

**APERTURA DE UNA IMPORTADORA Y DISTRIBUIDORA DE  
LIBROS**

**Jorge Alfonso Ortega Santacruz**

**Tutor: Lic. Aurora Benítez Pérez**

**Tesis presentada en la Universidad Tecnológica Intercontinental  
Como requisito parcial para la obtención del título de Ingeniero  
Comercial.**

**Loma Pyta, Asunción 2022**

## CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR

Quien suscribe, Lic. Aurora Benítez Pérez, con documento de Identidad N° 945.148, Tutor del trabajo de investigación titulado ‘‘APERTURA DE UNA IMPORTADORA Y DISTRIBUIDORA DE LIBROS’’ elaborado por el alumno Jorge Alfonso Ortega Santacruz, para obtener el Título de Ingeniero Comercial, hace constar que el mismo reúne los requisitos formales y de fondo exigidos por la Universidad Tecnológica Intercontinental y puede ser sometido a evaluación y presentarse ante los docentes que fueron designados para conformar la Mesa Examinadora.

En la ciudad de Asunción, a los 18 días del mes de marzo de 2022



.....

**Lic. Aurora Benítez Pérez**  
**C.I. N° 945.148**

**Dedico este trabajo**

A mis padres por darme la  
oportunidad de terminar mis estudios.

A mi novia por apoyarme en todo  
momento.

A mi familia, por estar ahí siempre.

## **Agradezco**

A mis padres, por darme fuerzas y apoyarme en mis estudios.

A la Lic. Aurora Benítez Pérez, por su paciencia y por su confianza desde el principio hasta el final.

## TABLA DE CONTENIDO

Resumen	2
Introducción del Proyecto	3
Planteamiento del problema.....	4
Formulación del problema .....	5
Preguntas de investigación.....	5
Objetivos .....	6
Objetivo General.....	6
Objetivos Específicos.....	6
Justificación .....	6
Viabilidad.....	7
Estudio de Mercado	8
Introducción al Estudio de Mercado .....	8
Planteamiento del problema del Estudio de Mercado.....	10
Formulación del problema .....	11
Preguntas de investigación.....	11
Objetivos .....	11
Objetivo General.....	11
Objetivo Específicos .....	12
Justificación del estudio del mercado .....	12
Viabilidad del estudio del mercado.....	13
Aspecto Teórico .....	13
Antecedentes de la investigación de mercado.....	14
Bases Teóricas .....	15
Cuadro de Operacionalización de variable .....	21
Metodología del Estudio de Mercado .....	22

Enfoque de la investigación .....	22
Nivel de conocimiento .....	23
Diseño de la investigación .....	23
Población.....	24
Muestra .....	25
Muestreo .....	26
Muestreo no Probabilístico .....	27
Técnicas e Instrumentos de recolección de datos .....	27
Encuesta .....	28
Cuestionario con preguntas cerradas.....	29
Procesamiento de datos .....	29
Consideraciones Éticas .....	30
Desarrollo del estudio de mercado.....	31
Ambiente económico del proyecto .....	31
Inflación .....	34
Producto Interno Bruto.....	35
Salario mínimo.....	36
Competencia y perfil del consumidor .....	37
Presentación e interpretación de resultados .....	38
Demanda .....	49
Oferta .....	49
Precio y sistema comercial.....	50
Conclusión y recomendación del estudio de mercado .....	50
Estudio Técnico .....	51
Introducción al Estudio Técnico .....	51
Formulación del Problema del Estudio Técnico .....	53
Preguntas específicas del Estudio Técnico .....	53
Objetivos .....	53
Objetivo General de la Investigación.....	53
Objetivos Específicos del Estudio Técnico.....	53
Justificación del Estudio Técnico .....	54

Aspecto Teórico .....	54
Desarrollo del Estudio Técnico.....	62
Ingeniería del Proyecto .....	62
Localización óptima de la empresa .....	62
Equipamiento necesario .....	64
Organización .....	66
Filosofía Organizacional .....	67
Organigrama .....	68
Manual de Organización y funciones.....	69
Aspectos Legales .....	74
Conclusiones del Estudio Técnico .....	85
Estudio Financiero .....	86
Introducción del Estudio Financiero .....	86
Formulación del Problema del Estudio Financiero.....	87
Objetivos .....	87
Objetivo General de la Investigación.....	87
Objetivos Específicos de la Investigación.....	87
Justificación del Estudio Financiero .....	88
Aspecto Teórico .....	88
Aspecto Metodológico del Estudio Financiero .....	100
Desarrollo del Estudio Financiero.....	100
Presupuesto de la Inversión Inicial .....	100
Fuente de financiamiento de las inversiones.....	101
Composición de Capital Operativo .....	102
Presupuesto anual proyectado de ventas .....	103
Presupuesto mensual del personal.....	104
Presupuestos mensual y anual proyectados de gastos fijos y variables .....	105
Flujo de caja proyectado .....	107
Cuadro de Depreciación de los Bienes del Activo Fijo .....	108
Balance Anual Proyectado .....	109
Índices o Ratios Financieros .....	111
Conclusiones del Estudio Financiero.....	112

Estudio Económico	113
Introducción al Estudio Económico .....	113
Justificación del Estudio Económico .....	114
Formulación del Problema .....	114
Objetivos .....	114
Objetivo General de la Investigación.....	114
Objetivos Específicos de Investigación .....	114
Aspecto Teórico .....	115
Metodología del Estudio Económico .....	119
Desarrollo del Estudio Económico .....	120
Valor Actual Neto y Tasa interna de Retorno.....	120
Relación Beneficio Costo.....	121
Punto de Equilibrio .....	121
Conclusiones del Estudio Económico.....	122
Conclusión General	123
Referencias bibliográficas	125
ANEXO	126

## LISTA DE CUADROS

<b>Cuadro N° 1 – Gerente General.....</b>	<b>69</b>
<b>Cuadro N° 2 – Departamento Comercial.....</b>	<b>69</b>
<b>Cuadro N° 3 – Departamento Administrativo .....</b>	<b>70</b>
<b>Cuadro N° 4 - Logística .....</b>	<b>70</b>
<b>Cuadro N° 5 - Repositor .....</b>	<b>71</b>
<b>Cuadro N° 6 – Encargado de depósito .....</b>	<b>71</b>

## LISTA DE TABLAS

<b>Tabla 1. Cantidad de libros que se necesita según la demanda y reposición de los puntos de venta.....</b>	<b>49</b>
<b>Tabla 2. Muebles y equipos de oficina.....</b>	<b>65</b>
<b>Tabla 3. Equipos Informáticos.....</b>	<b>65</b>
<b>Tabla 4. Instalaciones .....</b>	<b>65</b>
<b>Tabla 5. Rodados.....</b>	<b>66</b>
<b>Tabla 6. Presupuesto de la Inversión Inicial.....</b>	<b>100</b>
<b>Tabla 7. Fuente de financiamiento .....</b>	<b>101</b>
<b>Tabla 8. Composición de Capital Operativo .....</b>	<b>102</b>
<b>Tabla 9. Proyección de pago de préstamo.....</b>	<b>102</b>
<b>Tabla 10. Presupuesto anual proyectado de ventas .....</b>	<b>103</b>
<b>Tabla 11. Presupuesto mensual del personal.....</b>	<b>104</b>
<b>Tabla 12. Presupuesto de gastos fijos y variables .....</b>	<b>105</b>
<b>Tabla 13. Suministros de oficina.....</b>	<b>105</b>
<b>Tabla 14. Gastos de ventas .....</b>	<b>105</b>
<b>Tabla 15. Gastos logísticos .....</b>	<b>106</b>
<b>Tabla 16. Flujo de caja proyectado .....</b>	<b>107</b>
<b>Tabla 17. Cuadro de depreciación.....</b>	<b>108</b>
<b>Tabla 18. Balance General Proyectado .....</b>	<b>109</b>
<b>Tabla 19. Estado de Resultado Proyectado .....</b>	<b>110</b>
<b>Tabla 20. Ratios o índices financieros.....</b>	<b>111</b>
<b>Tabla 21. Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno.....</b>	<b>120</b>
<b>Tabla 22. Relación Beneficio/costo .....</b>	<b>121</b>
<b>Tabla 23. Punto de Equilibrio.....</b>	<b>121</b>

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura N° 1.</b> Cálculo de muestra.....	25
<b>Figura N° 2</b> Tamaño de muestra .....	26
<b>Figura N° 3.</b> Macrolocalización de la empresa.....	62
<b>Figura N° 4</b> Microlocalización de la empresa.....	63
<b>Figura N° 5.</b> Distribución física del local. ....	64

## LISTA DE GRAFICOS

<b>Gráfico N° 1 Evolución y promedio de la tasa de inflación en el Paraguay desde el 2015 hasta el 2021.....</b>	<b>35</b>
<b>Gráfico N° 2 Evolución del PIB del Paraguay en los últimos 5 años.....</b>	<b>36</b>
<b>Gráfico N° 3 Cuadro del salario mínimo en los últimos 5 años .....</b>	<b>37</b>
<b>Gráfico N° 4. Organigrama.....</b>	<b>68</b>

Cornisa: IMPORTADORA Y DISTRIBUIDORA DE LIBROS

**IMPORTADORA Y DISTRIBUIDORA DE LIBROS**

**Jorge Alfonso Ortega Santacruz**

**Universidad Tecnológica Intercontinental**

**Carrera Ingeniería Comercial, Sede Loma Pyta**

**[pole.ortega87@gmail.com](mailto:pole.ortega87@gmail.com)**

## **Resumen**

Gracias a la globalización, en el Paraguay se genera la necesidad de lectura en la mayoría de los jóvenes, que desde el punto de vista empresarial es necesario responder al siguiente cuestionamiento, ¿Será factible la apertura de una importadora y distribuidora de libros en el departamento central? El proyecto consta de una investigación de mercado con modelo metodológico científico, que responde al enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo, diseño no experimental, teniendo como población a las cadenas de supermercados. Se aplicó una encuesta a cada uno de ellos, través de un cuestionario con preguntas cerradas y el resultado del relevamiento de datos desembocó en un marco analítico empresarial, esto a fin de responder a los objetivos trazados dentro del proyecto. La aplicación de los resultados comprende a una Sociedad de Responsabilidad Limitada, en cuyo organigrama se representa la conformación estructural de la empresa proyectada. Los flujos financieros reflejan que el capital se estaría recuperando íntegramente de manera nominal a los 3 años y 5 meses, con una Tasa Interna de Retorno del 68%. El Valor Actualizado Neto de  $\text{G. } 389.126.305$ , permite el recupero de la inversión en el horizonte de 5 años del proyecto, la Relación Beneficio/ Costo, es de 1,6, es decir, existe mayores ingresos que egresos generados, el Punto de Equilibrio Contable arroja para el año 2022  $\text{G. } 689.124.626$  y para el año 2026  $\text{G. } 818.235.414$ . Estos resultados determinan la factibilidad de la creación de una empresa dedicada a la distribución de libros.

**Palabras Claves:** Factibilidad, Proyecto, Comercialización.

## **Introducción del Proyecto**

El proyecto de inversión analiza la factibilidad de una importadora y distribuidora de libros de diferentes temas; infantiles, didácticos, históricos y clásicos universales, materiales de lectura que sirvan para la diversión, distracción, y de aprendizaje infantil. Es importante resaltar que la iniciativa requiere de un profundo sentido de innovación y diferentes planteamientos creativos de manera a que se pueda llegar a los puntos de ventas de grandes superficies, que son los supermercados y sus cadenas.

Con la Importadora y distribuidora se pretende lograr la comercialización de los productos mencionados y ponerlos a disposición de los principales puntos de ventas en todo el departamento central, para llegar a los consumidores finales estableciendo alianzas comerciales beneficiosas para las partes y por sobre todo para los consumidores finales, ofreciendo a cada comprador ofertas inmejorables del sector.

El proyecto de inversión contiene toda la información necesaria, especialmente las relacionadas al mercado actual y competitivo. En este sentido, se considera también los factores externos que podrían intervenir en la creación de este tipo de empresa. Es muy importante establecer indicadores socioeconómicos, que hagan referencia al impacto que tendrá a nivel social y el nivel de factibilidad en cuanto a la sostenibilidad económica de una importadora y distribuidora de libros.

Los factores internos del proyecto de inversión detallan los requerimientos de infraestructura que requerirá este tipo de empresa, cantidad de empleados, financiamiento, presupuestos anuales, el flujo de caja necesario y los resultados esperados.

La investigación se desarrolla en los siguientes apartados:

En la primera parte, la introducción, se expone el planteamiento del problema desde el punto de vista del estudio de mercado, las preguntas, los objetivos del estudio, la justificación y la viabilidad del estudio de mercado.

En la segunda parte, el aspecto teórico, abarca los antecedentes de la investigación, las bases teóricas y el cuadro de operacionalización de la variable

En la tercera parte, la metodología del estudio, donde se establece el enfoque de la investigación, nivel de conocimiento, diseño de la investigación, la población y muestra del estudio con las técnicas e instrumentos de recolección de datos, posteriormente el procesamiento de datos y las consideraciones éticas.

En la cuarta parte, el desarrollo del estudio de mercado en la que se hace presentación e interpretación de los resultados obtenidos de la misma.

Por último, la conclusión y las recomendaciones del estudio de mercado.

### **Planteamiento del problema**

En Paraguay, existen muchas librerías tradicionales que cuentan con local propio para la venta de libros de todo tipo. Sin embargo, el cliente final ya no acude en masa a esos sitios, porque los tiempos cambiaron, la dinámica y espacio que ofrecen los supermercados pueden ser potenciados por todas aquellas empresas que buscan comercializar un producto. Además, las personas adquieren lo que necesiten en un solo lugar, buscando optimizar su tiempo lo máximo posible. Por ello, se considera que ofertar libros para todo público en los puntos de ventas de grandes superficies es interesante y es necesario estudiar su factibilidad.

En términos macroeconómicos, podemos decir que Paraguay ha mantenido un crecimiento estable en su economía, los supermercados han tenido un crecimiento paulatino en ventas y eso hace que exista la posibilidad para este negocio, que busca posicionarse dentro de las grandes cadenas.

Según Varela, “se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.

Disponible en <https://www.google.com/search?q=factibilidad/segun/autores/>.

Consultado en fecha 07/09/2021

### **Formulación del problema**

¿Sería factible la apertura de una empresa dedicada a la importación y distribución de libros en el departamento central?

### **Preguntas de investigación**

1. ¿Cuál es la situación del mercado referente al rubro de importación y distribución de libros a través de las grandes superficies el departamento central?
2. ¿Qué aspectos del estudio técnico se tienen en cuenta en el proyecto de importadora y distribuidora de libros?
3. ¿Cuáles son los resultados del estudio financiero del proyecto de importadora y distribuidora de libros?

4. ¿Cuáles son los resultados del estudio económico de la importadora y distribuidora de libros?

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Determinar si sería factible la apertura de una empresa dedicada a la importación y distribución de libros en el departamento central.

### **Objetivos Específicos**

1. Establecer cuál es la situación del mercado referente al rubro de importación y distribución de libros en el departamento central.

2. Identificar qué aspectos del estudio técnico se tienen en cuenta en el proyecto de importadora y distribuidora de libros.

3. Calcular los resultados del estudio financiero del proyecto de importadora y distribuidora de libros.

4. Establecer los resultados del estudio económico de la importadora y distribuidora de libros.

## **Justificación**

Ante la escasa opción de materiales de lectura impresos para la lectura y también ante la queja constante de la gente con respecto a los precios de las librerías tradicionales, se observa la magnífica oportunidad de explotar dicho negocio dentro de las grandes superficies, además, existe una creciente necesidad e interés de la gente por adquirir

materiales divertidos y didácticos que les facilite la labor educativa con sus hijos. Los proveedores nacionales de materiales didácticos y de lectura, por su parte, se caracterizan por ser una industria no organizada, con competidores de tamaños relativamente similares, y sin una marca potente o un dominio claro del mercado por parte de algunos de ellos. Todo lo anterior, hace de la industria un sector atractivo para emprendimientos basados en la importación y distribución de los libros.

El proyecto de inversión planteado busca hacerse cargo de la necesidad cada vez mayor que tienen los supermercados de ofrecer más oferta de productos no tradicionales, buscando satisfacer las necesidades del consumidor final que espera encontrar todo lo necesario en un solo lugar.

Este proyecto podría ser atractivo para futuros inversores que se animen a invertir en el rubro, ya que es un negocio poco explotado en nuestro país, con la investigación se pretende demostrar lo factible, que puede llegar a ser, y también, podría ser beneficioso para la ciudadanía, generando puestos de trabajo y aportando cultura.

### **Viabilidad**

El presidente de la Cámara Paraguaya de Supermercadistas, Cristhian Cieplick, sostuvo que un promedio de 30 nuevos supermercados se habilita al año en Paraguay, y solo en el 2016 se habilitaron 50, generando miles de empleos. Actualmente, se atraviesa por una época de constantes cambios en la infraestructura urbanística, en el auge del desarrollo económico y en asumir constantes desafíos a nivel país. Prácticamente en todos los sectores económicos se están viendo importantes cambios y el supermercadismo no está ajeno a ello.

La Cámara Paraguaya de Supermercadistas (CAPASU) observa una gran oportunidad en el país de seguir desarrollando a las pequeñas industrias sobre todo a los pequeños emprendedores para que ellos puedan evolucionar, pasar de pequeños a medianos y luego ser grandes productores.

Disponible en <https://www.adndigital.com.py/mas-30-nuevos-supermercados-se-habilitan-al-ano-paraguay/>.

Consultado en fecha 07/09/2021.

Esto es conveniente para todas las empresas que van creciendo a través de la comercialización de sus productos en los supermercados, por ende, el consumo aumenta, aumenta la distribución y la mano de obra, generando una cadena de beneficios para todas las empresas que trabajan con los supermercadistas.

Teniendo en cuenta lo expuesto anteriormente, se considera que existe un gran potencial de mercado, al cual se puede llegar proyectando la idea y aprovechando las oportunidades.

## **Estudio de Mercado**

### **Introducción al Estudio de Mercado**

A través del estudio de mercado, se analiza y observa un sector en concreto en el que la empresa quiere entrar a través de la producción de un bien o de la prestación de un servicio.

Para ello, necesita de conclusiones precisas acerca del entorno en el que se quiere desenvolver y el resultado que tendría una entrada en él, dadas las características del bien

o servicio en el que han trabajado. Toda la información obtenida supondrá una previsión de la empresa, útil a la hora de plantear una inversión o la entrada a un mercado.

La investigación de mercado abarca la investigación de algunas variables sociales y económicas que condicionan el proyecto, aunque sean ajenas a este. Entre ellas se pueden mencionar factores como el grado de necesidad a la cuantía de la demanda del bien que se requiere importar y la influencia que estos aspectos tienen en el precio final.

El mismo análisis puede realizarse para explicar la política de distribución del producto final. La cantidad y calidad de los canales que se seleccionan afectarán al calendario de desembolso del proyecto. La importancia de este factor se manifiesta al considerar su efecto sobre la relación oferta-demanda del proyecto.

Mediante la observación de todos estos factores, se plantean la posibilidad de éxito que tendría operar en este mercado con un bien ofrecido en particular. En este caso se plantea la comercialización de libros en supermercados y el estudio realizado tiene es propósito de identificar un escenario atractivo que podría favorecer a la creación de este tipo de negocio.

El estudio de mercado se desarrolla en los siguientes apartados:

En la primera parte, la introducción, se expone el planteamiento del problema desde el punto de vista del estudio de mercado, las preguntas y objetivos del estudio, la justificación, y, viabilidad del estudio de mercado.

En la segunda parte, el aspecto teórico, abarca los antecedentes de la investigación, las bases teóricas, y, el cuadro de operacionalización de variable.

En la tercera parte, la metodología del estudio, donde se establece el enfoque de la investigación, nivel de conocimiento, diseño de la investigación, la población y muestra del estudio con las técnicas e instrumentos de recolección de datos, posteriormente el procesamiento de datos, y, las consideraciones éticas.

En la cuarta parte, el desarrollo del estudio de mercado en la que se hace presentación e interpretación de los resultados obtenidos de la misma.

Por último, la conclusión y las recomendaciones del estudio de mercado.

### **Planteamiento del problema del Estudio de Mercado**

Los supermercados en Paraguay se han desarrollado como cadena ubicándose en varios sitios cercanos y otros lejanos del primer local. El crecimiento se ha dado no solo en número de sitios, sino en locales más amplios y completos, donde se ofrecen artículos de todo tipo, marca y variedad, además en Paraguay existen muchas librerías tradicionales que cuentan con local propio para la venta de libros de todo tipo. Sin embargo, el cliente final ya no acude en masa a esos sitios, porque los tiempos cambiaron, la dinámica y espacio que ofrecen los supermercados pueden ser potenciados por todas aquellas empresas que buscan comercializar un producto. Además, las personas adquieren lo que necesitan en un solo lugar, buscando optimizar su tiempo lo máximo posible. Por ello se considera que poder ofertar libros para todo público en los puntos de ventas de grandes superficies es interesante y es necesario estudiar su factibilidad.

En términos de generales y macroeconómicos, podemos decir que Paraguay ha mantenido un crecimiento estable en su economía, los supermercados han tenido un

crecimiento paulatino en ventas y eso hace que exista la posibilidad de este negocio que busca posicionarse dentro de las grandes cadenas.

Según Varela, “se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.

Disponible en <https://www.google.com/search?q=factibilidad/segun/autores/>.

Consultado en fecha 07/09/2021

### **Formulación del problema**

¿Cuál es la situación del mercado referente al rubro de importación y distribución de libros en el departamento central?

### **Preguntas de investigación**

1. ¿Existe demanda de libros en el mercado?
2. ¿Cuál es la oferta de libros en el mercado?
3. ¿Cuáles son los canales de distribución más apropiados?
4. ¿Existe competencia en el mercado?

### **Objetivos**

#### **Objetivo General**

Establecer cuál es la situación del mercado referente al rubro de importación y distribución de libros en el departamento central.

### **Objetivo Específicos**

- Estimar la demanda para este tipo de productos.
- Determinar la oferta de libros existente dentro del mercado.
- Identificar cuáles son los canales de distribución más apropiados para la distribución.
- Identificar los principales competidores.

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

Es importante analizar cuáles pueden ser los problemas para realizar un estudio de mercado, se debe tener en cuenta el análisis del mercado potencial, el conocimiento del producto y los canales de distribución que normalmente operan en el sector, de esta manera se conocerá el funcionamiento del mismo.

Sin todas estas informaciones no se podrá determinar el tamaño de inversión que se requiere para ingresar el producto al mercado y conocer la cadena logística para operar con las cadenas de supermercados es de vital importancia. Sin embargo, es importante mencionar, que a pesar de la cadena logística que se requiere para llegar a la góndola de un supermercado, es un mercado que va en aumento y cada vez más productos variados son ofrecidos en sus puntos de ventas, por lo que el planteamiento del problema para este estudio es conocer la situación actual y los factores que componen este sector del mercado.

Por este motivo, el siguiente estudio se realiza para recabar los elementos necesarios y las bases sólidas para realizar un proyecto de inversión para la importación y distribución de libros en los supermercados.

### **Viabilidad del estudio del mercado**

La realización de un estudio de mercado es factible, para un proyecto de inversión que implica el análisis sistemático de todos aquellos componentes del mercado que podrían de cualquier forma impactar positiva o negativamente en el éxito o fracaso de este proyecto.

Un aporte significativo que se tendrá a nivel social es la de brindar una nueva opción a los consumidores que, por diferentes razones, sea por el trabajo o factor tiempo, no cuentan con la disponibilidad horaria de ir hasta una librería tradicional a adquirir el producto.

Desde el punto de vista laboral, otro aporte significativo que se pretende brindar es demostrar la factibilidad del proyecto de inversión para que en el futuro pueda generar fuentes de trabajo, ya sea para el personal administrativo, logístico y comercial que necesitará este tipo de empresa.

A nivel personal, demostrar la factibilidad de este tipo de proyecto de inversión ayudará a alcanzar una anhelada meta personal que es fomentar la lectura a temprana edad.

### **Aspecto Teórico**

Este apartado tiene como propósito fundamentar teóricamente la investigación, describiendo algunas consideraciones acerca del funcionamiento de los supermercados y su cadena logística. También aportará conceptos básicos que abarca un estudio de

mercado, además las informaciones podrán servir para la proyección eficiente de los componentes técnicos, financieros y económicos del presente proyecto.

### **Antecedentes de la investigación de mercado**

No existen antecedentes de investigación, teóricos ni de campo, sobre la elaboración de un proyecto de inversión relacionado a la importación y comercialización de libros a través de los supermercados, ni otros puntos de ventas dentro del departamento central. Esta afirmación es de acuerdo con las averiguaciones realizadas en la Dirección de Carrera de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Tecnológica Intercontinental.

Sin embargo, existen publicaciones acerca del hábito de lectura dentro del país. Según una publicación del diario ABC Color, la Organización de Estados Iberoamericanos, publicó en su ‘‘Encuesta Latinoamericana de hábitos y prácticas Culturales’’ que el paraguayo lee un promedio de 3,1 libros por año. Si bien, cuantificar los índices de lectura en Paraguay es una cuestión complicada, existen estudios que afirman que este hábito está vinculado al éxito personal y profesional, los números siguen siendo bajos.

Disponible en <https://www.abc.com.py/nacionales/2021/06/25/que-al-paraguayo-no-le-gusta-leer-es-un-mito-asegura-hija-de-roa-bastos/>.

Consultado en fecha 10/09/2021.

Como resultado principal de estos datos publicados, se puede decir que se debe promover la lectura a temprana edad, ya que el mercado laboral y profesional se encuentra cada vez más competitivo, aspecto que podría favorecer al proyecto.

## **Bases Teóricas**

### **Proyecto**

Los proyectos de acuerdo con Hernández, Hernández y Hernández (2005, p. 3) son “la unidad de inversión menor que se considera en la programación. Por lo general constituye un esquema desde el punto de vista técnico, cuya ejecución esta encomendada al sector público y privado”. De esta manera el autor determina que los proyectos, son una medida de inversión los cuales están dirigidos tanto al sector público como privado, ya que contribuye a satisfacer las necesidades económicas u operacionales de ambos sectores.

Por otro lado, Baca (2006, p. 15) define los proyectos como “la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendente a resolver una necesidad humana.” En tal sentido, el autor determina que los proyectos son una forma más segura inteligente y eficaz de resolver un problema ante muchas necesidades humanas.

