

**Ciencias Contables y Administrativas**

***“Wendy Coiffure” S.R.L.***

**Alice Nathalia Rojas Enciso**

**Asunción – Paraguay**

**2015**

## INDICE

INTRODUCCIÓN.....	7
RESUMEN EJECUTIVO:.....	8
CAPITULO I.....	10
1.1 Introducción a la idea del proyecto.....	10
1.2 Requerimientos jurídicos.....	10
1.3 Localización de la empresa u organización .....	24
CAPITULO II.....	26
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS .....	26
- Objetivo general de investigación.....	26
- La Hipótesis general .....	26
2.2.- Objetivos de la investigación.....	27
2.3.- Tipos de investigación a utilizarse.....	28
2.4.-Procedimiento de recolección de datos.....	28
2.5. Determinación del plan y tamaño de la muestra .....	30
2.5 Calculopara el tamaño de la muestra.....	33
2.6.-Recolección de datos.....	35
2.7.- Análisis de datos.....	39
2.8.- Conclusiones/Informes.....	51
CAPITULO III.....	52
Plan de Marketing .....	52
3.1.- Análisis de la Macrosegmentación.....	52
3.2.- Análisis de la Microegmentación .....	54
3.3.- Análisis de la demanda:.....	61
3.4 Plan de Marketing .....	66
3.4.1.- Análisis Situacional.....	66
3.4.2.- Objetivos .....	76
3.4.3.- Estrategias.....	77
3.4.4.- Planes de Acción.....	85
CAPITULO IV.....	94
Administración / Contabilidad.....	94
4.1.- Análisis de la estructura Competitiva del sector (Porter) .....	94
4.2.- Plan de administración:.....	106
4.2.1.- Análisis Situacional – Matriz FODA.....	106
4.2.2.- Estrategias.....	115
4.2.3.- Objetivos .....	122
4.2.4.-Políticas.....	123
4.2.5.- Planes de acción.....	127
4.3.- Estructura Organizacional .....	143
4.3.1.- Organigrama.....	143
4.3.2.- Recursos humanos.....	156
4.4.- Plan de cuentas.....	160
4.5.- Aspecto Económico.....	163

CAPITULO V.....	187
Plan Financiero de la empresa.....	187
1- Cuadro de inversiones.....	187
2. Cuadro de cronograma de Inversiones .....	190
3-Cuadro de Depreciación.....	191
4-Cuadro de Servicio de la Deuda .....	192
5- Cuadro de RRHH.....	194
6-Cuadro de cronograma de producción .....	196
7-Cuadro de Ingresos.....	197
8-Cuadro de Egresos.....	198
9-Cuadro de punto de equilibrio .....	199
10-Cuadro de cálculo de Capital de Trabajo.....	200
11- Cuadro de Estado de Resultado Proyectado con financiamiento .....	201
12-Cuadro de Estado de Resultado Proyectado sin financiamiento .....	202
13. Cuadro de Flujo de Caja Proyectado con financiamiento .....	203
14. Cuadro de Flujo de Caja Proyectado sin financiamiento.....	204
15. Cuadro de Origen y Aplicación de Fondos Proyectado con financiamiento .....	205
16. Cuadro de Origen y Aplicación de Fondos Proyectado sin financiamiento.....	206
17- Cuadro de Balances Proyectado con financiamiento.....	207
18- Cuadro de Balances Proyectado sin financiamiento.....	208
19- Ratios Financieros.....	209
Capítulo VI. ....	210
Responsabilidad Social Empresarial .....	210
ANEXOS.....	219
Documentos .....	224
CONCLUSIÓN .....	251
BIBLIOGRAFÍA .....	252

## RESUMEN

WENDY COIFFURE Sociedad de Responsabilidad Limitada es una empresa dedicada al rubro de belleza destinado al cuidado de la imagen de mujeres de todas las edades, es decir, brindar el mejor servicio con productos de alta gamma así también con profesionales capacitados para realizar cada trabajo como cortes, peinados, maquillajes, color de acuerdo a la tendencia y moda actual.

El conjunto de normas y reglas que regulan las operaciones de la empresa que proyectamos, desde la definición de la personalidad, responsabilidad, derecho, obligación y formación de la misma, no constituyen impedimento alguno para la realización de este proyecto.

Como resultado del análisis de la estructura competitiva del sector de Porter, se pudo concluir que el grado de atractividad del negocio es “poco y medio” con un valor promedio de 2,95 la cual indica un grado de atractivo relevante en el mercado para continuar con la evaluación del proyecto, considerando que actualmente el ritmo de vida acelerado ha llevado al crecimiento del consumo de este tipo de servicios.

La empresa estará debidamente organizada y estructurada, se implementarán estrategias operativas y de recursos humanos, en donde se contempla el diseño de los puestos de trabajo, un programa anual de capacitación, un programa de evaluación de desempeño, reglamento interno.

Para el inicio de nuestras actividades comerciales y de servicios, la empresa contará con un plantel de 18 funcionarios especializados para cubrir cada uno sus puestos de trabajo de acuerdo al organigrama de la empresa.

La estrategia que está más enfocada hacia nuestro negocio es la penetración de mercado de Ansoff, puesto que es para servicios actuales en mercados actuales, con este enfoque tratamos de vender más de lo mismo a las mismas personas y también a las nuevas personas.

Luego de una ardua labor de evaluar diversos factores para que el proyecto sea lo correctamente viable y por sobre todo sostenible en el tiempo, fundamentada a través de una misión y visión, objetivos basándose en valores y principios, atendiendo los aspectos jurídicos, leyes comerciales y tributarias del país, desarrollando un plan de marketing gracias a un análisis de mercado que demuestran los intereses y preferencias de los posibles consumidores de dicho producto, analizando aspectos económicos, administrativos, operacionales, además de siempre cautelar una responsabilidad social ya sea de manera socioeconómica, ambiental y/o cultural y prever riesgos los cuales se pueden correr y estar preparados para un posible plan de expansión para de alguna manera garantice la solidez de este proyecto y que el dictamen que permitan a su vez determinar la factibilidad de la implementación de este proyecto de inversión.