



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

“DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA UN CENTRO DE BELLEZA DE ALTA TECNOLOGIA EN EL DISTRITO DE LOS OLIVOS, LIMA 2015”

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración y Finanzas

Presentado por:

BACH. Ana Maria Alarcón Merino

LIMA - PERÚ

2015

Contenido	
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
INDICE TABLAS	vii
INDICE FIGURAS	viii
RESUMEN EJECUTIVO	ix
EXECUTIVE SUMMARY	x
INTRODUCCION	xi
CAPITULO I	1
IDEA DE NEGOCIO	1
1.1 DESCRIPCION DE LA NECESIDAD INSATISFECHA	1
1.2 HIPOTESIS Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	1
1.3 JUSTIFICACION	2
1.4 SERVICIO A OFRECER	2
1.5 MERCADO OBJETIVO	3
1.6 OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL ENTORNO	5
1.7 FORTALEZAS Y DEBILIDADES DE LOS PROMOTORES	6
1.8 DIFERENCIACION O VENTAJA COMPARATIVA	6
1.9 ESTRATEGIA EMPRESARIAL O GENERICA	7
CAPITULO II	8
ANALISIS DEL ENTORNO	8
2.1 MACROAMBIENTE	10
2.2 MICROAMBIENTE (5 FUERZAS DE PORTER)	17
CAPITULO III	21
3.1 OBJETIVOS GENERALES Y ESPECIFICOS DE LA INVESTIGACION, SONDEO, ESTUDIO DE MERCADO INVESTIGACION DE MERCADO	21
3.2 HIPOTESIS DE LA INVESTIGACION, SONDEO, ESTUDIO DE MERCADO	21
3.3 FUENTES DE INFORMACION	21
3.4 FICHA TECNICA (METODOLOGIA)	22
3.5 RESULTADOS DE LA INVESTIGACION DE MERCADO (IM)	23
3.6 CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACION DE MERCADO (IM)	28
3.7 ESTIMACION DE DEMANDA	28
CAPITULO IV	29

PLAN ESTRATEGICO	29
4.1 Análisis FODA.....	29
4.2 VISION	30
4.3 OBJETIVOS ORGANIZACIONES O ESTRATEGICOS (Largo Plazo)	30
4.4 ESTRATEGIA DE NEGOCIO.....	32
4.5 VENTAJA COMPETITIVA	33
CAPITULO V	34
PLAN DE MARKETING	34
5.1 ANTECEDENTES	34
5.2 DESCRIPCION DEL PRODUCTO O SERVICIO	46
5.3 FORMULACION DE ESTRATEGIAS	48
5.4 EN VEZ DE MARKETING MIX, DETERMINACION DE OPERACIONES DE ESTRATEGIAS Y TACTICAS OPERATIVAS	51
5.5 MATRIZ BCG	52
5.6 ESTRATEGIAS ESPECÍFICAS	53
5.7 EVALUACION Y CONTROL DE PLAN	54
5.8 ELABORACION Y EJECUCION DEL PLAN	55
5.9 PRESUPUESTO DE MARKETING	55
CAPITULO VI	56
PLAN DE OPERACIONES.....	56
6.1 OBJETIVOS	56
6.2 ESTRATEGIAS DE OPERACIONES.....	56
CAPITULO VII	64
VII ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS	64
7.1 ORGANIZACIÓN.....	64
7.2 RECURSOS HUMANOS.....	67
CAPITULO VIII	71
RESPONSABILIDAD SOCIAL.....	71
8.1. Impactos Sociales	71
8.2 Impactos Ambientales.....	71
CAPITULO IX	73
PLAN CONTABLE Y FINANCIERO	73
9.1 SUPUESTOS BASICOS	73

9.2 ASPECTOS LEGALES Y TRIBUTARIOS	73
9.3 OBJETIVO	75
9.4 POLITICAS	75
9.5 PRESUPUESTO GENERAL	77
9.6 ESTRUCTURA DE LA INVERSION.....	78
9.7 EVALUACION Y PROYECCION FINANCIERA.....	79
CAPITULO X	86
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	86
10.1 CONCLUSIONES.....	86
10.2 RECOMENDACIONES	87
TABLAS	88
FIGURAS.....	95
BIBLIOGRAFIA.....	100
ANEXOS.....	101

INDICE TABLAS

TABLA N°1 Producto Servicio

TABLA N°2 Actividades Pre-servicios

TABLA N°3 Partes de la Organización

TABLA N°4 Presupuesto de Personal y Servicio de Terceros

TABLA N°5 Gastos Indirectos

TABLA N°6 Estructura de la Inversión

TABLA N°7 Estado de Ganancias y Pérdidas - Escenario Esperado

TABLA N°8 Estado de Ganancias y Pérdidas - Escenario Optimista

TABLA N°9 Estado de Ganancias y Pérdidas - Escenario Pesimista

TABLA N°10 Flujo de Caja Económico Proyectado – Escenario Esperado

TABLA N°11 Flujo de Caja Económico Proyectado – Escenario Esperado

TABLA N°12 Flujo de Caja Económico Proyectado – Escenario Esperado

TABLA N°13 Análisis de Sensibilidad – Escenario Esperado

TABLA N°14 Análisis de Sensibilidad – Escenario Optimista

TABLA N°15 Análisis de Sensibilidad – Escenario Pesimista

INDICE FIGURAS

FIGURA N° 1 La Competencia en la zona.

FIGURA N° 2 Estructura Organizacional.

FIGURA N° 3 Tasa de crecimiento promedio Anual de la población de los Olivos según censo 2007.

FIGURA N° 4 Población estimada al 30 de Junio por años calendario y sexo según departamento 2012-2015.

FIGURA N° 5 Población censada por grupos de edad.

FIGURA N° 6 Cantidad de Peluquerías y salones SPA en el Distrito de Los Olivos.

FIGURA N° 7 Distribución porcentual de la población censada por sexo según distrito.

FIGURA N° 8 Perú apuesta por la Cosmética en Base a Productos Naturales.