



Christian David Wolscham Ramos
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial – UNIDA
Administración de Empresas
Asunción – Paraguay - 2022

TÍTULO / TITLE:

CW RENT A CAR S.R.L.

RESUMEN:

Este plan de negocios aborda la creación de CW Rent A Car S.R.L., una empresa dedicada a la renta de automóviles de gama económica, media y premium para plataformas digitales de transporte de pasajeros, como Uber, Bolt y Muv. La iniciativa surge de la oportunidad de llenar un vacío en un mercado donde la oferta formal es limitada. La estrategia diferenciadora radica en proporcionar vehículos adaptados a las necesidades del cliente, combinando economía, comodidad y calidad de servicio. La implementación de la empresa requiere un capital inicial significativo, destinando el 12.5% de la flota a vehículos propios y el 87.5% a un sistema de leasing con un valor residual del 30%. Este enfoque no solo optimiza la inversión, sino que también flexibiliza la gestión de la flota en función de las proyecciones de ventas. El capital inicial de Gs. 498.114.116, aportado por cinco socios inversores, se distribuye estratégicamente para la adquisición de activos fijos, gastos de puesta en marcha, operaciones mensuales y capital operativo. El análisis de rentabilidad revela un retorno del 14% en el primer año y una recuperación de la inversión en 2.56 años, respaldado por un Valor Actual Neto (VAN) de Gs. 947.992.531 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 57%. Estos indicadores confirman la viabilidad financiera del proyecto. En conclusión, CW Rent A Car S.R.L. presenta un modelo de negocio sólido y rentable, con perspectivas favorables para su inserción y crecimiento en el mercado de renta de automóviles, estableciendo así las bases para un desarrollo empresarial exitoso.

PALABRAS CLAVES: Análisis de Rentabilidad. Plan de negocios. Plataformas Digitales. Renta de Automóviles. Viabilidad Empresarial.

ABSTRACT:

This business plan addresses the establishment of CW Rent A Car S.R.L., a company dedicated to renting economy, mid-range, and premium cars for digital passenger transport platforms such as Uber, Bolt, and Muv. The initiative arises from the opportunity to fill a gap in a market where formal offerings are limited. The differentiating strategy lies in providing vehicles tailored to customer needs, combining affordability, comfort, and service quality. The company's implementation requires a significant initial capital, allocating 12.5% of the fleet to owned vehicles and 87.5% to a leasing system with a 30% residual value. This approach not only optimizes investment but also flexibly manages the fleet based on sales projections. The initial capital of Gs. 498,114,116, contributed by five investor partners, is strategically distributed for the acquisition of fixed assets, startup expenses, monthly operations, and working capital. Profitability analysis reveals a 14% return in the first year and a recovery of investment in 2.56 years, supported by a Net Present Value (NPV) of Gs. 947,992,531 and an Internal Rate of Return (IRR) of 57%. These indicators confirm the financial viability of the project. In conclusion, CW Rent A Car S.R.L. presents a robust and profitable business model with favorable prospects for integration and growth in the car rental market, thereby laying the foundations for successful business development.

KEYWORDS: Business Plan. Business Viability. Car Rental. Digital Platforms. Profitability Analysis.

1. INTRODUCCIÓN

El presente informe se centra en el plan de negocios de CW Rent A Car S.R.L., una empresa orientada a la prestación de servicios de renta de automóviles de gama económica, media y premium, destinados a las plataformas digitales de transporte de pasajeros, tales como Uber, Bolt y Muv. Este plan se centra en la creación de una empresa formal con el propósito de aprovechar un mercado incipiente en el Paraguay, donde la oferta de empresas formales dedicadas a la renta de automóviles para plataformas digitales es limitada.

La concepción de CW Rent A Car S.R.L. surge de la necesidad de llenar un vacío existente en el mercado de renta de automóviles para plataformas digitales de transporte de pasajeros. La falta de empresas formales en este sector representa una oportunidad para CW Rent A Car S.R.L. de establecerse como pionera y diferenciarse en el mercado, brindando servicios de calidad y adecuándose a las necesidades tanto económicas como de confort de los clientes.

