

**Licenciatura en Administración de Empresas**

***“Eco Lady Spa de Uñas S.R.L”***

**Alumnas:**

**Haizzel Belén Duarte Ramírez**

**Lissi Gisselle Sánchez Orué**

**SAN LORENZO – PARAGUAY**

**2022**

## INDICE

LOGO DE LA EMPRESA .....	III
DEDICATORIA .....	IV
AGRADECIMIENTO .....	V
INDICE GENERAL .....	VI
INDICE DE TABLAS .....	XI
INDICE DE GRÁFICOS .....	XIV
INDICE DE ILUSTRACIONES .....	XV
ABREVIATURAS .....	XVI
INTRODUCCIÓN.....	1
RESUMEN EJECUTIVO .....	2
Capítulo 1 – Descripción del proyecto .....	4
1.1. Antecedentes del proyecto .....	4
1.2. Concepto del negocio .....	5
1.3. El producto o servicio a ofrecer .....	5
1.4. Segmentación de clientes .....	7
1.5. Objetivo general .....	7
1.6. Objetivos específicos .....	7
Capítulo 2 – Estructura Jurídica Legal .....	9
2.1 - Requerimientos jurídicos. ....	9
2.1.1 - Nombre o razón social .....	9
2.1.2 - Tipo de sociedad .....	9
2.1.3 Aspectos administrativos y legales relacionados para el proceso de apertura y constitución jurídica .....	11
2.2 Presupuesto Jurídico Inicial. ....	23
2.3 Obligaciones Fiscales, Municipales y Laborales .....	23
2.4 Formato de documentaciones de la empresa.....	26
Capítulo 3 - Investigación de Mercados .....	29
3.1 Introducción a la Investigación .....	29
3.2 Proceso de Investigación de mercado .....	29
Capitulo IV – Lineamiento estratégico.....	77
4.1 Análisis de Macro Segmentación.....	77
4.1.1 Definición de la industria .....	77
4.1.2 Definición de mercado .....	77
4.1.3 Producto mercado.....	77
4.2 Declaración de la Misión y Visión.....	78
4.3 Análisis de Micro segmentación .....	78
4.3.1 Análisis.....	78
4.3.2 Selección .....	83
4.3.3 Posicionamiento .....	83
4.3.4 Ciclo de vida del producto .....	85
4.4 Análisis de la demanda.....	86
4.4.1 Demanda de servicios de consumo .....	87
4.4.2 Cálculo de la demanda global .....	87
4.4.3 Mercado potencial absoluto .....	90
4.4.4 Cuota de mercado.....	91

4.4.5	Demanda de la empresa como objetivo de ventas .....	92
4.5	Estimación de ventas .....	92
4.5.1	Calculo de la estimación de ventas. ....	92
4.6	Análisis de la estructura competitiva del sector .....	93
4.6.1	Amenaza de nuevos competidores .....	93
4.6.2	Poder de negociación de los clientes.....	94
4.6.3	Poder de negociación de los proveedores .....	94
4.6.4	Rivalidad entre los competidores .....	95
4.6.5	Amenaza de productos sustitutos .....	95
4.6.6	Resumen de las fuerzas .....	96
4.7	Matriz de las estrategias de Ansoff .....	97
4.7.1	Estrategia de Penetración de mercados .....	97
4.7.2	Desarrollo de nuevos productos .....	98
4.7.3	Desarrollo de nuevos mercados .....	98
4.7.4	Estrategia de diversificación .....	98
	Capítulo V - PLAN DE MARKETING .....	100
5.1	Análisis situacional. ....	100
5.1.1	Producto .....	100
5.1.2	Precio.....	102
5.1.3	Plaza .....	104
5.1.4	Promoción .....	104
5.1.5	Procesos internos.....	104
5.1.6	Evidencia física .....	105
5.1.7	Personas. ....	105
5.2	Variables no controlables .....	106
5.2.1	Consumidores.....	106
5.2.2	Competencia.....	107
5.2.3	Mercado.....	107
5.2.4	Entorno.....	108
5.3	Matriz de interacciones .....	108
5.3.1	Maxi – Maxi (Fortalezas y Oportunidades) .....	108
5.3.2	Maxi – Mini (Fortalezas y Amenazas).....	109
5.3.3	Mini – Maxi (Debilidades y Oportunidades) .....	109
5.3.4	Mini – Mini (Debilidades y Amenazas).....	110
5.3.5	Matriz FODA .....	111
5.3.6	Objetivos. ....	112
5.3.7	Estrategia de comunicación.....	117
5.4	Resumen de inversión de Plan de Marketing.....	118
5.4.1	Resumen de ventas estimadas en Plan de Marketing.....	118
	Capítulo VI - PLAN DE ADMINISTRACIÓN .....	120
6.1.	Estructura Organizacional.....	120
6.1.1.	Organigrama.....	120
6.1.2.	Partes funcionales de la Organización, según el criterio de Henry Mintzberg ....	121
6.1.3.	Tipos de Estructura según Henry Mintzberg .....	122
6.1.4.	Manual de Funciones .....	123
6.1.5.	Manual de Procedimientos .....	128
6.1.6.	Fluxogramas .....	134
6.1.7.	Descripción del Proceso de Recursos Humanos .....	139
6.1.8.	Plan de Cuentas .....	141
6.2.	Localización .....	144

