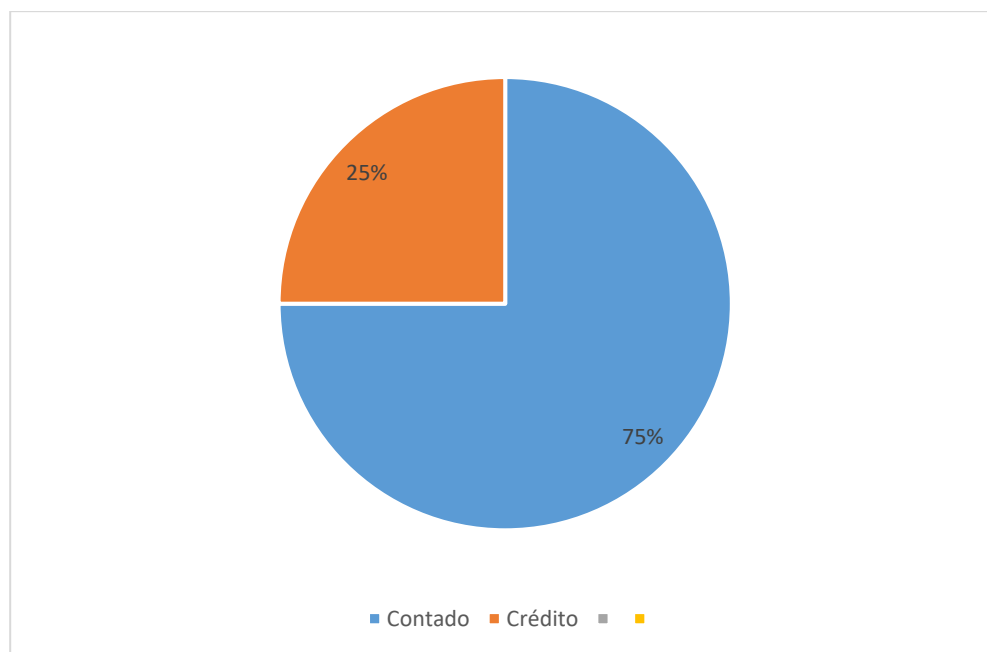
Figura N°11. *Opinión en cambiarían de estudio de grabación si otro brinda mejores condiciones.*



Se observa que el 70% de los encuestados cambiaría de estudio de grabación, si esta ofrece mejores condiciones.

Tabla N°15. *Forma de pago que acostumbran realizar por las grabaciones.*

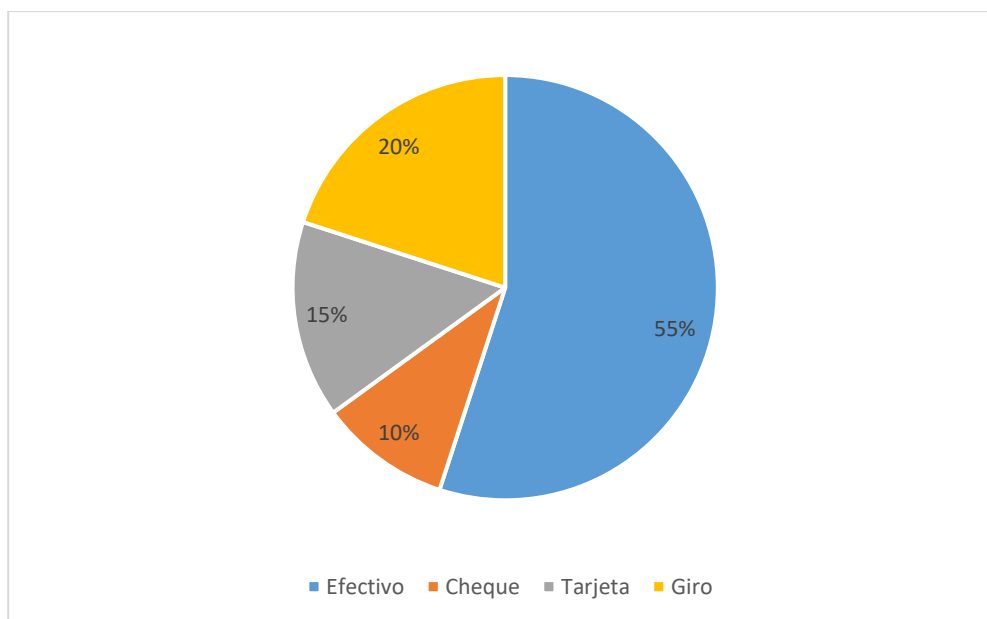
CATEGORIA	F	%
a) Contado	114	75%
b) Crédito	39	25%
TOTAL	153	100%

Figura N°12. *Forma de pago que acostumbran realizar por las grabaciones*

En este gráfico se refleja que la mayoría realizan sus pagos al contado, en esta encuesta responde el 75%.

Tabla N°16. Medio de pago con el que acostumbra realizar su pago.

CATEGORIA	F	%
a) Efectivo	85	55%
b) Cheque	15	10%
c) Tarjeta	23	15%
d) Giro	30	20%
TOTAL	153	100%

Figura N°13. Medio de pago con el que acostumbra realizar su pago.

Según el gráfico se observa que el 55% de los encuestados realizan su pago en efectivo.

Tabla N°17. Determinación de Mercado Meta

Descripción	Precio	Mensual	<u>AÑO 1</u>
Grabaciones	300.000	136.800.000	136.800.000
Spot	150.000	108.000.000	108.000.000
TOTAL INGRESO BRUTO		244.800.000	244.800.000

Análisis de la demanda.

Mediante el resultado de la encuesta realizada a los clientes potenciales se vio que el 70% de las personas estarían dispuestos a utilizar el servicio

Otro resultado importante es el importe o la inversión que cada cliente invierte en sus grabaciones según la encuesta el 50% invierte en grabaciones mensualmente entre los 2.000.001 G. a 3.000.000 G.

En relación a los factores que tienen en cuenta, los porcentajes más altos corresponden a que los clientes no se sienten cómodos con los demás estudios de grabaciones, ya que no ofrece una buena atención al cliente, nuestra empresa ofrecerá un lugar agradable que cuente con servicios como wifi, la buena atención que se le da a cada cliente.

Demanda insatisfecha. El resultado demuestra una demanda insatisfecha de 26% lo que corresponde a 36 personas de las encuestadas, y a 15600 personas, teniendo en cuenta la población de referencia.

Mercado meta. La futura empresa pretende satisfacer al mercado insatisfecho de la ciudad de Capiatá distrito Posta Ybycua, ofreciendo un servicio de alta calidad y brindando comodidad al cliente, organizando así su vida cotidiana y hacerlo más sencillo una tarea primordial e importante en todos los hogares. Se pretende satisfacer a un porcentaje elevado de la demanda insatisfecha, además, de lograr penetrar en el mercado y convencer a otros tipos de clientes para una participación más efectiva, con servicio de calidad, excelente atención y un marketing adecuado

Análisis de la oferta.

La oferta actual está compuesta por las empresas dedicadas a servicio de grabaciones

Si bien existen competidores en la zona que se dedican al mismo rubro al cual pretendemos entrar y teniendo identificadas a las competencias solo nos queda diseñar programas efectivos que nos ayuden atraer clientes y anular a la misma.

Análisis de precio. Como se había dicho en el aspecto teórico, el precio es la cantidad de dinero que según los productores es adecuado para vender y los consumidores a comprar un determinado bien o servicio.

Sistema comercial. La comercialización es la actividad que permite al productor llevar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar, este análisis consiste en ofrecer a los clientes comodidad, innovación.

La estrategia de comercial utilizada por los competidores, de acuerdo a la observación realizada es por redes sociales como (Facebook, Instagram, WhatsApp) el tablero publicitario.

La estrategia de comercialización por la cual optará la futura empresa es la publicidad por redes sociales como (Facebook, Instagram, WhatsApp) también el tablero publicitario y por supuesto la buena atención a los clientes y tener un local que llame la atención de los futuros clientes.

Conclusión del Estudio de Mercado

El proyecto sobre la creación de una empresa dedicada al servicio de un Estudio de Grabación posee muchas posibilidades de éxito, según los resultados del estudio del mercado realizado, en base a la encuesta a los posibles clientes, ya que han mostrado interés por el servicio que se pretende ofrecer al mercado.

Un porcentaje importante de los encuestados, cuenta con un trabajo remunerado, lo cual es un factor importante, también existe una demanda insatisfecha importante que la futura empresa puede aprovechar y que favorece a la creación de una empresa dedicada al servicio de Estudio de Grabación.

La estrategia de comercialización que utilizan las empresas existentes de acuerdo a la observación realizada es hacer publicidad por redes sociales como (Facebook, Instagram.)

La estrategia de comercialización por la cual optará la futura empresa es la publicidad por redes sociales como (Facebook, Instagram, whatsApp) también el tablero publicitario y por supuesto la buena atención a los clientes y tener un local que llame la atención de los futuros clientes, también se irá viendo según la necesidad del mercado implementar el servicio de planchado

La situación económica actual no ha sufrido mayor descenso, a pesar de la pandemia mundial, la gente contribuye para seguir con las inversiones para generar mayores riquezas, y se puede mencionar que en esta situación este tipo de empresa puede ser viable, ya que la gente trabaja y no cuenta con tiempo suficiente para realizar un buen lavado en el hogar La demanda actual en el mercado estimado favorece la oportunidad de negocio, a través de los análisis se pudo concluir la necesidad del mercado de contar con empresa que ofrece servicio de Estudio de Grabación.

Estudio Técnico

Introducción

El estudio técnico, esta parte del estudio puede subdividirse a su vez en cuatro partes, que son: determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis administrativo.

La determinación de un tamaño óptimo es fundamental en esta parte del estudio. Hay que aclarar que tal determinación es difícil, pues las técnicas existentes para su determinación son interactivas y no existe un método preciso y directo para hacer el cálculo.

