



FACTIBILIDAD DE INVERSIÓN PARA LA APERTURA DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS DE LIMPIEZA HIGIÉNICA ORGÁNICA PARA MASCOTAS, EN LA CIUDAD DE ASUNCIÓN, AÑO 2025

Delma Gisselle Pinho Mendoza

Tutor: Dr. Rubén Antonio Fernandez

Proyecto de Plan de Negocio presentado en la Facultad de Gestión de la Universidad de la Integración de las Américas como requisito parcial para obtención del título de Ingeniero Comercial

Asunción, 2025



FACTIBILIDAD DE INVERSIÓN...

RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocios propone la creación de la empresa Bichitoff Paraguay S.R.L., una microempresa comercial con sede en Asunción, dedicada a la comercialización de productos de higiene ecológicos y orgánicos para mascotas. El objetivo central del emprendimiento es brindar al mercado soluciones responsables, seguras y sostenibles para el cuidado higiénico de animales domésticos, a través de una oferta que combine calidad, innovación y compromiso ambiental.

La empresa nace como respuesta a una necesidad insatisfecha detectada en el estudio de mercado: el 94,96% de los encuestados expresó interés en adquirir productos de higiene ecológicos para mascotas, y el 87,39% está dispuesto a pagar entre G. 80.000 y G. 100.000 por un shampoo natural de 200 ml. Sin embargo, el 41,18% no conoce marcas activas en el sector, y el 71,43% no identifica empresas que comercialicen este tipo de productos en línea. Esta falta de oferta consolidada representa una oportunidad clara de mercado.

Bichitoff Paraguay ofrecerá inicialmente shampoo ecológicos, con proyecciones de diversificación hacia kits combinados, productos dermatológicos y una modalidad de suscripción mensual. Su propuesta de valor diferencial se basa en la sostenibilidad (ingredientes naturales, envases biodegradables), la salud animal (fórmulas no tóxicas) y la innovación (modelo de venta online con atención personalizada). La marca se posicionará como una empresa verde, ética y cercana al consumidor.

Entre las ventajas competitivas destacan: baja competencia directa en el canal digital, segmentación enfocada en un público joven y comprometido con el bienestar animal, alianzas con proveedores responsables y una estrategia omnicanal flexible. Además, el uso de herramientas digitales, procesos logísticos eficientes y una gestión basada en indicadores financieros garantizarán la viabilidad y el crecimiento progresivo del negocio.

