

Ingeniería Comercial

“ANNE HAIRSTYLE S.R.L.”

Alumna:

Mercedes Anamaria Morales Báez

SAN LORENZO – PARAGUAY

2020

ÍNDICE

Agradecimiento	4
Dedicatoria.....	5
INTRODUCCIÓN.....	16
JUSTIFICACIÓN.....	20
Capítulo I.....	22
1.1 Introducción	22
1.1.1 Apertura de la empresa	23
1.1.2 Constitución Jurídica y registros varios	23
1.1.2.1 Registro Público de Comercio	23
1.1.2.2 Matrícula de comerciante.....	23
1.1.2.3 Rúbrica de Libros Contables.....	24
1.1.2.4 Inscripción en la Dirección de Apoyo del Ministerio de Hacienda (RUC).	24
1.1.2.5 Apertura en la Municipalidad Involucrada (patentes, licencias, otros) Municipalidad de San Lorenzo	25
1.1.2.6 Instituto de Previsión Social (IPS)	26
1.1.2.7 Ministerio de Justicia y Trabajo.....	26
1.1.2.8 Dirección de Propiedad Intelectual (Registro de Marcas)	27
1.2 Presupuesto Jurídico Inicial	32
2.1 Investigación de Mercados	35
2.2 Objetivo General	36
2.3 Objetivos y Requerimientos de la Información	36
2.3.1 Objetivos Cognitivos	36
2.3.2 Objetivos Afectivos	37
2.3.3 Objetivos Comportamentales.....	37
2.3.4 Variables Sociodemográficas.....	38
2.4 Diseño de Investigación y Fuente de Datos	38
2.6 Procesamiento de Recolección de Datos Descriptivos	39
2.7 Diseño de la Muestra	48
2.7.1 Definir la población	48
2.7.2 Determinar el Marco Muestral.....	48
2.7.3 Seleccionar la técnica de muestreo.	51
2.7.4 Determinar el tamaño de la muestra	51
2.8 Codificación y Tabulación	53
2.8.1 Tabulación.....	53
2.9 Procesamiento de Datos	55
2.10 Conclusión	70
2.11 Presupuesto.	71
CAPITULO III	73
3.1 Introducción al Plan de Marketing.....	73
3.2 Análisis de la Macro segmentación	73
3.2.1 Mercado de Referencia	73
3.3 Análisis de la Micro segmentación	75
3.3.1 Mercado objetivo	75

3.4	Análisis de la demanda	75
3.4.1	Cálculo de la inversión total	76
3.4.2	Cálculo de la inversión promedio	76
3.4.3	Cálculo de la demanda global	76
3.4.4	Cálculo de Mercado Potencial Absoluto.....	77
3.4.5	Cuota de mercado	78
3.5	ciclo de vida	79
3.5.1	Etapas	79
3.5.2	Gráfico	80
3.6	Análisis Situacional FODA.....	80
3.6.1	Evaluación de las 7P	80
3.6.1.1	Análisis interno	80
3.6.1.2	Análisis externo	83
3.6.2	FODA.....	85
3.7	Objetivos de marketing.....	87
3.8	Identidad Corporativa	93
3.8.1	Manual de identidad corporativa	93
CAPÍTULO IV.....		101
4.1	Introducción	101
4.2	Lineamiento estratégico	101
4.3	Localización	102
4.3.1	Micro localización	102
4.4	Análisis de la estrategia competitiva.....	102
4.4.1	Análisis y valorización de las 5 fuerzas de Porter	102
4.4.2	Conclusión del atractivo de la industria.....	104
4.5	Estrategias de crecimiento y matriz Ansoff	105
4.5.1	Matriz Ansoff (gráfico).....	105
4.5.2	Estrategia seleccionada	105
4.6	Análisis situacional FODA ADMINISTRATIVO.....	106
4.6.1	Variables controlables.....	106
4.6.2	Variables no controlables.....	108
4.7	Objetivos de Administración	113
4.7.1	Objetivos Administrativos	113
4.7.2	Presupuestos de los Objetivos Administrativos	118
4.8	Estructura organizacional.....	118
4.8.1	Organigrama de la empresa.....	118
4.8.2	Representación gráfica según mintzberg.	119
4.8.3	Clasificación de la estructura organizacional.....	119
4.9	Manual de Funciones	122
Gerente General.....		122
Departamento Administrativo		123
Departamento Comercial.....		124
Departamento Operativo.....		125
Secretaria		126
Contador Externo.....		127
Recepción		128

