

UNIVERSIDAD DE LA INTEGRACIÓN DE LAS AMÉRICAS



FACULTAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA Y SEMI PRESENCIAL
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

“PLAN DE NEGOCIO PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE AGUA MINERAL NATURAL PARA EL MERCADO DE ASUNCIÓN Y GRAN ASUNCIÓN”

DIEGO FERNANDO GARCETE SILGUERO

Asunción, Paraguay

Año 2022



RESUMEN EJECUTIVO

La Pureza S.R.L. es una empresa que se dedicará a la producción y comercialización de agua mineral natural en bidones de 20 litros principalmente, complementada con otros productos. La empresa está ubicada en...lugar estratégico para abarcar el mercado de Asunción y Gran Asunción.

El entorno económico es favorable, ya que, por lo regular, la mayoría de las personas, opinan que el agua potable es de mala calidad, y es la razón principal que la población consume agua mineral. A esto se suma el excesivo calor de la mayor parte del año, lo que resulta en que cada vez más personas consumen agua mineral.

De acuerdo a la definición de Michael Porter sobre las estrategias genéricas, el invento afirma que las mismas “describen como una compañía puede lograr ventaja competitiva frente a sus competidores obteniendo un rendimiento superior al de ellos. Para ello diferencia dos ventajas competitivas (bajos costos y diferenciación), que se pueden dividir en tres o cuatro mediante la segmentación de mercado”. (Porter, 1979)

La innovación principal de La Pureza S.R.L., se sustenta en el proceso de producción, el cual se enfoca en mantener la calidad y la naturalidad del producto, no utilización de químicos para su consumo, por un lado, y por el otro, el liderazgo en costos. Además, la aplicación del Marketing Mix que es una mezcla de estrategias donde sus pilares se centran en el producto, el precio, la plaza y la promoción, con el fin de determinar los aspectos internos de la empresa para determinar su introducción al mercado y enfocados en la paridad competitiva, con un precio por debajo de lo ofrecido actualmente por los competidores en el mercado.

Se ha definido como objetivo principal del Plan de Negocios, realizar un estudio para determinar la viabilidad económica y financiera para él, apoyado por los siguientes objetivos específicos: analizar el sector industrial utilizando el modelo de Porter; realizar la investigación de mercado tanto macro como microambiente; elaborar el plan de Marketing contemplando todos sus componentes, y definir el plan administrativo, técnico y legal para el proyecto.

La inversión inicial requerida es de Gs 1.143.500.000 de la que se aplican el 48% en adquirir un terreno y mejoras edilicias; 26% en Maquinarias nuevas con tecnología de punta y el saldo en rodados y equipamientos varios. Además, se prevé un capital operativo de Gs 147.682.399.-

El plan de financiación de la inversión se realiza a través de aporte propio de Gs 800.000.000 y un préstamo del Banco Itaú de Gs 500.000.000 con una tasa de interés del 10 % a 60 meses con codeudora.

Se ha desarrollado este Plan de Negocios aplicando técnicas de marketing y metodologías financieras que proporcionan estimaciones realizables de ingresos y egresos a fin de proyectar con la mayor exactitud la rentabilidad potencial del proyecto de inversión. Para la determinación de ingresos y egresos se han utilizado los precios actuales del mercado calculando un incremento del 5 % sobre el año anterior.