Acerca de la determinación de la localización óptima del proyecto, es necesario tomar en cuenta no solo factores cuantitativos, como pueden ser los costos de transporte, de materia prima y el producto terminado, sino también los factores cualitativos, tales como apoyos fiscales, el clima, la actitud de la comunidad, y otros.

Algunos de los aspectos que no se analizan con profundidad en los estudios de factibilidad son el organizativo, el administrativo y el legal. Esto se debe a que son considerados aspectos que por su importancia y delicadeza merecen ser tratados a fondo en la etapa de proyecto definitivo. Esto no implica que deba pasarse por alto, sino, simplemente, que debe mencionarse la idea general que se tiene sobre ellos, pues de otra

manera se debería hacer una selección adecuada y precisa del personal, elaborar un manual de procedimientos y un desglose de funciones, extraer y analizar los principales artículos de las distintas leyes que sean de importancia para la empresa, y como esto es un trabajo delicado y minucioso, se incluye en la etapa de proyecto definitivo. (Baca Urbina, 2001, p. 8).,

El estudio técnico, consiste en resolver las preguntas referentes a dónde, cuándo, cuanto, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto (Orozco, 2010).

En el estudio técnico se analiza donde será la mejor ubicación para la empresa, las obras físicas, los equipamientos necesarios la organización de la empresa y los aspectos legales para su adecuado funcionamiento.

Teniendo en cuenta estos aspectos relacionados al estudio técnico, se visualiza en la ciudad de San Lorenzo, que las empresas existentes no tienen muy en cuenta los equipamientos, la infraestructura; situación que se pretende aprovechar con la instalación de un negocio acorde a los tiempos actuales, con todas las comodidades necesarias para satisfacer a la exigente clientela.

Objetivo General

- ❖ Establecer las condiciones técnicas que son necesarias para la apertura y funcionamiento de la empresa.

Objetivos específicos

- ❖ Determinar la localización estratégica para el local de la empresa dedicada al servicio de un Estudio de Grabación en la ciudad de San Lorenzo
- ❖ Identificar las obras físicas y los equipamientos necesarios, determinar la estructura organizativa de la empresa
- ❖ Describir los aspectos legales necesarios para la apertura y funcionamiento de la empresa.
- ❖ Explicar los resultados del estudio financiero del proyecto de inversión para el servicio de un Estudio de Grabación

Justificación del Estudio

El análisis de la viabilidad de un proyecto es más que importante para tomar la decisión de llevar a cabo el proyecto, porque eso permitirá ver que si realmente el proyecto aportara los beneficios que se esperan en un periodo de tiempo.

El estudio técnico es importante para elegir el mejor lugar para la ubicación de la empresa en donde sea vistoso y accesible de llegar para todos.

La creación de una empresa dedicada al servicio de un Estudio de Grabación en la ciudad de San Lorenzo surge al detectar una oportunidad que la empresa puede llegar a ser factible, ya que en la mencionada ciudad no cuenta con una empresa dedicada exclusivamente a lo que la futura empresa pretende ofrecer al mercado, por ello se opta por la creación de esta empresa con el ofrecimiento de un servicio de grabaciones de músicas y canciones, se puede lograr los objetivos propuestos.

Aspecto teórico

Localización.

La localización que se elija para el proyecto puede ser determinante en su éxito o en su fracaso, por cuanto de ello dependerán en gran parte la aceptación o el rechazo tanto de los clientes por usarlo como del personal ejecutivo por trasladarse a una localidad que carece de incentivos para su grupo familiar (colegios, entretenimiento, etc.), o los costos de acopio de la materia prima, entre muchos otros factores.

La selección de la localización del proyecto se define en dos ámbitos: el de la macro localización, donde se elige la región o zona, y el de la micro localización, que determina el lugar específico donde se instalará el proyecto (Sapag Chain, 2007, p. 109).

Obras físicas.

Se refiere a la adquisición de terrenos, construcciones, remodelaciones y otras obras complementarias relacionadas principalmente con el sistema productivo del proyecto.

Sin embargo, habrá otras inversiones en obras físicas que se derivaran de los estudios organizacionales (necesidades de espacios físicos para oficinas, por ejemplo) y de mercado (salas de ventas), que también deberá incluir el estudio técnico (Sapag Chain, Sapag Chain, 1999, p. 116).

Equipamientos.

Se refiere a todas las inversiones que permitan la operación normal de la planta de la empresa creada por el proyecto. Por ejemplo, maquinarias, herramientas, vehículos, mobiliario y equipos en general. Al igual que en la inversión en obra física, aquí interesa la información de carácter económico que deberá necesariamente respaldar técnicamente en el texto mismo del informe del estudio que se elabore en los anexos que se requieran (Sapag Chain, Sapag Chain, 1999, p. 118).

Organización de la empresa.

Dentro de un enfoque más amplio, las organizaciones son unidades sociales (o agrupaciones humanas) construidas intencionalmente y reconstruidas para alcanzar objetivos específicos. Esto significa que las organizaciones se proponen y construyen con planeación y se elaboran para conseguir determinados objetivos; así mismo, se reconstruyen, es decir, se reestructuran y se replantean a medida que los objetivos se alcanzan o se descubren medios mejores para alcanzarlos a menor costo y esfuerzo. La organización no es una unidad inmodificable, sino un organismo social vivo sujeto a cambios (Chiavenato, 2001, p. 44).

Misión.

“Primera formulación escrita a nivel funcional, sector e individual (La misión del ingeniero en la organización) de lo que cada subconjunto puede aportar al todo. Es el primer documento donde se empieza a plasmar la Unidad de dirección” (Córdoba, Padilla, 2011, p, 269).

Visión.

Mientras la misión se refiere a la filosofía básica de la organización:

La visión sirve para mirar el futuro que se desee alcanzar. La visión es la imagen que la organización define respecto a su futuro, es decir, de lo que pretende ser. Muchas organizaciones exponen la visión como el proyecto que les gustaría ser dentro de cierto periodo; por ejemplo, cinco años. De esta manera, la visión organizacional indica cuáles son los objetivos que deben alcanzarse en los próximos cinco años, para orientar a sus miembros en cuanto al futuro que la organización pretende transformar. El concepto de visión remite necesariamente al concepto de objetivos organizacionales (Chiavenato, 2001, p. 50).

Valores.

En el ámbito de la filosofía, los valores son cualidades que hacen que una realidad sea estimable o no. Estos valores pueden ser negativos o positivos, y calificarse

como inferiores o superiores de acuerdo a su jerarquía. El concepto de valores humanos, en este sentido, alude a aquellas ideas que comparten la mayoría de las culturas respecto a lo que se considera correcto. (Pérez Porto, Merino, 2013).

Organigrama.

“Un organigrama es el diagrama de organización de un negocio, empresa, trabajo o cualquier entidad que generalmente contiene las principales áreas dentro del Organismo. Representa una herramienta fundamental en toda empresa y sirve para conocer su estructura general” (Córdoba, Padilla, 2011, p. 169).

Manual de funciones

Es un documento que contiene en forma ordenada y sistemática información y/o instrucciones sobre historia, políticas, procedimientos, organización de un organismo social, que se consideran necesarios para la mejor ejecución del trabajo” (Deming, 1996, p. 244).

Desarrollo Técnico

Definición del Negocio

La creación de la empresa de servicios de un Estudio de Grabación.

Nombre del Negocio: Ñande Purahei

Definición:

Figura N°14. *Logo Tipo de la Empresa*



Localización de la Empresa

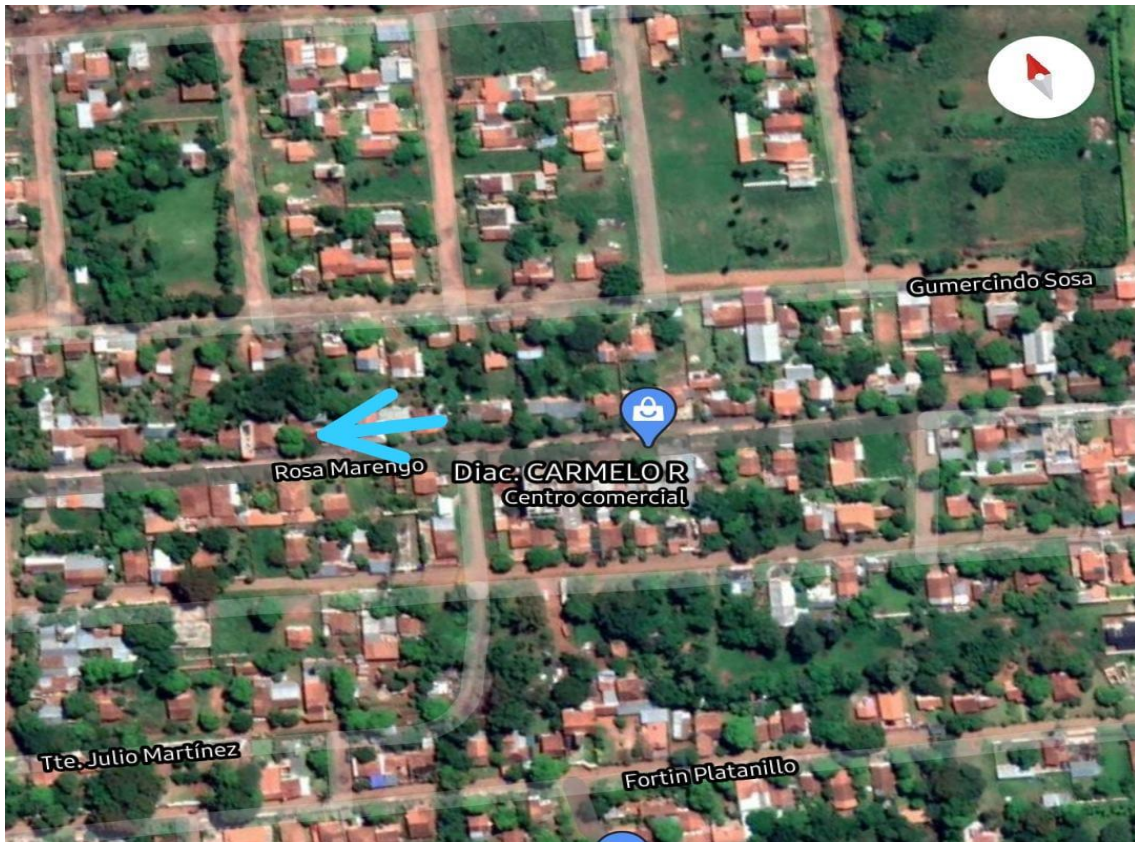
El estudio de Grabación estará localizado en la Ciudad de San Lorenzo, Calle Rosa Marengo a tres cuerdas de Avenida de La Victoria.