Auxiliar Administrativo.....	129
Tesorería	130
Marketing.	131
Limpieza	133
Estilistas, maquilladoras, manicuristas.....	134
4.10 Manual de procedimientos	135
4.10.1 Procedimiento de los servicios prestados	136
4.10.2 Procedimiento de compras	137
4.10.3 Procedimiento de inventario	138
4.10.4 Forma de pago de salarios.....	139
4.11 Fluxogramas.....	140
4.11.1 Fluxogramas de los procedimientos de los servicios prestados.....	140
4.11.2 Fluxograma del procedimiento de Pago de Salarios.....	141
4.11.2 Fluxograma del procedimiento de compras	142
4.11.3 Fluxograma del procedimiento de Inventarios.....	143
4.12 Talento Humano.....	145
4.12.1 Cuadro de colaboradores.....	145
4.12.2 Proceso de Reclutamiento.....	145
4.12.3 Reglamentos y normas internas	149
4.13 Adquisición de activos	151
4.13.1 Descripción detallada de activos principales	151
4.13.2 Tabla de activos	154
4.14 Layout.	155
4.14.1 Layout de las instalaciones	155
4.14.2 Justificación del Layout	156
4.15 Arrendamiento del local.....	157
4.15.1 Descripción de las mejoras	157
4.15.2 Tabla de costos de las remodelaciones	159
4.16 Manual de cuentas.....	159
4.16.1 Plan de cuentas.....	159
4.16.2 Impuestos que rigen el rubro.....	160
4.17 Costos de los servicios	160
4.17.1 Costos de los servicios	160
4.17.2 Márgenes de contribución.....	161
CAPÍTULO V.	163
5.1 Introducción al análisis económico.....	163
5.2 Inflación	163
5.3 Fluctuación del Tipo de Cambio.....	164
5.4 Producto Interno Bruto.	165
5.5 Balanza Comercial	166
5.6 Superávit o Déficit Fiscal.....	166
5.7 Salario Mínimo	167
5.8 Tasa de Desempleo	168
5.9 Conclusiones generales del capítulo	169
CAPÍTULO VI.....	172

6.1	Introducción al Plan Financiero	172
6.2	Información relevante del Plan Financiero	172
6.2.1	Inversiones	172
6.2.2	Cronograma de inversión	172
6.2.3	Depreciaciones y amortizaciones.....	173
6.2.4	Servicio de la Deuda	173
6.2.5	Mano de Obra	173
6.2.6	Cronograma de Producción y Ventas	174
6.2.7	Ingreso por Ventas	174
6.2.8	Plan de Producción	174
6.2.9	Costos totales	174
6.2.10	Costos de Producción.....	174
6.2.11	Costos Variables	174
6.2.12	Costos fijos.....	175
6.2.13	Margen de contribución	175
6.2.14	Punto de Equilibrio	175
6.2.15	Capital de trabajo	175
6.2.16	Estado de resultados.....	176
6.2.17	Flujo de caja proyectado.	176
6.2.18	Balance Proyectado.....	177
6.2.19	Ratios Financieros.....	178
6.3	Cuadros Financieros.....	179
6.3.1	Inversiones	179
6.3.2	Cronograma de inversión.....	180
6.3.3	Depreciaciones y amortizaciones.....	181
6.3.4	Servicio de la Deuda	182
6.3.5	Mano de Obra	183
6.3.6	Cronograma de Ventas.....	184
6.3.7	Ingreso por Ventas	185
6.3.8	Costos totales	186
6.3.9	Punto de Equilibrio	187
6.3.10	Capital de trabajo	187
6.3.11	Estado de resultados.....	187
6.3.12	Flujo de Caja Proyectado	189
6.3.13	Origen y aplicación de fondos	190
6.3.14	Balance Proyectado.....	191
6.3.15	Ratios Financieros.....	193
6.4	Conclusiones del Capitulo Financiero	194
ANEXO	195

INTRODUCCIÓN

El mantener una buena presencia hoy en día es algo fundamental, en especial para las personas del sexo femenino. Los ejecutivos, empresarios y comerciantes exigen una buena apariencia a sus personales, ya que a través de una buena presencia y atención obtienen un valioso poder adquisitivo.

Las nuevas tendencias, la moda, belleza, el crecimiento laboral y la valoración del tiempo, exigen que la mujer ejecutiva Paraguaya luzca una presentación impecable, sobria, y exitosa en todo momento y en todo lugar. Por ello, en el mercado actual existe una oferta de salones de belleza enfocada en ofrecer todos los servicios de belleza, entre ellos se destacan los de gran inversión, que son los líderes y con enfoque en la marca, los de mediana inversión, que generalmente son seguidores y los de pequeña envergadura.

De hecho el concepto de imagen física ha sufrido una evolución, adoptando desde hace unos años una dimensión más amplia que engloba tanto aspectos estéticos como de salud y de bienestar físico y mental. Así, se aprecia actualmente una preocupación constante y creciente por parte de las personas, no solo por aquellas actividades relacionadas con el ámbito de la estética, la peluquería, o el maquillaje sino también por aquellas otras actividades que las complementan y tienden a proporcionarles un bienestar a todos los niveles, físico, mental y estético.

Finalmente, conviene tener presente que el consumidor cada vez es más exigente con los servicios que demanda de modo que además del servicio en sí, también busca un ambiente agradable, con una imagen y decoración atractivas, así como con una atención personalizada y profesional. De ahí que el sector tienda cada vez más, tanto hacia una especialización profesional como a una diversificación de sus servicios, por ejemplo, ofreciendo al mismo tiempo servicios de peluquería y de estética.