

**UNIVERSIDAD DE LA INTEGRACIÓN DE LAS
AMÉRICAS**



**FACULTAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA Y SEMIPRESENCIAL
LICENCIATURA EN CONTADURÍA PÚBLICA**

"GMC - PARABRISAS"

GRACIELA MARLENE CUEVAS CORONEL

Asunción, Paraguay

Año 2024



GMC - Parabrisas 17

Resumen Ejecutivo

GMC - Parabrisas emerge como una empresa especializada en la venta e instalación de parabrisas para vehículos, estableciendo su base en Mariano Roque Alonso. En un contexto económico propicio, la percepción generalizada de baja calidad en el mercado (MarcadorDePosición1) se revela como una oportunidad estratégica que la empresa busca capitalizar.

Las directrices de las estrategias genéricas de Porter (2007) guían a GMC - Parabrisas hacia la consecución de una ventaja competitiva, focalizándose en la diferenciación y la eficiencia de costos. Asimismo, se ejecuta un enfoque integral de Marketing, abordando los aspectos de producto, precio, plaza y promoción, con la meta de presentar la oferta al mercado a un precio competitivo. El Plan de Empresa se erige con el propósito de evaluar la viabilidad económica y financiera, involucrando elementos cruciales como el análisis sectorial bajo el modelo de Porter, estudios de mercado, un plan de marketing completo, y la definición detallada de aspectos administrativos, técnicos y legales del proyecto.

La inversión inicial de Gs 300.000.000 se destina a la adquisición de activos, mejoras tecnológicas y otros equipos esenciales. La proyección muestra un retorno sobre la inversión total con un periodo de recuperación de 3 años, un Valor Actual Neto (VAN) de Gs 314.650.650 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 47 %.

Este Plan de Negocios se ha gestado mediante la aplicación de técnicas de marketing y metodologías financieras, incorporando estimaciones realistas de ingresos y gastos. Con un aumento proyectado del 10% respecto al año anterior, se concluye que la comercialización de parabrisas en el mercado actual constituye una inversión sólida y lucrativa.