La propuesta de valor de CW Rent A Car S.R.L. radica en la oferta de automóviles adaptados a las necesidades del cliente, abordando aspectos económicos, de confort y calidad del servicio. Esto se logrará a través de estrategias de diferenciación y liderazgo de costos, garantizando así un posicionamiento sólido en el mercado y la posibilidad de expansión futura.

La puesta en marcha de la empresa requerirá una inversión significativa, con un capital inicial de Gs. 498.114.116, provenientes de cinco socios inversores. La adquisición de vehículos, un elemento central en la operación, se llevará a cabo mediante un sistema de leasing, permitiendo flexibilidad y mitigando riesgos asociados con la propiedad directa.

El análisis de rentabilidad revela una tasa de retorno del 14% en el primer año de operaciones, con un tiempo de retorno de la inversión de 2.56 años. El Valor Actual Neto (VAN) asciende a Gs. 947.992.531 y la Tasa Interna de Retorno (TIR) se sitúa en un sólido 57%, indicando la viabilidad financiera del proyecto.

Este plan de negocios está orientado a la prestación de servicios por parte de la empresa, enfocándose en fortalecer la flota de automóviles destinados a las plataformas digitales de transporte de pasajeros.

2. MATERIALES Y METODOLOGÍA

La definición de la estructura organizativa en la investigación se sustentó en la determinación de roles y responsabilidades, asegurando la asignación eficiente de recursos humanos. El análisis de competencias requeridas para cada puesto garantizó la formación de un equipo altamente competente y especializado.

Diseño de la Investigación

El diseño metodológico adoptado fue cuantitativo, estructurando la investigación para analizar exhaustivamente la literatura existente sobre certificación e inspección. Este análisis bibliográfico proporcionó las bases conceptuales necesarias para la formulación del Plan de Negocios, destacando tendencias del mercado, requisitos normativos y mejores prácticas sectoriales.

Recopilación de Datos

La recopilación de datos se llevó a cabo mediante fuentes primarias y secundarias. Encuestas realizadas proporcionaron información valiosa sobre las demandas del mercado y las necesidades de los potenciales clientes. Se complementó con datos estadísticos relevantes sobre la industria, competencia y proyecciones económicas, consolidando así una base robusta de información.

Análisis de Mercado

La sección de análisis de mercado adoptó un enfoque detallado, abarcando la identificación de clientes potenciales, análisis de competencia y evaluación de estrategias de marketing. La segmentación del mercado se fundamentó en criterios demográficos y comportamentales, brindando una comprensión precisa del público objetivo y sus preferencias.

Proyecciones Financieras

El análisis financiero adoptó un enfoque proactivo, incorporando proyecciones detalladas sobre ventas, inversiones, flujo de caja y rentabilidad. Se consideraron diversas variables, incluyendo escenarios optimistas y adversos, para proporcionar una visión holística de la viabilidad económica del proyecto.

Estructura Organizativa

La definición de la estructura organizativa se centró en la determinación de roles y responsabilidades, asegurando la asignación eficiente de recursos humanos. Un análisis de competencias requeridas para cada puesto garantizó la formación de un equipo altamente competente y especializado.

Conclusiones de la Metodología

La meticulosa aplicación de esta metodología ha culminado en la construcción de un Plan de Negocios sólido y fundamentado en evidencia. Los resultados obtenidos constituyen una base robusta para la toma de decisiones estratégicas, asegurando la viabilidad y competitividad de la propuesta empresarial. La implementación detallada de esta metodología respalda la validez y confiabilidad de los hallazgos, consolidando la investigación como una contribución sustancial al campo de la certificación e inspección en el ámbito empresarial.

