

Administración de Empresas

RADIANT FULL FACE S.R.L.

**Natalia López Martínez
Anahí Blanco Appleyard**

**Asunción Paraguay
2021**

ÍNDICE

UNIVERSIDAD COLUMBIA DEL PARAGUAY.....	1
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.....	1
AGRADECIMIENTOS.....	2
CAPÍTULO I	15
INTRODUCCION.....	15
Servicios Ofrecidos.....	16
Requerimientos Jurídicos.....	16
Nombre o razón social	16
Radiant Full Face S.R.L.....	16
Tipos de Sociedades.....	16
Escritura de constitución y aporte de Capital.....	18
Costo de Escritura de Constitución Jurídica y de Capital.....	19
Inscripción en el registro público de comercio	20
Costos de Inscripción Registro Público de Personas Jurídicas y Asociaciones.	20
Matricula del Comerciante	21
Requisitos de la Matricula del comerciante.....	21
Costo de la Matricula del comerciante	21
Compra y Rubrica de Libros Contables.....	22
Requisitos para la rúbrica de Libros	22
Costos de Compra y Rubricación de los libros Contables.....	23
Inscripción en la dirección de apoyo del ministerio de hacienda (R.U.C.).	23
Requisitos para Inscripción del Ruc	23
Costos de la inscripción en el registro Único del contribuyente	24
Inscripción en el Registro Administrativo de personas físicas y estructuras Jurídicas y el Registro Administrativo de Beneficiarios Finales (<i>Ley 6446/19</i>).	24
Requisitos	27
Registro administrativos de personas y estructuras jurídicas:	27
Registro administrativo de beneficiarios finales:	27
Costo del registro de Beneficiarios finales	28
Apertura en la Municipalidad de Asunción (Patentes).....	28
Requisitos para apertura de patente comercial	28
Costos de Apertura de patentes.....	29
Inscripción de Patronales en el instituto de Previsión Social	29
Requisitos para la inscripción del IPS	30
Costos de Tramites de inscripción al instituto de previsión social	30
Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (MTESS).	30
Requisitos de Inscripción en el ministerio de trabajo empleo y seguridad Social.....	31
Costos de Tramites de inscripción en el ministerio de trabajo empleo y seguridad Social	31
Dirección de Propiedad Intelectual (registro de marcas).....	31
Pasos para el registro de Marcas.....	32
Costo de Tramites de Registro de Marca.....	33

Registro y Habilitación en el MSPBYS.....	33
Legislación.....	34
Presupuesto Jurídico Inicial.....	35
CAPITULO II.....	36
Investigación de Mercados.....	36
El proceso de Investigación de Mercados	36
Necesidad de información	37
Objetivos de la investigación y las necesidades de información	37
Objetivo General.....	37
Objetivo Cognitivo	37
Objetivo Afectivo.....	37
Objetivos Comportamentales.....	38
Objetivos de la demanda.....	39
Determinar el diseño de la Investigación y las fuentes de datos.....	39
Investigación Exploratoria	39
Grupos Foco.....	40
Fuentes de Datos.....	40
Investigación concluyente:	41
Diseño Descriptivo.	41
Requerimientos Listado Plano.....	42
Procedimiento de Recolección de datos.	42
Preguntas Cognitivas.....	42
Preguntas Afectivas.....	43
Preguntas Comportamentales	45
Preguntas Sociodemográficas.....	47
Cuestionario Estructurado	50
Diseño de la Muestra	54
Definir la población	54
El Marco Muestral.	54
Determinar el tamaño de la muestra	55
Seleccionar un procedimiento de muestreo	56
El Muestreo probabilístico.....	56
Tipos de Muestreo Probabilísticos.....	56
El Muestreo no probabilístico.....	57
Tipos de muestreo no probabilístico	57
Seleccionar la Muestra.....	58
Recolección de Datos.....	58
Codificación y Tabulación.....	58
Codificación.....	58
Tabulación	62
Análisis de Datos.....	62
Resultados de la investigación de mercados.....	78
Valorización de la investigación de Mercados.....	78
CAPITULO III.....	79
Lineamientos estratégicos.....	79

