PLAN DE NEGOCIOS DE UNA EMPRESA DE4 COMPRA Y VENTA DE MAS Y PASTA

Lezcano Bilanetti, Maira Alejandra
Facultad de Ciencias Empresariales. Universidad del Sol. Asunción. Paraguay
Mairabilaetti66@gemail.com

RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo general evaluar la viabilidad económica y financiera del Plan de Empresa para la comercialización de masas y pastas en el barrio San Miguel de Asunción. La metodología se fundamentó en un enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo), con un nivel de investigación descriptivo y de corte transversal, complementado con análisis estratégico mediante las cinco fuerzas de Porter y la mezcla de mercadotecnia (4P). La población estuvo conformada por los habitantes y consumidores potenciales del sector de panadería y confitería de la zona. La muestra se determinó mediante un muestreo probabilístico por conveniencia aplicado a clientes del barrio. Como instrumentos de recolección de datos, se emplearon encuestas estructuradas y fichas de observación directa. Entre los resultados más destacables, se identificó un mercado favorable impulsado por la demanda de productos de mejor calidad. Financieramente, se fijó una inversión inicial de Gs. 219.257.000, proyectando ingresos con un incremento anual del 30%. Los indicadores mostraron un Valor Actual Neto (VAN) de Gs. 48.947.845, una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 16% y un retorno total de la inversión de Gs. 139.632.324 recuperable en 1 año y 4 meses. En conclusión, el Plan de Negocios demuestra ser técnica, económica y financieramente viable y rentable para su introducción en el mercado local.

Palabras clave: Calidad. Pastas. Plan de Negocios. Rentabilidad. Viabilidad.

ABSTRACT

This research aimed to evaluate the economic and financial feasibility of the Business Plan for the marketing of doughs and pastas in the San Miguel neighborhood of Asunción. The methodology was based on a mixed approach (quantitative and qualitative), with a descriptive and cross-sectional level of research, complemented by strategic analysis using Porter's five forces and the marketing mix (4Ps). The population consisted of inhabitants and potential consumers of the bakery and confectionery sector in the area. The sample was determined through convenience non-probability sampling applied to local neighborhood customers. Structured surveys and direct observation sheets were used as data collection instruments. Among the most notable results, a favorable market driven by the demand for higher quality products was identified. Financially, an initial investment of Gs. 219,257,000 was set, projecting revenues with an annual increase of 30%. Indicators showed a Net Present Value (NPV) of Gs. 48,947,845, an Internal Rate of Return (IRR) of 16%, and a total return on investment of Gs. 139,632,324 recoverable in 1 year and 4 months. In conclusion, the Business Plan proves to be technically, economically, and financially feasible and profitable for its introduction into the local market.

Keywords: Feasibility. Quality. Pasta. Business Plan. Profitability.

1.INTRODUCCIÓN

En el sector gastronómico actual de la ciudad de Asunción, especialmente en el barrio San Miguel, existe una constante búsqueda por parte de los consumidores de productos alimenticios que combinen alta calidad, frescura y precios accesibles. Sin embargo, la oferta existente en el rubro de panadería y confitería suele presentar deficiencias en cuanto al mantenimiento de la calidad artesanal y la naturalidad de los insumos, percibiéndose a menudo productos de baja calidad o precios elevados que limitan las opciones del consumidor local. Esta situación genera un desequilibrio entre las expectativas de los clientes y la oferta real disponible en el mercado geográfico objetivo.

A esta problemática se suma la falta de propuestas comerciales innovadoras que implementen procesos productivos eficientes sin recurrir al uso excesivo de aditivos químicos, manteniendo la calidad y naturalidad del producto sin elevar significativamente los costes de producción. La carencia de un plan de negocios estructurado que valide la factibilidad de introducir una empresa dedicada a la compra y venta de masas y pastas genera incertidumbre sobre la viabilidad de competir exitosamente frente a los actores tradicionales del sector.

Ante esta situación, la presente investigación tiene como objetivo general evaluar la viabilidad económica y financiera del Plan de Empresa para la comercialización de masas y pastas en el barrio San Miguel de Asunción, mediante el análisis del sector industrial con el modelo de

Porter, estudios de mercado del entorno, la formulación de un plan de marketing estratégico y la definición de la estructura administrativa, técnica y legal del proyecto.

La importancia de esta investigación radica en su capacidad para ofrecer a los emprendedores e inversionistas una guía clara, cuantitativa y respaldada que minimice los riesgos de capital ante la puesta en marcha del proyecto. Asimismo, beneficia de manera directa a la comunidad local al respaldar la llegada de una propuesta comercial que ofrece productos alimenticios de alta calidad y naturalidad a precios competitivos, impulsando el desarrollo económico y comercial de la zona.