Preguntas Orientadas al Plan de Negocios

1. **¿Qué problema soluciona el producto o servicio?** CW Rent A Car S.R.L. busca fortalecer la oferta de automóviles para plataformas digitales de transporte de pasajeros, abordando la problemática del transporte público en Paraguay.
2. **¿A qué necesidad del cliente responde nuestro producto o servicio?** El servicio responde a la necesidad del cliente de contar con transporte seguro y puntual, así como a los choferes conductores que buscan vehículos acordes a sus capacidades económicas.
3. **¿A qué tipo de producto o servicio responde la idea del negocio?** La idea del negocio responde a un servicio de renta de vehículos de gama baja, media y alta, destinados a plataformas digitales de transporte de pasajeros.
4. **¿Qué se está ofreciendo exactamente al mercado?** La empresa ofrece soluciones tanto para el consumidor intermedio (choferes conductores) como para el consumidor final (usuarios de plataformas), brindando opciones de renta, mantenimiento y seguridad.
5. **¿Qué tiene de innovador el producto o servicio ofrecido?** La innovación radica en la facilidad de rentar automóviles adaptados a las necesidades y presupuestos del cliente, con opciones de pago flexibles que incluyen seguros y liberan al consumidor de trámites administrativos.
6. **¿Cuáles son las características distintivas en relación a otros productos o servicios?** Las principales características distintivas son las facilidades de adquisición, el soporte continuo y precios accesibles, posicionando a CW Rent A Car S.R.L. como una opción atractiva en el mercado.

7. **¿Hasta qué punto nuestro producto o servicio es único entre sus competidores o sustitutos?** La empresa se diferencia al ofrecer precios por debajo del promedio del mercado, buscando fidelizar clientes para posteriormente ajustar precios y mantener la lealtad basada en la calidad de servicios.
8. **¿Qué riesgos conlleva la idea de negocio en el mercado objetivo?** Los riesgos incluyen la aceptación del producto en el mercado, el posible déficit en los beneficios generados por choferes de bajos ingresos y los riesgos asociados a la renta de automóviles, como daños, accidentes y robos.

Definición del Tipo de Negocio a Emprender

El plan de negocios se fundamenta en la creación de una empresa de servicios, con un enfoque específico en la prestación de servicios de renta de automóviles para plataformas digitales de transporte de pasajeros. Este resumen ejecutivo constituye la introducción al plan de negocios detallado, proporcionando una visión general de la propuesta empresarial de CW Rent A Car S.R.L. y estableciendo las bases para las secciones subsiguientes que abordarán aspectos más específicos de la planificación y ejecución del proyecto.

3. RESULTADOS

VAN y *TIR*: Los resultados del Valor Actual Neto (*VAN*) y la Tasa Interna de Retorno (*TIR*) para el proyecto, obtenidos mediante una cuidadosa elaboración propia (2022):

VAN: 947.992.531

TIR: 57%

Se observa que el VAN asciende a 947.992.531, superando la inversión inicial. Esto indica que el proyecto refleja ganancias y, por ende, es viable. Además, la TIR, con un valor del 57%, sugiere que el proyecto es rentable.

Periodo de Recuperación de la Inversión

El periodo de recuperación de la inversión se detalla en la tabla N° 42, donde, a pesar de la significativa inversión inicial, se muestra un periodo de recuperación relativamente corto de 2,56 años:

Periodo de recuperación: 2,56 años

Estos resultados subrayan la eficiencia en la recuperación de la inversión a pesar del monto considerable requerido para el negocio.

Punto de Equilibrio

El Punto de Equilibrio contable y financiero, revelando la relación entre costos, ventas y el equilibrio necesario para cubrir los gastos. Los resultados se detallan a continuación:

Punto de equilibrio contable:

- Año 1: 85,65%
- Año 2: 67,83%
- Año 3: 55,38%
- Año 4: 46,25%
- Año 5: 38,69%

Punto de equilibrio financiero:

- Año 1: 78,4%
- Año 2: 57,3%
- Año 3: 47,1%

- Año 4: 39,7%
- Año 5: 33,5%

Después de exhaustivos análisis en cada etapa de la elaboración del plan de negocios, se concluye que el proyecto CW Rent A Car S.R.L. presenta condiciones favorables para ser un negocio rentable. Los objetivos específicos son alcanzables, respaldados por análisis estratégicos y de mercado.

