

Licenciatura en Marketing

Wellness Spa S.R.L.

Alumnos:

Joel Aníbal Meza Cáceres

Leidy Mabel Bernal

Asunción – Paraguay

2016

ÍNDICE

Agradecimientos.....	3
1. Capítulo 1.....	14
1.1. Introducción a la idea del proyecto	14
1.2. Requerimientos Jurídicos.....	15
1.2.1. Nombre o razón social.....	15
1.2.2. Tipo de sociedad.....	15
1.2.3. Constitución jurídica	17
Constitución por Escritura Pública.....	18
Inscripción en Registro Público de comercio.....	21
Inscripción en el registro público de personas jurídicas y asociaciones.....	22
Matricula del comerciante.....	23
Rubrica de libros contables.....	25
Inscripción en el Ministerio de Hacienda para el R.U.C.....	27
Inscripción Municipal y Solicitud de Patente Comercial.....	28
Inscripción Patronal en el Ministerio de Justicia y Trabajo	29
Inscripción en el Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social....	31
Dirección de propiedad intelectual (Registro de marcas)	32
Tabla N°1. Resumen de Costos de Requerimientos Jurídicos.....	36
1.3. Localización de la empresa	37
Tabla N°2. Localización estratégica	37
2. Capítulo de Investigación de Mercados.....	39
2.1. Objetivo general de la investigación	39
Paso 1	39
Paso 2	42
Paso 3	44
Tabla N° 3 Presupuesto de gastos para el Focusgroup	48
Paso 4	55
Paso 5	66
Paso 1 del paso 5	66
Paso 2 del paso 5	67
Paso 3 del paso 5	68
Paso 4 del paso 5	69
Paso 5 del paso 5	71
Paso 8	74
Paso 9	86
Tabla N° 4. Costos totales de la investigación de mercado	88
3. Capítulo de Plan de Marketing	89
3.1. Análisis de la Macrosegmentación.....	89
Tabla N° 5. Mercado de referencia.....	91
3.2. Análisis de la demanda.....	94
Cálculo de la demanda global	94
Tabla N°6. Demanda Global.....	94

Calculo del mercado potencial absoluto.....	95
Cuota de mercado de los Spa	96
Tabla N° 7. Cuota de mercado de mercado Spa	96
3.3. Ciclo de vida del producto.	97
Etapas del ciclo de vida.....	97
3.4. Plan de Marketing	99
Análisis situacional	99
Variables no controlables.....	101
Competencia.....	101
Mercado.....	102
Cliente	103
Entorno.....	104
Tecnología.....	105
Variables controlables.....	105
Producto	106
Precio.....	109
Distribución.....	111
Promoción	112
Personal interno.....	114
Procesos internos.....	115
Evidencia física	115
Objetivos para el plan de marketing.....	132
Objetivo 1:.....	132
Estrategia 1:.....	132
Plan de Acción 1	134
Objetivo 2.....	135
Estrategia 2.....	135
Plan de acción 2.....	136
Objetivo 3.....	137
Estrategia 3.....	137
Plan de acción 3.....	137
Objetivo 4.....	138
Estrategias 4	138
Plan de acción 4.....	139
Tabla N° 8.Cuadro de Inversión para el plan de marketing.....	140
Capítulo de Administración	142
4.1.- Lineamiento estratégico (Ápice estratégico)	142
Declaración de la Visión (de acuerdo a la macrosegmentación) ...	142
Declaración de la Misión (de acuerdo a la macrosegmentación)..	144
Análisis de la estructura Competitiva del sector (Porter).....	145
Perfil competitivo de Wellness Spa S.R.L.....	146
(F1) Poder de negociación de los Compradores o Clientes	146
(F2) Poder de negociación de los Proveedores o Vendedores	147
(F3) Amenaza de nuevos competidores entrantes.....	148
(F4) Rivalidad entre los competidores.....	149

(F5) Productos sustitutos.....	150
Tabla N° 9. Resumen de la estructura competitiva de Porter.....	151
Evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff.....	153
Penetración en el mercado.....	153
4.2.- Plan de administración: (Dirección Media).....	155
Análisis situacional – Matriz FODA Administración.....	155
Variables no controlables.....	155
Bancos.....	155
Entorno económico	156
Proveedores.....	156
Variables controlables.....	157
Costos.....	157
Calidad de la gestión	158
R.R.H.H.....	158
Eficiencia productiva.....	159
Objetivos para el plan de Administración.....	168
Objetivo 1.....	168
Estrategia 1.....	168
Plan de acción 1.....	168
Objetivo 2.....	169
Estrategia 2.....	169
Plan de acción 2.....	169
4.3. Estructura organizacional.....	170
Configuraciones Estructurales según Henry Mintzberg.....	170
La Estructura Simple.....	170
La Burocracia Maquinal.....	170
La Burocracia Profesional.....	171
La Forma Divisional.....	172
La Adhocracia	173
Análisis de la Estructura de Wellness Spa S.R.L.....	176
Mecanismos de Adaptación y Control.....	176
Organigrama Wellness Spa S.R.L	178
Infraestructura y Equipos.....	180
Oficina del Directorio.....	180
Departamento Administrativo y Comercial.....	181
El área de Administración y Comercial	182
El área de Recursos Humanos.....	183
El área de Caja.....	184
Tabla N° 10. Resumen compra de activos.....	190
Layout	191
Manual de Funciones	192
Fluxogramas.....	212
Descripción de proceso de Recursos Humanos.....	215
Proceso de contratación del personal	215
Plan de Cuentas.....	229

Requisitos para un plan de cuentas	229
Plan de Cuentas de Wellness Spa S.R.L.	230
5. Capítulo económico	235
5.1. Aspectos económicos.....	235
Producto Interno Bruto (PIB).....	235
Balanza comercial (importación/Exportación).....	246
Fluctuación del tipo de cambio en Paraguay.....	249
Comportamiento de la reserva monetaria.....	250
Superávit o déficit fiscal.....	253
Déficit Fiscal	255
Inflación	258
6. Capítulo financiero	265
Conclusión del Proyecto	290
Reseña bibliográfica	291

INTRODUCCIÓN

Wellness Spa está dedicada a la prestación de servicios de planes de trabajo saludables con expectativas realistas de belleza personal, estética y cuidado corporal de la mujer convirtiéndose en un oasis de descanso y bienestar en la ciudad pues dichos servicios han sido diseñados especialmente para reducir el peso y renovar energías.

Brinda ayuda profesional en el momento de iniciar un tratamiento permitiendo un trabajo constante en un plazo requerido para obtener resultados que justifiquen la conformidad de las clientas. Los servicios que presta están divididos en las siguientes partes;

- Línea corporal integral (nutrición, manicura, pedicura, sauna)
- Línea gimnasio (Spinning, musculación, aeróbica, libre, yoga)
- Línea cuidado facial (Tratamiento facial, maquillaje)
- Línea cuidado capilar cabello (Lavado, Brushing, planchita, peinado, corte, coloración)