La localización es estratégica y se espera que los clientes se sientan a gusto con la facilidad de llegar a nuestro local.

Figura N° .15. Marco Localización de la Empresa



Figura N° 16 *Micro Localización de la empresa*



Obras físicas Necesarias.

Se cuenta con el local propio, en la dirección proporcionada, con 2 espacios de 6 x 4, totalmente ambientado, iluminación correcta y temperatura adecuada para el funcionamiento del estudio.

Equipo necesario

A continuación, se detallan los muebles y útiles, equipos informáticos, herramientas y enseres, infraestructura y rodados necesarios para el estudio de grabación

Tabla N°.18.. *Detalles de bienes y uso*

Muebles y Equipos	
<u>Descripción</u>	<u>Cant</u>
Escritorio con cajonera	1
Silla giratoria	2
Mesa de trabajo	1
living	1
Bebedero	1
Aire Acondicionado	1
Espuma acustica	10
Soporte de monitor	2
Amplificador para auriculares	1
Amplificador para monitor	1
fuelle de alimentación ininterrumpida	1
Microfonos Shure	6
Cables	8
Auricular	3
Pedestal	3
Parlantes JBL para estudio	2
Consola profesional16 canales TAZCA	1
Interfaz de Audio	1
Extintores	1

Equipos Informáticos	
<u>Descripción</u>	<u>Cant</u>
Ordenador Memori RAM 8	1
programa CUBASE	1

Organigrama general

Figura N° .17 *Organigrama general*



Misión

La Empresa Ñande Purahei Producciones es un Estudio de grabación que pone a disposición de los artistas, sus servicios de manera profesional y anima, poniendo a disposición de los clientes las herramientas necesarias para un buen resultado del proyecto.

Visión

Ser una empresa reconocida por el trabajo exitoso de los artistas que han recurrido a nuestro estudio, logrando posicionar nuestro nombre entre los líderes del rubro a nivel país.

Valores

- Respeto
- Honestidad
- Solidaridad
- Compromiso
- Calidad

Manual de Funciones**Tabla.N°19.** *Manual de funciones Gerente Propietario.*


	MANUAL DE:	
	Organización y funciones	
	Sector: Gerencia	
Relacionamiento superior: No Posee		
Relacionamiento Inferior: Todos		
Objetivo: Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y hacerlas cumplir		
Funciones Generales		
<p>Funciones de las vendedoras:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Definir los objetivos y estrategias a ser aplicadas en el desarrollo de las distintas actividades de la empresa, como: <ul style="list-style-type: none"> ❖ Planificación de ventas; ❖ De recursos humanos; ❖ De compras y distribución; ❖ De pagos a proveedores de bienes, servicios, etc. 2. Determinar las fuentes de obtención de los recursos necesarios para el logro de los objetivos definidos. 3. Definir la contratación de asesores, conforme a los objetivos y políticas establecidos. 4. Controlar los movimientos de ingresos y egresos de la empresa. 5. Realizar las tareas inherentes de recursos humanos, así como mantener fluidas comunicaciones con los empleados. 6. Realizar el pago de Salarios de todos los empleados 		
Aprobado en fecha:	Fecha de Vigencia:	Pág: 1 de 1

Tabla.Nº20. Manual de funciones del Técnico Musical.



	MANUAL DE:	
	Organización y funciones	
	Sector: Técnico	
Relacionamiento superior:	Propietaria	
Relacionamiento Inferior:	Todos	
Objetivo: Desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y hacerlas cumplir		
Funciones Generales		
<p>Funciones del Técnico:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Puesta en marcha con productores e intérpretes para determinar los requisitos de sonido y los objetivos artísticos. 2. Valoración de la acústica del área de trabajo y gestiona el equipo necesario. 3. Colocación de micrófonos, auriculares y otros elementos del equipo de sonido utilizados en la grabación. 4. Selecciona, posiciona, ajusta y opera el equipo utilizado para la amplificación y grabación. 5. Monitorea las señales de audio para detectar desviaciones o mal funcionamiento de la calidad del sonido. 6. Prever y corregir cualquier problema, manteniendo y reparando los equipos de sonido. 7. Realizar grabación de todo el sonido en el lugar establecido, puede ser un estudio de grabación o un set de rodaje. 8. Responsable de grabar y producir el proyecto musical de una banda o grupo de música. 9. A su vez ejercerá de arreglista, compositor, músico o autor. 		
Aprobado en fecha:	Fecha de Vigencia:	Pág: 1 de 1

Tabla.N°21. Manual de funciones del Asistente.

	MANUAL DE:	
	Organización y funciones	
	Sector: Asistente	
Relacionamiento superior: Propietaria		
Relacionamiento Inferior: No Posee		
Objetivo: Tener en condiciones todos los equipos necesarios para brindar comodidad a los artistas.		
Funciones Generales		
<p>Funciones del Asistente:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cuidado, manejo y revisión de todo el equipo de grabación y de sonido, teniendo para esto que encargarse de la limpieza y mantenimiento de éste 2. Preparar Mezcla de sonidos 3. Ayudar a los profesionales de la grabación en el estudio, colocando micrófonos, transportando amplificadores y más. 4. Preparar el equipo que necesitan los artistas para hacer grabaciones musicales, 5. Grabar la actuación 6. Utilizar equipo especializado para editar y mejorar lo grabado. 7. Cablear y ambientar del lugar 8. Recoger todos lo utilizado en cada grabación 9. Mantener limpios y ordenados los equipos 		
Aprobado en fecha:	Fecha de Vigencia:	Pág: 1 de 1

Aspectos legales.

El tipo de empresa que será creada es la Unipersonal, sus requisitos son la inscripción en el (RUC), obtener la Matrícula de comerciante en el Registro Público de Comercio, pago de tasa municipal, declaración mensual del IVA, Declaración Jurada del impuesto a la Renta Empresarial- Régimen Simplificado para Medianas Empresas (IRE SIMPLE), la tasa del IRE será del 10% (diez por ciento), sobre la renta neta.

Ley N°213. Código Laboral o Código del Trabajo con sus modificaciones.

Artículo 253. El salario mínimo es debido a todo trabajador mayor de dieciocho años por día de trabajo ejecutado dentro de la jornada legal.

Artículo 218. Todo trabajador tiene derecho a un periodo de vacaciones remunerados después de cada año de trabajo continuo al servicio del mismo empleador, cuya duración mínima será:

A) Para trabajadores de hasta cinco años de antigüedad, doce días hábiles corridos; y,

B) Para trabajadores con más de cinco años y hasta diez años de antigüedad dieciocho días hábiles corridos; y,

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

Las vacaciones comenzaran en día lunes o el siguiente día hábil si aquel fuese feriado.

Artículo 153. (Inc.f) Pagar aguinaldo correspondiente;

Artículo 267. En caso de separación o divorcio de los padres, percibirá la asignación familiar que corresponda a uno de ellos, el progenitor que tenga los hijos bajo su guarda o tenencia.

Inscripción en el registro único de contribuyente (RUC). Ley N° 1352/1988; Artículo 1, inciso 1; a donde establece el Registro Único del Contribuyente en el cual deberán inscribirse obligatoriamente: “Las personas físicas y jurídicas sujetas de las obligaciones tributarias establecidas en las disposiciones legales cuya administración y recaudación estén a cargo del Ministerio de Hacienda...”

Pago de tasa municipal. Ley N° 620/76, Art. 3°; A los efectos del pago de patente, los comerciantes industriales, los bancos y entidades financieras, presentarán en el mes de octubre de cada año a la Municipalidad la copia del balance de su ejercicio anterior visado por la Dirección de Impuesto a la Renta. Si no cumplieren con dichas obligaciones, la Intendencia Municipal estimará de oficio del monto del activo.

Inscripción de la matrícula del comerciante. Ley N° 125/91 modificada por Ley N° 1034/83, donde establece:

Artículo 12. - La matrícula de comerciante deberá ser solicitada al Juez de Comercio, a cuyo efecto el

Interesado expresará: su nombre, domicilio, estado civil y nacionalidad, y tratándose de una sociedad, el nombre de los socios y la firma social adoptada; la determinación del género de su actividad; el lugar o domicilio del establecimiento y oficina; el nombre del gerente o factor encargado del establecimiento; y los documentos que justifiquen su capacidad

Artículo 13. - La inscripción de la matrícula del comerciante hará presumir su calidad de tal para todos los efectos legales, desde la fecha en que se hubiere efectuado.

Artículo 2.º Contribuyentes.

Serán contribuyentes:

1. Las Empresas Unipersonales y las sucesiones indivisas de los propietarios de estas empresas.
2. Las Sociedades Simples, Sociedades Anónimas, Sociedades de Responsabilidad Limitada, Sociedades en Comandita por Acciones, Sociedades en Comandita Simple y las Sociedades de Capital e Industria.
3. Los Consorcios constituidos para la realización de una obra pública. En este caso, los consorciados serán solidariamente responsables de las obligaciones tributarias derivadas de las operaciones del consorcio.

