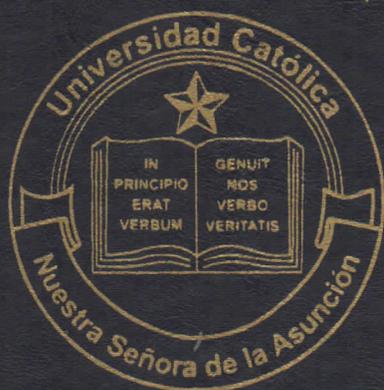


CAMPUS ITAPÚA

UNIVERSIDAD CATÓLICA

"Nuestra Señora de la Asunción" Campus Universitario de Itapúa



CAMPUS ITAPÚA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

CARRERA:

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TRABAJO FINAL DE GRADO

TÍTULO:

"PLAN ESTRATÉGICO PARA AUMENTAR LA CUOTA DE MERCADO DE  
BIDONES RETORNABLES DE AGUA MINERAL DE 20 LITROS DE LA  
EMPRESA EMBOTELLADORA W. KLEINK"

AUTORES:

*Univ. Jorge Enrique Cardozo Kowalchuk*

*Univ. Matías Javier Pereira González*

Encarnación - Paraguay 2021

### Resumen

El presente trabajo de fin de grado tiene como objetivo principal, diseñar un plan estratégico para aumentar la cuota de mercado de bidones retornables de agua mineral de 20 litros de la empresa embotelladora W. Kleink. El trabajo a presentar es de carácter descriptivo con un enfoque mixto, para la ejecución de los objetivos se aplicaron las técnicas de encuestas y entrevistas para describir las estrategias competitivas del agua mineral embotellada en la ciudad de Encarnación el siguiente estudio está relacionado con el área de comercio y administración. Para el logro del mismo se han desarrollado, en primer lugar, un diagnóstico de la situación de la empresa en el mercado, identificar las estrategias utilizadas actualmente para el posicionamiento de la empresa y desarrollar una propuesta estratégica diferente e innovadora. La intención principal de la investigación es aumentar las ventas, llegar a los hogares de la ciudad y posicionar aún más a la empresa embotelladora de agua mineral "W. Kleink" en la mente del consumidor como un producto de buena calidad y así crear una participación significativa frente a las competencias, esta investigación ya tiene de propicio el hecho de contar con una fábrica donde se procesa y filtra el agua que se extrae en un manantial y a la correspondiente embotelladora con todos los requisitos de salubridad ya aprobados, listos para la entrega directa a los consumidores.

*Palabras claves:* Plan estratégico, cuota de mercado, objetivos, posicionamiento