Por otra parte, los proyectos según Sapag y Sapag (2008, p. 20) son “aquellos que conllevan necesariamente a la búsqueda de proposiciones coherentes destinadas a resolver las necesidades de las personas humanas”. Por consiguiente, el autor comprende que los proyectos, son la búsqueda a la solución de un problema que están destinado a resolver las necesidades humanas en todas sus facetas como lo son: alimentación, salud, ambiente, educación, transporte, entre otros. Por otra parte, se tienen que considerar una serie de enfoques o de ideas que pueden ser, la inversión, tecnología y metodología.

Luego de atender a lo citado por los autores con respecto a la definición de proyecto, se fija posición con Baca (2006) ya que define de una manera más clara y

precisa los proyectos, de cómo se pueden resolver las necesidades humanas a través de éstos y como vía efectiva e inteligente para solucionar los problemas que afectan a la sociedad.

### **Inversión**

La inversión para Hernández y Hernández (2005, p. 3) es “el empleo productivo de bienes económicos, que dan como resultado una magnitud de estos mayores que la empleada”. En tal sentido este autor comprende la inversión, como un conjunto de recursos económicos empleados en un determinado proyecto y en el cual se espera que genere una utilidad. También se puede emplear para producir un bien o un servicio.

De acuerdo con Sapag y Sapag (2008, p. 5) afirma que la inversión es “el objetivo de la asignación de recursos, es posible distinguir entre proyectos que buscan nuevos negocios o empresas que buscan evaluar un cambio”. De allí al asignar recursos sean bienes, dinero entre otros, es donde se determina la diferencia entre proyectos que buscan nuevos negocios o simplemente desean un cambio óptimo para una entidad, por lo tanto, toda empresa en algún momento determinado debe invertir para nuevos proyectos o mejorar alguno ya existente.

Por otra parte, Hervas (2006, p. 79) define que la inversión “consiste en el desembolso de una cantidad de dinero para conseguir, a través del tiempo unas ganancias sobre la cantidad total”. El autor establece que la inversión es la única forma de producir un bien o servicio al tiempo pueda conseguir una ganancia mayor a la invertida. También el momento determinado se debe invertir para nuevos proyectos o mejorar alguno ya existente. De esta manera atendiendo a lo antes definido por los autores se decide fijar posición con Hernández y Hernández (2005) es más específico y claro al momento de

definir la inversión y la utilidad que esta genera al aplicar a un proyecto para producir un bien o un servicio.

### **Proyecto de Inversión**

Los proyectos de inversión de acuerdo a Baca (2006, p. 15) son: “el plan que, si se le asigna un determinado monto de capital, podrá producir un bien o servicio útil al ser humano o a la sociedad en general”. Por lo tanto, el autor comprende que los proyectos de inversión, son un conjunto de planes que tienen como objetivo principal aumentar la utilidad de una empresa, del mismo modo los proyectos de inversión, también le permitirá aumentar su eficiencia en algunas de las actividades que realicen tanto como económicas, financieras y operacionales.

Por otro lado, los proyectos de inversión de acuerdo con Hernández, (2005, p. 3) son: “el conjunto de planes detallado que tienen por objetivo aumentar la productividad de una empresa para incrementar las utilidades o la prestación de servicios”. Por consiguiente, el autor explica, los proyectos de inversión son un conjunto herramientas que se emplean para llevar a cabo el desarrollo de una entidad para aumentar considerablemente sus necesidades o servicios prestados.

De esta manera se fija posición con Hernández (2005) especifica de una manera más clara y contundente la definición de un proyecto de inversión en comparación al otro autor, plantea que un proyecto de inversión son un conjunto de herramientas y planes, las cuales le permitirán a una empresa tanto del sector público o privado aumentar su utilidad y nivel de operación.

Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos

humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias.

Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo. Comprende desde la intención o pensamiento de ejecutar algo hasta el término o puesta en operación normal.

Responde a una decisión sobre uso de recursos con algún o algunos de los objetivos, de incrementar, mantener o mejorar la producción de bienes o la prestación de servicios

### **Mercado**

En economía, un mercado es un conjunto de transacciones de procesos o intercambio de bienes o servicios entre individuos. El mercado no hace referencia directa al lucro o a las empresas, sino simplemente al acuerdo mutuo en el marco de las transacciones.

Lugar teórico donde se encuentra la oferta y la demanda de productos y servicios y se determinan los precios.

## **Estudio de mercado**

Estudio de mercado es la recolección y análisis de datos que una empresa u organización realiza para determinar su posicionamiento en la industria con respecto a sus competidores con el fin de mejorar sus estrategias de negocios aumentando así su competitividad.

El estudio de mercado sirve para determinar las características de la demanda y el público del producto o servicio que se quiere entregar con el objetivo de planificar o mejorar estrategias del plan de negocios proyectado.

## **Demanda**

La demanda de mercado se puede definir como la cantidad de bienes y servicios requeridos por un grupo de personas en un mercado determinado, en el cual influyen los intereses, las necesidades y las tendencias.

## **Oferta**

Es la cantidad de bienes y servicios que los oferentes están dispuestos a poner a la venta en el mercado a unos precios concretos.

## **Precios**

Es el valor monetario que se le pone a un producto, bien o servicio.

## **Producto**

Es producto todo lo que se produce o lo que resulta del proceso de la producción. Desde el punto de vista económico un producto es todo aquello que se intercambia en el mercado. Por eso, son productos, tanto los bienes de los cuáles la empresa posee un

inventario o los bienes que ya se encuentran en posesión de los consumidores. También es considerado un producto para la economía, todo aquello de lo cual se puede obtener un ingreso o una renta, como podría ser el rendimiento porcentual que puede generar una inversión como un bono.

Una de las características que posee un producto es que pueden ser tanto materiales como inmateriales. Son materiales o tangibles los bienes físicos que pueden ser fabricados, procesados y entregados como ser los automóviles, una camisa, etc. Por otro lado, son inmateriales o intangibles aquellos que llamamos servicios, que igualmente resuelven una necesidad como servicios médicos, educativos, etc.

### **Comercialización**

La comercialización es el conjunto de actividades desarrolladas para facilitar la venta y/o conseguir que el producto llegue finalmente al consumidor, siendo el intercambio comercial, la actividad de comprar y vender mercancías entre dos contrayentes, este acto es fundamental en el comercio y tiene un impacto en el mercado de bienes, servicios y la propiedad intelectual.

### **Competencia**

Competencia se refiere a la existencia de un gran número de empresas o personas que realizan la oferta y venta de un producto (son oferentes) en un mercado determinado, en el cual también existen personas o empresas, denominadas consumidores o demandantes, las cuales, según sus preferencias y necesidades, les compran o demandan esos productos a los oferentes.

Disponible en <https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php?title=Portada>.

Consultado en fecha 10/09/2021

**Cuadro de Operacionalización de variable**

¿Cuál es la situación del mercado referente al rubro de importación y distribución de libros en el departamento central?

Variable Independiente: mercado

Variable Dependiente: rubro

Variable Interviniente: situación

Variable	Definición Conceptual	Dimensión	Indicadores	Instrumento
Mercado (Independiente)	Son los consumidores potenciales que comparten una determinada necesidad o deseo y que pueden estar inclinados a ser capaces de participar en un intercambio, en orden a satisfacer esa necesidad o deseo.	Demanda  Oferta  Precio	Cantidad de Puntos de Venta  Productos a importar y vender  Capacidad de pago del mercado	Encuesta

Rubro importación y distribución de libros		Tipos de productos	Variedad de productos de preferencia	Encuesta
Situación (interviniente)	Disposición de una cosa respecto al lugar que ocupa (en sentido espacial o figurado)	Ambiente económico, social, cultural del mercado	PIB, inflación, gustos y preferencias de los consumidores potenciales.	Informaciones del BCP y cuestionario de la encuesta

## Metodología del Estudio de Mercado

### Enfoque de la investigación

En este proyecto de inversión utilizaremos el enfoque cuantitativo, según Hernández Sampieri, cuando se habla de una investigación cuantitativa damos por aludido al ámbito estadístico, es en esto en lo que se fundamenta dicho enfoque, en analizar una realidad objetiva a partir de mediciones numéricas y análisis estadísticos para determinar predicciones o patrones de comportamiento del fenómeno o problema planteado. Este enfoque utiliza la recolección de datos para comprobar hipótesis, que es importante señalar, se han planteado con antelación al proceso metodológico; con un enfoque cuantitativo se plantea un problema y preguntas concretas de lo cual se derivan las hipótesis. Otra de las características del enfoque cuantitativo es que se emplean experimentaciones y análisis de causa-efecto, también se debe resaltar que este tipo de

investigación conlleva a un proceso secuencial y deductivo. Al término de la investigación se debe lograr una generalización de resultados, predicciones, control de fenómenos y la posibilidad de elaborar réplicas con dicha investigación.

Disponible en <https://portaprodti.wordpress.com/enfoque-cualitativo-y-cuantitativo-segun-hernandez-sampieri/>.

Consultado en fecha 11/09/2021.

### **Nivel de conocimiento**

Es el descriptivo. Según la definición de Hernández Sampieri, consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas.

Disponible en <https://sites.google.com/site/metodologiadelainvestigacionb7/capitulo-5-sampieri>.

Consultado en fecha 11/09/2021.

### **Diseño de la investigación**

El diseño de la investigación es no experimental. Según Sampieri, es aquel estudio que se realiza sin manipular deliberadamente variables, se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos.

En un estudio no experimental no se genera ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente en la investigación por quien la realiza. En la investigación no experimental las variables independientes

ocurren y no es posible manipularlas, ¡no se tiene control directo sobre dichas variables ni se puede influir sobre ellas, porque ya sucedieron, al igual que sus efectos.

Disponible en <https://tesisplus.com/investigacion-no-experimental/investigacion-no-experimental-segun-autores/>.

Consultado en fecha 11/09/2021.

### **Población**

La población es un conjunto de individuos de la misma clase, limitada por el estudio. Según Tamayo y Tamayo, (1997) La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación” (P.114) Entonces, una población es el conjunto de todas las cosas que concuerdan con una serie determinada de especificaciones. Un censo, por ejemplo, es el recuento de todos los elementos de una población.

Cuando seleccionamos algunos elementos con la intención de averiguar algo sobre una población determinada, nos referimos a este grupo de elementos como muestra. Por supuesto, esperamos que lo que averiguamos en la muestra sea cierto para la población en su conjunto. La exactitud de la información recolectada depende en gran manera de la forma en que fue seleccionada la muestra.

Cuando no es posible medir cada uno de los individuos de una población, se toma una muestra representativa de la misma.

La distribuidora estará ubicada en la ciudad de Mariano Roque Alonso, sin embargo, nuestra población serán los compradores de las cadenas de supermercados,

quienes serán los encargados de hacer llegar los productos al cliente final. Vale destacar que solo es un comprador por cadena de supermercado.

A nivel país, se tienen registros de que existen más 420 supermercados de diferentes tamaños y cadenas, desde aquellas de grandes dimensiones hasta los mini súper, en los últimos años se habilitaron un promedio de 30 locales anuales, sin embargo, nuestra población son 200 supermercados de grandes superficies, que corresponden a 9 cadenas.

### **Muestra**

La muestra es la que puede determinar la problemática ya que les capaz de generar los datos con los cuales se identifican las fallas dentro del proceso. Según Tamayo, T. Y Tamayo, M (1997), afirma que la muestra "es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico"

Disponible en <https://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/poblacion-y-muestra-tamayo-y-tamayo.html>

Consultado en fecha 11/09/2021.

Para calcular la muestra representativa, se ha utilizado la formula estadística.

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

*Figura N° 1. Cálculo de muestra*

- n = Tamaño de muestra buscado
- N = Tamaño de población o universo
- Z = Parametro estadistico que depende el nivel de confianza (NC)
- e = Error de estimación máximo aceptado
- p = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)
- q = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

Parametro	Insertar Valor
N	9
Z	1.960
P	50.00%
Q	50.00%
e	3.00%

Tamaño de muestra

"n" =

**8.93**

**Figura N° 2** *Tamaño de muestra*

Para obtener el tamaño de la muestra, se considera a nueve cadenas de supermercados como tamaño de población o universo, son los clientes con los que se va a trabajar inicialmente, hay que tener en cuenta, que cada cadena cuenta con un solo comprador por sector, quienes son los encargados de negociar con los proveedores.

### **Muestreo**

Según Roberto Hernández Sanpieri, es el procedimiento a través del cual es seleccionada una muestra que es un subconjunto de elementos de una población, es decir, una porción de elementos extraídos de una población previamente definida a partir de una población.

El muestreo se refiere a esa reducción de elementos que componen a un universo o población, para así poder cumplir con la investigación correspondiente.

Disponible en <https://conceptodefinicion.de/muestra/>.

Consultado en fecha 12/09/2021.

En la presente investigación se tomará la muestra no probabilística, utilizando la fórmula de población finita, pues es considerada necesaria para la correcta investigación.

### **Muestreo no Probabilístico**

Según Scharager, en este tipo de muestras, también llamadas, dirigidas o intencionales, la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de las condiciones que permiten hacer el muestreo (acceso o disponibilidad, conveniencia, etc); son seleccionados con mecanismos informales y no aseguran la total representación de la población. Esto implica que no es posible calcular con precisión el error estándar de la estimación, es decir no podemos determinar el nivel de confianza con que hacemos la estimación.

Disponible en <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/31715755/muestreo-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1646401673&Signature=L5wIoI4ZA>

Consultado en fecha 04/03/2022

### **Técnicas e Instrumentos de recolección de datos**

En esta etapa de la investigación se definen los medios y recursos utilizados para recabar la información, fue la encuesta.

En el caso de Las técnicas; Las mismas de conformidad con lo explicado por Hurtado (2006), "tiene que ver con los procedimientos utilizados para la

recolección de los datos, es decir, el cómo. Estos pueden ser de revisión documental, observación, encuesta y técnicas sociométrías, entre otras".

Disponible en <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0092506/cap03.pdf>.

Consultado en fecha 12/09/2021.

De lo anterior expresado por el autor debemos considerar valida la acepción de la palabra técnicas, como el conjunto de procedimientos de una ciencia e instrumento de recolección de datos, como el recurso utilizado por el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos la información es amplio el espectro disponible que manejado con sensatez e imaginación , permite la necesaria correspondencia entre la teoría y la práctica.

En mismo orden de ideas podemos concluir que las técnicas de recolección de datos: son los procedimientos de medición mediante los cuales es posible recopilar datos, es decir, validos, fiables y por tanto, de utilidad científica sobre los objetos de estudio con el fin de resolver la pregunta planteada en la investigación

Para evaluar la viabilidad de este proyecto de inversión se utilizó la encuesta, el cual facilitó traducir los objetivos de la investigación a través de una serie de preguntas estructuradas realizada por un cuestionario de preguntas cerradas.

### **Encuesta**

Se puede definir la encuesta, siguiendo a García Ferrando, como una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de

una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características.

Disponible en <https://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-articulo-la-encuesta-como-tecnica-investigacion--13047738>.

Consultado en fecha 12/09/2021.

### **Cuestionario con preguntas cerradas**

Según Guillermo Westreicher (22 de junio, 2020) en una encuesta cerrada el encuestado puede elegir entre varias alternativas. De ese modo, se hace posible obtener datos estadísticos. Esto, en base al porcentaje de la muestra que eligió cada opción. Para evitar que el entrevistado no se sienta identificado con ninguna de las alternativas propuestas, se puede incluir la opción “otro(s)”.

Disponible en <https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-encuesta.html>.

Consultado en fecha 12/09/2021

### **Procesamiento de datos**

Según Latorre, el procesamiento de datos se produce cuando se recaban datos y se traducen a información utilizable. Suelen ocuparse los científicos de datos, solos o en equipo, y es importante que el procesamiento se realice correctamente para no afectar negativamente al producto final o los resultados obtenidos a partir de los datos.

El procesamiento empieza con datos en su forma en bruto y los convierte a un formato más legible (gráficos, documentos, etc.), dándoles la forma y el contexto

necesarios para que los ordenadores los interpreten y los empleados los utilicen en toda una organización.

Para el procesamiento de datos utilizaremos la herramienta de Microsoft Excel, presentados en tablas y gráficos, tabulados en forma estadística.

Disponible en <https://tesisdeinvestig.blogspot.com/2014/06/tecnicas-e-instrumentos-de.html>.

Consultado en fecha 29/09/2021.

### **Consideraciones Éticas**

Según Bryman y Bell, las consideraciones éticas son claves en el trabajo de investigación y generación de conocimientos teóricos y prácticos; por ejemplo, el acuerdo de confidencialidad que se establezca con los informantes, el respeto a la privacidad de los participantes de un estudio, la integridad del investigador durante todo el proceso, el respeto a los derechos de autor, la pertinencia de los resultados, la legalidad de los procedimientos e instrumentos empleados, etc.; es decir, la ética se basa en la responsabilidad del investigador con respecto a su trabajo y a las consecuencias de este, por lo que debe evitar cualquier conflicto de intereses con los distintos involucrados.

Disponible en <http://ecaspin6.over-blog.com/1111111-732.html>

Consultado en fecha 29/09/2021.

Esta encuesta fue realizada a personas adultas, mayores de 18 años, con fines únicos y exclusivamente de investigación, respetando sus derechos y bienestar. Los datos obtenidos son preservados anónimamente y serán utilizados en el presente proyecto de investigación, como trabajo de culminación de carrera.

## **Desarrollo del estudio de mercado**

### **Ambiente económico del proyecto**

Paraguay es uno de los países que mejor pudo afrontar la pandemia de COVID-19 debido a su estabilidad y disciplina macroeconómica, no obstante, ha aumentado su deuda al 35.5 por ciento del PIB en 2021 y tiene enormes desafíos en mejorar sus índices de capital humano.

Paraguay, se ha beneficiado de sus sólidas políticas macroeconómicas durante las últimas dos décadas. Entre 2003 y 2019, promedió un crecimiento del 4,1 por ciento, manteniendo una deuda pública y externa baja y una inflación baja y estable. La proporción de la población que vive por debajo del umbral internacional de pobreza de 5,5 dólares por día se redujo drásticamente del 39,3 al 15,4 por ciento durante el mismo período, más rápido que el promedio regional. La desigualdad, medida por el coeficiente de Gini, también se redujo en 9 puntos. No obstante, la pobreza y desigualdad siguen siendo elevadas según los estándares regionales. Se necesitan reformas estructurales para mejorar la prestación de servicios públicos y la responsabilidad de las instituciones públicas para hacer que el crecimiento sea más estable, sostenible e inclusivo. La gestión y la mitigación de los riesgos relacionados con el cambio climático son especialmente críticas, dada la gran dependencia de los recursos naturales.

La pandemia de COVID-19 afectó a Paraguay cuando el país se encontraba en un proceso de recuperación económica después de que el crecimiento se estancara en 2019. Es probable que la recesión mundial conduzca a una disminución del PIB del 1,2 por ciento en 2020. A partir del 2021, se espera que el crecimiento vuelva al 4 por ciento, a medida que la economía mundial se recupera. Esto está sujeto al riesgo a la baja de una

normalización más lenta de lo esperada de los mercados mundiales. A su vez, se espera que la pobreza aumente en 2020, y la desigualdad de ingresos se mantenga alta.

La economía estuvo en recesión durante el primer semestre de 2019 (-3 por ciento interanual) debido al débil desempeño de los principales socios comerciales, especialmente Argentina, y a las condiciones climáticas adversas, pero comenzó a recuperarse en el segundo semestre (+3 por ciento interanual) ya que la producción agrícola se recuperó de la mano de un clima favorable. Del mismo modo, en el mercado laboral, después de que la tasa combinada de desempleo y subempleo alcanzara el 14.5 por ciento en el primer semestre de 2019, retrocedió al 12.9 por ciento en el segundo

Dada la recesión del primer semestre de 2019, las autoridades invocaron la cláusula de escape de la regla fiscal, que limita el déficit presupuestario (la Ley de Responsabilidad Fiscal, LRF, permite un aumento del techo del déficit del 1.5 por ciento del PIB hasta el 3 por ciento del PIB en tiempos de crisis). Por lo tanto, el presupuesto del gobierno central se ejecutó con un déficit del 2.9 por ciento del PIB en 2019. Mientras que el gasto corriente creció en 8,2 por ciento, el gasto de capital aumentó en 28,9 por ciento, aunque desde una base baja. El Parlamento aprobó la Ley de Presupuesto 2020 con un déficit del 1,5 por ciento del PIB, consistente con la LRF.

Con la desaceleración económica, la reducción de la pobreza continuó, pero a un ritmo más lento: la tasa de pobreza disminuyó del 24.2 por ciento en 2018 al 23.5 por ciento en 2019. Sigue habiendo 1,6 millones de personas por debajo del umbral oficial de pobreza. La reducción de la pobreza casi se estacionó en áreas urbanas (17.8 por ciento en 2018 en comparación con 17.5 por ciento en 2019) debido a una disminución de los ingresos laborales del comercio y la manufactura. La pobreza rural disminuyó de 34,6 por

ciento en 2018 a 33,4 por ciento, a pesar de los ingresos laborales estables en la agricultura, que concentra casi la mitad (0,6 millones) de los trabajadores rurales, en su mayoría informales. Si bien se registró una mejora en la desigualdad de ingresos, el índice de Gini de 46.1 sigue siendo alto.

En este contexto y con un brote de dengue en curso, las autoridades reaccionaron rápidamente al brote del COVID-19 en marzo de 2020 para mitigar el impacto en la economía y las personas. El Gobierno implementó medidas de distanciamiento social y controles de movimiento de la población. El BCP redujo la tasa de interés de política en 175 pb a 2.25 por ciento, y relajó temporalmente las reglas de provisión para no penalizar las reestructuraciones y prolongaciones de crédito. Un paquete fiscal contra la crisis aprobado por el Parlamento incluye gastos adicionales en programas de salud y protección social, un subsidio para trabajadores informales, apoyo a pequeñas empresas, reasignación de líneas de gasto no prioritarias y una moratoria en multas por pagos de impuestos retrasados. Para financiarlo, el Gobierno recibió autorización para un aumento del límite de endeudamiento de US\$1.6 mil millones y para la suspensión de la LRF por hasta cuatro años.

La dinámica económica en 2020 se vio afectada por la recesión mundial acentuada por la reacción al brote de COVID-19. La recesión impulsada por la disminución de la demanda externa y la demanda interna, especialmente en servicios, como resultado de las medidas de distanciamiento social para frenar la expansión de la pandemia. El paquete económico de las autoridades, que se espera que aumente el déficit fiscal al 4 por ciento del PIB, suavizará el impacto, pero no lo compensará por completo. En 2021-22, se espera que el crecimiento regrese al 4 por ciento, a medida que la economía mundial se recupera, y con la ayuda de políticas macroeconómicas consistentes, ancladas en la meta de

inflación y un retorno gradual hacia los límites máximos de la LRF. Se proyecta que la inflación regrese al punto medio del rango objetivo (4 por ciento) en 2021.

En el futuro, se espera que la reducción de la pobreza se estanque, lo que implicaría la necesidad de un mayor soporte de protección social frente a la recesión mundial esperada. Impulsados por la pandemia de COVID-19, se espera que el desempleo y el subempleo aumenten en el comercio, los servicios y la construcción. Se espera que los ingresos laborales disminuyan, especialmente para los trabajadores del sector informal en áreas urbanas. El desempeño de la agricultura familiar será crucial para la protección de los más vulnerables en las zonas rurales. Además, se necesita un mayor crecimiento de ingresos laborales en el sector de servicios para mejorar los medios de vida de quienes se encuentran en la parte inferior de la distribución del ingreso en zonas urbanas para atenuar los efectos de la pandemia.

Disponible en <https://www.bancomundial.org/es/country/paraguay/overview>

Consultado en fecha 29/09/2021.

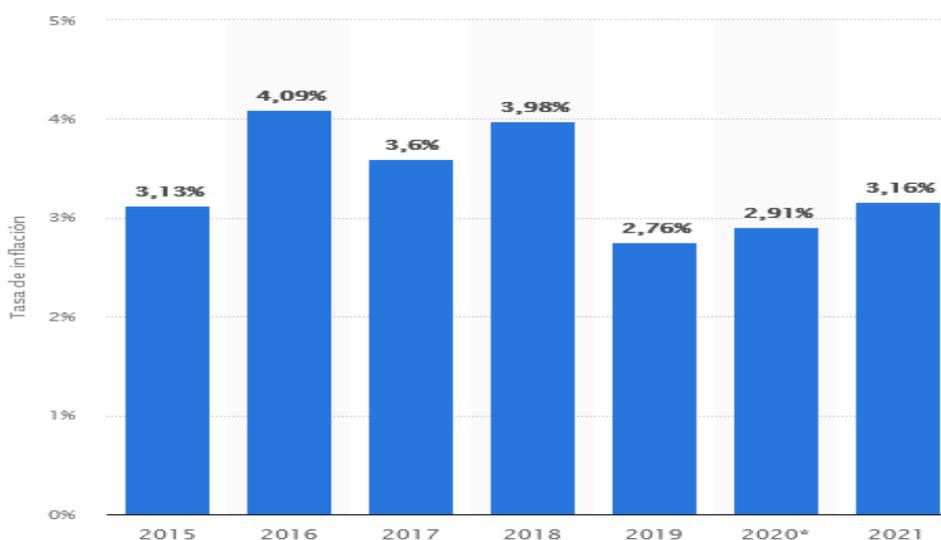
### **Inflación**

Es el aumento generalizado y sostenido de los precios de bienes y servicios en un país durante un periodo de tiempo sostenido, normalmente un año. Cuando el nivel general de precios sube, con cada unidad de moneda se adquieren menos bienes y servicios. Es decir, que la inflación refleja la disminución del poder adquisitivo de la moneda: una pérdida del valor real del medio interno de intercambio y unidad de medida de una economía. Para medir el crecimiento de la inflación se utilizan índices, que reflejan el crecimiento porcentual de una 'cesta de bienes' ponderada. El índice de medición de la inflación es el Índice de Precios al Consumidor (IPC).

Disponible en [www.eleconomista.es](http://www.eleconomista.es)

Consultado en fecha 04/03/2022.

**Gráfico N° 1 Evolución y promedio de la tasa de inflación en el Paraguay desde el 2015 hasta el 2021**



Promedio de inflación últimos 7 años							
2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Promedio
3.13	4.09	3.6	3.98	2.76	2.91	3.16	3.38

### Producto Interno Bruto

El producto interno bruto (PIB) es un indicador económico que refleja el valor monetario de todos los bienes y servicios finales producidos por un país o región en un determinado periodo de tiempo, normalmente un año. Se utiliza para medir la riqueza de un país. También se conoce como producto bruto interno (PBI).