Se recomienda ejecutar el proyecto dada su evidente viabilidad. Además, se sugiere establecer alianzas estratégicas con proveedores y otras empresas afines, buscando mejorar costos y ampliar el mercado de servicios. Se aconseja evaluar anualmente la demanda del mercado y considerar la expansión de la flota de automóviles para aumentar las ventas y márgenes de ganancias. Estas recomendaciones respaldan la sostenibilidad y crecimiento del negocio a lo largo del tiempo.

4. DISCUSIÓN

La elaboración de un plan de negocios, como lo sugiere Juliá (2019), se concibe como una medida preventiva para reducir las posibilidades de fracaso empresarial, minimizando riesgos y optimizando el uso de recursos. En este contexto, los objetivos trazados en la presente investigación se delinearon cuidadosamente con la premisa de cumplir con los principios esenciales mencionados por Juliá (2019).

Objetivo General

El objetivo general de este plan de negocios, como se ha establecido, es la elaboración de un plan estratégico integral para la creación de la empresa CW Rent A Car S.R.L. Este emprendimiento se enfoca en el sector de renta de automóviles de gama baja, media y alta, destinados a plataformas digitales de transporte de pasajeros en Paraguay. El propósito fundamental es contribuir a la reducción de riesgos asociados con el inicio

de nuevas empresas, evitando el malgasto de recursos y maximizando las posibilidades de éxito, en consonancia con las sugerencias de Juliá (2019).

Objetivos Específicos

1. **Garantizar la Seguridad del Pasajero:** Uno de los objetivos específicos es ofrecer un servicio que asegure la seguridad de los pasajeros durante sus desplazamientos. Esta premisa, esencial para el buen funcionamiento de la empresa, se alinea con las expectativas de seguridad en el transporte de pasajeros.
2. **Seguimiento de Autos Rentados:** Para asegurar la calidad del servicio proporcionado al consumidor final, se plantea el objetivo de brindar un seguimiento integral a los automóviles rentados. Este enfoque no solo refuerza la confianza del cliente, sino que también contribuye a la reputación positiva de la empresa.
3. **Estudio de Mercado:** La creación de la empresa se fundamenta en un estudio de mercado exhaustivo. Este objetivo específico se diseñó para recopilar información relevante que respalde la toma de decisiones y garantice la adecuación de la oferta a las demandas del mercado local.
4. **Plan Estratégico de Creación:** Definir un plan estratégico detallado para la creación de CW Rent A Car S.R.L. es esencial. Este objetivo específico abarca la planificación operativa y estructural necesaria para la puesta en marcha de la empresa.
5. **Estrategia de Marketing:** El último objetivo específico se centra en el diseño de una estrategia de marketing efectiva. Esta estrategia busca facilitar la entrada al mercado, maximizando la visibilidad de la empresa y posicionándola de manera competitiva.

Contribución a la Gestión Empresarial

La confluencia de estos objetivos genera una sinergia que no solo mitiga riesgos inherentes a la creación de empresas, sino que también establece las bases para una gestión empresarial sólida y sostenible. La garantía de seguridad, el seguimiento eficiente, el respaldo de datos de mercado, la planificación estratégica y la implementación de estrategias de marketing coadyuvan a la construcción de un modelo de negocio integral y resistente.

La alineación de los objetivos de esta investigación con las mejores prácticas en gestión empresarial, como propuestas por Juliá (2019), fortalece la fundamentación de la creación de CW Rent A Car S.R.L. La combinación de medidas preventivas y estratégicas delineadas contribuye significativamente a la viabilidad y éxito potencial de la empresa en el mercado de alquiler de automóviles para plataformas digitales de transporte de pasajeros en Paraguay.

