

UNIVERSIDAD
CIENTÍFICA
DEL SUR

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA PROFESIONAL DE INGENIERÍA ECONÓMICA Y DE NEGOCIOS

“Proyecto de inversión para el salón de belleza Nalda's Style”

Trabajo de investigación para optar el grado académico de
Bachiller en Ingeniería Económica y de Negocios

Presentado por:

Wendy Jackeline Fretell Timoteo

Flor de María Pretil Pocomucha

LIMA- PERÚ

2019



ANEXO 6

**RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
PARA OPTAR EL GRADO DE BACHILLER**

Fecha: 22/04/2019

Facultad	Ciencias Empresariales			
Carreras de pre grado				
Ingeniería de Sistemas Empresariales	<input type="checkbox"/>	Ingeniería de Sistemas de Información y Gestión - CPE	<input type="checkbox"/>	
Ingeniería Económica y de Negocios	X	Administración de Empresas - CPE	<input type="checkbox"/>	
Administración de Negocios Internacionales	<input type="checkbox"/>			
Administración de Empresas	<input type="checkbox"/>			
Marketing y Administración	<input type="checkbox"/>			
Código	Alumno	Correo electrónico	Teléfono	Nota final
180000028	Fretell Timoteo, Wendy Jackeline	wenya040896@gmail.com	929755401	15
180000043	Pretil Pocomucha, Flor de Maria	flordemaria2310@gmail.com	965170240	14

Título del trabajo de investigación:

" Proyecto de inversión para el salón de Belleza Nalda's Style"

El Jurado revisor concluye que el Trabajo de Investigación para optar el Grado de Bachiller es:

Aprobado (13 – 15)	<input checked="" type="checkbox"/>
Aprobado – Muy Buena (16 – 18)	<input type="checkbox"/>
Aprobado – Sobresaliente (19 – 20)	<input type="checkbox"/>
Desaprobado (0 – 12)	<input type="checkbox"/>

Calificándola con nota de: 15 en letras (Quince)

Comentario/sugerencias/recomendaciones/observaciones:

--

Atentamente,

Profesor del curso
Mg. García Calderón, Luis Eduardo

*Este documento puede ser enviado por correo electrónico

INDICE

INTRODUCCIÓN	7
JUSTIFICACIÓN.....	8
1. MARCO TEÓRICO.....	10
1.1. Entorno y condiciones generales.....	10
1.1.1. Entorno Mundial.....	10
1.1.2. Entorno Nacional	12
1.1.3. La realidad Política del Perú.....	14
1.1.3.1. Factor Político:	14
1.1.3.2. Factor Político Legal:	14
1.1.4. La Realidad Económica de Lima	16
2. MERCADO OBJETIVO Y SUS PROYECCIONES	19
2.1. Enfoque de la idea de negocio.....	19
2.2. Demanda potencial	19
2.3. El segmento de nuestro mercado objetivo	20
2.3.1. Segmentación geográfica.....	20
2.3.2. Segmentación demográfica	20
2.3.3. Segmentación socioeconómico.....	20
2.3.4. Segmentación Psicográfico	21
2.4. Tendencias esperadas de la demanda del servicio.....	21
2.5. Tendencias del mercado	21
2.6. Diferencias de nuestro servicio frente a la competencia.....	22
2.6.1. Ventajas Comparativas.....	23
2.6.2. Ventajas Competitivas	23
2.7. Análisis FODA del negocio	23
2.7.1. Análisis de Oportunidades	23
2.7.2. Análisis de Amenazas.....	24
2.7.3. Análisis de Fortalezas.....	24
2.7.4. Análisis de Debilidades.....	25
2.8. Comparación frente a la competencia	25
2.9. Mejoras en el tiempo incluidas en el negocio	26
2.10. Planes para el crecimiento de la empresa	27
3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	29
3.1. Los Clientes.....	29
3.1.1. Clientes potenciales	29
3.1.2. Consumidor final.....	29