4. Las Asociaciones, las Corporaciones, las Fundaciones, las Cooperativas y las Mutuales.
5. Las Estructuras Jurídicas Transparentes, en las formas y condiciones establecidas en el presente Capítulo.
6. Las empresas públicas, entes autárquicos, entidades descentralizadas y sociedades de economía mixta.
7. Las sucursales, agencias o establecimientos permanentes de personas domiciliadas o entidades constituidas en el exterior que realicen actividades gravadas en el país.
8. Las entidades y empresas privadas de cualquier naturaleza, con personería jurídica o sin ella, no mencionadas en los numerales anteriores.

Las personas jurídicas o estructuras jurídicas transparentes son sujetos de derecho, distintos de sus miembros y sus patrimonios son independientes.

Artículo 3.º Empresa Unipersonal. Se considerará empresa unipersonal a toda unidad productiva perteneciente a una persona física que se conforma de manera organizada y habitual, utilizando conjuntamente el trabajo y el capital, con preponderancia de este último, con el objeto de obtener un resultado económico. A estos efectos, el capital y el trabajo pueden ser propios o ajenos.

Quedarán comprendidas las siguientes actividades económicas:

1. Agropecuarias, industriales, forestales, mineras, pesqueras y otras de naturaleza extractiva.

2. Compra - venta de bienes.
3. Cesión de uso, arrendamiento y subarrendamiento de bienes.
4. Casa de empeño y de préstamo.
5. Reparación de bienes en general.
6. Transporte de bienes o de personas.
7. Estacionamiento de auto vehículos.
8. Vigilancia y similares.
9. Espectáculos públicos, discotecas o similares.
10. Restaurantes, hoteles, moteles y similares.
11. Agencias de viajes.
12. Pompas fúnebres y actividades conexas.
13. Lavado, limpieza y teñido de prendas y demás bienes en general.
14. Peluquería y actividades conexas.
15. Publicidad.
16. Construcción, refacción y demolición.
17. Carpintería, plomería y electricidad.

Cuando los bienes muebles, inmuebles y derechos pertenecientes a una persona física, estén registrados en la contabilidad de la empresa unipersonal, la enajenación, la cesión y el arrendamiento de dichos bienes estarán alcanzados por el presente impuesto.

A los efectos de la presente ley, se entenderá como Empresa Unipersonal a las Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada, así como cualquier otra empresa o entidad constituida por una sola persona física para la realización de las actividades señaladas en el presente artículo. Ley N° 6380 / DE MODERNIZACIÓN Y SIMPLIFICACIÓN DEL SISTEMA TRIBUTARIO NACIONAL.

Pago de Impuesto formulario N° 501 Declaración Jurada del impuesto a la Renta Empresarial- Régimen Simplificado para Medianas Empresas (IRE SIMPLE)

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

Declaración mensual del Impuesto al valor agregado (I.V.A.). Ley que obliga N° 125/91, Art 21°: Que establece el Nuevo Régimen Tributario.

Artículo 23. Liquidación, Declaración Jurada y Pago. El impuesto se liquidará por Declaración Jurada, en la forma y condiciones que establezca la Administración Tributaria, la que queda facultada para establecer las oportunidades en que los contribuyentes y responsables deberán presentarla y efectuar el pago del impuesto correspondiente.

Asimismo, podrá exigir la presentación de los estados financieros, conforme a los requisitos y condiciones que establezca la reglamentación. Dichos documentos deberán coincidir con los presentados ante las demás instituciones públicas y entidades bancarias, financieras y cooperativas, para lo cual se deberá establecer mecanismos de certificación.

Ley N° 6380 / DE MODERNIZACIÓN Y SIMPLIFICACIÓN DEL SISTEMA TRIBUTARIO NACIONAL.

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

Según Ley N° 5.115/13 en su artículo 2°. El Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social, en adelante el Ministerio, es un órgano del Poder Ejecutivo, de orden público, al que corresponde la tutela de los derechos de los trabajadores y trabajadoras, en materia de trabajo, empleo y seguridad social, como policía laboral en su carácter de Autoridad Administrativa del Trabajo.

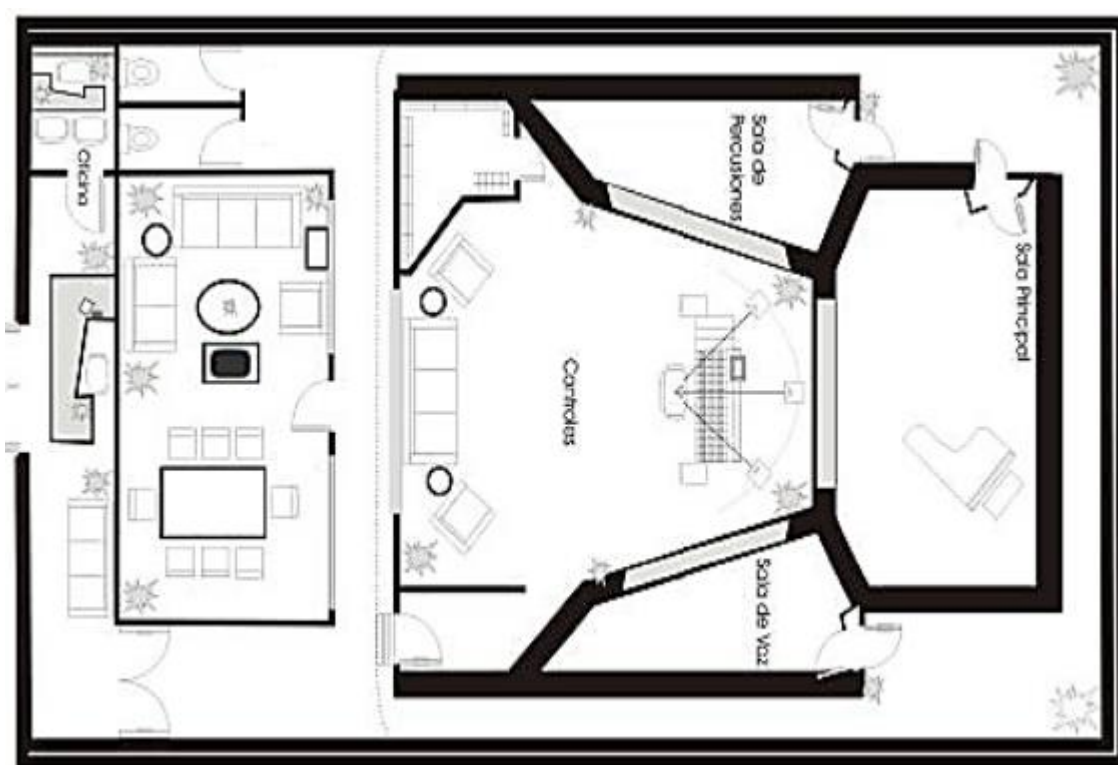
Inscripción en el instituto de previsión social (IPS). Ley N° 1860/50, Art 2° y 3°; donde establece la inscripción en el IPS.

Es obligatorio asegurar en el Instituto a todo trabajador asalariado que preste servicios o ejecute una obra en virtud de un contrato de trabajo, escrito o verbal cualquiera que sea su edad o el monto de la remuneración que reciba, como también a los trabajadores aprendices que no reciben salario.

Se exceptúan de la presente disposición; los funcionarios y empleados de la administración pública, los trabajadores independientes, los empleados y obreros del Ferrocarril Central del Paraguay, hasta tanto que por Ley se resuelva unificar esta Caja con la del Instituto de Previsión Social.

El Personal de los entes autárquicos del Estado o Empresas mixtas encargadas de una explotación económica o un servicio público, por regla general estará comprendido en el Seguro Social, excepto cuando disposiciones especiales, legales o administrativas, se opongan a ello.

Figura N°18 *Layouts de la Empresa*



Conclusión del Estudio Técnico

El estudio técnico consiste en escoger una buena ubicación para la empresa y establecer las condiciones técnicas que son necesarias para la apertura y funcionamiento de la empresa, identificar las obras físicas necesarias para tener un buen local, espacioso, bien ambientado y equipado e higiénico, es importante para el éxito de la empresa dedicada al servicio de lavandería Automatizada.

Otro aspecto que se debe de cuidar para la sustentabilidad es el mantenimiento adecuado de los equipos que se utilizan.

También realizar los aspectos legales necesarios para la apertura de la empresa, la inscripción en el ruc, obtener la Matrícula de comerciante en el Registro Público de Comercio, declaración mensual del IVA, Declaración Jurada del impuesto a la Renta Empresarial- Régimen Simplificado para Medianas Empresas (IRE SIMPLE), la tasa del IRE será del 10% (diez por ciento), sobre la renta neta.

En cuanto a la estructura organizacional adecuada viene a ser la estructura formal compuesta de cinco personas, con la división del trabajo según los criterios establecidos; se tendrá una sección recepción, caja, limpieza, y seguridad bajo la supervisión del propietario.

La empresa conformada será de tipo Unipersonal, se considerará empresa unipersonal a toda unidad productiva perteneciente a una persona física que se conforma de manera organizada y habitual, utilizando conjuntamente el trabajo y el capital, con preponderancia de este último, con el objeto de obtener un resultado económico. A estos efectos, el capital y el trabajo pueden ser propios o ajenos.

Estudio financiero

Introducción

Dentro del estudio financiero del proyecto de inversión de la creación de una empresa de servicio de un Estudio de Grabación se contempla el monto de la inversión que se requerirá para la puesta en marcha del mismo, así como su estructura de financiamiento, los pronósticos de ingresos y egresos. Como producto o resultado de los aspectos mencionados se tendrá los estados contables y las respectivas ratios financieros.

