

Ingeniería Comercial

Salone Di Bellezza S.R.L

Claudia Alejandra Delvalle Brítez

Asunción – Paraguay

2018

ÍNDICE

Presentación.....	1
Calificación.....	2
Agradecimientos.....	3
Dedicatoria.....	4
Introducción.....	10
Resumen Ejecutivo.....	11
Capítulo I.....	13
1.1. Introducción a la idea del proyecto.....	13
Servicios a ser comercializados.....	14
1.2. Requerimientos Jurídicos de acuerdo al tipo de Sociedad a constituirse.....	15
Escritura de Constitución.....	15
Inscripciones Registro Público de comercio.....	17
Inscripción en el Registro Público de personas Jurídicas y Asociaciones.....	17
Matricula de Comerciante.....	18
Inscripción en la dirección de apoyo del ministerio de hacienda (R.U.C).....	19
Apertura en la municipalidad involucrada (patentes).....	19
Instituto de Previsión Social (I.P.S).....	21
Ministerio Trabajo, Empleo y Seguridad Social.....	21
Dirección de Propiedad Intelectual (registro de marcas).....	22
Costo de Apertura de una S.R.L.....	24
1.3. Localización de la empresa.....	25
Método de los factores ponderados.....	25
Capítulo II.....	28
Investigación de Mercados.....	28
2.1- Objetivo general de investigación.....	28
Análisis de la demanda.....	28
Descripción de la muestra.....	29
2.2.- Objetivos de la investigación.....	29
2.3.- Definir los tipos de investigación a utilizarse.....	31
2.4.-Procedimiento de recolección de datos.....	32
2.5.- Determinación del plan y tamaño de la muestra.....	37
2.6.- Codificación y tabulación.....	41
2.7.- Análisis de datos.....	41
2.8.- Conclusión.....	51
2.9.- Total inversión para la investigación de Mercado.....	51
Capítulo III.....	52
Lineamiento Estratégico.....	52
3.1.- Análisis de la Macro segmentación.....	52
3.2.- Análisis de la Micro segmentación.....	53
3.3.- Análisis de la demanda.....	55
Calculo de la demanda Global.....	56
Calculo del mercado potencial Absoluto.....	57

Cuota de mercado.....	57
Demanda de la empresa como objetivo de venta para el 1° año.....	58
3.4.- Análisis de las 5 fuerzas competitivas de Porter.....	62
Cuadro Resumen.....	66
3.5.- Evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff seleccionada.....	67
Estrategia elegida.....	69
3.6.- Atributos de diferenciación.....	69
Capítulo IV	70
4.1.- Plan de Marketing.....	70
4.2.- Análisis Situacional (FODA).....	70
Matriz de Interacción.....	85
Matriz FODA.....	89
4.3 Objetivos.....	91
4.4.- Estrategias.....	91
4.5.- Plan de Acción.....	91
4.6.- Cuadro de inversión de los Objetivos.....	100
Capítulo V	101
Administración.....	101
5.1 Lineamiento Estratégico.....	101
5.1.1- Declaración de la Visión.....	101
5.1.2.- Declaración de la Misión.....	101
5.2.- Plan de administración.....	101
5.2.1.- Análisis Situacional – Matriz FODA.....	102
Matriz de Interacción.....	106
Matriz FODA.....	109
5.2.2.- Objetivos del Plan de Administración.....	110
5.2.3.- Estrategias.....	110
Inversión total Plan de Administración.....	113
5.3.- Estructura Organizacional.....	114
La estructura según Mintzberg.....	114
Tipos de Estructura.....	115
Mecanismos de Coordinación y control.....	116
Elementos configuracionales.....	117
5.3.1.- Organigrama.....	118
Tipos de Organigramas.....	119
Organigrama de Salone di Bellezza S.R.L.....	121
Estructura organizacional de Salone di Bellezza.....	121
5.3.2.- Layout.....	123
5.3.3.- Manual de funciones.....	124
5.3.4.- Manual de procedimientos.....	138
5.3.5.- Fluxogramas.....	142
5.3.6.- Recursos humanos.....	146
Proceso de Recursos Humanos de Salone di Bellezza.....	147
Salarios, aportes y bonificaciones según Ley 219/93.....	149
5.4.- Análisis de estructura de costos.....	151

Principales Proveedores.....	155
Costo de cada servicio ofrecido.....	155
5.5.- Plan de cuentas.....	160
Capítulo VI	166
6.1.- Aspecto Económico.....	166
Producto interno Bruto.....	166
Balanza comercial.....	167
Exportaciones.....	167
Importaciones.....	168
Fluctuación del tipo de cambio.....	170
Comportamiento de la reserva monetaria.....	171
Superávit o déficit Fiscal.....	172
Inflación.....	173
Capítulo VII	175
Plan Financiero de la empresa.....	175
Conclusión.....	198
Bibliografía.....	199
Anexo.....	200

RESUMEN

Este proyecto se ha desarrollado con el interés de realizar un análisis completo de viabilidad para la creación y puesta en marcha de un centro de peluquería y estética, donde se analizará cada aspecto importante para plantear y cada uno de los pasos a seguir para desarrollar la idea, de esta manera tomar una decisión acerca del proyecto que se va a emprender, tomando en cuenta todos los estudios realizados que permitan conocer la aceptación que éste podría tener en el mercado.

A continuación, se realizará un estudio exhaustivo del entorno de la empresa y la situación económica. Para ello se ha realizado una investigación de mercado para conocer el entorno y las acciones de los consumidores que permite generar un diagnóstico acerca de los recursos, oportunidades, fortalezas, capacidades, debilidades y amenazas de la organización.

Respecto a la investigación de mercado se ha segmentado el mercado y definido el público objetivo. La empresa se enfocará en el área de Belleza y Estética, para hombres y mujeres de todas las edades. Tiene como segmento objetivo a las personas que viven en el barrio Ycuá Satí de la ciudad de Asunción.

Posteriormente, se conocerá cual es el plan de operaciones del negocio basándonos en la localización, los servicios ofrecidos, los procesos y operaciones que se van a llevar a cabo en la empresa.

En cuanto al análisis de la organización y de los recursos humanos, se definirá la misión, visión, objetivos y valores de la empresa que permite ubicar el comportamiento de compra o necesidades de los clientes potenciales. En base a eso la empresa puede ir mejorando sus productos o servicios, ya que va ajustando a las necesidades de los consumidores.

Los servicios ofrecidos por la empresa estarán formados por las actividades de peluquería, estética y maquillaje, y otros servicios como, asesoría de imagen. El local se ubicará en el barrio Ycuá Sati de la ciudad de Asunción sobre la Avda. Santa Teresa esquina Denis Roa. Sobre una de las más importantes arterias de la ciudad de Asunción, zona del nuevo eje corporativo, comercial y residencial de la ciudad.

La empresa estará formada por profesionales asesores de imagen con la mejor experiencia en el área de belleza y estética, capacitados siempre con las últimas tendencias y estilos. Además, contará con una amplia gama de productos de la mejor calidad con el objetivo de garantizar la satisfacción de los clientes.

Las redes sociales serán un factor importante, ya que desde la misma los/as clientes/as podrán informarse de los servicios ofertados y solicitar citas.

Para finalizar un análisis y evaluación financiera, a través del cual se determinará los beneficios o pérdidas en los que se puede incurrir al pretender realizar la inversión, uno de los objetivos es obtener los indicadores financieros que apoyen la toma de decisiones referente a las actividades de inversión.