Disponible en <https://economipedia.com/definiciones/producto-interior-bruto-pib.html>

Consultado en fecha 04/03/2022.

**Gráfico N° 2 Evolución del PIB del Paraguay en los últimos 5 años.**

AÑO	PIB PER CAPITA EN DOLARES US\$
2017	5.609
2018	5.934
2019	5.692
2020	5.904
2021	6.280
PROMEDIO	5.884

### Salario mínimo

La remuneración mínima, salario mínimo o sueldo mínimo, es la cantidad mínima de dinero que se le paga a un trabajador en un determinado país y a través de una ley establecida oficialmente, para un determinado período laboral (hora, día o mes), que los empleadores deben pagar a sus trabajadores por sus labores.

Disponible en [https://es.wikipedia.org/wiki/Salario\\_m%C3%ADnimo](https://es.wikipedia.org/wiki/Salario_m%C3%ADnimo).

Consultado en fecha 04/03/2022.

El salario mínimo mensual legal que rige desde el 1 de julio de 2021, según Decreto N.º 5562/21 es de ₡ 2.289.324 (aprox. USD 338 según cotización de julio de 2021).

El documento establece un reajuste de 4,4 % respecto al salario anterior ajustado por última vez en 2019, y el jornal mínimo diario en ₡ 88.051 para el sector privado, en relación al salario mínimo vigente en las actividades expresamente previstas, escalafonadas y las diversas no especificadas.<sup>3</sup>

El ajuste del salario mínimo en Paraguay, desde la promulgación de la Ley 5764/16, se establece sobre la base de la variación interanual del Índice de Precios al

Consumidor (IPC) y su impacto en la economía nacional, al mes de junio de cada año. Debido a la pandemia de COVID-19 en Paraguay, en el año 2020 no hubo reajuste salarial.

**Gráfico N° 3 Cuadro del salario mínimo en los últimos 5 años**

DESDE	HASTA	SM	AUMENTO
01/07/11	28/02/14	1.658.232	
01/03/14	30/11/16	1.824.055	10%
01/12/16	30/06/18	1.964.507	7,70%
01/07/18	30/06/19	2.112.562	3,50%
01/07/19	30/06/21	2.192.839	3,80%
01/07/21		2.289.324	4,40%
<b>PROMEDIO</b>			<b>4,9%</b>

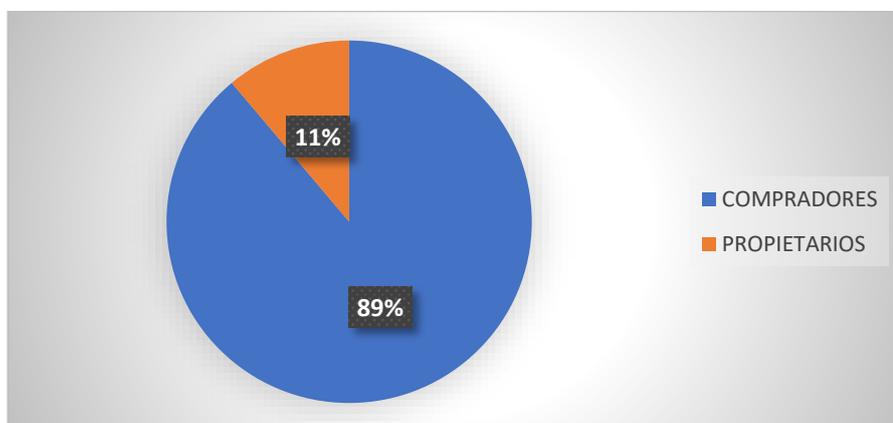
### **Competencia y perfil del consumidor**

En este mercado, identificamos a dos empresas como competencias directas que comercializan sus productos dentro de los supermercados, son Martínez Hnos., y Atlas Representaciones, ambas empresas cuentan con más de 30 años, y con varias unidades de negocios, una de ellas se encarga de explotar este sector, pero de manera muy superficial, dando poca importancia a este rubro, hasta casi desatenderlo, ya que las dos empresas cuentan con otros tipos de negocios más importantes o de mayor caudal.

Con respecto al consumidor, podemos decir que todas las personas que ingresen al supermercado son potenciales clientes, ya que nuestros productos son de impulso y no se encuentran en otros puntos de ventas, por el momento solo se estarían comercializando en los supermercados.

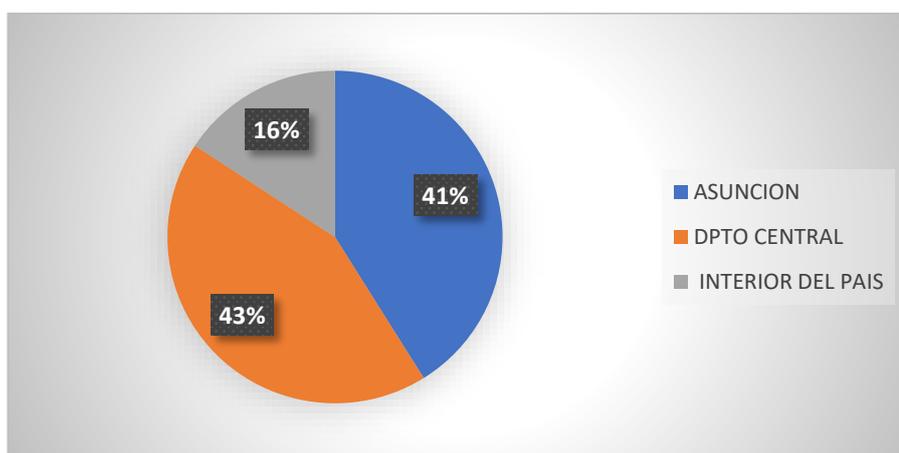
## Presentación e interpretación de resultados

### Encuestados



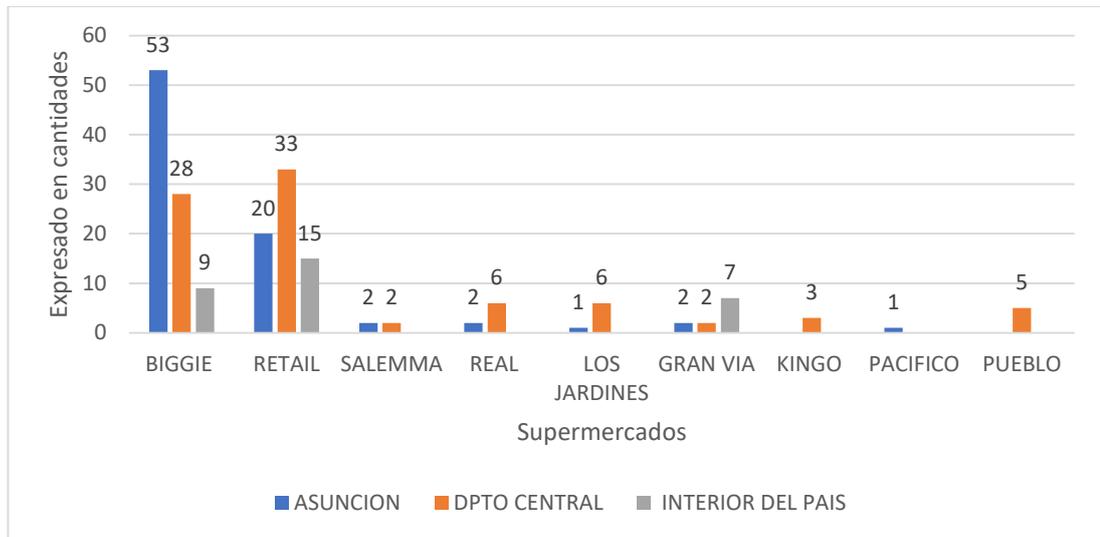
De toda la muestra, el resultado indica que 89% de los encuestados son encargados de compras y 11% propietarios de las cadenas de supermercados, lo que indica que en su mayoría se negociará con compradores.

### Localización de puntos de venta



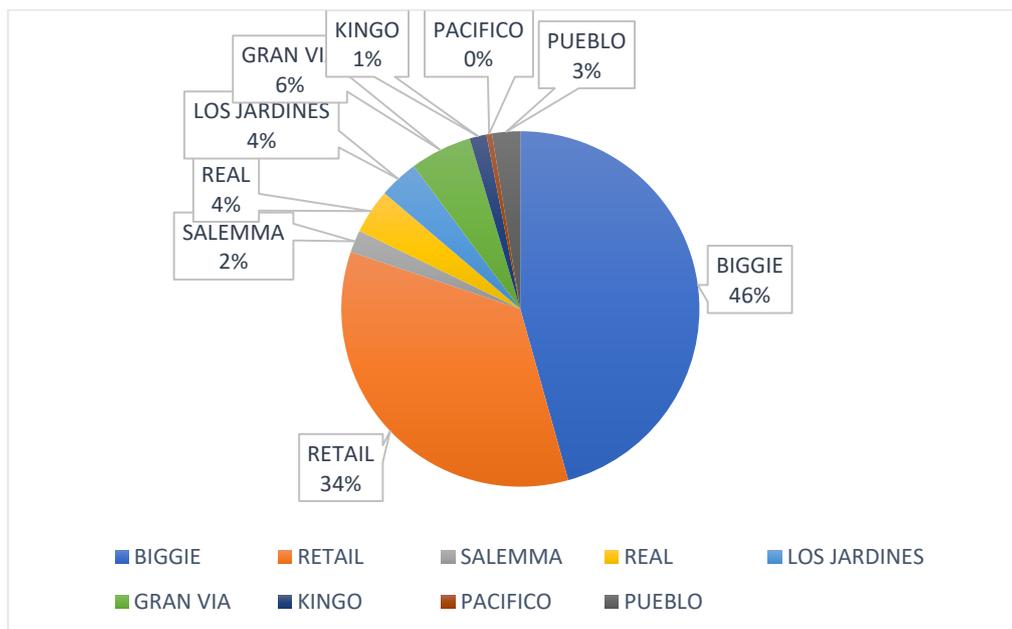
Con respecto a la localización de los puntos de ventas, se observa que hay más puntos en el departamento central, seguido por los localizados en la capital y luego el interior, eso indica que el recorrido logístico va a ser en un radio no muy grande.

**Cantidad de puntos de ventas por cadena.**



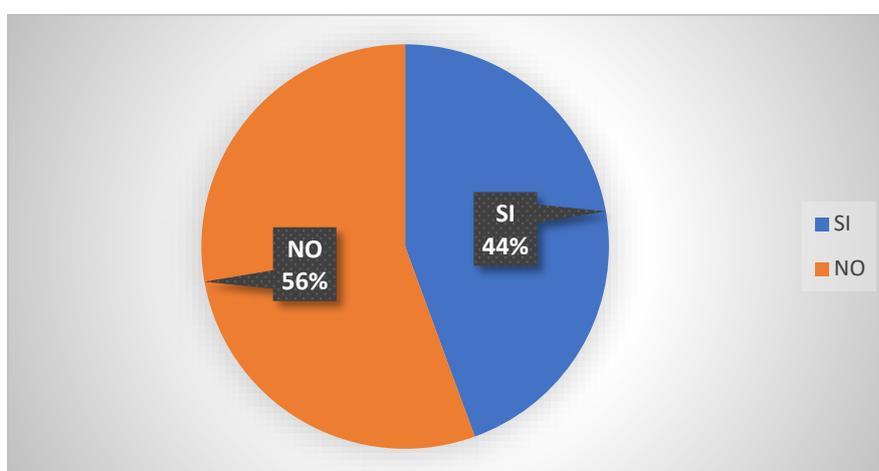
En cuanto a las cantidades de puntos de venta por zona, la cadena BIGGIE es la que tiene más locales en la capital, mientras que la cadena RETAIL está más dispersa por el departamento central, se destacan estas dos cadenas por que van a ser los clientes más importantes, el resto de cadenas está bien distribuida por capital y departamento central.

**Cadenas con mayor cobertura de mercado.**



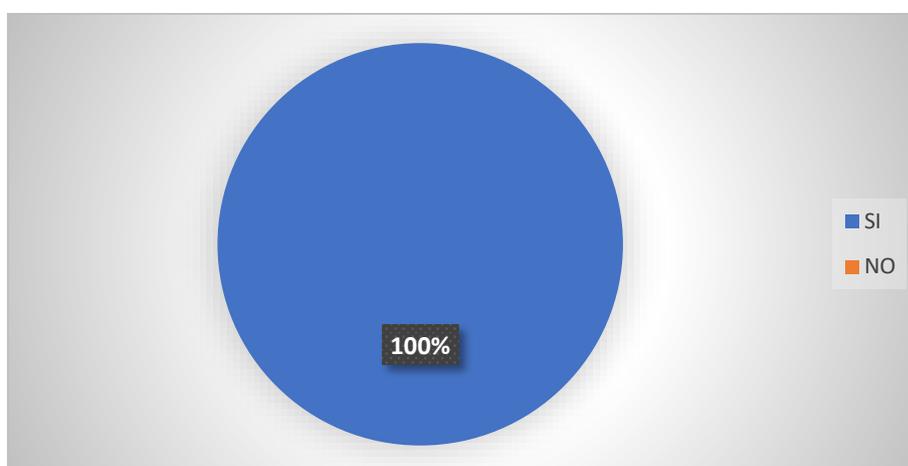
Como complemento, en este grafico se observa cuáles serían los clientes con mayor cobertura del mercado, lidera la cadena BIGGIE, seguido de RETAIL, quienes son los tienen un crecimiento de puntos diarios. El resto del mercado se divide entre las cadenas con menores cantidades de locales como se puede observar en el gráfico, quienes no dejan de ser importantes.

### 1. Vende libros en sus puntos de ventas



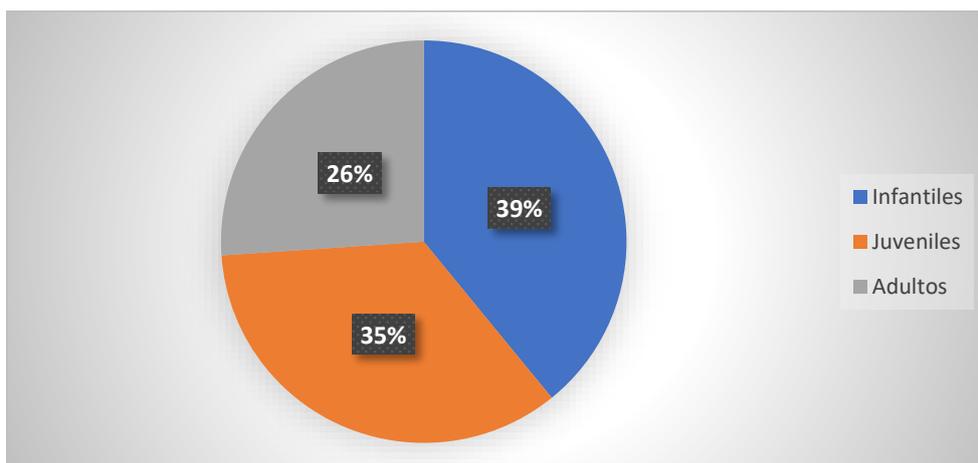
El 56% de los encuestados indicaron que no venden libros en sus puntos de venta, mientras que el 44% afirmaron que venden, eso indica que el mercado no está saturado.

### 2. Considera que puede ser un buen negocio la venta de libros en sus locales



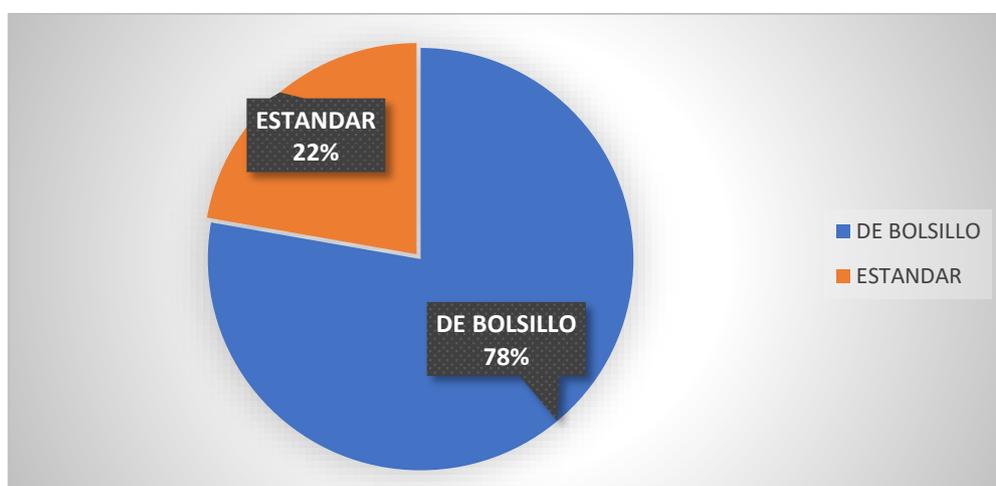
El 100% de los encuestados respondieron que consideran como un buen negocio la venta de libros, ya que aparte de la ganancia que deja como negocio, les da un plus a sus locales.

### 3. Qué tipo de libros solicita la gente



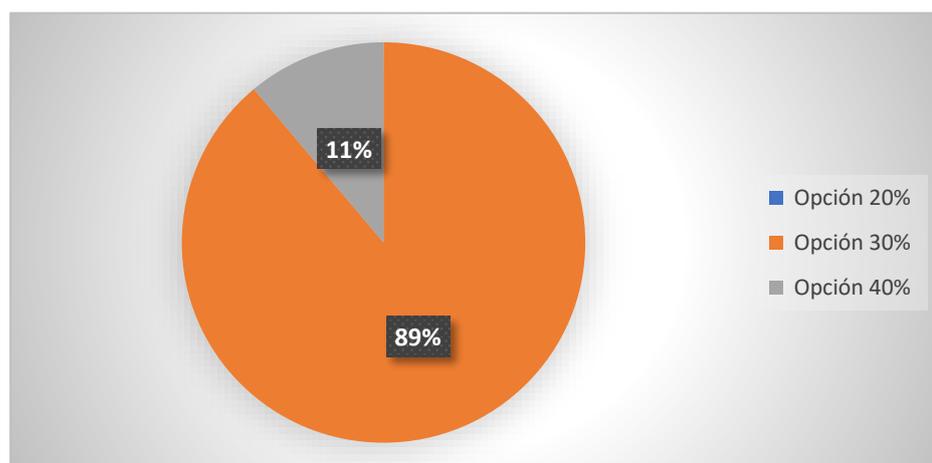
En este gráfico se observa que la gente solicita más libros infantiles, seguidos de los juveniles y último los adultos, pero lo más importante es que todo tipo de libros son solicitados y que se puede ofrecer una gran variedad dentro de cada segmento, además, indica que existe una demanda no atendida.

### 4. Qué tamaño de libros solicita la gente



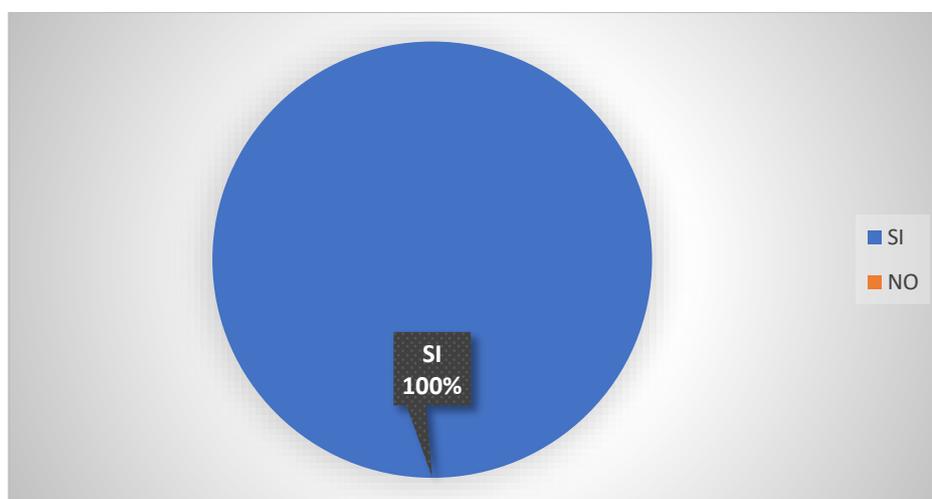
En este caso, el resultado indica que el 78% de las personas solicitan libros de bolsillo, mientras que el restante 22% busca el estándar, entonces se debe importar libros de esas características.

### 5. Qué margen busca ganar por cada producto



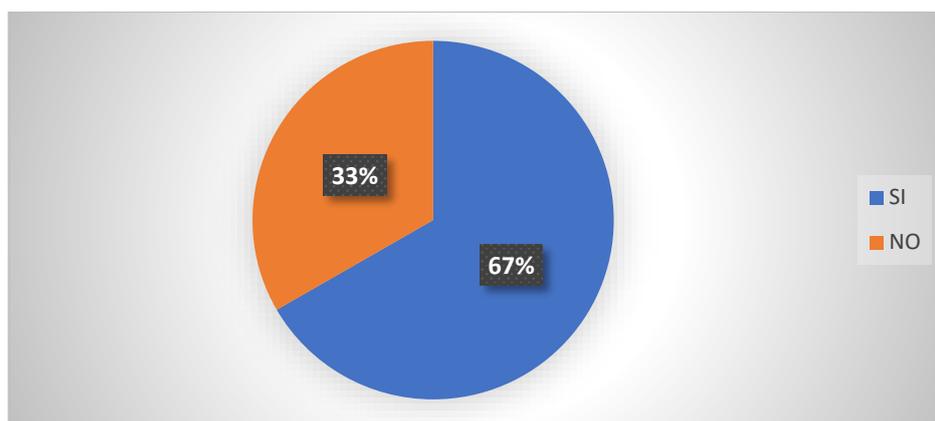
El 89% de los compradores solicitan que cada producto deje un margen de 30% de ganancia, mientras que el 11% se conforma con 20% de margen, esto indica que con el 11% de los clientes se puede obtener más ganancias.

### 6. Está dispuesto a realizar ofertas para el cliente final



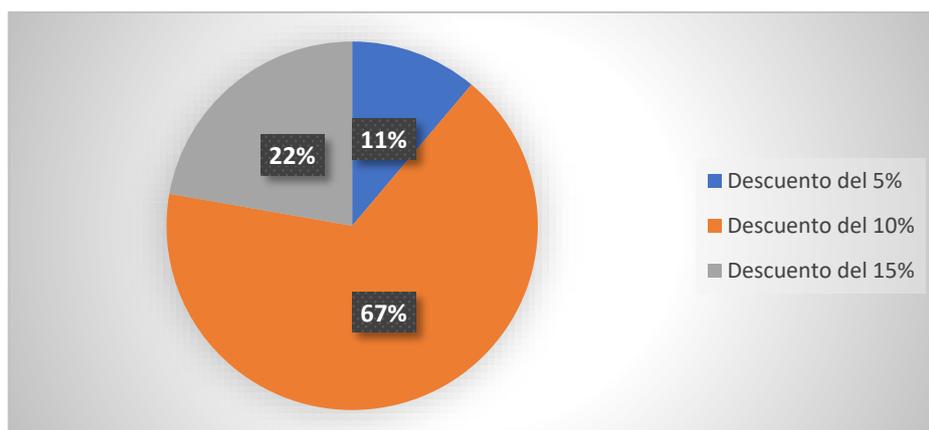
La totalidad de las cadenas están dispuestas a ofrecer al cliente final ofertas de todo tipo, eso depende de cada temporada o de cada acción a realizar, podría también hacerse para mover el stock.

### 7. Asume su cadena algún porcentaje de descuento al realizar las ofertas



Como lo indica el resultado, el 67% de las cadenas asumen porcentajes con el proveedor, eso es positivo ya que las ofertas se hacen casi mensualmente y asumiendo en conjunto el impacto es menor, generaría así mayor movimiento de stock.

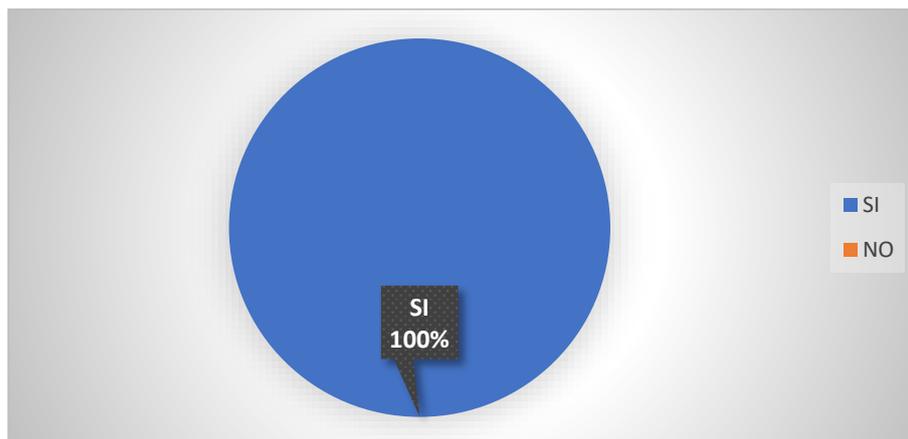
### 8. Porcentaje que asume en caso de ofertas



En este gráfico, se observa que el 11% puede asumir hasta 5% de oferta, mientras que el 22% podría asumir hasta el 15% y el 67% restante indicó que podría asumir hasta

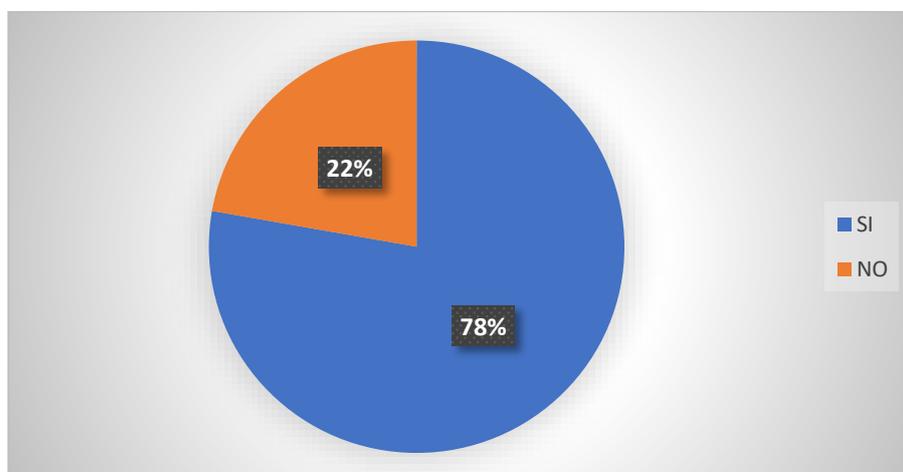
10%, esto indica que el porcentaje más aplicado de ofertas es el de 20% sobre el PVP (precio de venta al público)

**9. Cuenta en sus puntos de ventas con espacios adicionales para las exhibiciones**



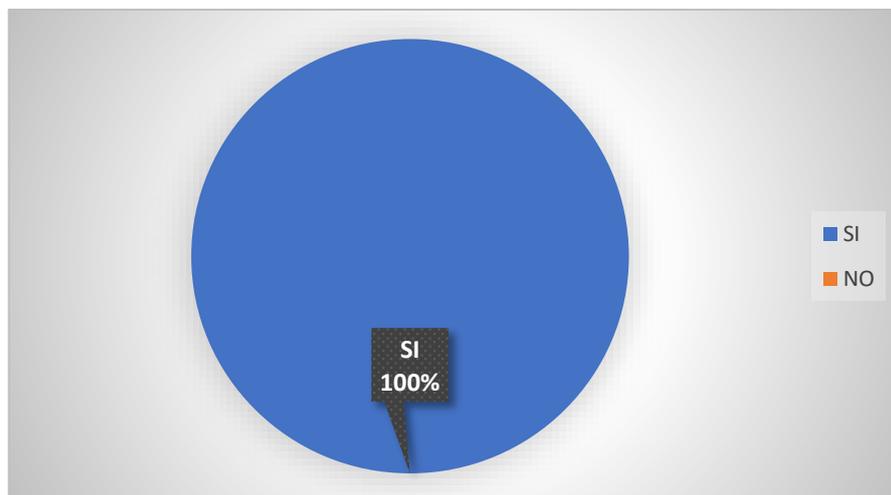
El 100% de los compradores indicaron que cuentan con espacios para las exhibiciones de productos, para mantener volumen de venta es fundamental tener buenas exhibiciones.