Este estudio se encarga de cuantificar la inversión inicial, los presupuestos, tanto de recursos humanos, compras, ventas, funcionamiento y estados financieros como también los análisis mediante ratios financieros.

El estudio financiero se convierte en una parte fundamental en cualquier proyecto de inversión. No importa si se trata de un emprendedor con una idea de negocio, una empresa que quiere crear una nueva área de negocios o incluso un inversor que está interesado en poner su dinero en una empresa con el fin de obtener rentabilidad.

El estudio financiero formará parte de un posterior estudio de mercado. Toda la información recogida nos permitirá hacer el análisis de riesgos de un proyecto y evaluar en profundidad su viabilidad.

Objetivo General

- Demostrar el resultado financiero del proyecto en la creación de un servicio de un Estudio de Grabación en la ciudad de San Lorenzo.

Objetivos Específicos

- ❖ Confeccionar el presupuesto general en el proyecto de inversión para la empresa de servicio de un Estudio de Grabación.
- ❖ Determinar costos y gastos de una empresa dedicada al servicio de un Estudio de Grabación.
- ❖ Estimar la inversión inicial para la creación de una empresa de servicio de un Estudio de Grabación
- ❖ Analizar el resultado del Balance General para la creación de una empresa de servicio de un Estudio de Grabación.

Justificación del Estudio

El proyecto de Servicios de un Estudio de Grabación, debe ser viable y rentable; por esa razón es importante analizar el estudio financiero para determinar el mismo, ya que esto tiene como objetivo principal la evaluación del proyecto de inversión, para eso se sigue los datos de ingreso, costos, gastos financieros, depreciaciones, revaluó, plan de inversión entre otros.

Analizar y descifrar los estados financieros en un proyecto es una herramienta fundamental para una empresa, ya sea para la toma de decisiones, control de desempeño, para la planeación de inversión, marcha de la empresa y direccionar las funciones; brindar información real a partir de informaciones seguras para así solucionar problemas en específico.

Metodología

La base para el estudio financiero constituye el estudio técnico porque de acuerdo a este estudio se cuantifican en dinero las necesidades físicas y de equipamientos los cargos que se deben cubrir y las gestiones legales a llevar a cabo.

Una vez contado con los datos necesarios se diseñan planillas electrónicas Excel de Microsoft en donde se ingresan y se calculan los montos según cada uno de los presupuestos los cuales se resumen en los estados financieros.

Aspecto teórico

“Es la acción de poner un capital ya sea ajeno o propio a disposición de una empresa con el fin de generar ganancias en un determinado plazo” (Consultores, 2019, p. 1).

Inversión inicial.

Según Baca Urbina (2010) “comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa” (p.175).

Presupuesto de recursos humanos o de personal.

Se basa en las ventas logradas en el pasado y en las expectativas respecto a próximas actividades comerciales. Mientras que los primeros datos son concretos, las previsiones deben estimarse con realismo y teniendo en cuenta diversos factores que incidirán sobre los potenciales ingresos, como la situación económica del país o los países en los cuales se desea operar, el estado de la demanda y la fortaleza de la competencia.

Los egresos implican la salida de algo. El uso más frecuente del término aparece en la contabilidad para nombrar y cuantificar el dinero que sale de las arcas de una entidad, en oposición al dinero que entra, los ingresos. (Burbano, 2004, p. 1).

Balance.

El balance general, balance de situación o estado de situación patrimonial es un informe financiero contable que refleja la situación económica y financiera de una empresa en un momento determinado. Dicho estado incluye en el mismo informe ambos aspectos, debido a que se basa en la idea de que los recursos con que cuenta el negocio deben corresponderse directamente con las fuentes necesarias para adquirir dichos recursos

Estado de resultados.

El estado de resultados, estado de rendimiento económico o estado de pérdidas y ganancias, es un estado financiero que muestra ordenada y detalladamente la forma de cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado

El estado financiero es cerrado, ya que abarca un período durante el cual deben identificarse perfectamente los costos y gastos que dieron origen al ingreso del mismo. Por lo tanto, debe aplicarse perfectamente al principio del periodo contable para que la información que presenta sea útil y confiable para la toma de decisiones. (

https://es.wikipedia.org/wiki/Estado_de_resultados)

Ratios financieras.

Las ratios financieras (también llamadas razones financieras o indicadores financieros) son cocientes o razones que proporcionan unidades contables y financieras de

medida y comparación, las cuales, la relación por división entre sí de dos datos financieros directos, permiten analizar el estado actual o pasado de una organización, en función de niveles óptimos definidos para ella.

A menudo utilizadas en contabilidad, existen numerosas ratios financieras que se utilizan para evaluar el estado financiero global de empresas, compañías y corporaciones. Las ratios financieras pueden ser utilizadas por los gerentes pertenecientes a la empresa, por los inversionistas que poseen acciones de la empresa, y por los acreedores de la empresa.

(https://es.wikipedia.org/wiki/Ratio_financiero)

Sirven para determinar los daños sufridos en la empresa. Fundamentalmente los ratios están divididos en 4 grandes grupos: Según Aching Guzmán (2006)

- **Índices de liquidez.** Evalúan la capacidad de la empresa para atender sus compromisos de corto plazo.
- **Índices de gestión o actividad.** Miden la utilización del activo y comparan la cifra de ventas con el activo total, el inmovilizado material, el activo circulante o elementos que los integren.
- **Índices de solvencia,** endeudamiento o apalancamiento. Ratios que relacionan recursos y compromisos.
- **Índices de rentabilidad.** Miden la capacidad de la empresa para generar riqueza (rentabilidad económica y financiera). (p.15).

Desarrollo del Estudio Financiero

Tabla N°22. *Planilla de inversión inicial*

RESUMEN DE INVERSIÓN	
Muebles y equipos	30.520.634
Equipos Informáticos	4.954.546
Instalaciones	1.818.182
Gastos de Apertura	1.345.000
Garantía de Alquiler	1.500.000
Capital Operativo	34.611.492
TOTAL	74.749.854
I.V.A.	3.512.578
Capital Inicial Total de Inversión	78.262.432

Observación: Las inversiones serán realizadas con capital propio

En la planilla se observa el total de la inversión necesaria de G. 78.262.432 que será de capital propio

Tabla N° 23. Presupuesto Mensual y Anual del Personal

PRESUPUESTO MENSUAL Y ANUAL PERSONAL					
Sueldo					
Cargo	Cantidad	Unitario	Aguinaldo	Aporte IPS	Suma
Tecnico Musical	1	2.500.000	208.333	412.500	3.120.833
Asistente	1	2.286.324	190.527	377.243	2.854.094
Total mensual		4.786.324	398.860	789.743	5.974.928
Total anual		57.435.888	4.786.324	9.476.922	71.699.134

El presupuesto del personal mensual es de ₡. 6.974.928

Honorarios Profesionales			
Cargo	Cantidad	Mensual	Anual
Contador	1	300.000	3.600.000
Administrador	1	3.500.000	42.000.000
Total			45.600.000
IVA			4.560.000

PRESUPUESTO PROYECTADO DE PERSONAL					
Años					
Detalles	1	2	3	4	5
Sueldos	57.435.888	59.342.759	61.312.939	63.348.529	65.451.700
IPS	9.476.922	9.791.555	10.116.635	10.452.507	10.799.530
Aguinaldos	4.786.324	4.945.230	5.109.412	5.279.044	5.454.308
Total	71.699.134	74.079.545	76.538.986	79.080.080	81.705.539

Honorarios Profesionales- Contador					
Años					
1	2	3	4	5	
45.600.000	47.424.000	49.320.960	51.293.798	53.345.550	

Observación: desde el segundo año se incrementa en 4% el valor del salario de cada personal

Tabla N°24 Proyección de ventas

Descripción	Precio	Mensual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Grabaciones	300.000	136.800.000	136.800.000	139.536.000	146.512.800	145.008.000	147.744.000
Spot	150.000	108.000.000	108.000.000	110.160.000	115.668.000	122.608.080	132.416.726
TOTAL INGRESO BRUTO		244.800.000	244.800.000	249.696.000	262.180.800	267.616.080	280.160.726

Presupuesto de Margen Bruto Total					
CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Presupuesto	244.800.000	249.696.000	262.180.800	267.616.080	280.160.726
Costo de Vta Total	122.400.000	124.848.000	131.090.400	133.808.040	140.080.363
Margen Bruto en G	122.400.000	124.848.000	131.090.400	133.808.040	140.080.363
Margen Bruto en %	50%	50%	50%	50%	50%

Observación: Las ventas proyectadas a partir del segundo año sufrirán aumento de 3,5% en cada ejercicio.