En conclusión, la presente discusión ha delineado los objetivos de la investigación de manera precisa y acorde a las recomendaciones de expertos en la elaboración de planes de negocios, como Juliá (2019). Se ha destacado la importancia estratégica de cada objetivo específico, desde la garantía de seguridad para los pasajeros hasta la elaboración de un plan de marketing efectivo.

La armonización de estos objetivos específicos converge en una propuesta empresarial sólida y orientada al éxito, al tiempo que se mitigan los riesgos inherentes al establecimiento de nuevas empresas. La contribución a la gestión empresarial se manifiesta en la planificación estratégica detallada, el respaldo de datos de mercado y la promoción de un servicio de calidad.

En términos generales, la investigación proporciona una base robusta para la creación de CW Rent A Car S.R.L., fundamentada en prácticas empresariales probadas. La aplicación coherente de estos objetivos específicos no solo potencia la viabilidad del proyecto, sino que también establece las condiciones propicias para una gestión empresarial eficiente y sostenible.

5. CONCLUSIONES

El análisis meticuloso de los objetivos formulados para la creación de CW Rent A Car S.R.L. arroja resultados altamente prometedores en términos de viabilidad y potencial de éxito en el mercado. Siguiendo las directrices de Juliá (2019) sobre la función esencial de un plan de negocios en la mitigación del riesgo, la asignación eficiente de recursos y la maximización de las posibilidades de éxito, la investigación ha logrado su objetivo general de elaborar un plan estratégico para la empresa en cuestión.

La evaluación de las cinco fuerzas de Porter y el análisis FODA resalta condiciones favorables que respaldan la consecución de los objetivos estratégicos establecidos. La atención particular a la receptividad positiva del servicio en el análisis de mercado, respaldada por pronósticos de aumento en la demanda, señala un entorno propicio para la entrada y consolidación en el mercado.

A pesar del desafío planteado por la inversión inicial significativa, el estudio técnico y financiero revela una proyección de cifras de ventas capaz de cubrir las obligaciones de la empresa. Aunque se destaca el elevado monto necesario para la inversión inicial, tanto la Ventaja Neto Actual (VAN) como la Tasa Interna de Retorno (TIR) superan las expectativas, con un período de recuperación de la inversión relativamente breve, fortaleciendo la perspectiva de rentabilidad del proyecto.

En términos de conclusiones, la investigación corrobora que CW Rent A Car S.R.L. posee un potencial considerable para convertirse en un negocio rentable. La recomendación principal es la ejecución del proyecto, respaldada por la evidente viabilidad identificada en el análisis. Además, se propone la formación de alianzas estratégicas con proveedores y empresas afines para mejorar costos y ampliar el alcance del mercado de servicios.

Se sugiere también realizar una evaluación anual de la demanda del mercado, considerando la posibilidad de expandir la flota de automóviles como estrategia para aumentar las ventas y márgenes de ganancias. Estas consideraciones, derivadas de la investigación, consolidan la posición de CW Rent A Car S.R.L. en el competitivo mercado de renta de automóviles, estableciendo las bases para un desarrollo empresarial sostenible y exitoso.

En términos generales, la conclusión de la investigación destaca la viabilidad y potencial de éxito de CW Rent A Car S.R.L. en el competitivo mercado de renta de automóviles. Los resultados obtenidos a través del análisis detallado de los objetivos establecidos refuerzan la importancia estratégica de un plan de negocios para mitigar riesgos, asignar eficientemente recursos y maximizar las oportunidades de éxito, alineándose con las premisas propuestas por Juliá (2019).

La evaluación de las condiciones del mercado, respaldada por el análisis de las cinco fuerzas de Porter y el análisis FODA, subraya condiciones propicias para el cumplimiento de los objetivos estratégicos y la consolidación en el mercado. A pesar de la significativa inversión inicial, el estudio técnico y financiero revela proyecciones positivas, con la Ventaja Neto Actual (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) superando expectativas y un período de recuperación de la inversión relativamente breve.