**10. Cuenta en sus puntos de ventas con espacios adicionales para realizar ferias**



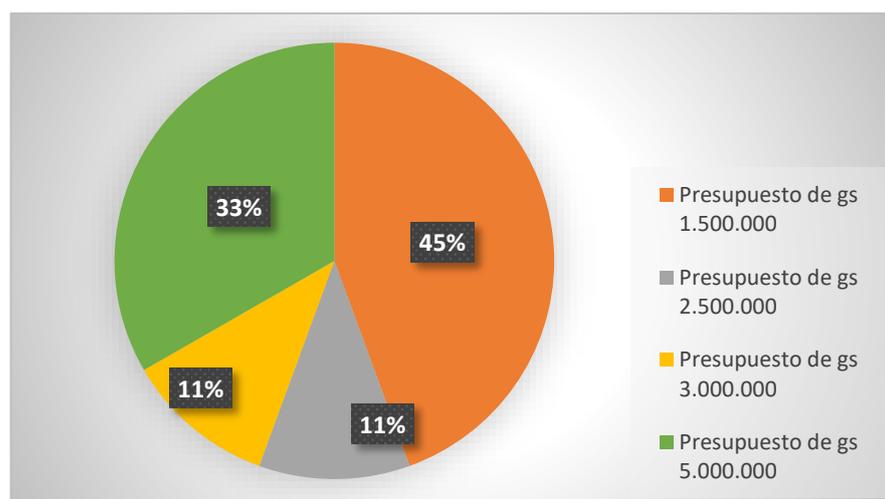
El 78% de los compradores cuenta con espacios adicionales para hacer ferias en sus puntos, mientras que el 22% no.

### 11. Requiere en sus locales el servicio de repositor



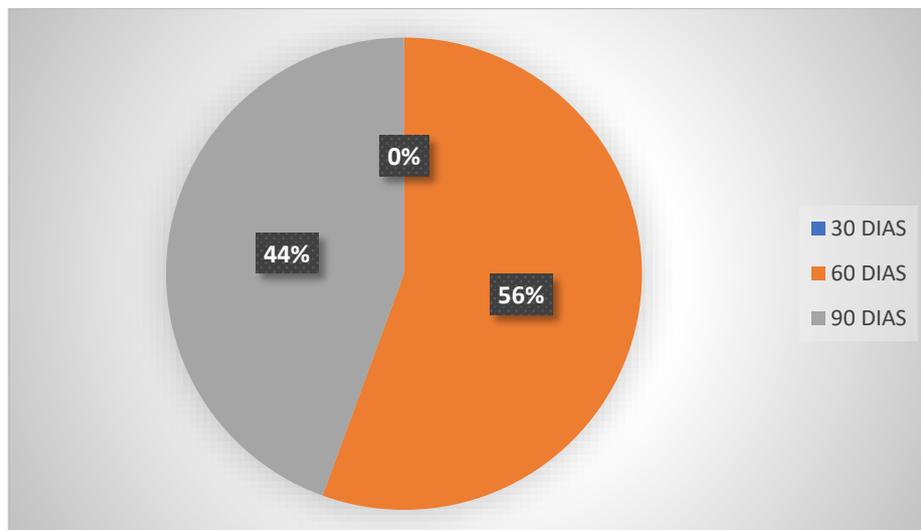
El 100% de los encuestados afirmaron que si requieren del servicio de repositor para el arreglo, acomodo y reposición de mercaderías.

### 12. Qué presupuesto tiene asignado para la compra de libros por local



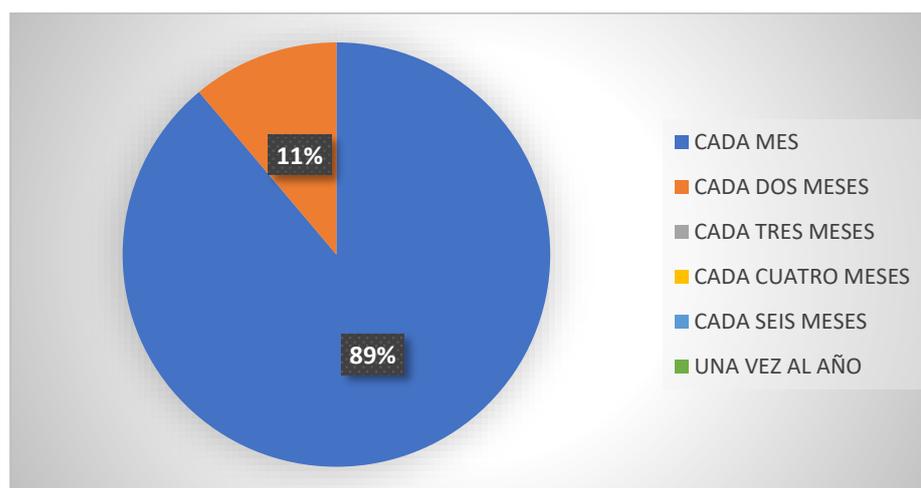
El 45% indicó que tiene asegurado G. 1.500.000 por local, mientras que el 33% más de G. 5.000.000, eso indica un buen presupuesto por local.

### 13. En qué plazo pagaría sus compras



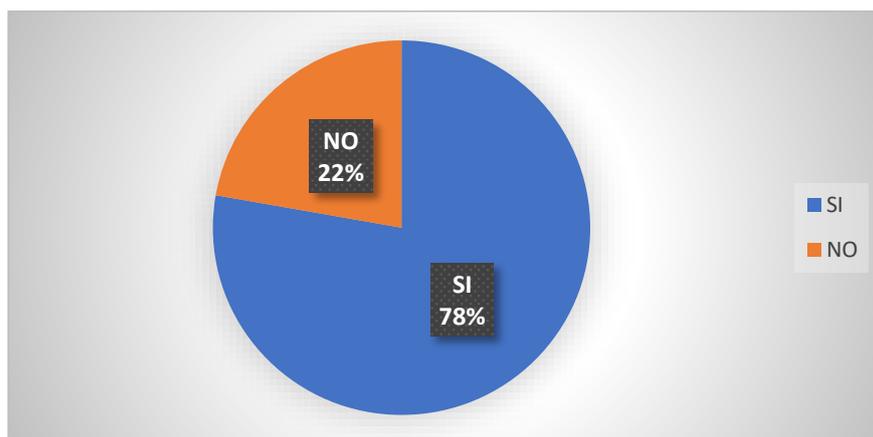
En este caso, la mayoría de los compradores tienen la posibilidad pagar en plazos de 60 días, plazo más que aceptable para que el negocio gire rápidamente, el restante 90 días.

### 14. Con qué frecuencia compra o compraría libros para sus puntos de ventas



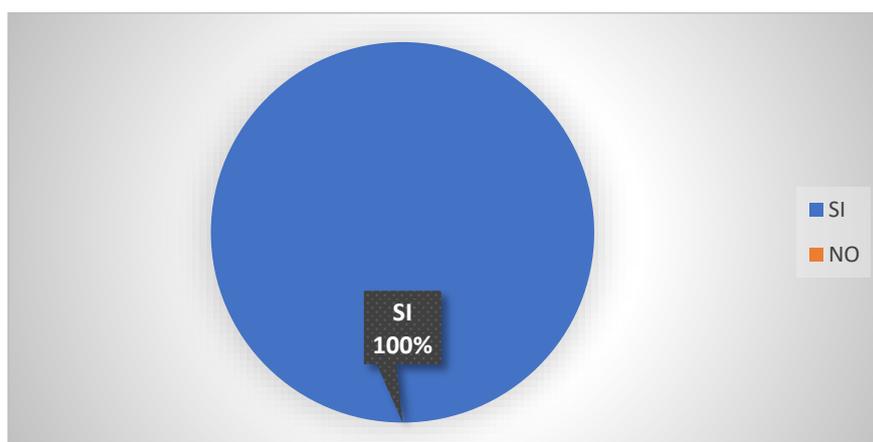
El 89% de compradores indicaron que pueden comprar libros cada mes, eso daría buena rotación de productos y también de facturas, se debe tener en cuenta que mientras más productos exhibidos, mayor es la posibilidad de venta.

### 15. Utiliza redes sociales para informarse sobre nuevos proveedores



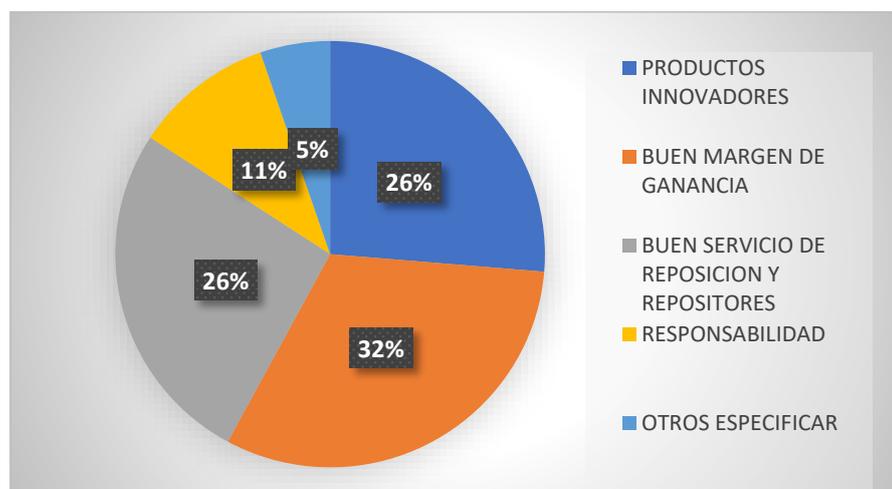
El 78% de los encuestados respondieron que usa las redes sociales para obtener información sobre productos nuevos o novedosos, para ofrecer en sus locales.

### 16. Compraría libros de una nueva importadora y distribuidora a ubicarse en la ciudad de Mariano Roque Alonso



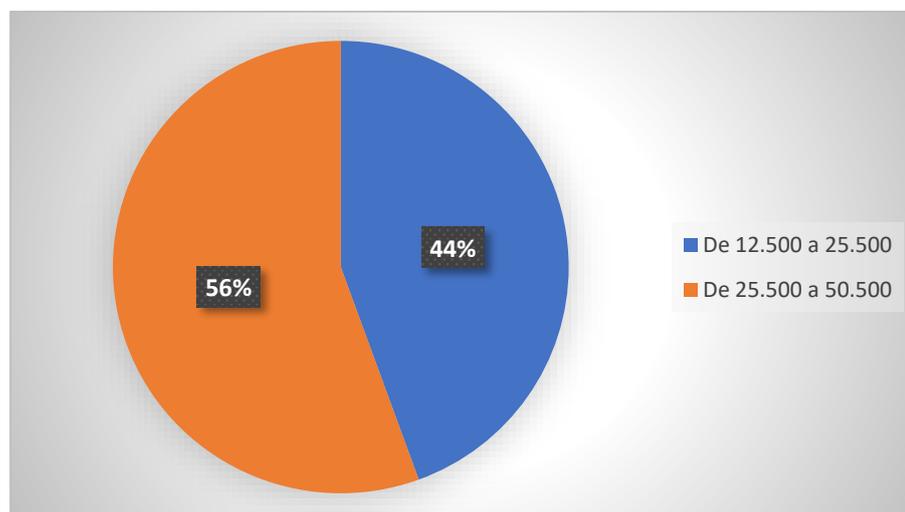
El 100% de los compradores afirmaron que comprarían de una nueva distribuidora a ubicarse en la ciudad de Mariano Roque Alonso.

### 17. Qué espera de un nuevo proveedor



El 32% de los compradores, respondieron que esperan buen margen de ganancias, mientras el 26% productos innovadores para ofrecer en sus locales y el otro 26% que prefieren un buen servicio de repositores.

### 18. Qué monto en promedio gasta el cliente final por un producto del sector de no tradicional



Según indicaron, en promedio, el cliente final gasta en productos del sector de no tradicional desde G.12.500 a G.50.500. Con esta información se puede establecer un rango estimado de precios.

## Demanda

Los resultados del estudio de mercado indican que, los supermercados tienen la capacidad adquisitiva para comprar los productos y también, el espacio necesario para la exhibición de los mismos.

Además, en base al análisis y a los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a la muestra de 9 cadenas de supermercados, se establece como mercado meta a 200 puntos de ventas, que representan aproximadamente el 60% de los supermercados existentes y que optaron por la reposición mensual de los productos sugeridos, con un poder adquisitivo estimado de 1.500.000 a 5.000.000 de guaraníes por PDV y se prevé un crecimiento paulatino.

**Tabla 1. Cantidad de libros que se necesita según la demanda y reposición de los puntos de venta.**

MERCADERIAS	2022	2023	2024	2025	2026
INFANTILES	61.200	72.000	86.400	103.680	115.200
DIDACTICOS	40.800	48.000	57.600	69.120	76.800
JUVENILES	40.800	48.000	57.600	69.120	76.800
CLASICOS UNIVERSALES	20.400	24.000	28.800	34.560	38.400
NOVELAS CONTEMPORANEOS	20.400	24.000	28.800	34.560	38.400
<b>TOTAL</b>	<b>183.600</b>	<b>216.000</b>	<b>259.200</b>	<b>311.040</b>	<b>345.600</b>
Promedio mensual	15.300	18.000	21.600	25.920	28.800
Aumento en %	-	18%	20%	20%	11%

## Oferta

Actualmente, la oferta de libros es prácticamente nula, ya que las empresas que explotan este sector no lo hacen como negocio principal y no le dan la importancia necesaria.

### **Precio y sistema comercial**

Según la mayoría de los compradores, el cliente final gasta en promedio desde G. 15.500 hasta G.30.500 en productos del sector no tradicional, en cuanto al sistema comercial, se sugieren al comprador reposiciones según la venta de cada local.

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

Con el proyecto de instalación de una distribuidora de libros en la ciudad de Mariano Roque Alonso, se puede apreciar la viabilidad de la misma, ya que, a través de los resultados obtenidos en este trabajo, se observa la gran demanda y la poca oferta del mercado, habiendo dos competidores locales que se dedican al rubro, pero lo hacen como negocio secundario, esto convierte al negocio en una gran oportunidad, con más de 200 puntos de ventas por explotar.

Como las encuestas indican, cada cadena o supermercado es manejado en este sector por un solo comprador, que está dispuestos a comprar los productos para ofrecer al cliente final, la mayoría de los compradores indico, que aún no comercializa libros en sus locales y que existe una demanda, además todos consideran como buen negocio la venta de libros y tienen un buen presupuesto para la compra de los mismos, también indicaron que cada local cuenta con el espacio disponible para la exhibición y además están de acuerdo en realizar acciones comerciales y de marketing en redes sociales para llegar a más personas, como se observa todo está predispuesto para hacer que este negocio sea potable y lo más importante sea un negocio rentable y con buenos números.

De este modo se ha podido conocer la situación actual de este rubro en el mercado.

## **Estudio Técnico**

### **Introducción al Estudio Técnico**

En el estudio técnico se analizan elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del producto y/o proceso que se desea implementar, para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcional. De ahí la importancia de analizar el tamaño óptimo de la empresa el cual debe justificar la producción y el número de consumidores que se tendrá para no arriesgar a la empresa en la creación de una estructura que no esté soportada por la demanda. Finalmente, con cada uno de los elementos que conforman el estudio técnico se elabora un análisis de la inversión para posteriormente conocer la viabilidad económica del mismo.

Un proyecto de inversión debe mostrar, en su estudio técnico, las diferentes alternativas para la elaboración o comercialización del bien, de tal manera que se identifiquen los procesos y métodos necesarios para su realización, de ahí se desprende la necesidad de maquinaria y equipos propios para la comercialización, así como la infraestructura necesario y el personal calificado para lograr los objetivos de operación de la empresa, la identificación de los proveedores y acreedores que proporcionen los materiales y herramientas necesarias para comercializar el producto de manera óptima, así como establecer un análisis de la estrategia a seguir para administrar la capacidad del proceso para satisfacer la demanda durante el horizonte de planeación. Con ello se tiene una base para determinar costos y gastos a los cuales incurrirá la empresa.

En la evaluación de proyectos se realiza en un primer momento el estudio de mercado donde se muestran las tendencias de la demanda, a partir de la identificación de

las necesidades de los clientes reales y potenciales, la oferta real y proyectada del producto o servicio, así como la comercialización y la determinación de los precios de venta; a partir de estos elementos el siguiente momento es realizar el análisis del estudio técnico el cual proporciona información cuantitativa para determinar el monto de la inversión y los costos de operación necesarios para su desarrollo.

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

El estudio técnico se desarrolla en las siguientes partes:

En el primer apartado se desarrolla la introducción, se expone el planteamiento del problema desde el punto de vista del estudio técnico, las preguntas y objetivos del estudio.

En el segundo apartado se expone el aspecto teórico, los principales términos técnicos a ser desarrollados en el estudio técnico.

En la tercera parte, el desarrollo de los componentes del estudio técnico del proyecto que abarca: análisis y determinación de la localización y el tamaño óptimo del proyecto, la disponibilidad y el costo de los suministros e insumos, la identificación y descripción del proceso, y, la determinación de la organización humana y jurídica que se requiere para la correcta operación del proyecto.

Por último, la conclusión del estudio técnico.

## **Formulación del Problema del Estudio Técnico**

¿Qué aspectos del estudio técnico se tienen en cuenta en el proyecto de importadora y distribuidora de libros?

## **Preguntas específicas del Estudio Técnico**

1. ¿Cuál sería la ubicación óptima para una importadora y distribuidora de libros?
2. ¿Cuáles serían los bienes necesarios para la instalación de una importadora y distribuidora de libros en el departamento central?
3. ¿Cuál sería la estructura organizacional adecuada para una empresa dedicada a la importación y distribución de libros?
4. ¿Cuáles son los aspectos legales que se deben de tener en cuenta para la apertura de una importadora y distribuidora de libros?

## **Objetivos**

### **Objetivo General del Estudio Técnico**

Identificar qué aspectos del estudio técnico se tienen en cuenta en el proyecto de importadora y distribuidora de libros.

### **Objetivos Específicos del Estudio Técnico**

Establecer la localización óptima para la instalación de una importadora y distribuidora de libros en el departamento central.

Determinar los bienes necesarios para la instalación de una importadora y distribuidora de libros en el departamento central.

Definir el diseño organizacional a ser implementado en la empresa dedicada a la importación y distribución de libros.

Identificar los aspectos legales que se deben tener en cuenta para la apertura de una empresa dedicada a la importación y distribución de libros.

### **Justificación del Estudio Técnico**

En el mercado actual del supermercado, se encuentra un sin número de oferentes y demandantes, lo que impacta positivamente en el crecimiento de los mismos. Cada día, los supermercados buscan productos nuevos para el ingreso a sus góndolas y las personas apuestan a encontrar todo en un solo lugar. Además, los gustos y consumo de las personas van cambiando constantemente, por lo que innovar es decisivo para el éxito de una empresa, por esto, es necesario definir correctamente cuales son los recursos necesarios y cuál es la estructura óptima para que una empresa importadora y distribuidora de libros pueda abastecer al mercado meta. Por este motivo, una vez desarrollado el apartado anterior del estudio de mercado, es necesaria la realización de un estudio técnico que permita determinar la viabilidad técnica del proyecto planteado.

### **Aspecto Teórico**

#### **Ingeniería de proyectos**

Por ingeniería de proyectos se entiende un conglomerado de conceptos y conocimientos a partir de los cuales se definen los recursos que se van a necesitar en la ejecución de un proyecto. Para llevar a cabo los diseños e implementar las soluciones necesarias es imprescindible esta figura.

Las principales características de la ingeniería de proyectos es la de planificación y coordinación. Sobre todo, del conjunto de acciones a desarrollar para que el trabajo sea ejecutado y entregado correctamente y en el tiempo establecido. Para ello, se debe efectuar un seguimiento muy de cerca del trabajo que se llevará a cabo, haciendo especial hincapié en que se cumplan los plazos establecidos y que el desarrollo del trabajo siga lo estipulado.

### **Ingeniería Básica**

La ingeniería del proyecto es una propuesta de solución a necesidades detectadas en el ámbito empresarial, social, individual, entre otros.

- *Descripción del producto:* La descripción del bien o servicio debe mostrar las especificaciones físicas del producto. Para ello será necesario identificar la materia prima o insumos que se utilizarán y los procesos tecnológicos necesarios para su fabricación o fabricación. En el caso de empresas de servicio, también se tiene que describir detalladamente en que consiste dicho servicio.

- *Descripción del proceso:* Con este elemento se pretende describir la secuencia de operaciones que llevan al bien a transformarse en un producto terminado, o describir el proceso a través del cual el producto llega a los puntos de ventas. En él se pueden incluir tiempos y requerimientos y para su mejor presentación y entendimiento se sugieren los diagramas de flujo los cuales sirven para mostrar los espacios y la transformación de los materiales hasta llegar a su última presentación (para el caso de las fábricas)

### **Determinación del tamaño óptimo del proyecto**

En este elemento del estudio técnico se cuantifica la capacidad de producción o comercialización y todos los requerimientos que sean necesarios para el desarrollo del bien, por ello se debe tomar en cuenta la demanda y de esta manera determinar la proporción necesaria para satisfacer a esa demanda.

A continuación, se muestran los factores que pueden apoyar a la determinación del tamaño óptimo del proyecto.

- **Identificación de la demanda:** El estudio de mercado entre otras cosas, tiene el propósito de mostrar las necesidades del consumidor, la demanda real, potencial y la proyectada basándose en su investigación de mercado. De ahí que la demanda es un factor importante para condicionar el tamaño del proyecto, ésta puede ser mayor al proyecto, igual o bien quedar por debajo, o sea que la proporción de demanda real y potencial puede ser mayor a la proporción de producción que tendrá el proyecto; puede ser también igual si la demanda real y potencial se ve satisfecha con la capacidad de producción del proyecto, finalmente puede quedar por debajo que consiste en ver a la demanda muy pequeña en relación con la capacidad de producción del proyecto.
- **Identificación de los insumos y suministros del proyecto:** En este punto se debe identificar la cantidad y calidad de productos que se requiere para el desarrollo del proyecto. De ahí la importancia de conocer a los proveedores, precios, cantidades de suministros e insumos respaldados por cotizaciones para establecer un compromiso, a los cuales se puede tener acceso.

- **Identificación de equipos y tecnología:** Para identificar los equipos que el proyecto requerirá es importante tomar en cuenta todos los elementos que involucren a la importación y distribución de libros, junto con toda la cadena logística. La información que se obtenga será necesaria para la toma de decisiones y para las proyecciones, ya que es importante considerarla dentro de la inversión del proyecto.

### **Marca**

La marca es el identificador comercial de los bienes y servicios que ofrece una empresa y los diferencia de los de la competencia.

La marca identifica al producto o servicio que se ofrece en el mercado y permite que los consumidores lo reconozcan. Así, por ejemplo, las bebidas gaseosas de Coca-Cola son ampliamente reconocidas por los consumidores quienes las buscan y las diferencian de otros productos muy similares.

La marca es la base sobre la cual se construye la imagen de una empresa.

### **Logotipo**

El logotipo es un símbolo que se utiliza para representar a una institución, marca, persona o sociedad. Se caracteriza por estar compuesto de imágenes, símbolos y/o letras.

El logotipo tiene como objetivo ser la representación gráfica de una compañía. Se utiliza para dar a conocer e identificar a la empresa o institución por un amplio periodo de tiempo, de tal forma que los receptores asocien a esa empresa los productos o servicios

ofrecidos por ella. Esto logra que el producto se quede en la mente del público para facilitar sus ventas.

Las empresas comunican y distinguen sus productos o servicios a través de los logotipos; otorgándole beneficios tanto a los responsables como a los consumidores. A los primeros les está dando un valor agregado a sus productos y servicios, mientras que a los segundos les indica calidad o valor.

### **Localización del proyecto**

La localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de establecer el lugar que ofrece los máximos beneficios, los mejores costos, es decir, en donde se obtenga la máxima ganancia, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario, si se trata de un proyecto social.

En la localización óptima del proyecto se encuentran dos aspectos: la Macro localización (ubicación del mercado de consumo; las fuentes de materias primas y la mano de obra disponible) y la Micro localización (cercanía con el mercado consumidor, infraestructura y servicios). (Baca, 2010).

### **Macro localización**

La macro localización de los proyectos se refiere a la ubicación de la macrozona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto.

Para la macro localización, se debe analizar en estas zonas a seleccionar, las que ofrezca las mejores condiciones con respecto a:

- Ubicación de los Consumidores o usuarios

- Localización de M.P. y demás insumos
- Vías de comunicación y medios de transporte
- Infraestructura de servicios públicos
- Políticas, planes o programas de desarrollo
- Normas y regulaciones específicas
- Tendencias de desarrollo de la región
- Interés de fuerzas sociales y comunitarias.