Tabla N° 25. Amortización de Gastos de Apertura

CUADRO DE AMORTIZACIÓN - GASTOS PRE-OPERATIVO Y CONSTITUCIÓN									
Concepto	Gastos	Años Vida Útil	Años					Monto Amortización	Valor Residual
			1	2	3	4	5		
Gastos de Constitución	1.345.000	5	269.000	269.000	269.000	269.000	269.000	1.345.000	-

Tabla N°26. Planilla de Ingresos Egresos proyectados

Flujo Neto Proyectado							
CONCEPTOS	0	1	2	3	4	5	Total
Total de ingresos previstos G.		269.280.000	274.665.600	288.398.880	294.377.688	308.176.799	1.434.898.967
Total de ingresos operativos con IVA		269.280.000	274.665.600	288.398.880	294.377.688	308.176.799	1.434.898.967
Aporte inicial del capital							
(-) Total egresos operativos G.		211.505.591	225.967.554	236.541.486	243.232.198	254.250.967	519.270.993
costo del servicio		122.400.000	124.848.000	131.090.400	133.808.040	140.080.363	
Sueldos y Carga Sociales		0	0				0
Gastos de Administración y Ventas		75.665.455	78.692.073	81.839.756	85.113.346	88.517.880	409.828.508
Pago del IVA		13.440.137	16.877.600	17.781.592	18.029.760	18.919.617	85.048.706
Pago de IVA, IPS e Impuestos			5.549.882	5.829.738	6.281.052	6.733.107	24.393.778
Inversión más IVA	43.650.940						43.650.940
Capital efectivo Operativo	34.611.492						34.611.492
Flujo neto/año G.	-78.262.432	57.774.409	48.698.046	51.857.394	51.145.490	53.925.832	915.627.974
Saldo inicial acumulddo		34.611.492	92.385.901	141.083.947	192.941.341	244.086.831	298.012.663
Saldo final Caja		92.385.901	141.083.947	192.941.341	244.086.831	298.012.663	1.213.640.637

Según el cuadro de ingresos y egresos proyectado, se nota un considerable flujo de efectivo positivo para cada ejercicio

Tabla N°27. *Estado de Resultado Proyectado.*

Estado de resultados proyectados					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	244.800.000	249.696.000	262.180.800	267.616.080	280.160.726
Costo de ventas	122.400.000	124.848.000	131.090.400	133.808.040	140.080.363
UTILIDAD BRUTA	122.400.000	124.848.000	131.090.400	133.808.040	140.080.363
Sueldos					
Cargas Sociales					
Aguinaldo					
Gastos de funcionamientos	69.360.000	72.134.400	75.019.776	78.020.567	81.141.390
Depreciacion de activo fijo	9.490.491	9.490.491	9.156.190	4.578.095	4.578.095
Amortizacion de Gasos de APERTURA	269.000	269.000	269.000	269.000	269.000
Total de costos y gastos	79.119.491	81.893.891	84.444.966	82.867.662	85.988.485
Resultado antes del impuesto	43.280.509	42.954.109	46.645.434	50.940.378	54.091.879
Impuesto a la Renta	4.328.051	4.295.411	4.664.543	5.094.038	5.409.188
Reserva legal del 5%					
Utilidad Neta del Ejercicio	38.952.458	38.658.698	41.980.890	45.846.340	48.682.691

El estado de resultado nos demuestra que en la empresa genera utilidades; donde las ventas superan a los costos y los gastos del periodo

Tabla N°28. Cuadro de Despreciación.

CUADRO DEMOSTRATIVO DEPRECIACION													
Bienes del Activo Fijo		Costo de Adquisición	Años de Vida Útil FISCAL	Valor Físcal Inicial	Porcentaje de Valor Residual	Valor Residual Físcal	Años De Vida Útil Físcal	Años de Vida Útil Físcal Restantes	Valor Físcal Neto del Ejercicio Anterior	Valor Físcal Revaluado cuando el Poder Ejecutivo lo establezca o Valor Físcal Neto del Ejercicio Anterior menos el Valor Residual Físcal cuando no exista revalúo	Cuota Físcal de Depreciación Anual	Depreciación Físcal Acumulada	Valor Físcal Neto al Cierre
	1												
Instalaciones		1.818.182			10%	181.818	2	1	1.818.182	1.636.364	909.091		909.091
Muebles y Útiles		30.520.634			10%	3.052.063	5	4	30.520.634	27.468.571	6.104.127		24.416.507
Equipos informáticos		4.954.546			10%	495.455	2	1	4.954.546	4.459.091	2.477.273		2.477.273
		37.293.362									9.490.491		
	2												
Instalaciones		1.818.182			10%	90.909	1	-	909.091	818.182	909.091		-
Muebles y Útiles		30.520.634			10%	2.441.651	4	3	24.416.507	21.974.856	6.104.127		18.312.380
Equipos informáticos		4.954.546			10%	247.727	1	-	2.477.273	2.229.546	2.477.273		-
		37.293.362									9.490.491		
	3												
Instalaciones		1.818.182			10%	-	-	-	-	-	-		-
Muebles y Útiles		30.520.634			10%	1.831.238	3	2	18.312.380	16.481.142	9.156.190		9.156.190
Equipos informáticos		4.954.546			10%	-	-	-	-	-	-		-
		37.293.362									9.156.190		
	4												
Instalaciones		1.818.182			10%	-	-	-	-	-	-		-
Muebles y Útiles		30.520.634			10%	915.619	2	1	9.156.190	8.240.571	4.578.095		4.578.095
Equipos informáticos		4.954.546			10%	-	-	-	-	-	-		-
		37.293.362									4.578.095		
	5												
Instalaciones		1.818.182			10%	-	-	-	-	-	-		-
Muebles y Útiles		30.520.634			10%	457.810	1		4.578.095	4.120.286	4.578.095		-
Equipos informáticos		4.954.546			10%	-	-	-	-	-	-		-
		37.293.362									4.578.095		-4.578.095

Tabla N°29. Balance General Projectado.

Balance General Projectado						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVO						
Activo Corriente o Circulante						
Disponible	0	92.385.901	141.083.947	192.941.341	244.086.831	298.012.663
Caja		5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000
Banco Cuenta Corriente		87.385.901	136.083.947	187.941.341	239.086.831	293.012.663
Activo No Corriente						
Créditos		1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000
Garantía de Alquiler	0	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000
Total Activo Corriente		93.885.901	142.583.947	194.441.341	245.586.831	299.512.663
Bienes de Uso		27.802.871	17.585.107	9.156.190	4.578.095	0
Rodado		0	0	0	0	0
(-) Depreciaciones acumul. Rodado		0	0	0	0	0
Muebles y Equipos		30.520.634	30.520.634	30.520.634	30.520.634	30.520.634
(-) Depreciaciones acumul. Muebles y Equipos		(6.104.127)	(12.208.254)	(21.364.444)	(25.942.539)	(30.520.634)
Equipos de Informática		4.954.546	4.954.546	0	0	0
(-) Depreciaciones acumul. Equipos de Informática		(2.477.273)	(5.681.819)	0	0	0
Instalaciones		1.818.182	1.818.182	0	0	0
(-) Depreciaciones acumul. Instalaciones		(909.091)	(1.818.182)	0	0	0
Cargos Diferidos		1.076.000	807.000	538.000	269.000	0
Gastos de Constitución y Pre-Operativos		1.345.000	1.345.000	1.345.000	1.345.000	1.345.000
(-) Amortización acumul. Gastos de Constitución y Pre	0	(269.000)	(538.000)	(807.000)	(1.076.000)	(1.345.000)
Total Activo No Corriente	0	28.878.871	18.392.107	9.694.190	4.847.095	0
TOTAL ACTIVO	0	122.764.772	161.703.327	204.135.531	250.433.926	299.512.663
Pasivo						
Pasivo Corriente						
Provisiones	0	5.549.882	5.829.738	6.281.052	6.733.107	7.129.153
IVA a Pagar		1.221.831	1.534.327	1.616.508	1.639.069	1.719.965
Impuestos a la Renta a Pagar		4.328.051	4.295.411	4.664.543	5.094.038	5.409.188
Total Pasivo Corriente	0	5.549.882	5.829.738	6.281.052	6.733.107	7.129.153
TOTAL PASIVO	0	5.549.882	5.829.738	6.281.052	6.733.107	7.129.153
PATRIMONIO NETO						
Capital	78.262.432	78.262.432	78.262.432	78.262.432	78.262.432	78.262.432
Capital	78.262.432	78.262.432	78.262.432	78.262.432	78.262.432	78.262.432
Utilidades	0	38.952.458	77.611.157	119.592.047	165.438.387	214.121.078
Utilidad del ejercicio		38.952.458	38.658.698	41.980.890	45.846.340	48.682.691
Utilidades Acumuladas			38.952.458	77.611.157	119.592.047	165.438.387
TOTAL PATRIMONIO NETO	78.262.432	117.214.891	155.873.589	197.854.479	243.700.819	292.383.510
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO	78.262.432	122.764.772	161.703.327	204.135.531	250.433.926	299.512.663

Observación: En el estado de resultados se encuentra reflejado, el ingreso, egreso y la utilidad para cada ejercicio

Tabla N°30. Ratios Financieros

Ratios Financieros					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Análisis de situación financiera a corto plazo				
Líquidez corriente					
A.C./P.C.	16,92	24,46	30,96	36,47	42,01
Prueba ácida					
Disp.+Cr./P.C.	16,65	24,20	30,72	36,25	41,80
	Solvencia				
Financiamiento estructural					
P.N./A.T.	0,95	2,63	0,97	0,97	0,98
P.T./A.T.	0,05	0,04	0,03	0,03	0,02
Coefficiente del endeudamiento					
P.T./P.N.	0,05	0,04	0,03	0,03	0,02
	Análisis de Rentabilidad				
Rentabilidad Bruta					
Utili.bruta/Ventas N.	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50
Rentabilidad Neta					
Utili.ante del Imp./Venta. N	0,18	0,17	0,18	0,19	0,19
Rentabilidad sobre la Inversión					
Utili.ante del Imp/A.T.	0,35	0,27	0,23	0,20	0,18

Observación: Podemos observar que los ratios financieros son favorables al proyecto, inclusive podría ser mayor cuando en el proyecto no se tienen previstos gastos más elevados que las de operaciones, lo que generaría rentabilidad.

La alta liquidez que se observa indica de que se tendrían un nivel de activos altos sin hacer frente a ningunas obligaciones, por ende, podrían ser destinados a alguna inversión para que generen mayores ganancias.

La solvencia es alta, ya que no se tiene previsto contraer deudas y la mayor parte del pasivo son obligaciones tributarias.

Los índices de rentabilidad indican que la utilidad se mantiene cada año, en comparación de activo, inversión y patrimonio

Conclusión del Estudio Financiero

De acuerdo a los resultados a los presupuestos elaborados en el estudio financiero, se visualiza un panorama alentador, para la apertura y funcionamiento de la futura empresa. La inversión inicial del proyecto sería de 78.262.432 de guaraníes en conceptos como muebles, equipos, instalaciones, etc. y la financiación está prevista por recursos propios, esto ayuda a un posicionamiento fuerte en el mercado a mediano y largo plazo, sus resultados muestran una fuerte solvencia en la rentabilidad neta sobre su inversión y sobre el capital invertido.