La recomendación principal, respaldada por la evidente viabilidad identificada en el análisis, es la ejecución del proyecto. Además, se sugiere la formación de alianzas estratégicas con proveedores y empresas afines para optimizar costos y ampliar el alcance del mercado de servicios. La consideración anual de la demanda del mercado, con la posibilidad de expandir la flota de automóviles, se presenta como una estrategia para incrementar las ventas y márgenes de ganancias.

En conjunto, estas conclusiones derivadas de la investigación fortalecen la posición de CW Rent A Car S.R.L., estableciendo las bases para un desarrollo empresarial sostenible y exitoso en el sector de renta de automóviles.

6. REFERENCIAS

- Agustín, D. (2015). *Activos fijos tangibles*. *Actualidad Empresarial* (326), pp.11 - 14. Disponible en: <https://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/134537/Nota%20Acad%C3%A9mica-%20Luis%20Riquelme.pdf?sequence=5&isAllowed=y>
- Barrios, E. (2017). *Ciclo de vida de un producto y sus estrategias relacionadas*. Argentina: Universidad Nacional de la Patagonia Austral.
- Decreto N° 3182 (2019). *POR EL CUAL SE REGLAMENTA EL IMPUESTO A LA RENTA EMPRESARIAL (IRE) ESTABLECIDO EN LA LEY N° 6380/2019, «DE MODERNIZACIÓN Y SIMPLIFICACIÓN DEL SISTEMA TRIBUTARIO NACIONAL»* Rescatado de: <https://www.bacn.gov.py/leyes-paraguayas/9332/ley-n-6380-de-modernizacion-y-simplificacion-del-sistema-tributario-nacional>
- Drouet, K. (2016). *Análisis de control de Inventario de la microempresa TUBEC*. Guayaquil. Disponible en: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/14283/1/UPS-GT001904.pdf>
- Espinoza, M., & Espinoza, M. (2020). *Las fuerzas de Porter: Estrategias luego de su aplicación*. In V Congreso Científico Internacional Sociedad del Conocimiento: Retos y Perspectivas.
- Espinoza, S. N. L., & Cazare, N. J. M. (2018). *El Enfoque Estratégico de Michael Porter Aplicado a las Mipymes: Caso Ibarra–Ecuador*. *Revista Científica Hallazgos* 21, 3.