### **Micro localización**

El análisis de micro localización indica cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macrozona elegida.

Para la micro localización, se tendrán en cuenta los siguientes factores:

- Disponibilidad y Costos de Recursos.
- Otros Factores: Ubicación de la competencia, limitaciones tecnológicas y consideraciones ecológicas.
- Costos de transporte de insumos y de productos.

### **Equipamiento**

Expone Coda Benítez (2004), “consiste en el dimensionamiento de maquinarias y equipos, tiene por objeto elaborar datos orientadores sobre el equilibrio óptimo que el proyecto requiere en función a la disponibilidad de la materia prima o del mercado del producto final” (p. 15).

## **Organización**

Según Koontz y Weihrich (1999), define la organización como la identificación, clasificación de actividades requeridas, conjunto de actividades necesarias para alcanzar objetivos, asignación a un grupo de actividades a un administrador con poder de autoridad, delegación, coordinación, y estructura organizacional.

Una Organización es un sistema de actividades conscientemente coordinadas, formado por dos o más personas cuya cooperación recíproca es esencial para la existencia de aquella. Esto según la definición de John M. Ivancevich, Peter Lorenzi (1997).

Las organizaciones son entidades sociales, dirigidas a metas diseñada con una estructura deliberada y con sistema de actividad coordinados y vinculadas con el ambiente externo. Según definición dada por Richard L. Daft (2001).

En conclusión, una organización es un sistema en el que un grupo de personas se interrelacionan entre sí para alcanzar metas y lograr objetivos planteados.

## **Misión**

“La misión de una empresa es el fundamento de prioridades, estrategias, planes y tareas; es el punto de partida para el diseño de trabajos de gerencia y, sobre todo para el diseño de estructuras de dirección” (David, 2003).

## **Visión**

En este sentido Flor Romero (2006) menciona que la visión “Indica la dirección que se debe seguir para realizar un deseo o lograr un objetivo. Representa la posibilidad de ver más allá del presente y de crear el futuro deseado” (p. 143).

### **Organigrama**

Según Flor Romero (2006), se define como: Es la representación gráfica de la estructura organizacional de una empresa o institución; o de un sector o área de la misma. En este se especifican las líneas de mando y demás relaciones formales entre los distintos sectores de la estructura organizacional, así como los niveles jerárquicos y la división del trabajo de sus diversos órganos. (p. 358).

### **Manual de funciones**

Flor Romero (2006), expone que “es un conjunto integrado de organigramas, y descripción de funciones correspondientes a los respectivos sectores y cargos de una empresa o institución”.

### **Flujograma**

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

Disponible en <https://economipedia.com/definiciones/flujograma.html>

Consultado en fecha 18/12/2021.

### **Aspecto Metodológico del Estudio Técnico**

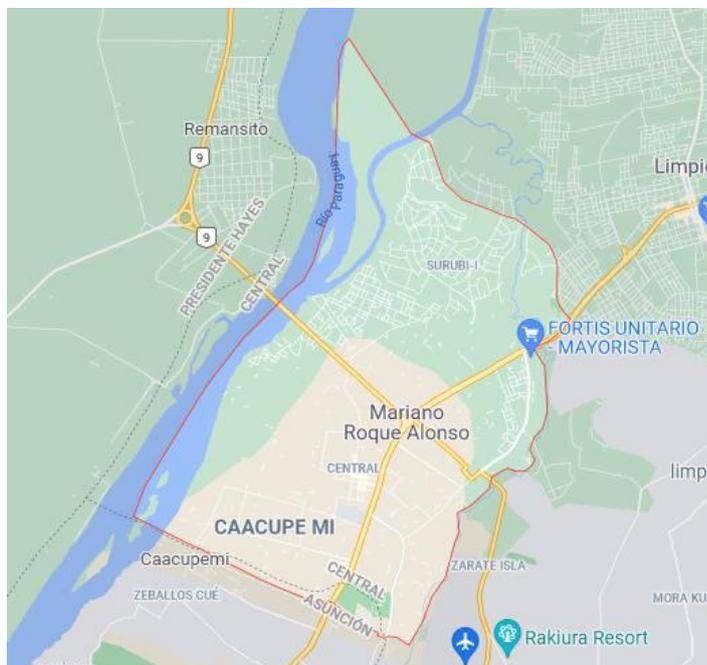
La metodología aplicada para el desarrollo de este apartado es la revisión bibliográfica, consulta a expertos y en normas legales vigentes. Mediante la cual se pudo obtener resultados para establecer la localización óptima de la empresa proyectada, la ingeniería del proyecto, la estructura organizacional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

## Desarrollo del Estudio Técnico

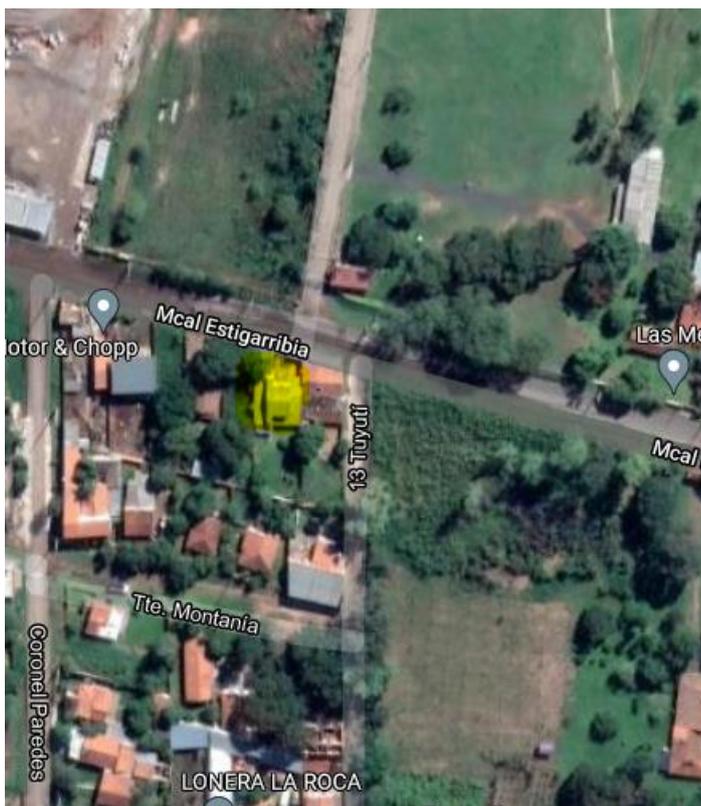
### Ingeniería del Proyecto

#### Localización óptima de la empresa

La importadora y distribuidora de libros estará ubicada en el Departamento Central, específicamente en la ciudad de Mariano Roque Alonso, en el barrio Caacupemi, sobre la calle Mariscal Estigarribia c/ 13 Tuyuti.



*Figura N° 3. Macrolocalización de la empresa*



*Figura N° 4 Microlocalización de la empresa*

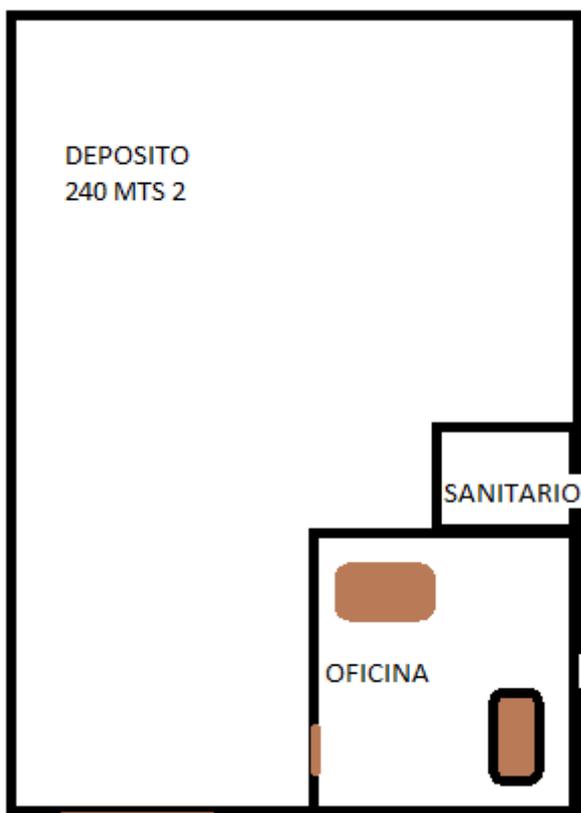
### **Factores de Localización**

Los factores por el cual se optó por la localización del negocio fueron:

- Ubicación estratégica de la ciudad
- Bajo costo de alquiler

### **Detalles de los bienes para el Funcionamiento**

Se prevé el alquiler de un local en la ciudad de Mariano Roque Alonso, para la instalación de la importadora y distribuidora de libros, el local cuenta con una oficina de 25 mts<sup>2</sup> y un depósito de 240 mts<sup>2</sup>, cuenta con cámaras de seguridad instaladas en el interior y exterior del local.



*Figura N° 5. Distribución física del local.*

El local será adecuado acorde al plano, contará con una oficina corporativa, un sanitario, y un amplio depósito de 240 mts<sup>2</sup>.

### **Equipamiento necesario**

El local requiere de equipamiento acorde al giro del negocio. En las siguientes tablas se presentan en detalle los bienes en los que se deberán invertir para la puesta en marcha de la empresa proyectada.

**Tabla 2. Muebles y equipos de oficina**

<b>Muebles y Equipos</b>	
<b>Cant.</b>	<b>Descripción</b>
4	Escritorios
4	Sillas de oficinas
4	Sillones de estar
4	Estante archivador MDF
2	Pizarra acrílica 1.50 x 1.00
5	Extintores de 10 kg
1	Aire Split de 18000 BTU
1	Mesa de reuniones

**Tabla 3. Equipos Informáticos**

<b>Equipos Informáticos</b>	
<b>Cant.</b>	<b>Descripción</b>
4	Notebooks
1	Sistema de Gestión
1	Impresora Multifunción

Los muebles y equipos informáticos serán adquiridos para llegar a los objetivos trazados en el mercado. Las instalaciones están de acuerdo a los requerimientos del tamaño del proyecto.

**Tabla 4. Instalaciones**

<b>Instalaciones</b>	
<b>Cant.</b>	<b>Descripción</b>
50	Pallets de madera 1,20 x 80

El depósito tendrá una capacidad de almacenamiento de aproximadamente 60.000 (sesenta mil) libros en stock y un despacho de 25.000 (veinticinco mil) unidades en promedio mensualmente.

**Tabla 5. Rodados**

<b>Rodados</b>	
<b>Cant.</b>	<b>Descripción</b>
1	Toyota Funcargo

Se considera la compra de un vehículo para la realización de repartos en cada punto de venta.

**Organización**

**Razón social**

Importadora y Distribuidora JO S.R.L

**Tipo de empresa**

Sociedad de Responsabilidad Limitada

**Actividad principal**

Importación y distribución de libros

**Logo**



## **Slogan**

‘‘Libros a tu alcance’’

## **Filosofía Organizacional**

Liderar la comercialización de productos culturales. Importar y distribuir productos, que por su precio y calidad sean competitivos e innovadores. Generar y mantener en toda la organización una cultura de servicio a los clientes, con altos estándares de calidad.

## **Misión**

Somos una empresa líder en Paraguay en la distribución de libros, satisfaciendo las necesidades del cliente a través de la calidad de nuestros productos, del servicio personalizado, mercadeo, eficiencia y rentabilidad, con responsabilidad frente a nuestros accionistas, colaboradores, proveedores y a la sociedad en general.

## **Visión**

Ser una organización líder a nivel nacional en distribución de libros importados, con un portafolio diversificado de productos y marcas de excelente calidad, capaz de adaptarse a los cambios para satisfacer de manera oportuna las necesidades de nuestros clientes.

## **Valores**

**Respeto:** A las personas, el ambiente y las opiniones. Impulsando el trato digno a los compañeros, clientes y la sociedad.

**Honestidad:** buscando los objetivos, con sinceridad en las acciones, pensamientos y corazón.

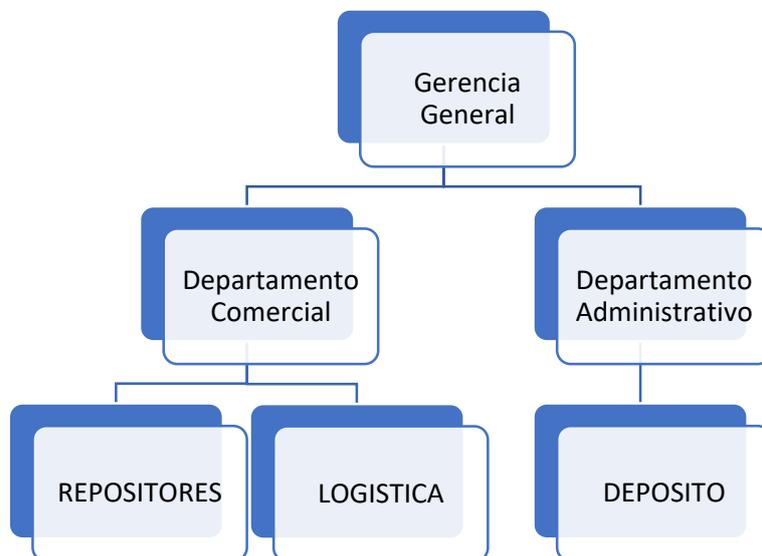
**Responsabilidad:** Es necesario crear de la responsabilidad un hábito,

**Tolerancia:** Aceptar a todas las personas con sus opiniones, diversidad cultural, social o religiosas.

**Solidaridad:** La colaboración colectiva con la sociedad.

### Organigrama

**Gráfico N° 4. Organigrama**



**Manual de Organización y funciones****Cuadro N° 1 – Gerente General**

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
	<b>Sector:</b> Gerencia General
	<b>Nombre del Cargo:</b> Gerente General
	<b>Cargo al que reporta:</b> Ninguno
	<b>Cargo que supervisa:</b> Todos los demás cargos
	<b>Función General:</b> Responsable de la operativa comercial, administrativa y financiera
	<b>Funciones Específicas:</b>
1.	Tiene la responsabilidad general de administrar los elementos de ingresos y costos de la compañía.
2.	Vela por todas las funciones de mercado y ventas de la empresa, así como las operaciones del día a día.
3.	Controla y supervisa la óptima utilización de los recursos de la empresa.

**Cuadro N° 2 – Departamento Comercial**

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
	<b>Sector:</b> Departamento Comercial
	<b>Nombre del Cargo:</b> Ejecutivo Comercial
	<b>Cargo al que reporta:</b> Gerencia General
	<b>Cargo que supervisa:</b> Logística y reposidores
	<b>Función General:</b> Es la persona encargada de todo lo comercial
	<b>Funciones Específicas:</b>
1.	Encargado de la comercialización y promoción de los productos de la empresa.
2.	Buscar clientes potenciales.
3.	Presenta proyectos, seguimiento de clientes, lograr cierres de contratos.
4.	Alcanzar sus objetivos y metas de ventas.
5.	Coordinar las entregas y exhibiciones.
6.	Se encarga de cobrar a los clientes.

**Cuadro N° 3 – Departamento Administrativo**

<b>Sector:</b> Departamento Administrativo	
<b>Nombre del Cargo:</b> Encargado administrativo	
<b>Cargo al que reporta:</b> Gerencia General	
<b>Cargo que supervisa:</b> Deposito	
<b>Función General:</b> Es la persona encargada del proceso administrativo de la empresa y de la caja.	
<b>Funciones Específicas:</b>	
1.	Encargado de todos los temas administrativos relacionados con recursos humanos, nómina, pagos de salarios, descuentos, vacaciones, etc.
2.	Encargado de la facturación y notas de crédito.
3.	Manejo del archivo administrativo y contable.
4.	Pago a proveedores.
5.	Monitoreo de las compras necesarias para depósito.
6.	Responsable de las compras y procesos de importación

**Cuadro N° 4 - Logística**

<b>Sector:</b> Logística	
<b>Nombre del Cargo:</b> Chofer	
<b>Cargo al que reporta:</b> Departamento Comercial	
<b>Cargo que supervisa:</b> Ninguno	
<b>Función General:</b> Realizar la distribución de los productos a los puntos de ventas.	
<b>Funciones Específicas</b>	
1.	Conduce prudentemente el rodado de la empresa.
2.	Transporta, carga y descarga mercaderías, materias primas e insumos.
3.	Cumple todas las instrucciones del jefe del departamento comercial
4.	Cumple con las rutas de entrega de mercaderías en el área correspondiente.
5.	Se encarga del mantenimiento y funcionamiento del vehículo de la empresa.
6.	Verifica las mercaderías con las facturas a entregar antes de partir.
7.	Realiza las cobranzas de ventas al contado.

**Cuadro N° 5 - Repositor**

<b>Sector:</b> Logística	
<b>Nombre del Cargo:</b> Repositor	
<b>Cargo al que reporta:</b> Departamento Comercial	
<b>Cargo que supervisa:</b> Ninguno	
<b>Función General:</b> Realizar la cobertura de los puntos de ventas	
<b>Funciones Específicas</b>	
1.	Se encarga de la exhibición de los productos
2.	Mantiene ordenado los espacios asignados
3.	Realiza inventarios para posteriormente reponer
4.	Encargado de mantener y conseguir los espacios en cada punto

**Cuadro N° 6 – Encargado de depósito**

<b>Sector:</b> Departamento Administrativo	
<b>Nombre del Cargo:</b> Encargado de deposito	
<b>Cargo al que reporta:</b> Departamento Administrativo	
<b>Cargo que supervisa:</b> Ninguno	
<b>Función General:</b> Su función principal la y mercaderías	
<b>Funciones Específicas</b>	
1.	Planificación, organización, coordinación, supervisión y control de todas las actividades relacionadas a la recepción, almacenamiento y distribución de los productos a fin de cumplir con la entrega a los clientes en tiempo, forma y de acuerdo a políticas y delineamientos aprobados.
2.	Control completo del depósito y el stock, monitoreo y arqueos que aseguren que no existan faltantes.

	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b>	<b>Fecha de Vigencia:</b> <b>Autorización:</b> <b>Actualización:</b>
<b>Proceso: Procedimiento de Venta</b>		
<p><b>Objeto del Ciclo</b></p> <p>Documento interno de la organización destinado a orientar al equipo comercial mediante una serie de directrices acompañadas de información básica para el desempeño eficiente de la tarea de ventas y mayor eficacia en el desempeño de su trabajo.</p> <p><b>Dependencias involucradas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Departamento Comercial</li> <li>- Departamento Administrativo</li> <li>- Deposito</li> <li>- Logística</li> </ul> <p><b>Formularios utilizados en el proceso</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Orden de compra.</li> <li>- Nota de pedido.</li> <li>- Factura</li> </ul> <p><b>Detalle del proceso</b></p> <p><b>Departamento Comercial:</b> Envía sugerido de venta o de reposición.</p> <p><b>Cliente:</b> Recibe sugerido y envía orden de compra (OC), según sugerido al Departamento Comercial.</p> <p><b>Departamento Comercial:</b> Recibe la orden de compra (OC) y confecciona la nota de pedido (NP).</p> <p><b>Deposito:</b> Recibe la nota de pedido y prepara mercadería.</p>		

**Departamento Administrativo:** Recibe nota de pedido y factura (FC) según orden de compra.

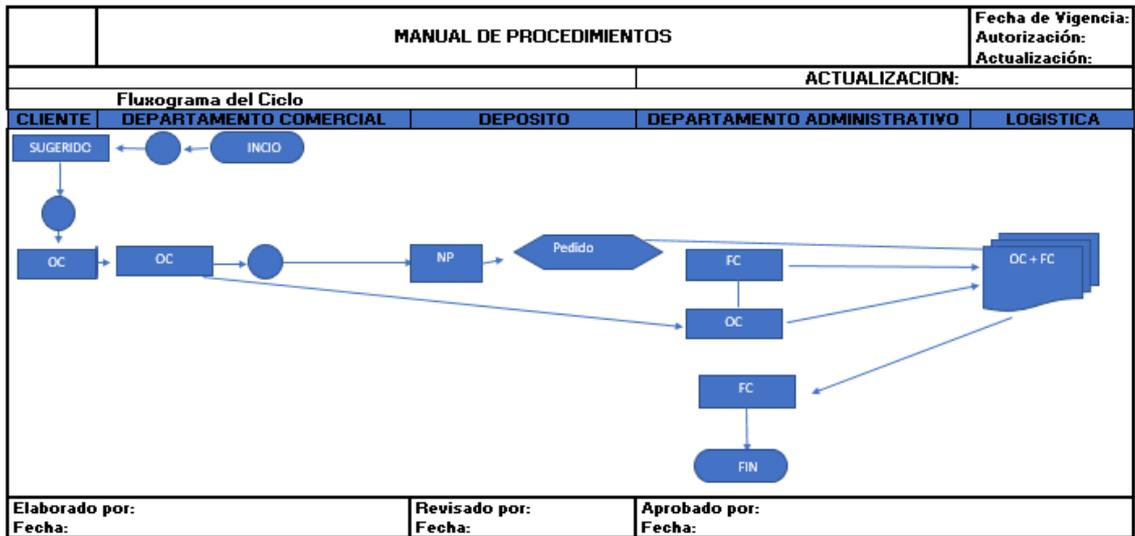
**Deposito:** Recibe factura y entrega a Logística.

**Logística:** realiza la entrega en el punto de venta.

**Repositor:** Recibe la mercadería en el punto de venta y lo exhibe.

**Departamento Administrativo:** Recibe los documentos, los verifica y procede a archivar.

<b>Elaborado por:</b>		<b>Revisado por:</b>		<b>Aprobado por:</b>	
<b>Firma:</b>	<b>Fecha:</b>	<b>Firma:</b>	<b>Fecha:</b>	<b>Firma:</b>	<b>Fecha:</b>



		<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b>	<b>Fecha de Vigencia: Autorización: Actualización:</b>
		Inicio/Fin	
		Operación	
		Traslado	
		Formulario o Documento	
		Preparación	
		Multidocumentos	
<b>SUGERIDO</b> OC NP FC		<b>SUGERIDO DE COMPRA</b> ORDEN DE COMPRA NOTA DE PEDIDO FACTURA CREDITO	
<b>Elaborado por:</b> Firma	<b>Revisado por:</b> Fecha:	<b>Aprobado por:</b> Fecha:	

## Aspectos Legales

### Disposiciones legales para la apertura de la empresa proyectada

#### Constitución de la Empresa

La empresa se constituirá como Sociedad de Responsabilidad Limitada dentro del mercado paraguayo y se tomarán en cuenta todos los pasos y costos de constitución para este tipo de Sociedad que se detalla a continuación.

## **Sociedad Responsabilidad Limitada**

Dos o más personas físicas o jurídicas pueden establecer una compañía en forma de una sociedad de responsabilidad limitada. Estas sociedades pueden adoptar cualquier denominación, inclusive el nombre de uno o más de los socios, seguida por las palabras Sociedad de Responsabilidad Limitada o SRL.

Este tipo de sociedad no puede funcionar como banco, financiera, ni de seguros o de ahorro y préstamo.

La SRL podrá operar una vez que el contrato social haya sido inscripto en el Registro Público de Comercio. Esta inscripción no es obligatoria, pero su omisión creará para todos los socios una responsabilidad ilimitada con respecto a terceros.

Disponible en [¿Cómo crear una Sociedad de Responsabilidad Limitada? | Temas Legales \(guioteca.com\)](#)

Consultado en fecha 19/12/2021.

## **Requisitos particulares para la Apertura**

### **Constitución de una SRL**

Una SRL puede ser formada por dos personas, pero no más de 25. Se formaliza el contrato social en una escritura pública.

### **Capital social**

El capital social no puede estar representado por acciones nominativas, endosables ni al portador. El capital se divide en cuotas nominativas de un valor de Gs. 1.000 cada una o de múltiplos de esa suma, que quedará indicado en el contrato social.

El capital social debe estar totalmente suscripto y por lo menos el 50% debe estar integrado en dinero efectivo, completándose la integración en el plazo de dos años.

No hay requisito de capital mínimo, pero éste debe ser suficiente para cumplir con el objeto que se proponga la SRL. Las compañías que se dediquen a la exportación o a la importación deberán cumplir con ciertos requisitos que impone el Banco Central del Paraguay.

El capital social puede ser incorporado también en especie o en activos fijos, que deberán ser transferidos a nombre de la sociedad en el documento de constitución o bien una vez que el contrato social haya sido inscripto en el Registro Público de Comercio. Los socios continúan siendo responsables solidariamente hacia terceros por el valor de los bienes y activos en especie incorporados como capital.

### **Responsabilidad de los socios**

Los socios sólo garantizan ilimitada y solidariamente a los terceros la integración de los aportes en dinero, así como la efectividad y valor asignados a los aportes en especie.

En caso de transferencia de cuota, la garantía subsiste solidariamente con los adquirentes, por las obligaciones sociales contraídas hasta dos años después de inscribirse la cesión. Cualquier pacto en contrario no será oponible a terceros.

Disponible en [https://victor-miguel-benitez.blogspot.com/2017/09/sociedad-de-responsabilidad-limitada\\_24.html](https://victor-miguel-benitez.blogspot.com/2017/09/sociedad-de-responsabilidad-limitada_24.html).

Consultado en fecha 19/12/2021.

### **Inscripción en los registros públicos**

1. Inscripción en la Matrícula del Comerciante.
2. Inscripción en el Registro Público de Comercio y en el Registro Público de Personas Jurídicas.
  - Matrícula del comerciante

La Matrícula de Comerciante deberá ser solicitada al Juez de Comercio, a cuyo efecto el interesado expresará, carta mediante:

- Su nombre, domicilio, estado civil y nacionalidad, y tratándose de una sociedad, el nombre de los socios y la firma social aportada;
  - La determinación del género de su actividad;
  - Lugar o domicilio del establecimiento u oficina;
  - El nombre del gerente o encargado del establecimiento; y
  - Adjuntará los documentos que justifiquen su condición.
  - Inscripción en la Matrícula del Comerciante en el Palacio de Justicia, Dirección General de los Registros Públicos, Sección Registro Público de Comercio.
  - Presentar carta dirigida al Juez de Turno y firmada por un abogado patrocinante, solicitando la inscripción en la Matrícula del Comerciante, adjuntando fotocopia autenticada de Cédula de Identidad.
- Inscripción en la Dirección de apoyo del Ministerio de Hacienda. (RUC)

✓ Llenar los formularios:

605 solicitud de Inscripción de Personas Jurídicas, firmado por el Representante Legal.

