

Ingeniería Comercial

“Aruna Depilación Hindú S.R.L”

Deysi Karina Ruiz Herrera

**Asunción - Paraguay
2019**

INDICE

CAPÍTULO I.....	7
ASPECTOS JURÍDICOS.....	7
1.1 Introducción a la idea del proyecto.....	7
1.2 Requerimientos jurídicos de acuerdo al tipo de sociedad a constituirse.....	7
1.2.1 Nombre o razón social.....	7
1.2.2 Tipo de Sociedad	7
1.3 Constitución jurídica.....	8
1.4 Localización de la empresa.....	19
CAPÍTULO II.....	21
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	21
2.1 Objetivo general de investigación	21
2.2 Establecer los objetivos de la investigación	21
2.1.2 Objetivos Cognitivos.....	21
2.2.2 Objetivos Afectivos.....	21
2.2.3 Objetivos Comportamentales.....	22
2.2.4 Objetivos sociodemográficos.....	22
2.3 Definir los tipos de investigación a utilizarse.....	22
2.3.1 Investigación Exploratoria:	23
2.3.2 Investigación Concluyente:	23
2.4. Procedimiento de recolección de datos	25
2.5 Determinación del plan y tamaño de la muestra	32
2.5.1 Definición de la Población	32
2.5.2 Definición del marco muestral	32
2.5.3 Determinar el tamaño de la muestra.....	33
2.5.4 Seleccionar un método de muestreo.....	33
2.5.5 Procedimiento de selección de la muestra.....	34
2.6 Codificación y tabulación.....	34
2.7 Análisis de datos.....	35
2.8 Conclusiones e Informe de la investigación.....	48
2.9 Valorizar el costo de la investigación de mercados.....	49
CAPITULO III	50
LINEAMIENTO ESTRATÉGICO	50
3.1 Análisis de la Macrosegmentación.....	50
3.1.1 Mercado de referencia	50
3.1.2 Misión.....	51
3.1.3 Visión	51
3.2 Análisis de la Microsegmentación.....	52
3.2.1 Segmento objetivo.....	52
3.2.2 Análisis de los competidores.....	52
3.3 Análisis de la demanda	54
3.3.1 Cálculo de la Demanda Global.....	54
3.3.2 Cálculo del Mercado Potencial Absoluto.....	55
3.3.3 Cuota de mercado.....	56

3.3.4 Demanda de la empresa como objetivo de ventas para el primer año del proyecto.	56
3.3.5 Horizonte del proyecto de los siguientes cuatro años del objetivo de ventas	57
3.4 Análisis de las 5 fuerzas competitivas de Porter	57
3.4.1 Poder de negociación con el cliente	57
3.4.2 Poder de negociación de los proveedores.....	58
3.4.3 Amenaza de nuevos competidores	58
3.4.4 Rivalidad entre competidores.....	59
3.4.5 Productos o servicios sustitutos.....	59
3.4.1 Cuadro resumen de las 5 fuerzas competitivas de Porter.....	60
3.5 Evaluación de la estrategia de la Matriz de Ansoff	60
3.5.1 Penetración de mercado.....	61
3.5.2 Desarrollo de nuevos mercados.....	62
3.5.3 Desarrollo de productos.....	62
3.5.4 Diversificación	63
3.6 Atributos de Diferenciación.....	63
CAPITULO IV.....	64
PLAN DE MARKETING	64
4.1 Plan de Marketing	64
4.2 Análisis Situacional.....	64
4.2.1 Variables controlables.....	64
4.2.2 Variables no controlables.....	71
4.3 Objetivos	79
4.3.1 Objetivo 1:.....	80
4.3.2 Objetivo 2:.....	82
4.3.3 Objetivo 3:.....	84
4.3.4 Objetivo 4:.....	86
4.4 Cuadro resumen de la inversión de cada objetivo	88
4.5 Cuadro estimativo de lo que espera facturar con cada objetivo	88
CAPITULO V	89
ADMINISTRACIÓN	89
5.1 Lineamiento estratégico.....	89
5.1.1 Declaración de la Visión	89
5.1.2 Declaración de la Misión.....	90
5.2 Plan de administración.....	90
5.2.1 Análisis Situacional – Matriz FODA	90
5.2.1.2 Variables no controlables.....	92
5.2.1.2.4 Entorno Económico:.....	92
5.3 Objetivos	98
5.3.1 Objetivo 1:.....	98
5.3.2 Objetivo 2:.....	100
5.3.3 Objetivo 3:.....	101
5.3.4 Objetivo 4:.....	102
5.6 Estructura Organizacional	104
5.6.1 Organigrama.....	104
5.6.2 Organigrama de Aruna Depilación Hindú.....	110

5.6.3 Estructura según Mintzberg.....	111
5.6.4 Layout.....	111
5.6.5 Manual de funciones.....	113
5.6.7 Manual de procedimiento.....	123
5.6.8 Fluxogramas.....	126
5.6.9 Recursos humanos.....	128
5.7 Activos Fijos.....	132
5.8 Plan de cuentas	133
CAPITULO VI.....	136
ASPECTO ECONÓMICO.....	136
6.1 Aspectos económicos	136
6.1.2 Producto interno Bruto (PIB)	136
6.1.3 Balanza comercial (importación/exportaciones).....	137
6.1.4 Fluctuación del tipo de cambio	137
6.1.5 Comportamiento de la reserva monetaria.....	138
6.1.6 Superávit o déficit Fiscal.....	139
6.1.7 Inflación.....	139
CAPÍTULO 7	140
PLAN FINANCIERO	140
7.1 El Plan Financiero	140
7.2 Conclusión.....	163
Anexos.....	164
Bibliografías.....	175

INTRODUCCIÓN

ARUNA DEPILACIÓN HINDÚ ofrecerá servicios de depilación especializados para el cuidado de las cejas y otras zonas del rostro, así como del cuerpo utilizando el hilo. Incluirá servicios de embellecimiento como permanentes, tintes en cejas y pestañas. También maquillaje de cejas con henna.

Se plantea contar con un espacio para los clientes en donde puedan tener una vivencia diferencial de belleza y relajación que les permita salir de la rutina, rápida y con una atención preferencial, contando siempre con innovadores productos y las últimas tendencias en cuanto al cuidado personal se refiera.

La denominación ARUNA DEPILACIÓN HINDÚ fue seleccionada ya que actualmente es un sector que ha ido evolucionando poco a poco para convertirse en un área potente e innovador en el mercado.

ARUNA DEPILACIÓN HINDÚ estará dirigida al mercado de la estética y centros de cuidados integrales de belleza. Nuestros potenciales clientes serán hombres y mujeres de clase media y alta.