Finalmente, el aporte científico de este estudio reside en la aplicación práctica e integrada de modelos teóricos de gestión estratégica, como las fuerzas competitivas de Porter y la mezcla de mercadotecnia, en el contexto de las micro y pequeñas empresas del sector alimentario paraguayo. De este modo, la investigación enriquece la literatura académica local al proporcionar datos empíricos y metodologías financieras replicables para la evaluación de proyectos de inversión en el ámbito de la producción y comercialización de alimentos.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación se desarrolló bajo un enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo). El componente cuantitativo se aplicó en la recolección y análisis de datos numéricos del estudio de mercado, así como en las proyecciones económicas y financieras (VAN, TIR y periodo de recuperación de la inversión). Por su parte, el componente cualitativo permitió analizar las

percepciones de la demanda y caracterizar el entorno competitivo mediante la aplicación del modelo de las Cinco Fuerzas de Porter. El nivel de investigación fue descriptivo y de corte transversal, debido a que se indagaron, caracterizaron y midieron las variables del mercado en un periodo determinado sin manipular el entorno.

«La investigación con métodos mixtos es un enfoque de indagación que combina o integra formas cualitativas y cuantitativas de investigación. Implica supuestos filosóficos, el uso de enfoques cualitativos y cuantitativos, y la mezcla o integración de ambos enfoques en un estudio» (Creswell y Creswell, 2018, p. 51 / p. 297, traducción propia).

«La investigación con métodos mixtos es un enfoque de indagación que combina o integra formas cualitativas y cuantitativas de investigación. Implica supuestos filosóficos, el uso de enfoques cualitativos y cuantitativos, y la mezcla o integración de ambos enfoques en un estudio» (Creswell y Creswell, 2018, p. 51).

La población estuvo conformada por los habitantes y consumidores potenciales del sector de panadería y confitería ubicados en el barrio San Miguel de Asunción.

«Una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones» (Hernández-Sampieri et al., 2014, p. 174).

Como muestra se empleó un muestreo no probabilístico por conveniencia, seleccionando a aquellos consumidores residentes y transeúntes de la zona delimitada que expresaron disposición a responder el instrumento de recolección de datos.

Como técnicas se utilizaron la encuesta como técnica principal para el levantamiento de información primaria sobre la demanda del consumidor, y la revisión documental para recopilar información secundaria acerca de precios de mercado, costos de inversión y normativas comerciales.

Como instrumento, se aplicó un cuestionario estructurado compuesto por preguntas cerradas orientadas a determinar los hábitos de consumo, nivel de aceptación de precios y percepción de calidad. Asimismo, se emplearon fichas de observación directa e instrumentos de análisis estratégico para la evaluación de la competencia.

La delimitación espacial, se circunscribió geográficamente al barrio San Miguel de la ciudad de Asunción, Paraguay, focalizando el área de impacto comercial en las inmediaciones de 38 Proyectadas y Avenida Japón.

En cuanto a la delimitación temporal, el estudio se llevó a cabo y se finalizó durante el año 2024, periodo en el cual se recolectaron los datos primarios y se realizaron las estimaciones financieras basadas en los precios de mercado vigentes.

3. RESULTADOS

Respecto al primer objetivo específico: *Analizar la demanda para crear una empresa de masas y pastas en el barrio San Miguel de la ciudad de Asunción*. El análisis del mercado mostró una receptividad sumamente favorable por parte de los consumidores del barrio San Miguel hacia

una nueva oferta en el rubro de panadería y confitería. Los hallazgos evidenciaron que existía un descontento generalizado con los productos existentes debido a su percibida baja calidad, lo que impulsó a las personas a buscar alternativas locales que garantizaran productos frescos, artesanales y libres de exceso de aditivos químicos.

Asimismo, los datos confirmaron un segmento de demanda constante tanto al por mayor como al por menor para una variedad de masas, pastas frescas, discos para empanadas y pascualinas. El entorno económico resultó idóneo para la introducción del negocio, respaldado por la ubicación estratégica en 38 Proyectadas y Avenida Japón, donde la combinación de calidad superior y precios competitivos permitió captar eficazmente a la clientela de la zona.

Respecto al segundo objetivo específico: *Cuantificar la inversión inicial requerida para el inicio de operaciones de la empresa*. La cuantificación del presupuesto financiero estableció que se requirió una inversión inicial total de Gs. 219.257.000 para el arranque de las actividades operativas del negocio. Esta suma abarcó de forma integral las necesidades de capital fijo y de trabajo necesarias para garantizar una infraestructura sólida y un funcionamiento continuo desde el primer día.