Hemos visto en este apartado los distintos procesos financieros al que fue sometido el proyecto, demostrando de esa manera que los datos obtenidos pudieron cuantificar los recursos financieros necesarios del proyecto de creación de un Estudio de Grabación en la ciudad de San Lorenzo.

ESTUDIO ECONÓMICO

Introducción

El análisis de estados económico, análisis de balances o análisis contables, es un conjunto de técnicas utilizadas para diagnosticar la situación y perspectivas de la empresa con el fin de poder tomar decisiones adecuadas. (Salas, 2008, pág. 7)

El proyecto de inversión de una empresa de Servicios de lavandería automatizada, necesita demostrar la rentabilidad, viabilidad y sensibilidad de riesgo, para de esa manera

asegurar que la empresa en marcha no sufra pérdidas en el futuro, al contrario, tenga beneficios para todos.

El estudio económico es la evaluación final y el cuarto estudio de un proyecto de inversión, que ayuda a la constatar y determinación de los índices económicos dentro de todo proyecto de inversión, en este caso por medio de las variables e indicadores económicos que indican la rentabilidad económica del proyecto.

Objetivo General

Demostrar el resultado económico de la apertura de una empresa de Servicios de un Estudio de Grabación.

Objetivos Específicos

- ❖ Elaborar el VAN o VPN para la creación de una empresa dedicada a al servicio de un Estudio de Grabación.
- ❖ Calcular la TIR para la creación de una empresa dedicada a al servicio de un Estudio de Grabación.
- ❖ Calcular el Valor Presente Neto para desarrollar un plan de negocio para la creación de una empresa dedicada a al servicio de un Estudio de Grabación
- ❖ Determinar el cálculo de relación beneficio costos para la creación de una empresa dedicada a al servicio de un Estudio de grabación.

Justificación del Estudio

El proyecto de Servicios de un Estudio de Grabación, está basada en el análisis de rentabilidad y viabilidad, donde existe una población con alta demanda del servicio.

Por ello es importante el estudio económico para demostrar y nivelar el ingreso por venta y el costo de producción o los excedentes ocurridos en la empresa.

Ayudará a dirigir la sensibilidad financiera, económica, de tiempo, costos y gastos que pueda surgir como riesgo durante la marcha de la empresa. Poder evitar pérdidas y obtener ganancias y en lo posible maximizar la rentabilidad de la empresa en marcha, para poder alcanzar la meta y los objetivos de liquidez y viabilidad del proyecto de inversión

Métodos y técnicas de elaboración

Con el estudio económico se centra más en la valoración de la situación económica y financiera existente, cuantitativo con cálculos aritméticos conociendo como unos de los procesos es el cálculo del Van (Valor Presente Neto), el TIR (Tasa de Intermedio de Rendimiento) avanzando así mismo con el ejercicio de la relación del beneficio de costo, conociendo el periodo de recuperación de capital, como también obteniendo el punto de equilibrio contable, financiero y económico.

Aspecto Teórico

Estudio Económico.

Que expone la rentabilidad del proyecto (cálculo del Valor Actual Neto o VAN, de la Tasa interna de retorno o TIR, de la relación Beneficio/Costo o B/C y del periodo de recuperación del capital o PRC) y el análisis de sensibilidad que consiste en las variaciones de los resultados a causa de la influencia de ciertos acontecimientos como variación de precios, disminución de la demanda, etc. (ILPES, 2006.)

Valor Actual Neto:

Es el método más conocido, mejor y más generalmente aceptado por los evaluadores de proyecto. Mide la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja, proyectados a partir del primer periodo de operación, y le resta la inversión total expresada en el momento cero.

Si el resultado es mayor que cero, mostrará cuánto se gana con el proyecto, después de recuperar la inversión, por sobre la tasa i que se exigía de retorno al proyecto, si el resultado es igual a cero, indica que el proyecto reporta exactamente la tasa i que se quería obtener después de recuperar el capital invertido, y el resultado es negativo, muestra el monto que falta para ganar la tasa que se deseaba obtener después de recuperada inversión. (Sapag C., N. P.:2007, Pág.253).

El valor presente neto o valor actualizado neto es la diferencia entre la sumatoria de los valores actuales del flujo de ingresos o beneficios brutos y la sumatoria de los valores actuales del flujo de costos. (ROTELA, Arsenio R. 2003. p. 685).

Fórmula:

$$VAN = -I + \sum_{n=1}^N \frac{Q_n}{(1+r)^n}$$

Donde:

I: es la inversión,

Qn: es el flujo de caja del año n ,

r: la tasa de interés con la que estamos comparando

N: el número de años de la inversión

Tasa Interna de Retorno.

TIR mide la rentabilidad como porcentaje. (Sapag C., N. P.:2007, Pág. 254).

Es la máxima tasa de interés, en promedio, que un proyecto promete rendir, sobre saldos no recuperados del capital invertido, a lo largo del horizonte considerado, bajo la condición de que se produzcan, en el tiempo previsto, los costos y beneficios estimados. La TIR no supone reinversión de utilidades a la misma tasa de interés. (ROTELA, Arsenio R. 2003. pág. 689.)

Fórmula:

$$VPN = \frac{\sum R_t}{(1+i)^t} = 0$$

Donde

t: es el tiempo de flujo de caja,

i: la tasa de descuento,

Rt: el flujo neto de efectivo

Relación beneficio/Costo.

La relación beneficio-costo compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión. El método lleva a la misma regla de

decisión del VAN, ya que cuando este es cero, la relación beneficio-costos será igual a uno. Si el VAN es mayor que cero, la relación será mayor que uno, y si el VAN es negativo, esta será menor que uno. (Pág. 256).

Es el coeficiente que expresa, en promedio, el retorno o recuperación por cada unidad monetaria de costo, a lo largo del horizonte del proyecto, además de la

remuneración explicada por la tasa de actualización utilizada. Esta última relación es la que se utiliza con mayor frecuencia en la evaluación de los proyectos de inversión.

(ROTELA, Arsenio R. 2003. P. 687.)

Fórmula:

$$B/C = \frac{\sum_{i=0}^n \frac{V_i}{(1+i)^n}}{\sum_{i=0}^n \frac{C_i}{(1+i)^n}}$$

Donde:

B/C: Relación Beneficio / Costo

Vi: Valor de la producción (beneficio bruto)

Ci: Egresos (i = 0, 2, 3,4...n)

I: Tasa de descuento

Periodo de Recuperación de Capital (PRC)

Periodo de Recuperación de Capital. Es el periodo en el cual la empresa recupera la inversión realizada en el proyecto. Este método es uno de los más utilizados para evaluar y medir la liquidez de un proyecto de inversión.

Muchas empresas desean que las inversiones que realizan sean recuperadas no más allá de un cierto número de años. El PRC se define como el primer periodo en el cual el flujo de caja acumulado se hace positivo. (<http://www.webyempresas.com/periodo-de-recuperacion-del-capital-prc/>). Consultado el 5 de septiembre de 2020.

$$N$$

$$10 = \sum_{T=1}^N FC$$

$$T=1$$

$$(\text{Utilidad neta} / \text{Ventas netas}) \times 100$$

Punto de Equilibrio Contable.

Es aquel en el cual la empresa cubre sus costos y gastos fijos y variables, o sea, no pierde ni gana (empata).

Fórmula para calcular punto de equilibrio contable en cantidad: Costos y Gastos

Fijos.

Marg. de Cont. Unt.

$$MCU = P.V.U. - C Y G.V.U.$$

Fórmula para calcular Punto de Equilibrio Contable en Valores. Costos y Gastos

Fijos

$$1 - C. Var.$$

Vtas. (Ferreira, H., P.:2004, pág. 43 y s.)

Punto de Equilibrio Económico.

Es aquel punto en el cual la empresa, además de cubrir los costos y gastos fijos y variables, genera la utilidad esperada.

Fórmula para calcular Punto de Equilibrio Económico en Cantidad. Costos y Gastos

$$\text{Fijos} + \text{Beneficio Esperado} = \text{Margen de Contribución Unitario}$$

Fórmula para calcular Punto de Equilibrio Económico en Valores. Costos y Gastos

$$\text{Fijos} + \text{Beneficio Esperado} = 1 - C. Var. Vtas. \text{ (Pág. 45)}$$

Punto de Equilibrio Financiero: Sin amortización de deudas. Es aquel punto, en el cual la empresa cubre sus necesidades financieras, es decir, genera ingreso de efectivo

suficiente para cubrir sus costos y gastos variables sin considerar las no erogables (cargas no financieras).

Fórmula para calcular Punto de Equilibrio Financiero en Cantidad. Costos Gastos Fijos – Beneficio no esperado = Margen de Contribución Unitario

Fórmula para calcular Punto de Equilibrio Financiero en Valores. Costos y Gastos Fijos – Beneficio no esperado = 1 – C. Var. Vtas. (Pág.47)

Punto de equilibrio (PE)

Es donde nos indica que nivel o porcentaje de la capacidad instalada de producción se logra nivelar entre el ingreso por venta del producto y el costo de producción correspondiente, el excedente entre el ingreso por venta y el costo variable cubre exactamente el costo fijo respectivo de la empresa, no habrá pérdidas ni ganancias con dicho nivel de producción.

Fórmula:

$$Pe = CF / (PVU - CVU)$$

Donde:

Pe: punto de equilibrio (unidades a vender de tal modo que los ingresos sean iguales a los costos).

