

Ciencias Contables y Administrativas

**Estilo & Color S.R.L.
Centro de Belleza**

Natalia González López

**Asunción – Paraguay
2018**

INDICE

Dedicatoria.....	11
Agradecimiento	12
RESUMEN EJECUTIVO	13
INTRODUCCIÓN.....	14
1.1 Introducción a la idea del proyecto.....	15
1.1.2 Descripción de la empresa.....	16
1.2 Requerimientos Jurídicos	20
1.2.1 Nombre o Razón Social.....	20
1.2.3.4 Inscripción en el Registro Público de Personas Jurídicas y Asociaciones.	22
1.2.3.5 Inscripción en el Ministerio de Hacienda (RUC).	23
1.2.3.8 Instituto de Previsión Social. (IPS)	25
1.2.3.9 Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social.....	26
1.2.3.10 Dirección de Propiedad Intelectual (Registro de Marcas).....	27
1.2.3.11 Banco Central Del Paraguay.....	29
Cuadro resumen de los costos incurridos para constituir a la empresa.	30
Localización.....	33
Cuadro de métodos de factores ponderados.....	34
INVESTIGACION DE MERCADO.....	36
2.1 Objetivos de la investigación de mercado	36
2.1.1 Objetivo General de la Investigación:	36
2.1.2 Objetivo General.....	37
2.1.3 Análisis de la Demanda	37
2.1.4 Descripción de la Muestra	37
2.2 Establecer el/los objetivos de la investigación.	37
2.2.1 Objetivos Comportamentales:	37
2.2.2 Objetivos Cognitivos:.....	38
2.2.3 Objetivos Socio Demográficos:.....	38
2.2.4 Requerimiento de la información	38
2.2.5Objetivos Cognitivos.....	39
2.2.6 Objetivos Afectivos	39
2.2.7 Objetivos Comportamentales	39
2.2.8 Objetivos Socio Demográficos:.....	40
2.3.- Definir los tipos de investigación a utilizarse.	40
2.3.1 Tipos de instrumentos.....	40
2.3.2 Tipos de instrumentos.....	41
2.4.-Procedimiento de recolección de datos.....	42
Encuesta.....	47
2.5.- Determinación del plan y tamaño de la muestra.	50
2.5.1 Tamaño de la muestra	51

TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	52
Análisis de los datos.....	53
2.8 INFORME FINAL	63
2.9.- Valorizar el costo de la investigación de mercados.....	65
3.1.- Análisis de la Macro segmentación.....	67
3.2.- Análisis de la Microsegmentación	68
Análisis de los competidores	70
Ciclo de vida del producto o servicio	75
3.3.- Análisis de la demanda:.....	77
Formula de la demanda Global.....	78
MERCADO POTENCIAL ABSOLUTO	79
CUOTA DE MERCADO.....	80
Proyección de ventas por Mes.....	81
3.4.- Análisis de las 5 fuerzas competitivas de Porter.....	94
Perfil competitivo de ESTILO & COLOR.....	96
3.5 Estrategia competitiva según ANSOFF.....	100
3.6 DIFERENCIACION.....	102
Ventaja competitiva.	103
4.1. – Plan de Marketing.....	106
4.2.- Análisis Situacional.....	106
Las “7 P” del Marketing.	106
Mix marketing de Estilo & Color.....	107
Foda	114
Listado del Plano.	115
MATRIZ DE INTERACCION.....	117
4.3.-Objetivos de Marketing.....	119
Objetivos de Estilo & Color.	119
4.3.1 Objetivo 1: Otorgar descuentos del 5% en todos los servicios con pagos en efectivo.....	119
4.3.2 Objetivo 2: Penetración en la mente de los clientes, comunicando las cualidades que otorga para adquirir los servicios de belleza.	120
3.16.3 Objetivo 3: Invertir en publicidad promocionando la marca Estilo & Color, para poder ingresar dentro del mercado y en la mente de los compradores.....	122
4.3.4 Objetivo 4: Comunicación efectiva de los servicios que ofrece Estilo & Color para captación de clientes.....	123
Plan de Publicidad	124
5.1.- Lineamiento estratégico (Ápice estratégico)	127
5.1.1- Declaración de la Visión	127
Visión de Estilo & Color	128
5.1.2.- Declaración de la Misión.....	128
Misión de Estilo & Color.....	128

5.2.- Plan de administración.	129
Matriz Foda.	135
5.2.3 Objetivos de administración.	137
REGLAMENTO INTERNO	140
5.3.- Estructura Organizacional.....	146
Organigrama	146
Las partes básicas de la organización según Henry Mintzberg	147
Partes del organigrama	148
El organigrama de Estilo & Color S.R.L. Está formado de la siguiente manera:	148
Costos.	153
Lyout.....	156
5.3.3.- Manual de funciones.....	157
158 Manual de Procedimientos.	159
El flujo grama	161
5.3.6. Recursos humanos (Descripción del proceso de RRHH, salarios, cargas sociales)...	166
Descripción del proceso de recursos humanos	166
Descripción del proceso de recursos humanos de Estilo & Color.....	169
Conclusión.....	212
ANEXOS.....	213

RESUMEN

La empresa se encuentra en el sector de servicio de belleza integral, dirigida a personas de ambos sexos con edades comprendidas entre 15 a 60 años de nivel socioeconómico medio-alto. En la actualidad, hay un mundo de estilos y tendencias, que los mismos clientes muchas veces le cuesta decidir, en ESTILO & COLOR S.R.L les estaríamos asesorando para que se sientan cómodos y satisfechos al momento de finalizar el servicio.

La empresa inicia sus actividades comerciales con un capital de G. 200.000.000-

La fortaleza más relevante se ve en la buena ubicación estratégica en la ciudad de Mariano Roque Alonso y personales capacitados, siendo su debilidad que la imagen de la empresa no es reconocida en el mercado.

Entre las ventajas competitivas se observan: Buena infraestructura del local, tratamientos con productos naturales y caseros de primer nivel, personales altamente capacitados que ofrecen el mejor servicio de belleza, a precio accesible.

Demuestra una rentabilidad del 62.13% en la tasa interna de retorno, mayor a la tasa de corte que es del 15.60% con financiamiento.

Según el resultado de las encuestas en el análisis del mercado, los servicios ofrecidos tendrían muy buena aceptación en el mercado.