Análisis de la Macrosegmentación	79
Mercado de Referencia	79
Mercado de Referencia	80
Misión:.....	81
Visión:.....	81
Análisis de La Microsegmentacion	81
Etapas de la Microsegmentacion.	81
Etapa 1: Análisis de la segmentación.	81
Segmentación por las características demográficas.....	82
Etapa 2: Elección de Segmentos objetivos	83
Etapa 3: Elección de Posicionamiento.....	83
Argumento de Posicionamiento Cualitativo	84
Parte 4: Programa de Marketing objetivado	84
Ciclo de vida del producto.....	84
Fase de Introducción.....	84
Fase de Crecimiento.	85
Fase de Turbulencia.	85
Fase de Madurez.....	85
Fase del declive.....	85
Análisis de la demanda	85
Demanda Global.....	85
Calculo de la demanda global.....	86
Mercado Potencial Absoluto.....	87
Cuota de Mercado.....	87
Demanda de la empresa.	89
Proyección de venta para los primeros 5 años.....	89
Proyección de Ventas Mes a Mes.....	89
Análisis de las 5 fuerzas competitivas de Michael Porter.	90
Rivalidad entre empresas competidoras.	90
Amenaza de Nuevos competidores.....	91
Desarrollo potencial de productos Sustitutos	92
El poder de negociación de los consumidores.	93
Poder de Negociación de los proveedores.	93
Resumen de las 5 fuerzas competitivas de Michael Porter.....	94
Evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff.....	95
Estrategias de Crecimiento de la Matriz de Ansoff.....	95
Estrategia de Penetración de Mercados.....	95
Desarrollo de Mercado	96
Desarrollo del Producto.....	96
Diversificación.....	96
CAPITULO IV	98
PLAN DE MARKETING.....	98
Análisis Situacional	98
Matriz FODA.....	98
Variables controlables.	98

7 p's del Marketing	98
Producto/Servicio	99
Precio	100
Estrategias de fijación de Precios	100
Fijación de precios de valor para el cliente	101
Fijación de precios basada en costos.	101
Fijación de precios basada en la competencia.	101
Promoción.	102
Personas.....	102
Procesos.....	103
Presencia Física	103
Plaza.....	104
Variables no controlables	104
Consumidores.....	105
Competencia	105
Entorno Político y legal.	106
Entorno Económico	106
Listado Plano	107
La Matriz de interacción FODA.....	109
La Estrategia FO (Maxi-Maxi).	109
La Estrategia DO (Mini-Maxi)	110
La Estrategia FA (Maxi-Mini).....	110
La Estrategia DA (Mini-Mini).....	111
MATRIZ FODA.....	112
Objetivos de Marketing	114
Objetivo 1:	114
Estrategia	114
Recursos Humanos.	114
Recursos Materiales.	114
Recursos Financieros.	114
Estrategia de comunicación	115
Plan de Acción.....	115
Cronograma de acciones.....	115
Objetivo 2	116
Estrategia	116
Recursos Humanos	117
Recursos Materiales.....	117
Recursos Financieros.....	117
Estrategia de Comunicación	117
Plan de Acción.....	118
Cronograma de Acciones.....	118
Objetivo 3	119
Estrategia	119
Recursos Humanos	119
Recursos Materiales.....	120

Recursos Financieros.....	120
Estrategia de comunicación	120
Plan De Acción	120
Cronograma de Acciones.....	120
Objetivo 4:	122
Estrategia	122
Recursos Humanos	122
Recursos Materiales.....	122
Recursos Financieros.....	123
Estrategia de Comunicación	123
Identidad e imagen corporativa	124
Manual de Marca	126
Logotipo.....	126
Versión de la marca	126
Logo Alternativo.....	127
Paleta de Colores.....	128
Aplicaciones de color	128
Tipografía	129
Merchandising	130
Estimado de Ventas por objetivo.....	131
CAPITULO V.....	132
Lineamientos estratégicos.....	132
Misión	132
Visión.....	132
Plan de Administración.....	132
Análisis Situacional	132
Variables Controlables.....	132
Recursos Humamos	133
Productividad o Eficiencia Productiva	133
Costos.....	134
Calidad de la Gestión.....	134
Variables No controlables.....	135
Entorno Económico	135
Entorno Legal	136
Competidores.....	136
Proveedores.....	137
Listado Plano	137
Fortalezas.....	137
Oportunidades.....	138
Debilidades.....	138
Amenazas.....	139
Matriz de Interacción.....	139
La estrategia FO (Maxi- Maxi).....	139
La Estrategia DO (Mini- Maxi)	140
La Estrategia FA (Maxi- Mini).....	140