✓ Presentar Fotocopias de:

Escritura de Constitución de Sociedad o Estatuto (Autenticada por Escribano)

Inscripción en el Registro Público de Comercio.

Inscripción en el Registro de Personas Jurídicas.

Cédula de Identidad Paraguaya o Cédula de Migración de los socios.

Recibo de las publicaciones en periódico autorizado.

Boleta de pago de Impuesto Inmobiliario o Contrato de Alquiler del domicilio legal.

### **Rúbrica de libros contables**

Este paso se aplica cuando la empresa deba tributar el IVA e Impuesto a la Renta. Presentar una carta dirigida a la Dirección General del Registro Público firmada por un abogado patrocinante, solicitando la rúbrica del libro diario, libro mayor y del libro inventario acompañando también los libros de compras y de ventas.

Acompañar de:

- Libro diario, libro inventario y libro mayor.
- Libro de Compras y de Ventas.
- Fotocopia de la matrícula de comerciante.
- Fotocopia de cédula de identidad autenticada por escribanía.
- Fotocopia de RUC (Registro Único de Contribuyente)

### **Patente municipal**

La patente municipal es el segundo trámite se realizará para la apertura del negocio en el Municipio correspondiente al lugar donde funciona la empresa.

### **Requisitos exigidos en la Municipalidad de Mariano Roque Alonso**

- ✓ Llenar y presentar el formulario de Declaración Jurada de Licencia Municipal.
- ✓ Presentar original del Balance de Apertura visado por Impuesto a la Renta, presentado en la Dirección de Apoyo del Ministerio de Hacienda)
- ✓ Presentar fotocopia autenticada por escribanía de:
- ✓ Cédula de Identidad Policial
- ✓ Registro Único de Contribuyente
- ✓ Boleta de pago actualizado de tasas especiales
- ✓ Boleta de pago actualizado de impuesto inmobiliario
- ✓ Contrato de Alquiler (cuando se es inquilino)
- ✓ Requisito específico dependiendo de la actividad a la que se dedicará la empresa.

### **Registro de marca**

Este es el tercer paso para la apertura de la empresa, registrar el nombre “Importadora y Distribuidora JO S.R.L.” como un activo y denominación que la caracteriza con las personas, clientes, proveedores, etc. Todo el proceso y significado de lo que significa una marca se detalla a continuación.

Una marca es un nombre, término, señal, símbolo, signo o una combinación de éstos, con los que se pueden identificar los productos o servicios para diferenciarlos de otros. La marca sintetiza las características del producto o servicio, formando una imagen en la mente del consumidor.

Para obtener un registro de marca es necesario presentar el pedido en la Dirección de la Propiedad Industrial (DPI) dependiente del Ministerio de Industria y Comercio, a través de un agente (Abogado autorizado para dicho efecto), que lo realizará en base a las normas establecidas en la Ley de Marcas (Ley No. 751/79 y su modificación Ley No. 1285/87).

La marca es un bien de valor real y constituye el activo de la empresa. El titular de una marca registrada tiene derecho a oponerse al registro o uso de cualquier otra que pueda inducir directa o indirectamente a la confusión, evitando que otros fabriquen el mismo producto o presente el mismo servicio con su marca registrada.

### **Como se registra una marca**

Presentar el pedido en la Dirección de la Propiedad Industrial (DPI) del Ministerio de Industria y Comercio (MIC), a través del formulario Solicitud de Registro de Marca debidamente completado y firmado por el solicitante y su abogado patrocinante (abogado matriculado por la DPI como agente para realizar los trámites de registros de marcas).

La solicitud debe presentarse en la Mesa de Entrada de la DPI, en donde se realiza la búsqueda de antecedentes para verificar que la marca no haya sido ya solicitada o registrada y posteriormente se ordena la publicación de la solicitud de registro de marca, otorgándose un plazo de 60 días hábiles para manifestaciones de terceros y en caso de no haber oposición, la DPI concede el registro.

Todos los pasos y exigencias se encuentran establecidos en la Ley 751 de 1979. La duración de los trámites para registrar una marca es de seis meses en adelante.

### **Plazo y Validez**

El plazo de validez del registro de una marca es de 10 años, contados a partir de la fecha de concesión del registro. La solicitud de renovación deberá presentarse dentro del año anterior a la fecha de vencimiento.

La marca registrada en el Paraguay solo tiene validez dentro del país.

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

Cuando la empresa tenga uno o más empleados deberá realizar la inscripción patronal en el IPS (Dpto. Patronal) y pagar el seguro social mensualmente.

#### **Requisitos:**

- ✓ Llenar los formularios de Inscripción Patronal (una sola vez) y Comunicación de Entrada del Empleado (por cada empleado contratado)
- ✓ Adjuntar fotocopia de Cédula de Identidad del patrón y los empleados
- ✓ RUC de la empresa

En caso de ser una sociedad, presentar fotocopia autenticada por escribano de la escritura de Constitución inscrita en el Registro Público de Comercio.

#### **Planillas a presentar a I.P.S**

Completar la Planilla de Aportes pre impresa y pre confeccionada con datos del mes anterior entregadas por el I.P.S., la que deberá estar firmada por el representante legal de la empresa, cuando las variaciones de salario correspondan a algún código que aparece

de referencia en el formulario, se deberá adjuntar la documentación respaldatoria de la variación (reposo de IPS, solicitud de vacaciones, liquidación firmada por el afectado).

La planilla debe ser fiscalizada en la Caja de Recaudaciones previamente al pago en la Caja. Estas gestiones se realizan en las oficinas del IPS en Herrera y Constitución.

### **Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social**

Cuando la empresa tenga uno o más empleados y luego de realizar la inscripción patronal en el IPS, deberá hacerlo también en el Ministerio de Justicia y Trabajo (Dirección del Trabajo, Oficina de Estadísticas).

#### **Requisitos:**

- Llenar los formularios de Solicitud de Inscripción Patronal y presentar una nota de Comunicación de Entrada de Empleados.
- Adjuntar fotocopia autenticada de:
- Inscripción Patronal en IPS, RUC
- Cédula de Identidad del patrón o representante legal, y de los empleados
- Lista de nombres de los empleados
- Poder otorgado al representante legal, si lo hubiere
- Patente Municipal
- Acta de Constitución de la Empresa.

## **Obligaciones Patronales**

### **Inscripción en el Registro Patronal**

Todos los empleadores de la República deben proceder a la inscripción en el Registro habilitado por la Autoridad Administrativa del Trabajo - Dirección del Trabajo - en el plazo máximo de 60 días desde el inicio de la relación laboral presentando la siguiente documentación:

- Copia autenticada de Cédula de Identidad Paraguaya, para extranjeros presentar además Certificado de Radicación;
- Copia autenticada de RUC;
- Inscripción en el Instituto de Previsión Social;
- Lista de Empleados;
- Escritura de Constitución y Acta de Asamblea de sociedades.

### **Uso de Libros y Registros Legales**

El empleador deberá confeccionar una planilla por cada inscripción patronal que tenga (sucursales en capital e interior).

**Planilla de sueldos y jornales**, la cual contiene nombre del empleado, salario y forma de pago, horas trabajadas y remuneración percibida por cada empleado por cada mes, importe de horas extras percibido por el empleado, total de horas trabajadas incluyendo horas extraordinarias, total de salario percibido incluyendo horario extraordinario, importe de vacaciones pagadas, importe de bonificación familiar percibida, aguinaldo, otros beneficios percibidos por el empleado (comisiones, ajustes,

reposo, otros), total general (importe total percibido por el empleado en todos los conceptos descriptos).

**Planilla de empleados y obreros**, contiene datos personales de todos los empleados (nombre completo, dirección, nacionalidad, estado civil, número de hijos, certificados de capacitación, horario de trabajo, profesión, cargos que desempeña, fecha de entrada, fecha de salida, observaciones sobre los datos declarados).

**Planilla de resumen**, contiene cantidad de jefes varones y mujeres, cantidad de empleados varones y mujeres, horas trabajadas y remuneración percibida por jefes varones y jefes mujeres, y empleados varones y empleadas mujeres, entrada y salida de jefes varones y jefes mujeres y empleados varones y empleadas mujeres.

**Registro de vacaciones anuales**, contiene fecha de entrada, fecha de vacaciones, remuneración percibida por vacaciones, puede ser incluido en la Planilla de Sueldos y Jornales.

**Registro de menores**, se confecciona solamente cuando la empresa emplea a menores y contiene datos personales, horas trabajadas, vacaciones de empleados menores.

Las planillas deberán ser presentadas en formulario proveído por la Dirección del Trabajo anualmente.

Cuando la empresa desee presentar las planillas en formato de computadora, deberá presentar una nota a la Dirección del Trabajo solicitando la autorización correspondiente, una vez que la empresa haya sido autorizada para presentar sus planillas en formato de Computadora deberá imprimir en hojas numeradas y rubricadas por la dirección del trabajo.

Disponible en <http://www.suace.gov.py/wp-content/uploads/2018/03/Req.Soc-Jur-Esp-130318.pdf>.

Consultado en fecha 19/12/2021.

### **Conclusiones del Estudio Técnico**

Estableciendo que la locación óptima para la instalación de la empresa proyectada sea en la ciudad de Mariano Roque Alonso, se proyecta la realización de mejoras dentro del local comercial a modo de adecuarla a las necesidades de la importadora. Dentro de las adecuaciones se prevé equipamientos del depósito y de la oficina administrativa comercial, con mobiliarios y equipos informáticos necesarios para el funcionamiento de la empresa.

Dentro de la empresa proyectada se estructura un organigrama de funciones específicas en la que se detallan las funciones por medio de manuales y flujogramas de procesos.

La razón social de la empresa se denomina “Importadora y Distribuidora JO S.R.L” siendo esta una Sociedad de Responsabilidad Limitada, teniendo como principal actividad la importación y comercialización de libros didácticos, infantiles y adultos.

Los procedimientos legales para la apertura de la importadora y distribuidora en carácter de empresa de sociedad de responsabilidad limitada, es necesario la inscripción en el Registro Único del Contribuyente (RUC), obtención de la patente comercial en el Municipio donde se proyecta la apertura de la empresa, inscripción de todos los personales en el Instituto de Previsión Social (IPS), Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (MTES) y gestión de marcas en la DINAPI. Siendo estas los aspectos

del estudio técnico que se tienen en cuenta en el proyecto de instalación de una importadora y distribuidora.

## **Estudio Financiero**

### **Introducción del Estudio Financiero**

El estudio financiero está integrado por elementos informativos cuantitativos que permiten decidir y observar la viabilidad de un proyecto de inversión, en ellos se integra el comportamiento de las operaciones necesarias para que una empresa opere y visualizando a su vez el crecimiento de la misma en el tiempo. De ahí la importancia que al iniciar cualquiera idea de proyecto o negocio contemple las variables que intervienen en el desarrollo e implementación, consideran el costo efectivo que con lleva el operar el proyecto en términos financieros que implica el costo de capital de trabajo, adquisiciones de activo fijo y gastos preoperativo hasta obtener los indicadores financieros en los Estados Financieros como son. El Balance General, Estado de Pérdidas y Ganancias y Flujo de Efectivo.

Se puede decir también que es el proceso a través del que se analiza la viabilidad de un proyecto. Tomando como base los recursos económicos que se tienen disponibles y el coste total del proceso de comercialización.

Su finalidad es permitirnros ver si el proyecto desarrollado es viable en términos de rentabilidad económica, a partir del Flujo de caja.

Disponible en <https://www.obsbusiness.school/blog/estudio-financiero-en-que-1>

Consultado en fecha 19/12/2021.

El estudio financiero de este proyecto se divide en los siguientes apartados:

Primeramente, se exponen el planteamiento del problema desde el punto de vista financiero, objetivo general y específicos.

En segundo lugar, se exponen las bases teóricas, es decir, se desarrolla el aspecto teórico, los principales términos que son utilizados en un análisis financiero.

En el tercer apartado se desarrollan todos los componentes del estudio financiero, como son: presupuesto inicial, composición del capital, presupuesto de ventas mensuales y anuales, costos fijos, gastos generales, costos de importación, balance proyectado y ratios financieros.

Y por último se expone la conclusión del estudio financiero.

### **Formulación del Problema del Estudio Financiero**

¿Cuáles son los aspectos financieros a tener en cuenta para el proyecto de instalación de una importadora y distribuidora de libros?

### **Objetivos**

#### **Objetivo General del Estudio Financiero**

Calcular los resultados del estudio financiero del proyecto de instalación de una importadora y distribuidora de libros.

#### **Objetivos Específicos del Estudio Financiero**

Establecer la inversión inicial requerida para la instalación de una importadora y distribuidora de libros.

Cuantificar los ingresos, costos y gastos proyectados para la instalación de una importadora y distribuidora de libros.

Elaborar los estados contables proyectados para una importadora y distribuidora de libros.

Calcular los ratios o índices financieros proyectados para la instalación de una importadora y distribuidora de libros.

### **Justificación del Estudio Financiero**

El estudio financiero es el que determina de manera cuantitativa y monetaria el costo de la operación del proyecto.

Además, el estudio financiero permite determinar el efectivo que se dispone en lo inmediato, es decir, la liquidez de la empresa. Este estudio es fundamental dentro de los proyectos de inversión debido a que, si la liquidez de una empresa se ve afectada, el riesgo que corre es muy alto, pudiendo desaparecer o cerrar sus puertas por no tener como responder a sus obligaciones. Por todo lo expuesto, es primordial la realización del estudio financiero para obtener toda la información necesaria para la correcta toma de decisiones y estrategias futuras para la empresa.

### **Aspecto Teórico**

#### **Estudios Financieros**

Hernández (2005), define el análisis financiero como una técnica de evaluación del comportamiento operativo de una empresa, que facilita el diagnóstico de la situación

actual y la predicción de cualquier acontecimiento futuro; a su vez está orientado hacia la consecución de objetivos preestablecidos.

Brigham y Houston (2006) definen el análisis financiero es un instrumento disponible para la gerencia, que sirve para predecir el efecto que pueden producir algunas decisiones estratégicas en el desempeño futuro de la empresa; decisiones como la venta de una dependencia, variaciones en las políticas de crédito, en las políticas de cobro o de inventario, así como también una expansión de la empresa a otras zonas geográficas.

Rubio (2007), enfoca el análisis financiero como un proceso que consiste en la aplicación de un conjunto de técnicas e instrumentos analíticos a los estados financieros, para generar una serie de medidas y relaciones que son significativas y útiles para la toma de decisiones; puesto que, la información registrada en los estados financieros por sí sola no resulta suficiente para realizar una planificación financiera pertinente o analizar e interpretar los resultados obtenidos para conocer la situación financiera de la empresa.

### **Fuente de Financiamiento**

Según Casanovas y Bertrán (2013), el financiamiento son las modalidades y mecanismos a los que accede una empresa para obtener recursos, sean bienes o servicios, a determinados plazos y por lo general tiene un costo.

Se pueden obtener por dos vías:

- Recursos Propios: Son las aportaciones de los socios accionistas y los recursos generados por la propia actividad.

- **Financiación Ajena:** Recursos monetarios obtenidos de entidades financieras o de otras fuentes y que pueden ser a corto o largo plazo.

### **Presupuesto**

Según Burbano (2005), el presupuesto es una expresión cuantitativa formal de los objetivos que se propone alcanzar la administración de la empresa en un período con la adopción de las estrategias necesarias para lograrlas, de igual forma, este autor indica que es una estimación programada, de manera sistemática, de las condiciones de operación y de los resultados a obtener por un organismo en un periodo determinado.

Cárdenas y Nápoles (2002) refieren que es un sistema presupuestal, un instrumento de gestión que es cuantitativo porque los objetivos deben ser mensurables y su alcance requiere la destinación de recursos durante el periodo fijado como horizonte de planeamiento, es formal porque exige la aceptación de quienes están al frente de la organización, y además es el fruto de las estrategias adoptadas porque estas permiten responder al logro de los objetivos previstos.

### **Presupuesto de Ventas**

El presupuesto de ventas es un documento que permite conocer la estimación de cierto volumen de ventas, es decir una proyección de los niveles de ingreso que la empresa tendrá en cierto periodo establecido, dependiendo de las ventas realizadas. Este presupuesto no solo se encarga de establecer los ingresos que se pretende obtener, también vinculamos los niveles de producción y los gastos incurridos en las actividades que esta producción demanda. Es decir, si la empresa estima cierto nivel de ventas elevado según lo que refleje su presupuesto, se deberá incurrir en ciertos gastos

adicionales para aumentar la comercialización y satisfacer la demanda del mercado.  
(Rodríguez Betancourt & Estévez Martín, 2012)

### **Presupuesto de compras**

Según las expresiones de Burbano Ruiz (2005): Es el soporte de las cantidades requeridas de cada insumo y de las políticas gerenciales trazadas en torno a los inventarios, y deben proporcionar criterios sobre los volúmenes de insumos que habrán de adquirirse, el momento oportuno para ejecutar la acción de comprar y el valor de los bienes por adquirir. (p. 247)

El presupuesto de compras es un tipo de presupuesto que limita la cantidad de materias primas que adquiere una empresa. Su objetivo es optimizar los recursos y realizar un seguimiento de las ventas y el inventario.

Disponible en <https://economipedia.com/definiciones/presupuesto-de-compras.htm>

Consultado en fecha 19/12/2021.

### **Capital Operativo**

Se define como capital de trabajo a la capacidad de una compañía para llevar a cabo sus actividades con normalidad en el corto plazo.

Disponible en: <https://definicion.de/capital-de-trabajo/>.

Consultado 20/12/2021.

## **Costos**

Expresa Rolando Sáez Molina. (2007) que los costos representan una porción del precio de adquisición de artículos, propiedades o servicios, los cuales deben diferenciarse de los gastos y pérdidas.

Los gastos son costos que se han aplicado contra el ingreso de un periodo determinado; por ejemplo, los sueldos administrativos, son gastos que se aplican al periodo durante el cual se producen, o los gastos de importación de ciertos productos que deben ser recargados a las mercaderías ingresadas para obtener el costo final.

## **Componentes del costo de importación**

El costo de importación está constituido por el precio original de compra, más todos los gastos incurridos para poner el producto importado en el almacén de la empresa. Estos gastos adicionales están constituidos por: flete, seguro, derechos e impuestos que gravan la importación, transporte, acarreo y gastos de aduana en general; por consiguiente, incluye todos los gastos atribuibles directamente al producto, así como también los indirectos, como son los gastos administrativos generados por los entes que apoyan a la operación de compra-venta del exterior. No se incluye en el costo de importación a los gastos financieros, por ser ajenos al valor real de la mercancía importada.

Para determinar el momento de registro de los documentos es imprescindible precisar el instante en que el comprador (importador) adquiere legalmente la condición de propietario, lo que se hace a través de términos e indicaciones utilizados en el comercio internacional mencionados en la carta de crédito, facturas y demás documentos

complementarios. Así, por ejemplo, la adquisición puede ser a valor FOB (Free on Board, traducido como Libre a Bordo). En este caso, se asume la propiedad desde el momento en que es dejada la mercancía en el puerto de embarque. En el método C & F (Cost and Freight, traducido como costo y flete), el derecho de propiedad se origina cuando llega la mercancía al puerto de desembarque.

### **Elementos del costo**

Costos directos: Los que pueden identificarse específicamente en la unidad.

Costos indirectos: No puede identificarse en la unidad.

Costos operacionales: Los costos en que incurre un sistema ya instalado o adquirido durante su vida útil, con objeto de realizar los procesos de producción, se denominan costos de operación, e incluyen los necesarios para el mantenimiento del sistema. Dentro de los costos de operación más importantes tenemos los siguientes:

a) *Gastos técnicos y administrativos*: Son aquellos que representan la estructura ejecutiva, técnica y administrativa de una empresa, tales como, jefes de compras, almacenistas, mecánicos, veladores, dibujantes, ayudantes, mozos de limpieza y envíos, etc.

b) *Alquileres y/o depreciaciones*: Son aquellos gastos por conceptos de bienes muebles e inmuebles, así como servicios necesarios para el buen desempeño de las funciones ejecutivas, técnicas y administrativas de una empresa, tales como: rentas de oficinas y almacenes, servicios de teléfonos, etc.

c) *Obligaciones y seguros*: Son aquellos gastos obligatorios para la operación de la empresa y convenientes para la dilución de riesgos a través de seguros que impidan una súbita descapitalización por siniestros.

d) *Materiales de consumo*: Son aquellos gastos en artículos de consumo, necesarios para el funcionamiento de la empresa, tales como: combustibles y lubricantes de automóviles y camionetas al servicio de las oficinas de la planta, gastos de papelería impresa, artículos de oficina, etc.

e) *Capacitación y Promoción*: Todo colaborador tiene el derecho de capacitarse y pensamos que en tanto éste lo haga, en esa misma medida, o mayor aún, la empresa mejorará su productividad. Entre los gastos de capacitación y promoción podemos mencionar: cursos a obreros y empleados, gastos de actividades deportivas, de celebraciones de oficinas, etc.

### **Flujo de caja**

El flujo de caja es un informe financiero que presenta un detalle de los flujos de ingresos y gastos de dinero que tiene una empresa en un período dado. Algunos ejemplos de ingresos son los ingresos por venta, el cobro de deudas, alquileres, el cobro de préstamos, intereses, etc. Ejemplos de gastos o salidas de dinero, son el pago de facturas, pago de impuestos, pago de sueldos, préstamos, intereses, amortizaciones de deuda, servicios de agua o luz, etc. La diferencia entre los ingresos y los gastos se conoce como saldo o flujo neto, por lo tanto, constituye un importante indicador de la liquidez de la empresa.

Si el saldo es positivo significa que los ingresos del período fueron mayores a los gastos; si es negativo significa que los gastos fueron mayores a los ingresos.

Disponible en <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia>

Consultado el 20/12/2021.

### **Ingresos**

Se denomina ingreso al incremento de los recursos económicos que presenta una organización, una persona o un sistema contable, y que constituye un aumento del patrimonio neto de los mismos. Este término se emplea con significados técnicos similares en distintos ámbitos del quehacer económico y administrativo. Por ejemplo, el total que una empresa recibe por la venta de sus productos se llama ingreso (en inglés revenue), pero también el total de las rentas recibidas por los ciudadanos de una nación se llama igual (en inglés income).

Dependiendo del sentido específico, el ingreso puede ser una variable considerada a la hora de medir el desempeño económico y financiero, o bien a la hora de diseñar planes contables y administrativos.

### **Tipos de ingreso**

El ingreso puede clasificarse en distintas categorías, como son:

**Ingresos públicos.** Aquellos que reciben el Estado o sus distintas dependencias a partir de los impuestos y otros mecanismos de recaudación.

**Ingresos privados.** Los que atañen a la empresa privada o los grupos privados, tengan o no fines de lucro.

**Ingresos ordinarios.** Aquellos que se obtienen de manera consuetudinaria, es decir, habitual, como son los salarios y pagos regulares.

**Ingresos extraordinarios.** Aquellos que provienen de eventos o acontecimientos imprevistos o inesperados, como la emisión de bonos de un gobierno o ganarse la lotería.

**Ingresos totales.** La sumatoria de lo percibido por una organización o una empresa por motivo de su actividad comercial regular, es decir, al vender todos sus productos o servicios.

**Ingreso marginal.** En microeconomía, se llama así al incremento de la venta total de un sector, cuando se posiciona una unidad más de lo esperado.

**Ingreso medio.** Un indicador obtenido del promedio de los productos vendidos, es decir, el ingreso total entre el total de unidades vendidas.

Disponible en: <https://concepto.de/ingreso-2/>.

Consultado en fecha 20/12/2021.

## **Egresos**

Cuando hablamos de egreso en sentido económico o contable, hacemos referencia a todo aquel dinero o capital que se extrae de la ganancia (o de la inversión inicial) para pagar servicios y diferentes costes. Los egresos de capital siempre disminuyen el total de la ganancia pero son al mismo tiempo los que permiten que se mantenga el negocio a

partir de la contratación de aquellos servicios y compra de productos o materias primas esenciales para el funcionamiento del mismo. En muchos lugares, el egreso también es entendido como gasto. Cuando los egresos son superiores a los ingresos en una balanza comercial, significa que el resultado de las cuentas será siempre negativo o de déficit.

Disponible en <https://www.definicionabc.com/general/egreso.php>.

Consultado en fecha 21/12/2021.

### **Estados contables**

Los Estados Contables son un tipo de informe contable, destinado principalmente a los usuarios externos, por medio de los cuales la empresa da a conocer públicamente su situación.

Los Estados Contables muestran aspectos patrimoniales, económicos y financieros de la organización. Existe la obligación legal de emitir Estados Contables en forma periódica. Existen normas especiales con respecto a la forma de presentación de los mismos y a la veracidad de su contenido.

Los Estados contables son utilizados también por los usuarios internos en la toma de decisiones acerca del curso a seguir y para control de la gestión de la empresa.

Disponible en <http://contenidosdigitales.ulp.edu.ar/exe/sistemadeinfotables.html>.

Consultado en fecha 21/12/2021.

### **Balance General**

El balance general, también conocido como balance de situación, balance contable o estado de situación patrimonial, es un estado financiero que refleja en un momento determinado la información económica y financiera de una empresa, separadas en tres masas patrimoniales: activo, pasivo y patrimonio neto.

Disponible en <https://economipedia.com/definiciones/balance-de-situacion.html>

Consultado en fecha 21/12/2021.

### **Estado de Resultado**

El estado de resultados, también llamada cuenta de resultados o cuenta de pérdidas y ganancias, recoge los ingresos y gastos que ha tenido una empresa durante un periodo de tiempo.

Disponible en <https://economipedia.com/definiciones/cuenta-de-resultados.html>

Consultado en fecha 22/12/2021.

### **Análisis de Ratios o Razones Financieras**

Son los índices que reflejan la realidad financiera de la empresa, partiendo de las distintas variables que participan en ella.

Disponible en <https://www.economiasimple.net/glosario/ratios-financieros>.

Consultado en fecha 22/12/2021.

### **Aplicación de índices o ratios**

Baca Urbina (2010), describe cuatro tipos básicos de razones como sigue:

**Razones de liquidez:** Miden la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones (pagos) a corto plazo. Entre ellas figuran: Tasa Circulante. Se obtiene dividiendo los activos circulantes con los pasivos circulantes. Es la más empleada para medir la solvencia a corto plazo.

**Prueba del Ácido:** Se calcula restando los inventarios a los activos circulantes y dividiendo el resto por los pasivos circulantes. Mide la capacidad de la empresa para pagar las obligaciones a corto plazo sin recurrir a la venta de inventarios.

