

UNIVERSIDAD DE LA INTEGRACIÓN DE LAS AMÉRICAS



FACULTAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA Y SEMI PRESENCIAL

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

“KP SERVICIOS DE NUTRICIÓN PARA EMPRESAS”

IRMA KARINA PAREDES VALDEZ

Asunción, Paraguay

Año 2024



Resumen Ejecutivo

El servicio ofertado es una empresa que se dedica a programas personalizados y de consultoría nutricional. La empresa está ubicada en la ciudad de Asunción, un lugar estratégico para abarcar el mercado de salud y bienestar nutricional.

Las estrategias genéricas de Porter sugieren que una empresa puede lograr una ventaja competitiva sobre sus rivales al lograr un mayor nivel de desempeño. Él diferencia entre dos tipos principales de ventajas competitivas (bajos costos y diferenciación), que se pueden dividir en subcategorías mediante la segmentación del mercado. (Porter, 1979)

La principal innovación responde a una necesidad creciente de integrar la salud y el bienestar en el día a día corporativo. Esta tendencia está ganando impulso como un factor esencial para mejorar el rendimiento y la satisfacción laboral, marcando un cambio significativo en cómo las empresas valoran y promueven la salud integral de sus empleados.

Al educar a las empresas sobre la importancia de la nutrición y fomentar prácticas empresariales saludables, no solo se está vendiendo un servicio, sino también promoviendo un cambio en la cultura corporativa. Además, se utiliza la aplicación del Marketing Mix que es una mezcla de estrategias donde sus pilares están enfocados en el producto, precio, plaza y promoción, con el fin de determinar los aspectos internos de la empresa para determinar su introducción al mercado. y enfocado a la paridad competitiva, con un precio por debajo de lo que actualmente ofrecen los competidores en el mercado.

El objetivo principal del Plan de Empresa es evaluar su viabilidad económica y financiera mediante la realización de un estudio con los siguientes objetivos específicos: analizar el mercado local y regional para identificar a los principales competidores, determinar estrategias para crear una ventaja competitiva sostenible en el sector de servicios de nutrición, realizar estudios de mercado, desarrollar un plan de marketing, elaborar planes administrativos, técnicos y legales, evaluar la viabilidad económica y financiera del proyecto mediante un análisis exhaustivo.