La Estrategia DA (Mini-Mini).....	141
Matriz FODA.....	141
Objetivos del Plan Administrativo.....	143
Objetivo 1:	143
Estrategia	143
Recursos Humanos	143
Recursos Materiales.....	143
Recursos Financieros.....	144
Estrategia de comunicación	144
Plan de Acción.....	144
Objetivo 2:	145
Estrategia	145
Recursos Humanos	145
Recursos Materiales.....	145
Recursos Financieros.....	145
Plan de Acción.....	145
Objetivo 3:	146
Estrategia	146
Recursos Humanos.	146
Recursos Materiales.....	146
Recursos Financieros.....	147
Plan de acción	147
Objetivo 4:	147
Estrategia	148
Recursos Humanos	148
Recursos Materiales.....	148
Recursos Financieros.....	148
Plan de Acción.....	149
Estructura Organizacional	149
Organigrama	149
El ápice Estratégico:	150
Línea Intermedia.....	151
Núcleo de operaciones:.....	151
Staff de apoyo:.....	152
Organigrama	153
Layout de la organización.....	154
Layout de la organización.....	155
Recursos Necesarios para la organización.....	155
Oficina	156
Oficina Gerencia	156
Comedor	157
Sanitarios	157
Costos de Layout	158
Manual De Funciones.....	158
Gerente General.....	158

Jefe Administrativo:.....	159
Auxiliar Administrativo	160
Auxiliar de Compras.....	160
Jefe de Salón.....	161
Recepcionista	162
Especialistas.....	162
Cajeras	163
Manual de Procedimientos	163
Manual de Procedimiento Administrativo.....	164
Manual de Procedimiento Operativo	165
Manual de procedimiento operativo	166
Flujogramas	166
Proceso Operativo.....	168
.....	168
.....	168
.....	168
.....	168
Pago de Salarios.....	169
Proceso de Micro Pigmentación	170
Recursos Humanos	171
Descripción de Recursos Humanos.....	171
Recursos humanos o talento humano	171
Los seis procesos de la administración de recursos humanos	171
1. Procesos para integrar personas.....	171
Reclutamiento	171
Selección del Personal	171
Requisitos de los puestos.....	172
Administrador.....	172
Auxiliar Administrativo	172
Auxiliar de compras.....	173
Jefe de Salón.....	173
Especialistas.....	173
Recepcionista	174
2. Procesos para organizar a las personas.	174
Orientación de las personas	174
Modelo de trabajo o diseño organizacional y diseño de puesto	174
Evaluación del desempeño	175
3. Procesos para recompensar a las personas.....	175
Remuneración	175
4. Procesos para desarrollar a las personas.	177
5. Procesos para retener a las personas.	177
6. Procesos para auditar a las personas.	178
Análisis de la estructura de Costos.	178
Cuadro 8 de costos totales.....	180
Aspectos Económicos.....	185

Producto interno Bruto (PIB).....	185
Balanza comercial (importación/exportaciones)	185
Fluctuación del tipo de cambio en Paraguay	186
Reserva monetaria del Paraguay.....	187
Superávit y déficit fiscal.....	187
Inflación.....	188
CAPITULO VI	190
Plan Financiero de la Empresa	190
Cuadro 1- Inversiones.....	190
Cuadro 1 .a - Resumen de inversiones en activos fijos	191
Cuadro 1 .b - Resumen de los gastos de pre inversión	192
Cuadro 2 - cronograma de inversión y financiamiento	193
Cuadro 3 - Depreciaciones y Amortizaciones	193
Cuadro 4 - servicio de deuda	194
Cuadro 5 - Mano de Obra	196
Cuadro 6 - Cronograma de producción y ventas.....	198
Ventas.....	199
Cuadro 7- Ingresos por ventas.....	200
Cuadro 8- costos totales.....	201
Cuadro 9 - Punto de Equilibrio	203
Cuadro 10 - Capital de trabajo.....	204
Cuadro 11 - Estados de resultados proyectos con financiamiento	205
Cuadro 12 -Estados de resultados proyectos sin financiamiento.....	206
Cuadro 13 -Flujos de caja proyectos con financiamiento.....	207
Cuadro 14 - Flujos de caja proyectos sin financiamiento.....	209
Cuadro 15 - Balances proyectados con financiamiento.....	210
Cuadro 16 - Balances proyectados sin financiamiento.....	211
Cuadro 17 -Indicadores financieros.....	212
Conclusión	214
Bibliografía	215

INTRODUCCION

RADIANT FULL FACE es una empresa que realiza procedimientos estéticos en el rostro dirigida a mujeres que deseen realzar su belleza, conformado por un plantel de profesionales especializados en micro pigmentación de cejas, Ojos y labios acompañados de otros servicios similares como Lifting de pestañas, extensiones de pestañas, diseño de cejas, y depilación del rostro.

Es una empresa en etapa de introducción constituida jurídicamente como sociedad de responsabilidad limitada teniendo en cuenta que es el tipo de sociedad más adecuado a pequeñas y medianas empresas por su simplicidad en trámites y requisitos para la apertura de la misma.

El salón Comercial contara con una ubicación estratégica en el barrio Villa morra de Asunción, Considerando que es una zona de alta frecuencia y de fácil acceso para el público objetivo.