**Tasas de endeudamiento o apalancamiento:** Miden el grado en que la empresa se ha financiado por medio de la deuda. Está incluida: Razón de deuda Total o Activo Total. Se calcula dividiendo la deuda total sobre el activo total. Tasas de actividad. Este tipo de tasas no se pueden aplicar en la evaluación de un proyecto, ya que mide la efectividad de la actividad empresarial, y cuando se realiza el estudio no existe tal actividad.

**Tasas de rentabilidad:** Las tasas de este tipo revelan que tan efectivamente se administra la empresa. Tasas de margen de beneficio sobre ventas. Se calcula dividiendo el ingreso neto después de impuesto sobre ventas. Rendimiento sobre activos totales: Se obtiene dividiendo la utilidad neta libre de impuesto sobre los activos totales. Tasa de rendimiento sobre el valor neto de la empresa. Mide el rendimiento sobre la inversión de los accionistas. (p. 191 al 193).

### Aspecto Metodológico del Estudio Financiero

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

### Desarrollo del Estudio Financiero

#### Presentación de los resultados del Estudio Financiero

#### Presupuesto de la Inversión Inicial

**Tabla 6. Presupuesto de la Inversión Inicial**

<b>Inversión Inicial</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Total</b>	<b>IVA</b>	<b>Neto sin IVA</b>
Muebles y equipos	16.135.000	1.466.818	14.668.182
Equipos de Oficina	12.050.000	1.095.455	10.954.545
Rodados	28.000.000	2.545.455	25.454.545
<b>Total inversión en equipamientos</b>	<b>56.185.000</b>	<b>5.107.727</b>	<b>51.077.273</b>
Garantía de alquiler	5.500.000	500.000	5.000.000
Constitución y aspectos legales	4.500.000	409.091	4.090.909
Capital Operativo	343.223.153		312.021.048
<b>Sub Totales</b>	<b>353.223.153</b>	<b>11.124.545</b>	<b>321.111.957</b>
<b>Total de inversión</b>	<b>409.408.153</b>	<b>16.232.273</b>	<b>372.189.230</b>

La inversión inicial requerida para la puesta en marcha de la empresa asciende a ¢. 409.408.153 (guaraníes cuatrocientos nueve millones cuatrocientos ocho mil ciento cincuenta y tres), lo constituyen los bienes del activo fijo: muebles y equipos, equipos informáticos, rodados, y, los activos intangibles (Garantía de alquiler, Gastos de apertura y capital operativo) de gastos pre operativos de la empresa.

### Fuente de financiamiento de las inversiones

**Tabla 7. Fuente de financiamiento**

<b>Recursos para la Inversión</b>			
<b>Activos Fijos</b>	<b>Capital Propio</b>	<b>Recursos Externos</b>	<b>Total</b>
Muebles y equipos	16.135.000		16.135.000
Equipos de Oficina	12.050.000		12.050.000
Rodados	28.000.000		28.000.000
<b>Activos Intangibles</b>			
Garantía de alquiler	5.500.000		5.500.000
Constitución y aspectos legales	4.500.000		4.500.000
Capital Operativo	-	343.223.153	343.223.153
<b>Totales</b>	<b>66.185.000</b>	<b>343.223.153</b>	<b>409.408.153</b>
	<b>16%</b>	<b>84%</b>	<b>100%</b>

El financiamiento total de la inversión inicial se tiene previsto realizar con capital propio que representa el 16% y con fuentes externas que representa el 84%.

**Composición de Capital Operativo****Tabla 8. Composición de Capital Operativo**

Descripción	Ciclo en meses	1
Compras	2	283.973.525
Sueldos y Jornales	1	39.059.506
Gastos	1	19.383.323
Seguros	1	306.799
Imprevistos	1	500.000
<b>Totales</b>		<b>343.223.153</b>

El capital operativo necesario para la puesta en marcha de la empresa es de G. 343.223.153 (guaraníes trescientos cuarenta y tres millones doscientos veintitrés mil ciento cincuenta y tres), monto necesario para atender las necesidades operativas de un mes, incluyendo la compra de mercaderías.

**Tabla 9. Proyección de pago de préstamo**

Período Fiscal	Cuota total	Interés total	Amortización total
Año 1	Gs 116.724.486	Gs 50.175.435	Gs 66.549.051
Año 2	Gs 116.724.486	Gs 38.710.977	Gs 78.013.509
Año 3	Gs 116.724.486	Gs 25.271.527	Gs 91.452.959
Año 4	Gs 116.724.486	Gs 9.516.853	Gs 107.207.633
<b>TOTALES</b>	<b>466.897.946</b>	<b>123.674.793</b>	<b>343.223.153</b>

El capital operativo será financiado a través de un préstamo, el cual se pagará en un plazo de 48 meses, con una tasa de interés del 16% anual.

**Presupuesto anual proyectado de ventas****Tabla 10. Presupuesto anual proyectado de ventas**

MERCADERIAS	2022	2023	2024	2025	2026
INFANTILES	446.830.304	525.682.710	630.819.252	756.983.102	841.092.336
DIDACTICOS	591.045.375	695.347.500	834.417.000	1.001.300.400	1.112.556.000
JUVENILES	770.723.169	906.733.140	1.088.079.768	1.305.695.722	1.450.773.024
CLASICOS UNIVERSALES	212.776.335	250.325.100	300.390.120	360.468.144	400.520.160
NOVELAS CONTEMPORANEOS	449.194.485	528.464.100	634.156.920	760.988.304	845.542.560
<b>TOTAL</b>	<b>2.470.569.668</b>	<b>2.906.552.550</b>	<b>3.487.863.060</b>	<b>4.185.435.672</b>	<b>4.650.484.080</b>
Promedio mensual	205.880.806	242.212.713	290.655.255	348.786.306	387.540.340
Aumento en %	-	18%	20%	20%	11%

El presupuesto mensual y anual proyectado de ventas se establece en base al mercado meta de 200 supermercados y las reposiciones mensuales que se haría de acuerdo a cada punto de venta.

La proyección de ventas anual se establece con un crecimiento del 18%, 20%, 20% y 11% para los años 2023, 2024, 2025 y 2026 respectivamente. Estas cifras fueron obtenidas a partir del promedio del poder adquisitivo que tienen los puntos de ventas para realizar compras y reposición de mercaderías.

Para el primer año se prevé el ingreso en los 200 puntos de ventas, es decir, 17 aperturas por mes aproximadamente, con una carga inicial de 900 libros por punto de venta.

Para el segundo año se estiman las reposiciones del 25% de productos (sobre la carga inicial) en el 40% de los puntos de ventas. Para el tercer año se estiman las reposiciones del 30% de productos. En el año 4 se prevé el aumento de reposición al 36% y para el año 5 se estima el aumento de reposición de productos al 43%. Esta proyección fue realizada en base a los datos estadísticos propios de los supermercados (sector no tradicional) y en base a la encuesta que se realizó para obtener poder adquisitivo y necesidad de inversión en marketing y acuerdos comerciales.

### Presupuesto mensual del personal

**Tabla 11. Presupuesto mensual del personal**

Administración / Ventas	Cant.	Sueldo mensual	Anual	Aguinaldo	Seguro social	Total
Gerente General	1	10.000.000	120.000.000	10.000.000	19.800.000	149.800.000
Encargado Administrativo	1	5.500.000	66.000.000	5.500.000	10.890.000	82.390.000
Ejecutivo comercial	1	5.000.000	60.000.000	5.000.000	9.900.000	74.900.000
Encargado de depósito	1	3.000.000	72.000.000	6.000.000	11.880.000	89.880.000
Chofer	1	2.500.000	30.000.000	2.500.000	4.950.000	37.450.000
Repositores	2	2.289.324	27.471.888	2.289.324	4.532.862	34.294.074
		<b>28.289.324</b>	<b>375.471.888</b>	<b>31.289.324</b>	<b>61.952.862</b>	<b>468.714.074</b>

Servicios tercerizados	Mensual	Anual
Contabilidad	1.000.000	12.000.000
Apoyo técnico informático	300.000	3.600.000
		<b>15.600.000</b>

El presupuesto mensual de los empleados está basado en el mercado laboral actual y se prevé el incremento del 4,9% anual (promedio de los últimos 6 años).

**Presupuestos mensual y anual proyectados de gastos fijos y variables****Tabla 12. Presupuesto de gastos fijos y variables**

<b>Servicios Básicos</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
Alquiler	1.500.000	18.000.000
Energía	1.500.000	18.000.000
Telefonía	400.000	4.800.000
Servicio de Internet	150.000	1.800.000
Agua Potable	120.000	1.440.000
		<b>44.040.000</b>

Gastos en servicios básicos trabajando al 100% y se prevé que los mismos tengan un ajuste del 3,38% anual, según promedio de inflación de los últimos siete años.

**Tabla 13. Suministros de oficina**

<b>Suministros de Oficina Anual</b>	
Papelería	800.000
Tintas	600.000
Facturas y recibos	1.200.000
Folletos	200.000
Sellos	100.000
Carpetas y biblioratos	120.000
Lápices y marcadores	100.000
	<b>3.120.000</b>

Gastos en suministros de oficina, se prevé que los mismos tengan un ajuste del 3,38% anual, según promedio de inflación de los últimos siete años.

**Tabla 14. Gastos de ventas**

<b>Gastos de ventas</b>	<b>Anual</b>
Acuerdos comerciales	172.939.877
Ferías	500.000
<b>Total</b>	<b>173.439.877</b>

Gastos de ventas, se prevé que los mismos tengan un ajuste del 3,38% anual, según promedio de inflación de los últimos siete años y el crecimiento que se estima en las ventas.

**Tabla 15. Gastos logísticos**

<b>Combustible</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
Combustible ventas	1.000.000	12.000.000
<b>Total</b>	<b>1.000.000</b>	<b>12.000.000</b>

Gastos de combustible para realizar entrega de mercaderías, se prevé que los mismos tengan un ajuste del 3,38% anual, según promedio de inflación de los últimos siete años.

**Flujo de caja proyectado****Tabla 16. Flujo de caja proyectado**

<b>Flujo de Caja Proyectado</b>						
	<b>AÑO 0</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
<b>INGRESOS</b>	-	<b>1.852.927.251</b>	<b>2.179.914.413</b>	<b>2.615.897.295</b>	<b>3.139.076.754</b>	<b>3.487.863.060</b>
Por venta de Mercaderías	-	1.852.927.251	2.179.914.413	2.615.897.295	3.139.076.754	3.487.863.060
<b>EGRESOS</b>		<b>2.037.236.125</b>	<b>2.306.096.184</b>	<b>2.662.738.185</b>	<b>3.087.825.298</b>	<b>3.286.003.651</b>
Pago a proveedores	-	1.277.880.863	1.503.389.250	1.804.067.100	2.164.880.520	2.405.422.800
Amortizaciones	-	66.549.051	78.013.509	91.452.959	107.207.633	-
Gastos de Administración y ventas	-	692.806.211	723.109.038	754.773.512	787.862.192	822.440.559
Pago de impuesto a la renta	-	-	1.584.387	12.444.614	27.874.953	58.140.292
Inversión						
Capital propio	66.185.000	-	-	-	-	-
Recursos externos	343.223.153	-	-	-	-	-
<b>Flujo del ejercicio</b>	<b>409.408.153</b>	<b>184.308.875</b>	<b>126.181.772</b>	<b>46.840.890</b>	<b>51.251.456</b>	<b>201.859.409</b>
<b>Saldo al inicio del ejercicio</b>	<b>409.408.153</b>	<b>409.408.153</b>	<b>225.099.278</b>	<b>98.917.507</b>	<b>52.076.617</b>	<b>103.328.073</b>
<b>Saldo al cierre del ejercicio</b>	<b>409.408.153</b>	<b>225.099.278</b>	<b>98.917.507</b>	<b>52.076.617</b>	<b>103.328.073</b>	<b>305.187.482</b>

En el flujo de caja anual proyectado se considera el cobro del 75% de todo lo vendido. Por otra parte, en base a las compras de mercaderías necesarias también se considera el 75% de pago para los proveedores. Los gastos administrativos son obtenidos de la proyección del estado de resultados.

El flujo neto arroja para el primer año un saldo de . 225.099.278, para el segundo año arroja un saldo de  98.917.507, para el año tres arroja un saldo de  52.076.617, para el año 4 un saldo de  103.328.073 (año en el que se cancela el préstamo obtenido)

y el año 5 cierra con un saldo de G 305.187.483. Este resultado es positivo para el proyecto, ya que se considera muy bueno el saldo anual del flujo de caja.

### Cuadro de Depreciación de los Bienes del Activo Fijo

Tabla 17. Cuadro de depreciación

AÑO 1											
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Descripción de los bienes	Valor de Adquisición	Fecha de Adquisición	Porcentaje de Valor Residual Fiscal	Valor Residual Fiscal	Años de vida útil	Años de vida útil fiscal restante	Valor Fiscal Neto del Ejercicio Anterior	Valor Fiscal Neto del Ejercicio Actual	Cuota Fiscal de Depreciación Anual	Depreciación Fiscal Acumulada	Valor Fiscal Neto al cierre
Muebles y equipos	14.668.182	5/1/2022	10%	1.466.818	5	4	-	13.201.364	2.640.273	2.640.273	12.027.909
Equipos de Oficina	10.954.545	5/1/2022	10%	1.095.455	5	4	-	9.859.091	1.971.818	1.971.818	8.982.727
Rodados	25.454.545	5/1/2022	10%	2.545.455	10	9	-	22.909.091	2.290.909	2.290.909	23.163.636
<b>Totales</b>	<b>51.077.273</b>			<b>5.107.727</b>				<b>45.969.545</b>	<b>6.903.000</b>	<b>6.903.000</b>	<b>44.174.273</b>
AÑO 2											
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Descripción de los bienes	Valor de Adquisición	Fecha de Adquisición	Porcentaje de Valor Residual Fiscal	Valor Residual Fiscal	Años de vida útil	Años de vida útil fiscal restante	Valor Fiscal Neto del Ejercicio Anterior	Valor Fiscal Neto Ejercicio Anterior menos el Valor Residual Fiscal	Cuota Fiscal de Depreciación Anual	Depreciación Fiscal Acumulada	Valor Fiscal Neto al cierre
Muebles y equipos	14.668.182	5/1/2022	10%	1.466.818	5	3	12.027.909	-	3.006.977	5.647.250	9.020.932
Equipos de Oficina	10.954.545	5/1/2022	10%	1.095.455	5	3	8.982.727	-	2.245.682	4.217.500	6.737.045
Rodados	25.454.545	5/1/2022	10%	2.545.455	10	8	23.163.636	-	2.573.737	4.864.646	20.589.899
<b>Totales</b>	<b>51.077.273</b>			<b>5.107.727</b>			<b>44.174.273</b>		<b>7.826.396</b>	<b>14.729.396</b>	<b>36.347.876</b>
AÑO 3											
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Descripción de los bienes	Valor de Adquisición	Fecha de Adquisición	Porcentaje de Valor Residual Fiscal	Valor Residual Fiscal	Años de vida útil	Años de vida útil fiscal restante	Valor Fiscal Neto del Ejercicio Anterior	Valor Fiscal Neto Ejercicio Anterior menos el Valor Residual Fiscal	Cuota Fiscal de Depreciación Anual	Depreciación Fiscal Acumulada	Valor Fiscal Neto al cierre
Muebles y equipos	14.668.182	5/1/2022	10%	1.466.818	5	2	9.020.932	-	3.006.977	8.654.227	6.013.955
Equipos de Oficina	10.954.545	5/1/2022	10%	1.095.455	5	2	6.737.045	-	2.245.682	6.463.182	4.491.364
Rodados	25.454.545	5/1/2022	10%	2.545.455	10	7	20.589.899	-	2.573.737	7.438.384	18.016.162
<b>Totales</b>	<b>51.077.273</b>			<b>5.107.727</b>			<b>36.347.876</b>		<b>7.826.396</b>	<b>22.555.793</b>	<b>28.521.480</b>
AÑO 4											
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Descripción de los bienes	Valor de Adquisición	Fecha de Adquisición	Porcentaje de Valor Residual Fiscal	Valor Residual Fiscal	Años de vida útil	Años de vida útil fiscal restante	Valor Fiscal Neto del Ejercicio Anterior	Valor Fiscal Neto Ejercicio Anterior menos el Valor Residual Fiscal	Cuota Fiscal de Depreciación Anual	Depreciación Fiscal Acumulada	Valor Fiscal Neto al cierre
Muebles y equipos	14.668.182	5/1/2022	10%	1.466.818	5	1	6.013.955	-	3.006.977	11.661.205	3.006.977
Equipos de Oficina	10.954.545	5/1/2022	10%	1.095.455	5	1	4.491.364	-	2.245.682	8.708.864	2.245.682
Rodados	25.454.545	5/1/2022	10%	2.545.455	10	6	18.016.162	-	2.573.737	10.012.121	15.442.424
<b>Totales</b>	<b>51.077.273</b>			<b>5.107.727</b>			<b>28.521.480</b>		<b>7.826.396</b>	<b>30.382.189</b>	<b>20.695.083</b>
AÑO 5											
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Descripción de los bienes	Valor de Adquisición	Fecha de Adquisición	Porcentaje de Valor Residual Fiscal	Valor Residual Fiscal	Años de vida útil	Años de vida útil fiscal restante	Valor Fiscal Neto del Ejercicio Anterior	Valor Fiscal Neto Ejercicio Anterior menos el Valor Residual Fiscal	Cuota Fiscal de Depreciación Anual	Depreciación Fiscal Acumulada	Valor Fiscal Neto al cierre
Muebles y equipos	14.668.182	5/1/2022	10%	1.466.818	5	-	3.006.977	-	3.006.977	14.668.182	-
Equipos de Oficina	10.954.545	5/1/2022	10%	1.095.455	5	-	2.245.682	-	2.245.682	10.954.545	-
Rodados	25.454.545	5/1/2022	10%	2.545.455	10	5	15.442.424	-	2.573.737	12.585.859	12.868.687
<b>Totales</b>	<b>51.077.273</b>			<b>5.107.727</b>			<b>20.695.083</b>		<b>7.826.396</b>	<b>38.208.586</b>	<b>12.868.687</b>

La depreciación anual se realizó, teniendo en cuenta las disposiciones del Decreto N° 3.181/19 de fecha 30 de diciembre de 2019, en su Capítulo V, Sección III, Art. 30,31, 9, por la cual se determinan los años de vida útil de los activos fijo. La cuota de depreciación por desgaste, deterioro u obsolescencia se aplicará sobre el valor del activo fijo de acuerdo con los años de vida útil menos el porcentaje de valor residual.

### Balance Anual Proyectado

**Tabla 18. Balance General Proyectado**

BALANCE GENERAL	2022	2023	2024	2025	2026
<b>ACTIVO</b>	<b>1.206.548.509</b>	<b>1.273.848.727</b>	<b>1.411.918.949</b>	<b>1.607.017.131</b>	<b>1.798.870.143</b>
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>1.162.374.236</b>	<b>1.237.500.851</b>	<b>1.383.397.470</b>	<b>1.586.322.048</b>	<b>1.786.001.456</b>
<b>DISPONIBILIDADES</b>	<b>225.099.278</b>	<b>98.917.507</b>	<b>52.076.617</b>	<b>103.328.073</b>	<b>305.187.482</b>
BANCO	225.099.278	98.917.507	52.076.617	103.328.073	305.187.482
<b>CRÉDITOS</b>	<b>623.142.417</b>	<b>732.138.138</b>	<b>877.465.765</b>	<b>1.051.858.918</b>	<b>1.168.121.020</b>
DEUDORES POR VENTAS	617.642.417	726.638.138	871.965.765	1.046.358.918	1.162.621.020
GARANTÍA DE ALQUILER	5.500.000	5.500.000	5.500.000	5.500.000	5.500.000
<b>INVENTARIOS</b>	<b>314.132.541</b>	<b>406.445.207</b>	<b>453.855.088</b>	<b>431.135.057</b>	<b>312.692.954</b>
MERCADERÍAS	314.132.541	406.445.207	453.855.088	431.135.057	312.692.954
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>44.174.273</b>	<b>36.347.876</b>	<b>28.521.480</b>	<b>20.695.083</b>	<b>12.868.687</b>
<b>PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO</b>	<b>44.174.273</b>	<b>36.347.876</b>	<b>28.521.480</b>	<b>20.695.083</b>	<b>12.868.687</b>
BIENES DE USO	51.077.273	51.077.273	51.077.273	51.077.273	51.077.273
(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA	-6.903.000	-14.729.396	-22.555.793	-30.382.189	-38.208.586
<b>PASIVO</b>	<b>782.880.872</b>	<b>752.439.049</b>	<b>751.636.222</b>	<b>774.588.564</b>	<b>866.199.361</b>
<b>PASIVO CORRIENTE</b>	<b>432.707.413</b>	<b>518.990.077</b>	<b>634.911.735</b>	<b>774.588.564</b>	<b>866.199.361</b>
<b>ACREEDORES COMERCIALES</b>	<b>425.960.288</b>	<b>501.129.750</b>	<b>601.355.700</b>	<b>721.626.840</b>	<b>801.807.600</b>
PROVEEDORES	425.960.288	501.129.750	601.355.700	721.626.840	801.807.600
<b>OTRAS CUENTAS POR PAGAR</b>	<b>6.747.126</b>	<b>17.860.327</b>	<b>33.556.035</b>	<b>52.961.724</b>	<b>64.391.761</b>
IMPUESTO A LA RENTA A PAGAR	1.584.387	12.444.614	27.874.953	47.002.268	58.140.292
OBLIGACIONES LABORALES Y CARGAS SOCIALES	5.162.738	5.415.713	5.681.083	5.959.456	6.251.469
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>350.173.459</b>	<b>233.448.973</b>	<b>116.724.486</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>DEUDAS FINANCIERAS A LARGO PLAZO</b>	<b>350.173.459</b>	<b>233.448.973</b>	<b>116.724.486</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
PRÉSTAMOS	350.173.459	233.448.973	116.724.486	0	0
<b>PATRIMONIO NETO</b>	<b>423.667.637</b>	<b>521.409.678</b>	<b>660.282.728</b>	<b>832.428.567</b>	<b>932.670.782</b>
<b>CAPITAL</b>	<b>409.408.153</b>	<b>409.408.153</b>	<b>409.408.153</b>	<b>409.408.153</b>	<b>409.408.153</b>
CAPITAL INICIAL	409.408.153	409.408.153	409.408.153	409.408.153	409.408.153
<b>RESULTADOS</b>	<b>14.259.484</b>	<b>112.001.525</b>	<b>250.874.575</b>	<b>423.020.414</b>	<b>523.262.629</b>
RESULTADOS ACUMULADOS		0	0	0	
RESULTADO DEL EJERCICIO	14.259.484	112.001.525	250.874.575	423.020.414	523.262.629
<b>PASIVO + PATRIMONIO NETO</b>	<b>1.206.548.509</b>	<b>1.273.848.727</b>	<b>1.411.918.949</b>	<b>1.607.017.131</b>	<b>1.798.870.143</b>

**Tabla 19. Estado de Resultado Projectado**

<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
<b>INGRESOS OPERATIVOS</b>	<b>2.470.569.668</b>	<b>2.906.552.550</b>	<b>3.487.863.060</b>	<b>4.185.435.672</b>	<b>4.650.484.080</b>
VENTAS DE MERCADERÍAS	2.470.569.668	2.906.552.550	3.487.863.060	4.185.435.672	4.650.484.080
<b>MENOS:</b>					
<b>COSTOS OPERATIVOS</b>	<b>1.703.841.150</b>	<b>2.004.519.000</b>	<b>2.405.422.800</b>	<b>2.886.507.360</b>	<b>3.207.230.400</b>
COSTO DE MERCADERÍAS GRAVADAS	1.703.841.150	2.004.519.000	2.405.422.800	2.886.507.360	3.207.230.400
<b>GANANCIAS (O PÉRDIDAS) BRUTAS EN VENTAS</b>	<b>766.728.518</b>	<b>902.033.550</b>	<b>1.082.440.260</b>	<b>1.298.928.312</b>	<b>1.443.253.680</b>
<b>MENOS:</b>					
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS</b>	<b>692.806.211</b>	<b>723.109.038</b>	<b>754.773.512</b>	<b>787.862.192</b>	<b>822.440.559</b>
SUELDOS Y JORNALES	375.471.888	393.870.011	413.169.641	433.414.953	454.652.286
APORTE PATRONAL	61.952.862	64.988.552	68.172.991	71.513.467	75.017.627
ACUERDOS COMERCIALES	173.439.877	179.302.145	185.362.557	191.627.811	198.104.832
REPARACION Y MANTENIMIENTO DE RODADOS	1.500.000	1.550.700	1.603.114	1.657.299	1.713.316
HONORARIOS PROFESIONALES	15.600.000	16.364.400	17.166.256	18.007.402	18.889.765
ALQUILERES	18.000.000	18.608.400	19.237.364	19.887.587	20.559.787
AGUA, LUZ, TELÉFONO E INTERNET	26.040.000	26.920.152	27.830.053	28.770.709	29.743.159
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	12.000.000	12.405.600	12.824.909	13.258.391	13.706.525
SEGUROS PAGADOS	3.681.585	3.806.023	3.934.666	4.067.658	4.205.145
ÚTILES DE OFICINA	3.120.000	3.225.456	3.334.476	3.447.182	3.563.696
OTROS VARIOS	2.000.000	2.067.600	2.137.485	2.209.732	2.284.421
<b>GANANCIAS (O PÉRDIDAS) ANTES DE GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>73.922.306</b>	<b>178.924.512</b>	<b>327.666.748</b>	<b>511.066.120</b>	<b>620.813.121</b>
<b>MENOS:</b>					
<b>GASTOS BANCARIOS Y FINANCIEROS</b>	<b>51.175.435</b>	<b>39.748.977</b>	<b>26.361.427</b>	<b>10.661.248</b>	<b>1.201.615</b>
INTERESES PAGADOS	50.175.435	38.710.977	25.271.527	9.516.853	-
OTROS GASTOS FINANCIEROS	1.000.000	1.038.000	1.089.900	1.144.395	1.201.615
<b>MENOS:</b>					
<b>DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES DE ACTIVOS</b>	<b>6.903.000</b>	<b>14.729.396</b>	<b>22.555.793</b>	<b>30.382.189</b>	<b>38.208.586</b>
DEPRECIACIONES DEL EJERCICIO	6.903.000	14.729.396	22.555.793	30.382.189	38.208.586
<b>GANANCIAS (O PÉRDIDAS) ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA</b>	<b>15.843.871</b>	<b>124.446.139</b>	<b>278.749.528</b>	<b>470.022.683</b>	<b>581.402.921</b>
IMPUESTO A LA RENTA	1.584.387	12.444.614	27.874.953	47.002.268	58.140.292
<b>GANANCIAS/PÉRDIDAS NETAS DEL EJERCICIO</b>	<b>14.259.484</b>	<b>112.001.525</b>	<b>250.874.575</b>	<b>423.020.414</b>	<b>523.262.629</b>

El balance general y el estado de resultados arrojan resultados positivos para el proyecto de inversión, considerando que todos los costos, gastos y amortizaciones fueron

ubicados en cuentas contables y los resultados obtenidos, especialmente para el año 5, arroja un panorama financiero bastante optimista.