6.2.1. Cuadro de Macro Localización .....	144
6.2.2. Cuadro de Micro Localización.....	145
6.3. Layout .....	147
6.4. Estructura de costos.....	149
6.4.1. Recurso Humano .....	150
6.4.2. Activo Fijo .....	150
6.4.3. Otros costos administrativos y comerciales .....	152
6.5. Lineamiento Estratégico.....	153
6.5.1. Declaración de la Misión .....	153
6.5.2. Declaración de la Visión .....	153
6.5.3. Valores .....	153
6.6. Plan de Administración .....	154
6.6.1. Análisis Situacional – Matriz FODA .....	154
Capítulo VII - ANÁLISIS DEL ENTORNO ECONÓMICO .....	167
7.1 Aspecto Económico .....	167
7.1.1 Macroeconómico.....	167
7.1.2 Microeconómico .....	171
7.1.3 Variables microeconómicas afectadas al sector y ubicación. ....	174
Capítulo VIII - ANÁLISIS FINANCIERO.....	176
8.1 Cuadro de Inversiones y Financiamiento .....	176
8.1.1 Resumen de Inversiones en Activos Fijos .....	177
8.1.2 Resumen de los Gastos de Pre inversión .....	179
8.2 Cronograma de Inversiones y Financiaciones.....	180
8.3 Depreciaciones y Amortizaciones.....	181
8.4 Servicio de Deuda .....	182
8.4.1. Préstamo a largo plazo.....	182
8.4.2 Préstamo a corto plazo.....	183
8.5 Mano de Obra.....	184
8.6 Cronograma de Producción y Ventas.....	185
8.7 Ingresos por Ventas.....	186
8.8 Costos Totales .....	187
8.8.1 Costos de materias primas e insumos .....	187
8.8.2 Otros costos a incurrir .....	189
8.9 Punto de Equilibrio .....	190
8.10 Capital de Trabajo .....	191
8.11 Estados De Resultados Proyectos Con Financiamiento.....	193
8.12 Estados De Resultados Proyectos Sin Financiamiento .....	195
8.13 Flujos De Caja Proyectos Con Financiamiento .....	197
8.14 Flujos De Caja Proyectos Sin Financiamiento.....	199
8.15 Origen Y Aplicación De Fondos Con Financiamiento .....	201
8.16 Origen Y Aplicación De Fondos Sin Financiamiento.....	203
8.17 Balances Proyectados Con Financiamiento .....	205
8.18 Balances Proyectados Sin Financiamiento.....	207
8.19 Indicadores Financieros .....	209
CONCLUSIÓN .....	211
ANEXO .....	213
Bibliografía.....	222

## RESUMEN EJECUTIVO

A continuación, se estarán exponiendo los puntos más resaltantes de cada capítulo del proyecto.

Para realizar la investigación y el análisis se aplicaron todos los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera universitaria.

**Capítulo I – Descripción del Proyecto:** En el primer capítulo se desarrollará todo lo referente al porqué y para qué de la empresa, al sector que irá dirigido, los objetivos que serán adoptados y guiarán el accionar de Eco Lady S.R.L.

**Capítulo II – Estructura Jurídica Legal:** En este capítulo se estará especificando todos los requerimientos necesarios para la habilitación, puesta en marcha y el correcto funcionamiento de la empresa Eco Lady S.R.L.

**Capítulo III – Investigación de Mercado:** Se detallará los pasos que conlleva el proceso de investigación de mercados, para el posterior análisis y comprensión de los datos obtenidos.

**Capítulo IV – Lineamiento Estratégico:** En este apartado, estarán especificados todos los elementos necesarios para el crecimiento de la empresa mediante la alineación del comportamiento de los miembros hacia un mismo horizonte.

**Capítulo V – Plan de Marketing:** En el capítulo de plan de marketing se especificarán las estrategias y acciones que se realizarán para la obtención de los objetivos en un plazo determinado, además de todos los puntos a tener en cuenta para el cumplimiento de las mismas.

**Capítulo VI – Plan de Administración:** En este capítulo podremos adentrarnos a la estructura de la compañía, mediante de la conformación del organigrama y la especificación de cargos además de las responsabilidades de cada uno de los operarios dentro de la empresa Eco Lady.

**Capítulo VII – Análisis del entorno económico:** Se especificarán todos los datos económicos que permiten administrar los ingresos y egresos de la empresa, buscando a través de los mismos la satisfacción de los clientes.

**Capítulo VIII – Análisis financiero:** En este capítulo estará detallado la situación financiera que nos permite evaluar determinar retos y oportunidades que podrían presentarse en el futuro de la compañía.