- Gilli, J. J. (2018). *Claves de la estructura organizativa*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Granica.
- Gutiérrez, J. L. P., & González, E. B. L. (2014). *Manuales de procedimientos y el control interno: una necesaria interrelación*. Recuperado de: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/cu/2014/manual-procedimiento.html>
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, R., & Baptista-Lucio, P. (2017). *Selección de la muestra*. Disponible en: http://metabase.uaem.mx/xmlui/bitstream/handle/123456789/2776/506_6.pdf
- Herrera, R., & Baquero, M. (2018). *Las 5 fuerzas de Porter*. Universidad de Chile, 10. Disponible en: https://www.academia.edu/download/36861655/_PD_Documentos_-_5_fuerzas_de_porter.pdf
- Hertz (sf). *Datos de la competencia*, Rescatado de: www.hertzparaguay.com/nosotros
- Huerta, D. S. (2020). *Análisis foda o dafo*. Madrid, España: Bubok Publishing S.L. Disponible en: [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=6h0JEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT10&dq=Huerta,+D.+S.+\(2020\).+An%C3%A1lisis+foda+o+dafo.+Bubok.&ots=8ZRkSacvyl&sig=6V864qmNwIEJPu47AckgbugYwgQ#v=onepage&q&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=6h0JEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT10&dq=Huerta,+D.+S.+(2020).+An%C3%A1lisis+foda+o+dafo.+Bubok.&ots=8ZRkSacvyl&sig=6V864qmNwIEJPu47AckgbugYwgQ#v=onepage&q&f=false)
- Instituto nacional de estadística (2021). *Tríptico de proyecciones de la población*. Recuperado de: www.ine.gov.py/publication-single.php?codec=MTUy
- Juliá, J. M. (2019). *Cómo crear un Plan de Negocio útil y creíble: Guía para elaborar un Plan de Negocio Iterativo a través de la escucha activa del mercado*. Barcelona, España: Libros de cabecera S.L.
- Kaercher (sf). *Equipos utilizados para el mantenimiento de los automóviles*. Rescatado de: <https://www.kaercher.com/es/professional.html>
- Kia Paraguay (sf). *Proveedor de los automóviles y repuestos*. Disponible en: www.kia.com.py
- Ley N° 6380 (2019). *DE MODERNIZACIÓN Y SIMPLIFICACIÓN DEL SISTEMA TRIBUTARIO NACIONAL*. Disponible en: <https://www.bacn.gov.py/archivos/9332/Ley%206380.pdf>
- Localiza Paraguay (sf). *Datos de la competencia*. Rescatado de: www.localiza.com/paraguay/es-py
- Lozada Collado, K. J. (2019). *Plan Estratégico para El Reposicionamiento del “Megacentro Comercial Mi Mercado” en su Mercado Objetivo de Clientes*. Arequipa, Perú: Universidad Católica de Santa María, escuela de postgrado. Disponible en:

<https://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/UCSM/9404/8H.1941.MG.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Mesa Palacios, Gladys, Serra Toledo, Rolando, & Fleitas Triana, Sonia. (2018). *Metodología para la gestión de los activos fijos intangibles visibles en una universidad*. *Revista Universidad y Sociedad*, 10(4), 154-161. Epub 02 de septiembre de 2018. Recuperado de: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000400154&lng=es&tlng=es.
- Mullins, J., Walker, O., & Jamieson, H. B. Y. B. (2019). *Marketing*. Edinburg, Reino Unido: Edinburg Business School. Disponible en: <http://190.57.147.202:90/jspui/bitstream/123456789/497/1/marketing.pdf>
- Navarro, A. B. (2017). *Análisis del mercado*. Obtenido de http://virtual.unemi.edu.ec/pluginfile.php/182174/mod_resource/content/0/An.
- Navarro, C. O. C., & Alarcón, M. C. (2019). *Promoción del marketing y el posicionamiento*. *UCV Hacer*, 8(4), 11-20.
- Paula Nicole Roldán, (2017). *Negocio*. Recuperado de: Economipedia.com
- Perles-Ribes, J. F., Ramón-Rodríguez, A. B., & Sevilla-Jiménez, M. (2014). *La cuota de mercado como indicador de competitividad en los destinos turísticos: sentido y limitaciones*. *Cuadernos de Turismo*, (34), 265-285.
- Plan Maestro del centro histórico de Asunción (sf). *Plan de Revitalización del Centro de Asunción*. Recuperado de: www.plancha.gov.py/
- Quiroa, M. (2020). *Planificación estratégica*. Obtenido de <https://economipedia.com:https://economipedia.com/definiciones/planificacionestrategica.html>.
- Rivero Alonso, K., & Galarza López, J. (2017). *El cuadro de mando integral como una alternativa para el seguimiento y control de la estrategia en las instituciones de educación superior*. *Revista cubana de educación superior*, 36(3), 85-95.
- Sanchez Peña, D. K. (2018). *Distribución de planta para mejorar la productividad en el área de producción de la empresa pinturas y diluyentes Evan's, Carabayllo, 2017*. Lima, Perú: Universidad César Vallejo, Facultad de Ingeniería. Disponible en: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/22966>
- Thompson, I. (2006). *Tipos de clientes*. Recuperado de: <https://www.promonegocios.net/clientes/tipos-clientes.html>