### Índices o Ratios Financieros

**Tabla 20. Ratios o índices financieros**

Análisis de los índices								
Ratios			2022	2023	2024	2025	2026	
Liquidez	Razón circulante	RC	2,69	2,38	2,18	2,05	2,06	Veces
	Prueba ácida	PA	1,96	1,60	1,46	1,49	1,70	Veces
Endeudamiento	Razón del Pasivo	RP	65%	59%	53%	48%	48%	%
	Razón del Patrimonio Neto	RPN	35%	41%	47%	52%	52%	%
Actividad o Eficiencia	Periodo medio de cobro	PMC	90	90	90	90	90	Días
	Periodo medio de inventario	PMI	66	73	68	54	35	Días
	Periodo de maduración del negocio	PMN	156	163	158	144	125	Días
	Rotación del activo Total	RAT	2,05	2,28	2,47	2,60	2,59	Veces
Rentabilidad	Utilidad sobre ventas	U/V	1%	10%	7%	10%	11%	%
	Utilidad sobre activo total	U/AT	1%	5%	18%	26%	29%	%
	Utilidad sobre Patrimonio Neto	U/PN	3%	32%	38%	51%	56%	%

Primeramente, se observa que las ratios de liquidez son favorables, ya que la razón circulante demuestra que existe una posición de liquidez y la prueba ácida demuestra que

la empresa podrá cubrir sus obligaciones a corto plazo sin depender directamente del inventario.

Por otro lado, a través de los ratios financieros se observan que el nivel de endeudamiento está dentro del rango aceptado por el sector empresarial, debido al préstamo al que se debe incurrir para llevar a cabo el proyecto.

En los niveles de eficiencia se puede destacar el periodo medio de cobro, ya que para todos los años se mantiene en 90 días, debido a que es el plazo que se acuerda con los supermercados.

Y, por último, se destaca los índices de rentabilidad, considerados como buenos y que para el año 5 cerrará en un 11% si se cumplen con las expectativas de ventas.

### **Conclusiones del Estudio Financiero**

La inversión requerida para el proyecto es de G. 409.408.153 (guaraníes cuatrocientos nueve millones cuatrocientos ocho mil ciento cincuenta y tres) integrado por activos fijos e intangibles. Para cubrir la totalidad de la inversión se deberá recurrir a un préstamo bancario.

Se proyecta un ingreso neto de ventas para el año 1 de G. 2.470.569.668 de los cuales se prevé un egreso total, costos G. 1.703.841.150 y gastos G. 692.806.211 para el mismo año, obteniéndose así un flujo neto de caja de G. 225.099.278.

Elaborado los estados contables de la empresa proyectada, tomando como referencia los resultados obtenidos de los estados financieros proyectados en una línea de

tiempo de cinco años, que han arrojado valores positivos (flujo de efectivo, estado de resultado y balance) se puede determinar que el proyecto es factible.

En los resultados de los índices financieros se resalta principalmente que la empresa proyectada posee liquidez suficiente para hacer frente a sus obligaciones a corto plazo, con un bajo y razonable índice de endeudamiento y un periodo medio de inventario muy bueno, lo cual indica la sostenibilidad de la empresa y por ende su rentabilidad financiera.

## **Estudio Económico**

### **Introducción al Estudio Económico**

Este estudio en especial, comprende el monto de los recursos económicos necesarios que implica la realización del proyecto, previo a su puesta en marcha, así como la determinación del costo total requerido en su periodo de operación, que será de gran utilidad en la evaluación de la rentabilidad económica.

El estudio económico del proyecto de instalación de una importadora en la ciudad de Mariano Roque Alonso, se desarrolla en los siguientes apartados:

En la primera parte, la introducción, se expone el planteamiento del problema desde el punto de vista del estudio económico, las preguntas y objetivos del estudio

. En la segunda parte, el aspecto teórico, los principales términos técnicos a ser desarrollados en el estudio económico.

En la tercera parte, el desarrollo de los componentes del estudio económico del proyecto que son: El Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio-

Costo, la estimación del Periodo de Recuperación de Capital, y, Punto de Equilibrio de la empresa proyectada.

### **Justificación del Estudio Económico**

Las empresas corren un riesgo de fracasar antes de los primeros cinco años de apertura, por lo general se debe a la falta de utilización eficiente de los recursos y falta de informaciones precisas del estudio financiero y económico de la empresa, lo cual es indispensable para tomar decisiones dentro de la administración de la misma. Con el estudio económico realizado en base a las proyecciones y análisis financieras del apartado anterior, se tendrá una visión general de la capacidad económica de la empresa para mantenerse solvente con el correr de los años.

### **Formulación del Problema**

¿Cuáles son los resultados del estudio económico de la importadora y distribuidora de libros?

### **Objetivos**

#### **Objetivo General del Estudio Económico**

Establecer los resultados del estudio económico de la importadora y distribuidora de libros.

#### **Objetivos Específicos del Estudio Económico**

Calcular el Valor Actual Neto del Proyecto.

Determinar la Tasa Interna de Retorno del Proyecto.

Calcular la Relación Beneficio / Costo del Proyecto

Indicar el Periodo de Recuperación del Capital invertido del Proyecto.

Establecer el Punto de Equilibrio del Proyecto.

## **Aspecto Teórico**

### **Estudio Económico**

El estudio económico financiero conforma la tercera etapa de los proyectos de inversión, en el que figura de manera sistemática y ordenada la información de carácter monetario, en resultado a la investigación y análisis efectuado en la etapa anterior, que será de gran utilidad en la evaluación de la rentabilidad económica del proyecto.

Disponible en <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/Gocap3.pdf>.

Consultado en fecha 22/12/2021.

### **Valor Presente Neto**

El valor presente neto (VPN) es el valor de los flujos de efectivo proyectados, descontados al presente. Es un método de modelado financiero utilizado por los contadores para la elaboración de presupuestos de capital y por analistas e inversores para evaluar la rentabilidad de las inversiones y proyectos propuestos.

El método del valor presente neto (VPN) también es conocido como valor actual neto (VAN) y se utiliza para evaluar inversiones actuales o potenciales y te permite calcular el rendimiento de inversión (ROI) esperado.

Disponible en <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-valor-presente-neto>.

Consultado en fecha 23/12/2021.

### **Tasa Interna de Retorno**

La tasa interna de retorno (TIR) es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto.

Disponible en <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>.

Consultado en fecha 23/12/2021.

### **Relación Beneficio Costo**

Una relación costo-beneficio (BCR) es una relación que se utiliza en un análisis de costo-beneficio para resumir la relación general entre los costos y los beneficios relativos del proyecto propuesto. El BCR puede expresarse en términos monetarios o cualitativos. Si un proyecto tiene un BCR superior a 1.0, se espera que el proyecto proporcione un valor patrimonial positivo para la empresa y sus inversores.

- Una relación costo-beneficio (BCR) es un indicador que muestra la relación entre los costos y los beneficios relativos de un proyecto propuesto, expresados en términos monetarios o cualitativos.
- Si un proyecto tiene un BCR superior a 1.0, se espera que el proyecto proporcione un valor patrimonial positivo para la empresa y sus inversores.
- Si la BCR de un proyecto es menor que 1.0, los costos del proyecto superan los beneficios y no deben subestimarse

Disponible en <https://traders.studio/relacion-beneficio-costo-bcr/>.

Consultado en fecha 20/12/2021.

### **Punto de Equilibrio**

El punto de equilibrio es establecido a través de un cálculo que sirve para definir el momento en que los ingresos de una empresa cubren sus gastos fijos y variables, esto es, cuando logras vender lo mismo que gastas, no ganas ni pierdes, has alcanzado el punto de equilibrio.

Disponible en <https://www.salesforce.com/mx/blog/2021/11/punto-de-equilibrio-que-es-y-como-calcularlo.html>.

Consultado en fecha 20/12/2021.

### **Punto de Equilibrio Contable**

Es cuando la empresa cubre sus costos y gastos fijos y variables.

Formula:  $CF+CV=Ingresos$

### **Punto de Equilibrio Económico**

Es cuando la empresa, además de cubrir los costos y los gastos fijos y variables, obtiene la utilidad esperada, que puede ser calculada en cantidad o en valores.

Fórmula:

$PE= CF+GF+BE/MCU$  en cantidad

$PE = CF + GF + BE / (1 - (CV/Vta))$  en valores.

Disponible en <https://negociosdigitalesmovistar.com/economia/punto-de-equilibrio-economico-calcularlo-es-una-importante-herramienta-de-gestion/>.

Consultado en fecha 25/12/2021.

### **Punto de Equilibrio Financiero**

Es aquel punto, donde la empresa genera ingreso de efectivo suficiente para cubrir sus costos y gastos variables sin considerar las no erogables (cargas no financieras).

Formulas:  $PE = CF + GF - \text{Gastos no erogables} / \text{MCU}$

Disponible en <https://www.eleconomista.com.mx/economia/que-es-el-punto-de-equilibrio-financiero-20200220-007.html>.

Consultado en fecha 25/12/2021.

### **Periodo de Recuperación de Capital**

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 período en el cual el flujo de caja acumulado se hace positivo. Dependiendo del tipo y magnitud del proyecto el periodo de recuperación de capital puede variar. Por ejemplo, para grandes inversiones mineras el PRC pueden ser

décadas. Sin embargo, en la gran mayoría de las empresas, cuando se implementan proyectos de mejora el PRC sería de un par de años.

Aquí se muestran los rangos de referencias comunes:

- 1 año (gran liquidez)
- 3 años (liquidez media)
- 6 años y más (pequeña liquidez)

Disponible en <https://www.zonaeconomica.com/periodo-de-recuperacion-del-capital>.

Consultado en fecha 25/12/2021.

### **Metodología del Estudio Económico**

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

## Desarrollo del Estudio Económico

## Valor Actual Neto y Tasa interna de Retorno

Tabla 21. Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno

Flujo Neto de Fondos						
Concepto	Año 0	1	2	3	4	5
Utilidad Neta		14.259.484	112.001.525	250.874.575	423.020.414	523.262.629
Inversión	(372.189.230)					-
Préstamo	343.223.153					
Capital de trabajo		(52.709.317)	(69.530.490)	(83.016.173)	(56.417.102)	(56.417.102)
Depreciaciones		6.903.000	14.729.396	22.555.793	30.382.189	38.208.586
Amortizaciones de Capital		(66.549.051)	(78.013.509)	(91.452.959)	(107.207.633)	-
<b>FNF</b>	<b>-28.966.077</b>	<b>-98.095.884</b>	<b>-20.813.078</b>	<b>98.961.236</b>	<b>289.777.869</b>	<b>505.054.113</b>
<b>Flujo Acumulado</b>	<b>-28.966.077</b>	<b>127.061.961</b>	<b>147.875.039</b>	<b>-48.913.803</b>	<b>240.864.065</b>	<b>745.918.178</b>

<b>VAN</b>	<b>Gs 389.126.305</b>
<b>TIR</b>	<b>68,1%</b>
<b>PAYBACK en años</b>	<b>3,49</b>
<b>Índice de Rentabilidad</b>	<b>14,43</b>

Si un proyecto de inversión tiene un VAN positivo, significa que el proyecto es rentable, en tal sentido se observa que existe un VAN positivo en el proyecto planteado, con un monto de G. 389.126.305 (guaraníes trescientos ochenta y nueve millones ciento veintiséis mil trescientos cinco), utilizando una tasa de descuento del 12,96% (porcentaje promedio de la tasa activa en moneda nacional hasta octubre del año 2020 según informes del BCP), con un periodo de recuperación de tres años y cinco meses, un TIR del 68,1% es así que cuando la TIR es mayor que la tasa de descuento, en este caso es 68,1%, el rendimiento que se obtendría en este escenario es mayor que el que se obtendría en la

mejor inversión alternativa, por lo tanto, conviene ejecutar el proyecto bajo estas condiciones.

### Relación Beneficio Costo

**Tabla 22. Relación Beneficio/costo**

Relación Beneficio Costo	
VNA INGRESOS	₡ 8.988.025.421,31
VNA EGRESOS	₡ 9.141.341.450,55
VNA EGRESOS + INVERSIÓN	₡ 9.550.749.603,51
<b>Relación B/C</b>	<b>1,6</b>

El proyecto de inversión planteado muestra un beneficio en función a lo invertido de ₡ 1,6 (guaraníes uno con seis céntimos) por cada ₡ 1 (guaraníes uno) de dinero invertido, al ser superior a la unidad se considera viable el proyecto.

### Punto de Equilibrio

**Tabla 23. Punto de Equilibrio**

Punto de Equilibrio contable				
2022	2023	2024	2025	2026
689.124.626	719.303.015	750.838.846	783.794.534	818.235.414

El punto de equilibrio financiero resultante en términos monetarios detallados para cada año, indica la cantidad de efectivo necesario para cubrir pagos, costos y gastos sin generar pérdidas ni ganancias, para el año 1 es de ₡ 689.124.626, para el año 2 ₡ 719.303.015, año 3 ₡ 750.838.846, año 4 ₡ 783.794.534, y, año 5 ₡ 818.235.414.

### **Conclusiones del Estudio Económico**

El Valor Actual Neto del proyecto de instalación de una importadora y comercializadora de libros en la ciudad de Mariano Roque Alonso, es de G. 389.126.305 tomando una tasa de descuento del 12,96% estimado en el plazo de 5 años. Se obtiene una Tasa Interna de Retorno del 68,1%, lo cual indica la tasa a la cual se recuperará la inversión inicial del proyecto transcurrido 5 años.

La inversión proyectada muestra un beneficio en función a lo invertido, es decir, Beneficio/Costo, de G. 1,6 (guaraníes uno con seis céntimos) por cada G. 1 (guaraníes uno) de dinero invertido.

El Periodo de Recuperación del Capital del proyecto es de 3 años, 5 meses. Se establece como punto de equilibrio financiero para el año 1 es de G 689.124.626, para el año 2 G 719.303.015, año 3 G 750.838.846, año 4 G 783.794.534, y, año 5 G 818.235.414.

Con los resultados obtenidos de la evaluación económica del proyecto de Instalación de una importadora y comercializadora de libros, se puede afirmar que la empresa proyectada tendría suficiente solvencia para mantenerse en el transcurso de los años.

## Conclusión General

Actualmente en el mercado nacional existen empresas dedicadas a la explotación de este sector, pero lo hacen como un negocio secundario, por lo tanto, el proyecto de instalación de una importadora y distribuidora de libros tendría gran aceptación, pues con los resultados obtenidos en el estudio de mercado se puede afirmar, que, sí existe demanda del sector, estableciéndose como mercado meta a un total de 200 supermercados. Se ha tenido en cuenta la localización óptima del proyecto de instalación de una importadora y distribuidora de libros, el acondicionamiento del local, los muebles y equipos necesarios.

Se establece como una sociedad de responsabilidad limitada, siendo la razón social de esta “Importadora y distribuidora JO SRL”, así mismo, se ha tenido en cuenta todos los aspectos legales para la apertura de la empresa proyectada.

La inversión inicial requerida para el proyecto es de ₡ 409.408.153. Se proyecta un ingreso neto por ventas para el año 1 (uno) de ₡ 2.470.569.668, de los cuales se prevé un costo total de ₡ 1.703.841.150 y un gasto total de ₡. 692.806.211 para el mismo año, obteniéndose así un flujo neto de caja de ₡ 225.099.278. Los índices financieros señalan que la empresa proyectada posee liquidez suficiente para hacer frente a sus obligaciones a corto plazo, con un bajo y razonable índice de endeudamiento.

El Valor Actual Neto del proyecto es de ₡ 389.126.305, tomando una tasa de descuento del 12,96% estimado en el plazo de 5 años. Se obtiene una Tasa Interna de Retorno del 68,1%, la Relación Beneficio / Costo, de ₡ 1,6 (guaraníes uno con seis céntimos) por cada ₡ 1 (guaraníes uno) de dinero invertido, y, el periodo de Recuperación del Capital del proyecto es de 3 año, 5 meses.

En respuesta al objetivo general de este emprendimiento se puede decir que se ha podido determinar la factibilidad de la instalación de una importadora y distribuidora de libros en la ciudad de Mariano Roque Alonso.

### Referencias bibliográficas

BACA URBINA, Gabriel; EVALUACIÓN DE PROYECTOS, quinta edición, Editorial Mc Graw Hill. 2007. México.

BORELLO, Antonio Marketing Publishing Center; EL PLAN DE NEGOCIOS – Guías de gestión de la pequeña empresa, Editorial Díaz de Santos.1994. España.

BURRUEZO GARCÍA, Juan Carlos; LA GESTIÓN MODERNA DEL COMERCIO MINORISTA – El enfoque práctico de las tiendas de éxito, Segunda Edición, ESIC Editorial. 2003. España.

CHAIN, Nassir Sapag; PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS, quinta edición, Editorial Mc Graw Hill. 2007. México.

CHIAVENATO, Idalberto; ADMINISTRACIÓN – Teoría, proceso y práctica, Tercera Edición. Mc Graw Hill. 2001. Colombia.

DE JAIME ESLAVA, José; ANÁLISIS ECONÓMICO – FINANCIERO DE LAS DECISIONES DE GESTIÓN EMPRESARIAL – ESIC Editorial. 2003. España.

FLOR ROMERO, Martín; ORGANIZACIÓN Y PROCESOS EMPRESARIALES, sexta edición, Editorial Litocolor. 2009. Paraguay.

HAMEL, Gary; EL FUTURO DE LA ADMINISTRACIÓN, Grupo Editorial Norma y Harvard Business School Press. 2008. Colombia.

HARVARD, Bussines School Publising Corporation; CREAR UN PLAN DE NEGOCIOS, Impact Media comercial y Harvard Business Press. 2009. Chile.

HERNANDEZ SAMPIERI, Roberto, METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN, Cuarta Edición. Mc Graw Hill. 2009. México.

KOONTZ, Harold; ADMINISTRACIÓN, Décimo Tercera Edición, Editorial Mc Graw Hill. 2008. México.

MONTECINOS, Francisco; FINANZAS II, Editorial Universidad Americana. 2006. Paraguay.

## ANEXO

## Anexo 1. Proyección de ventas mensual

Materiales	Precio Unitario	Cantidad sugerida por PDV	Cant. de PDV	Total de libros vendidos por mes	Total de venta Mensual	Cantidad de libros vendidos Anual	Total de ventas año 2022
Infantiles	7.301	300	17	5.100	37.235.859	61.200	446.830.304
Didácticos	14.486	200	17	3.400	49.253.781	40.800	591.045.375
Juveniles	18.890	200	17	3.400	64.226.931	40.800	770.723.169
Clásicos universales	10.430	100	17	1.700	17.731.361	20.400	212.776.335
Novelas contemporáneas	22.019	100	17	1.700	37.432.874	20.400	449.194.485
<b>Totales</b>		<b>900</b>		<b>15.300</b>	<b>205.880.806</b>	<b>183.600</b>	<b>2.470.569.668</b>

Materiales	Precio Unitario	Cantidad sugerida por PDV	Cant. de PDV	Total de libros vendidos por mes	Total de venta Mensual	Cantidad de libros vendidos Anual	Total de ventas año 2023
Infantiles	7.301	75	80	6.000	43.806.893	72.000	525.682.710
Didácticos	14.486	50	80	4.000	57.945.625	48.000	695.347.500
Juveniles	18.890	50	80	4.000	75.561.095	48.000	906.733.140
Clásicos universales	10.430	25	80	2.000	20.860.425	24.000	250.325.100
Novelas contemporáneas	22.019	25	80	2.000	44.038.675	24.000	528.464.100
<b>Totales</b>		<b>225</b>		<b>18.000</b>	<b>242.212.713</b>	<b>216.000</b>	<b>2.906.552.550</b>

Materiales	Precio Unitario	Cantidad sugerida por PDV	Cant. de PDV	Total de libros vendidos por mes	Total de venta Mensual	Cantidad de libros vendidos Anual	Total de ventas año 2024
Infantiles	7.301	90	80	7.200	52.568.271	86.400	630.819.252
Didácticos	14.486	60	80	4.800	69.534.750	57.600	834.417.000
Juveniles	18.890	60	80	4.800	90.673.314	57.600	1.088.079.768
Clásicos universales	10.430	30	80	2.400	25.032.510	28.800	300.390.120
Novelas contemporáneas	22.019	30	80	2.400	52.846.410	28.800	634.156.920
<b>Totales</b>		<b>270</b>		<b>21.600</b>	<b>290.655.255</b>	<b>259.200</b>	<b>3.487.863.060</b>

Materiales	Precio Unitario	Cantidad sugerida por PDV	Cant. de PDV	Total de libros vendidos por mes	Total de venta Mensual	Cantidad de libros vendidos Anual	Total de ventas año 2025
Infantiles	7.301	108	80	8.640	63.081.925	103.680	756.983.102
Didácticos	14.486	72	80	5.760	83.441.700	69.120	1.001.300.400
Juveniles	18.890	72	80	5.760	108.807.977	69.120	1.305.695.722
Clásicos universales	10.430	36	80	2.880	30.039.012	34.560	360.468.144
Novelas contemporáneas	22.019	36	80	2.880	63.415.692	34.560	760.988.304
<b>Totales</b>		<b>324</b>		<b>25.920</b>	<b>348.786.306</b>	<b>311.040</b>	<b>4.185.435.672</b>

Materiales	Precio Unitario	Cantidad sugerida por PDV	Cant. de PDV	Total de libros vendidos por mes	Total de venta Mensual	Cantidad de libros vendidos Anual	Total de ventas año 2026
Infantiles	7.301	120	80	9.600	70.091.028	115.200	841.092.336
Didácticos	14.486	80	80	6.400	92.713.000	76.800	1.112.556.000
Juveniles	18.890	80	80	6.400	120.897.752	76.800	1.450.773.024
Clásicos universales	10.430	40	80	3.200	33.376.680	38.400	400.520.160
Novelas contemporáneas	22.019	40	80	3.200	70.461.880	38.400	845.542.560
<b>Totales</b>		<b>360</b>		<b>28.800</b>	<b>387.540.340</b>	<b>345.600</b>	<b>4.650.484.080</b>

**Anexo 2. Formulario de Encuesta**

Tipo de Empresa

- Supermercados

Persona encuestada

- Propietario
- Gerente General
- Gerente Comercial
- Encargado de compras
- Otro. Especificar

Localización de puntos de venta (puede marcar más de una opción)

- Locales en Asunción
- Locales en Asunción y Departamento Central
- Locales en el interior del país

Cantidad de puntos de venta

<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	6	<input type="checkbox"/>	11	<input type="checkbox"/>	16
<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	7	<input type="checkbox"/>	12	<input type="checkbox"/>	17
<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	8	<input type="checkbox"/>	13	<input type="checkbox"/>	18
<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	9	<input type="checkbox"/>	14	<input type="checkbox"/>	19
<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>	10	<input type="checkbox"/>	15	<input type="checkbox"/>	mas de 20

1. ¿Vende libros en sus puntos de ventas?

- SI
- NO

2. ¿Considera que puede ser un buen negocio la venta de libros en sus locales?

- Si
- No

3. ¿Qué tipo de libros solicita la gente? (puede marcar más de una opción)

Infantiles	Juveniles	Adultos
<input type="checkbox"/> Didácticos	<input type="checkbox"/> Novelas Juveniles	<input type="checkbox"/> Novelas Clásicas
<input type="checkbox"/> Para pintar	<input type="checkbox"/> Para pintar	<input type="checkbox"/> Libros históricos
<input type="checkbox"/> Libros para jugar	<input type="checkbox"/> De apoyo escolar	<input type="checkbox"/> Libros de autoayuda
<input type="checkbox"/> Otros	<input type="checkbox"/> Otros	<input type="checkbox"/> Otros

4. ¿Qué tamaño de libros solicita la gente?

- De bolsillo
- Estándar

5. Su cadena ¿Qué margen busca ganar por cada producto?

- 20%
- 30%
- 40%

6. ¿Está dispuesto a realizar ofertas para el cliente final?

- SI
- NO

7. ¿Asume su cadena algún porcentaje de descuento al realizar las ofertas?

- SI
- NO

8. Indicar el porcentaje que asume en caso de ofertas

- 5%
- 10%
- 15%

9. ¿Cuenta en sus puntos de ventas con espacios adicionales para las exhibiciones?

- SI
- NO

10. ¿Cuenta en sus puntos de ventas con espacios adicionales para realizar ferias?

- SI
- NO

11. ¿Requiere en sus locales el servicio de repositor?

- SI
- NO

12. ¿Qué presupuesto tiene asignado para la compra de libros por local?

- 500.000
- 1.500.000
- 2.500.000
- 3.000.000
- 4.000.000
- 5.000.000

- Otro monto. Especificar: .....

13. ¿En qué plazo pagaría sus compras?

- 30 días
- 60 días
- 90 días

14. ¿Con qué frecuencia compra o compraría libros para sus puntos de ventas?

- Cada mes
- Cada dos meses
- Cada tres meses
- Cada cuatro meses
- Cada seis meses
- Una vez al año

15. ¿Utiliza redes sociales para informarse sobre nuevos proveedores?

- SI
- NO

16. ¿Compraría libros de una nueva importadora y distribuidora a ubicarse en la ciudad de Mariano Roque Alonso?

- SI
- NO

17. ¿Qué espera de un nuevo proveedor? Puede marcar más de una opción.

- Productos innovadores
- Buen margen de ganancia
- Buen servicio de reposición y repositorios
- Responsabilidad
- Otro. Especificar: .....

18. ¿Qué monto en promedio gasta el cliente final por un producto del sector de no tradicional?

- De 12.500 a 25.500
- De 25.500 a 50.500
- De 50.500 a 75.500
- De 75.500 a 100.500

### Anexo 3. Exhibiciones de libros en los supermercados