CF: costos fijos

PVU: precio de venta unitario

CVU: costo variable unitario

El resultado de la formula será en unidades físicas: si queremos hallar el punto de equilibrio en unidades monetarias, simplemente debemos multiplicar el resultado por el precio de venta.

Análisis de Sensibilidad: El análisis de sensibilidad permite diseñar escenarios en los cuales podremos analizar posibles resultados de nuestro proyecto, cambiando los valores de sus variables y restricciones financieras y determinar el cómo estas afectan el resultado final.

Metodología

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

Desarrollo Económico

Se aplicó una tasa del 10% de descuento considerando los costos promedios ponderados de capital con lo cual arroja un resultado positivo de 487.907.021 lo que el proyecto indica que sigue siendo rentable.

Tabla N°31 *Cálculo e Interpretación del Valor Actual Neto (VAN)*

Calculo del VAN			
		10%	
AÑO	Flujo Neto	Factor Deseto	Neto Actualizado
0	-78.262.432		-78.262.432
1	57.774.409	0,9091	52.522.190
2	48.698.046	0,8264	40.246.319
3	51.857.394	0,7513	38.961.228
4	51.145.490	0,6830	34.933.058
5	53.925.832	0,6209	33.483.699
		VAN	121.884.061

El valor actual neto del proyecto es de G 121.884.061, valor inclusive mayor que la inversión inicial. Al verse un valor positivo con este indicador se puede hablar nuevamente de la viabilidad del proyecto.

Tabla N° 32. Determinación de la Tasa Interna de Retorno (TIR)

CALCULO DE TIR					
		15%			20%
AÑO	FLUJO NETO	Factor de Deseto	Flujo Neto Actualizado	Factor de Deseto	Flujo Neto Actualizado
0	-78.262.432		-78.262.432		-78.262.432
1	57.774.409	0,869565217	50.238.616	0,833333333	48.145.341
2	48.698.046	0,756143667	36.822.719	0,694444444	33.818.087
3	51.857.394	0,657516232	34.097.078	0,578703704	30.010.066
4	51.145.490	0,571753246	29.242.600	0,482253086	24.665.071
5	53.925.832	0,497176735	26.810.669	0,401877572	21.671.582
		VAN=	98.949.251	VAN=	80.047.715

TIR	62%
------------	------------

La tasa interna de retorno que arroja el proyecto es de 62 %. El porcentaje es muy superior a la del mercado financiero, lo cual indica la viabilidad del proyecto

Tabla N° 33. Relación Beneficio/Costo

Relación Beneficio Costo					
			10%	10%	
Flujo de Ingresos	Flujo de Egresos	Factor de Descuento	Flujo Neto Actualizado	Factor de Descuento	Flujo neto Actualizado
	0				0
269.280.000	211.505.591	0,9091	244.800.000	0,9091	192.277.810
274.665.600	225.967.554	0,8264	226.996.364	0,8264	186.750.045
288.398.880	236.541.486	0,7513	216.678.347	0,7513	177.717.119
294.377.688	243.232.198	0,6830	201.063.922	0,6830	166.130.864
308.176.799	254.250.967	0,6209	191.353.546	0,6209	157.869.847
		VAN	1.080.892.178	VAN	880.745.685

Relación Beneficio/Costo	
RELACION B/C=	VAN de Ingresos
	VAN de Egresos
RELACION B/C=	1.080.892.178
	880.745.685
RELACION B/C=	1,23

Este indicador es superior a la unidad, o sea, por cada G 1 destinado al proyecto se genera 1,23 de beneficio. Este indicador muestra la viabilidad económica del proyecto.

Tabla N° 34. Periodo de recuperación

Periodo de Recuperación del Capital		
Periodo	Flujos Netos	saldos
Año 0		-78.262.432
Año 1	57.774.409	-20.488.023
Año 2	48.698.046	28.210.022
Año 3	51.857.394	80.067.417
Año 4	51.145.490	131.212.907
Año 5	53.925.832	185.138.739

1 año y 4 meses

El inversionista podrá recuperar totalmente su inversión a los 1 año 4 meses.

Tabla N° 35 Punto de equilibrio

Punto de Equilibrio						
N°	CONCEPTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Margen de Contribucion	50%	50%	50%	50%	50%
2	Punto de Equilibrio Contable	138.720.000	144.268.800	150.039.552	156.041.134	162.282.779
3	Punto de Equilibrio Financiero	119.201.018	124.749.818	131.189.172	146.346.944	111.574.946
4	Margen de Seguridad	106.080.000	105.427.200	112.141.248	111.574.946	117.877.947

El punto de equilibrio es el punto en donde el proyectista no pierde ni gana, llega a cubrir sus costos y gastos.

Conclusión del Estudio Económico

En base a los ingresos y egresos financieros totales proyectados se determinan los flujos netos anuales.

El valor actual neto es de G 121.884.061 a una tasa del 10% anual.

La TIR del proyecto es de 62 %, calculada mediante la interpolación de valores.

Este indicador muestra el nivel de rentabilidad del proyecto en función a lo invertido en ello. Se puede notar que existe un beneficio de G 1,23 por cada G 1 de dinero destinado al proyecto.

Se podrá recuperar la inversión inicial en un periodo de 1 año y 4 meses, este periodo se considera relativamente corto.

CONCLUSIÓN GENERAL

A continuación, presentamos los principales resultados obtenidos sobre el proyecto, que responde a cada una de las técnicas recomendadas para expresar con confianza los resultados expuestos y en función a los objetivos trazados en el presente trabajo.

A través del estudio del mercado se pudo determinar los resultados obtenidos del estudio de mercado, donde demuestra que existe demanda del servicio en la zona mencionada.

En relación a la rentabilidad de la creación de un estudio de grabaciones, se pudo llegar a conocer en los resultados financieros, según la encuesta el 70% aceptaría acudir a un nuevo local de estudio. La inversión inicial requerida para el presente proyecto es de G.78.262.432, que incluye la infraestructura, instalaciones, rodados y capital operativo, la misma se realizara en su totalidad al inicio del proyecto. Además se pudo analizar el precio promedio que invierten mensualmente es G. 2.000.001 . a 3.000.000 G. por cada servicio. Los requisitos legales necesarios para la apertura de una empresa de estudio de grabación, además cumplir con el seguro social y el código laboral. El tiempo de recuperación del capital invertido es el año. 1 año 4 meses.

Por todo lo expuestos se concluye que dicho proyecto de inversión es Viable y Rentable.

REFERENCIA BIBLIOGRAFICAS

Aguayo Caballero, P. (2006) *Contabilidad Básica*. Primera Edición. Asunción, Paraguay: AGR- Servicios Gráficos.

Baca Urbina , G. (2010). *Evaluacion de Proyectos* . Mexico : Interamericana Editores S.A.

Baca Urbina G. (2001) *Evaluación de Proyectos*. Cuarta Edición Mc. Graw Hill, México D.F., México.

Baca Urbina, G. (2006). *Evaluación de Proyecto* Quinta Edición. México D.F

Baguer Alcalá A. De Zarraga Rodríguez M (2002). *Dirige*, Díaz de Santos.

Chiavenato, I. (2001) *Tecnología de gestión de recursos humanos*.

Córdoba, P M (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. RetrievedFrom

Hernández Sampieri, R., Fernández C., C. Y Baptista L., Pilar (2010) *Metodología de la Investigación*. (Quinta Edición). México, D. F., México: Editora McGraw-Hill.

NassirSapagChain y Reinaldo Sapag Chai;2008. *Preparación y Evaluación de Proyectos*.

Ortega Cárdenas A. (2016) *Economía Colombiana*, Quinta Edición Bogotá Colombia

Pérez Porto Merino publicado.2010. Actualizado: 2013.

Sapag C, Nassir (2011). Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación. Segunda edición. Bogotá

Sapag Chain, N. (1989).Preparación y evaluación de Proyectos, Segunda Edición. México.

(ROTELA, Arsenio R. 2003. p. 685).

Web Grafía

<https://www.hispasonic.com/blogs/breve-historia-grabacion/39879>

<https://solfaweb.com/que-es-un-estudio-de-grabacion/>

(www.webyempresas.com)

(www.webyempresas.com).

https://es.wikipedia.org/wiki/Estado_de_resultados)

(https://es.wikipedia.org/wiki/Ratio_financiero)

. (<http://www.webyempresas.com/periodo-de-recuperacion-del-capital-prc/>).

Consultado el 5 de septiembre de 2020.

ANEXOS

Encuesta

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:

Marque con una X la respuesta que más se adecue a la realidad

¿Usted conoce algún estudio de grabación en la Ciudad de San Lorenzo?

Si

NO

¿Cuáles son los estudios de grabación con los cuales trabaja actualmente?

Dos Corazones

The Song

Dyon

¿Tiene preferencia con algún tipo de equipo de grabación?

Si

No

¿Cuáles son las marcas de equipo con la que usted prefiere trabajar?

Alesis

Yamaha

Behringer

Mackie

¿Cuáles son los estilos musicales que mayormente graba en los estudios?

Rock

Cumbia

Folklore Paraguayo

Mexicano

¿Se siente conforme con el estudio de grabación con el que trabaja actualmente?

Si

NO

¿Cuál es su motivo de desconformidad con el estudio de grabación con el que trabaja?

Calidad

Atención

Tiempo de entrega del proyecto

Precio

¿Cuál es el monto mensual que usted invierte para realizar las grabaciones?

500.000 a 1.000.000

1.000.000 a 2.000.000

2.000.000 a 3.000.000

3.000.000 a 4.000.000

¿Cambiaría de estudio de grabación si se ofrece mejores condiciones?

Si

No

¿Cuál es la forma de pago con el cual está acostumbrado a trabajar?

Contado

Crédito

¿Cuáles son los medios de pago con el que abona los trabajos de estudio de grabación?

Efectivo

Cheque

Tarjeta

Giro

¡¡MUCHAS GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN!!