

**Ingeniera Comercial**

**“ BELA COSMETICOS ”**

**Diana Galeano**

**Asunción - Paraguay**

**2013**

## ÍNDICE

- Resumen ejecutivo	5
- <b>Capítulo I. Concepto del negocio</b>	9
- Análisis situacional de la empresa	10
- Ventajas competitivas	13
- Descripción del producto	42
- ¿Cómo satisface nuestros productos las necesidades?	42
- Algunos de nuestros productos	43
- <b>Capítulo II. Análisis de mercado</b>	45
- Análisis de la oferta	46
- Análisis de la demanda	51
- Análisis de estructura competitiva del sector	54
- <b>Capítulo III. Plan de marketing</b>	63
- Las 4 p del Marketing	64
- Macro y micro segmentación	68
- Ciclo de vida del producto	71
- Estrategia competitiva de PORTER Y ANSOFF	73
- Plan de ventas por 5 años	74
- Plan de compras por 5 años	76
- Plan de publicidad por 5 años	77
- <b>Capítulo IV. Plan operacional de la empresa</b>	78
- Estructura operativa	79
- Los productos y actividades	80
- Infraestructura y equipos	83
- Principales proveedores	84
- Descripción del proceso de RRHH	85
- Cuadro de salarios y cargas sociales	88
- Manual de funciones	92
- Manual de procedimientos	101
- Fluxogramas	106
- Perfil del puesto	111
- Plan de cuentas	114
- Definiciones básicas de contabilidad	122
- <b>Capítulo V. Plan financiero de la empresa</b>	129
- <b>Capítulo VI. Responsabilidad social empresarial</b>	144
- Impacto ambiental	146
- Impacto socio-económico	148
- Impacto cultural	149
- Aspectos éticos de la sustentabilidad del proyecto	150
- <b>Capítulo VII. Plan de expansión</b>	151
- Conclusión	156
- Bibliografía	157
- Anexos	159

## **RESUMEN**

La creación de la presente empresa fue llevada a cabo teniendo en cuenta de que las mujeres se preocupan cada vez más por su apariencia personal con el paso de los años, eh aquí la necesidad de encontrar un lugar donde comprar sus productos y que les ofrezcan una atención personalizada y les orienten sobre los usos de cada producto.

BELA COSMÉTICOS fue constituida como una EIRL, siendo la propietaria Diana Galeano, el local estará ubicado en la zona del barrio Villa morra entre las calles Mcal. López y Charles de Gaulle. Contará con profesionales capacitados tanto para el área administrativa como para la atención del salón, contara con dos vendedores y un cajero los cuales fueron seleccionados por el área de recursos humanos.

La estrategia utilizada es la de penetración de mercados ya que existen muchas empresas que se dedican a la venta de cosméticos en el mercado, para lo cual la empresa deberá captar clientes nuevos o atraer a los de la competencia.