

RESUMEN EJECUTIVO

La realización del presente Plan de Negocios, nace principalmente de la preocupación hacia el cuidado del medio ambiente, crecimiento de importaciones de papel higiénico y el aprovechamiento de materias primas recuperables, como el bagazo de caña de azúcar subproducto resultante de la molienda de la misma, el cual se utiliza como combustible para calderas de combustión en los ingenios azucareros actualmente, y la aplicación de nuevos procesos menos nocivos en la fabricación de papel higiénico, con la ayuda de nueva tecnología, para dar solución a la insatisfacción de los consumidores de este producto ofertado por las diferentes empresas, en cuanto a la percepción por falta de calidad, precio y otros atributos y características, en las actuales ofertas del mismo.

Para ello se realizó distintas investigaciones y análisis de este sector, en el mismo se pudo tomar en cuenta un análisis del entorno mediato en cuanto a lo político, económico, social, medioambiental y tecnológico, asimismo el entorno inmediato, con la identificación de los consumidores actuales, competidores actuales y potenciales, atractivos del sector, productos sustitutos y proveedores. En cuanto al producto que se ofrecerá este será un papel higiénico ecológico en base a bagazo de caña de azúcar, doble hoja de 22 mts cada rollo de color blanco, en cuanto al negocio estará conformado por 6 socios entre los cuales se podrá incluir, al ingenio azucarero I.A.B.S.A., con participación en las acciones del negocio, esto como estrategia de abastecimiento para asegurar la provisión de materia prima.

En la investigación de mercados, se utilizó el enfoque cuantitativo, con alcance descriptivo, en el cual se utilizó como instrumento de recolección de datos el cuestionario, y se determinó una muestra de 120 encuestas realizadas en los distintos distritos de la ciudad de Tarija mediante el método estadístico de muestreo estratificado en el que se concluyó que el producto tiene gran potencial de aceptación, para el cual la publicidad puede ser un medio determinante para captar clientes y dar a conocer el producto y además se debe tomar en cuenta la calidad y precio accesible que debe tener el producto así como también atributos adicionales como la suavidad y durabilidad (cantidad y resistencia) en presentaciones de 20 unidades.

Por otro lado el canal de distribución utilizado para la comercialización de papel higiénico será el canal directo, a través de una distribuidora de la empresa para la venta al consumidor final con un precio de Bs. 20, destinando para la venta por medio de este

canal el 40% de la producción y un canal indirecto mediante detallistas en los que están incluidos los mercados, supermercados y ferias comerciales, con un precio de venta de Bs. 17,57 dejando así un margen de ganancia para que los mismos puedan aplicar y destinando el 60% de la producción total para la venta a este canal de distribución.

El monto de inversión requerida es de 4.884.550, la cual fue financiada mediante fuentes internas por parte de los socios de la empresa y financiamiento externo mediante un préstamo bancario. En base al análisis financiero se pudo llegar a identificar indicadores económicos positivos y alentadores para la empresa, dando como resultado un VAN de Bs. 11.371.257 y una TIR del 44%, los cuales muestran la rentabilidad del Plan de Negocios. También se pudo constatar que el periodo de recuperación de la inversión es de 3 años, representando así que a partir del tercer año se verán los beneficios económicos de la empresa.