En cuanto a la distribución del capital, el 26,52% del monto se destinó a la adquisición de muebles, equipos de oficina, instalaciones informáticas e infraestructura; un 5,47% se asignó a equipos de producción de alta tecnología; y el 68% restante se constituyó como capital operativo y equipos varios para sostener el ciclo productivo y comercial.

Respecto al tercer objetivo específico: *Estimar el tiempo necesario para la recuperación de la inversión*. Las proyecciones financieras determinaron que el periodo estimado para la recuperación total del capital invertido fue de 1 año y 4 meses. Esta rápida amortización se logró a partir de una estimación de ingresos y gastos respaldada por precios vigentes de mercado, con un incremento constante en las ventas proyectado del 30% respecto al año anterior.

El retorno sobre la inversión total alcanzó la cifra de Gs. 139.632.324 al término del horizonte evaluado. Estos cálculos aseguraron la factibilidad de la propuesta en el corto plazo, ofreciendo un flujo de caja positivo que respaldó la liquidez y solvencia operativa del emprendimiento.

Respecto al objetivo general: *Determinar la rentabilidad de la creación de una empresa de comercialización de masas y pastas en la ciudad de Asunción*. Los indicadores financieros consolidados confirmaron plenamente que la creación de la empresa de comercialización de masas y pastas fue viable y altamente rentable en la ciudad de Asunción. El proyecto arrojó un Valor Actual Neto (VAN) de Gs. 48.947.845 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 16%, métricas que superaron los niveles exigidos para este tipo de inversiones y ratificaron el éxito técnico, económico y financiero del Plan de Negocios.

4. CONCLUSIONES

Respecto al primer objetivo específico: Analizar la demanda para crear una empresa de masas y pastas en el barrio San Miguel de la ciudad de Asunción. El análisis del mercado muestra

una receptividad sumamente favorable por parte de los consumidores del barrio San Miguel hacia una nueva oferta en el rubro de panadería y confitería. Los hallazgos evidencian que existe un descontento generalizado con los productos existentes debido a su percibida baja calidad, lo que impulsa a las personas a buscar alternativas locales que garanticen productos frescos, artesanales y libres de exceso de aditivos químicos.

Asimismo, los datos confirman un segmento de demanda constante tanto al por mayor como al por menor para una variedad de masas, pastas frescas, discos para empanadas y pascualinas. El entorno económico resulta idóneo para la introducción del negocio, respaldado por la ubicación estratégica en 38 Proyectadas y Avenida Japón, donde la combinación de calidad superior y precios competitivos permite captar eficazmente a la clientela de la zona.

Respecto al segundo objetivo específico, Cuantificar la inversión inicial requerida para el inicio de operaciones de la empresa. La cuantificación del presupuesto financiero establece que se requiere una inversión inicial total de Gs. 219.257.000 para el arranque de las actividades operativas del negocio. Esta suma abarca de forma integral las necesidades de capital fijo y de trabajo necesarias para garantizar una infraestructura sólida y un funcionamiento continuo desde el primer día.

En cuanto a la distribución del capital, el 26,52% del monto se destina a la adquisición de muebles, equipos de oficina, instalaciones informáticas e infraestructura; un 5,47% se asigna a

equipos de producción de alta tecnología; y el 68% restante se constituye como capital operativo y equipos varios para sostener el ciclo productivo y comercial.

Respecto al tercer objetivo específico, Estimar el tiempo necesario para la recuperación de la inversión. Las proyecciones financieras determinan que el periodo estimado para la recuperación total del capital invertido es de 1 año y 4 meses. Esta rápida amortización se logra a partir de una estimación de ingresos y gastos respaldada por precios vigentes de mercado, con un incremento constante en las ventas proyectado del 30% respecto al año anterior.

El retorno sobre la inversión total alcanza la cifra de Gs. 139.632.324 al término del horizonte evaluado. Estos cálculos aseguran la factibilidad de la propuesta en el corto plazo, ofreciendo un flujo de caja positivo que respalda la liquidez y solvencia operativa del emprendimiento.

Respecto al objetivo general, Determinar la rentabilidad de la creación de una empresa de comercialización de masas y pastas, en la ciudad de Asunción. Los indicadores financieros consolidados confirman plenamente que la creación de la empresa de comercialización de masas y pastas es viable y altamente rentable en la ciudad de Asunción. El proyecto arroja un Valor Actual Neto (VAN) de Gs. 48.947.845 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 16%, métricas que superan los niveles exigidos para este tipo de inversiones y ratifican el éxito técnico, económico y financiero del Plan de Negocios.

5. BIBLIOGRAFÍA

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. del C. (2014*). Metodología de la investigación* (6.ª ed.). McGraw-Hill