3.2.	El Mercado Potencial	30
3.3.	La oferta en el mercado.....	30
3.4.	La Demanda Esperada.....	31
3.5.	Hábitos De Consumo.....	32
3.6.	La Competencia Y Sus Ventajas	32
3.6.1.	Nuestros Competidores.....	32
3.6.1.1.	Competidores directos.....	32
3.6.1.2.	Competidores indirectos.....	35
3.7.	Estimación De La Participación En El Mercado Y De Las Ventas	36
3.7.1.	Servicios que estimas vender en el primer año.....	37
4.	PLAN DE MARKETING:.....	39
4.1.	Estrategia De Ingreso Al Mercado Y Crecimiento.....	39
4.1.1.	Estrategia de servicio.....	39
4.1.2.	Estrategia de precios	39
4.1.3.	Estrategia de promoción y publicidad	39
4.2.	Características Del Servicio.....	41
4.2.1.	Servicio.....	41
4.2.1.1.	Marca.....	43
4.2.1.2.	Eslogan	43
4.2.1.3.	Presentación.....	43
4.4.	Bondades O Ventajas Del Producto.....	44
4.5.	Política De Precios	44
4.6.	Inicio de Ventas Del Producto	44
4.7.	Tácticas de Ventas.....	44
5.	SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN Y VENTAS	48
5.1.	Sistema de distribución.....	48
5.2.	Estrategia de Ventas.....	49
5.2.1.	Canales de ventas.....	51
6.	PLAN DE OPERACIONES Y PRODUCCIÓN	53
6.1.	Inicio de operaciones de la empresa.....	53
6.2.	Localización geográfica	53
6.2.1.	Ubicación de centro de operaciones	53
6.3.	Características del Centro de Producción	53
6.3.1.	Equipamiento	53
6.4.	Diagrama de operaciones de proceso	56
7.	INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS TANGIBLES	60

7.1.	Inversión en Terrenos:.....	60
7.2.	Inversión en Muebles y Enseres	60
7.3.	Inversión Maquinaria y equipo.....	62
7.4.	Inversión materiales	63
7.5.	Inversión activos – software.....	65
7.6.	Capital de trabajo	66
7.7.	Licencia de defensa civil.....	66
7.8.	Presupuestos de ingresos y egresos	69
7.8.1.1.	Presupuesto de ingresos de venta	70
7.8.2.	Presupuesto de costos totales de producción	70
7.8.2.1.	Mano de obra directa	70
7.8.2.2.	Costos Variables o Materia prima.....	71
7.8.2.2.1.	Servicio de electricidad.....	72
7.8.2.2.2.	Insumos por el servicio	73
7.8.2.2.3.	Costos Indirectos de Fabricación.....	76
7.8.3.	Costos Fijos.....	77
8.	PLAN FINANCIERO	80
8.1.	Flujo De Operativo Proyectado.....	80
8.2.	Valor Actual Neto (Van).....	81
8.3.	Tasa Intermedia De Retorno (Tir).....	82
9.	RESULTADOS OBTENIDOS EN EL PROYECTO	84
9.1.	Conclusiones.....	84
9.2.	Recomendaciones.....	84
	BIBLIOGRAFIA	86
	ANEXOS	88

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1: Tabla de muebles y enseres</i>	61
<i>Tabla 2: Enseres de Oficina</i>	62
<i>Tabla 3: Maquinaria y equipos</i>	63
<i>Tabla 4: Materiales</i>	64
<i>Tabla 5: Software</i>	66
<i>Tabla 6: Estimación De Ingresos</i>	70
<i>Tabla 7: Mano De Obra Directa</i>	70
<i>Tabla 8: Mano De Obra Indirecta</i>	71
<i>Tabla 9: Demanda Por Servicio De Electricidad</i>	72
<i>Tabla 10: Gasto por Balayage</i>	74
<i>Tabla 11: Información de los productos:</i>	75
<i>Tabla 12: Utilización del producto por servicio</i>	75
<i>Tabla 13: Aproximación de gasto de producto por servicio</i>	75
<i>Tabla 14: Tablero De Ganancias</i>	76
<i>Tabla 15: Mano de obra directa</i>	77
<i>Tabla 16: Cuota mensual según categoría</i>	77
<i>Tabla 17: Venta neta anual</i>	78
<i>Tabla 18: Cuota a pagar</i>	78
<i>Tabla 19: Beneficios Laborales</i>	78
<i>Tabla 20: Flujo Operativo</i>	80
<i>Tabla 21: Flujo De Caja Libre</i>	81
<i>Tabla 22: Utilidades Del Flujo</i>	82

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1 Población de San Juan de Miraflores</i>	30
<i>Figura 2 Mapa geográfico de la zona Cooperativa Umamarca “Electro”</i>	30
<i>Figura 3 Proyección de los Servicios Laceado y Tinturado para una semana</i>	31
<i>Figura 4 Distribución de espacios del Salón Nalda’s Spa</i>	33
<i>Figura 5 Distribución de Espacios del Salón Barber</i>	34
<i>Figura 6 Ubicación Geográfica del Salón Nalda’s Spa y Salón Barber</i>	35
<i>Figura 7 Red social Facebook de Nalda’s Style Salon Spa</i>	40
<i>Figura 8 Publicidad por Redes Sociales de Nalda’s Style Salón Spa</i>	41
<i>Figura 9 Logo de Nalda’s Style Salón Spa</i>	43
<i>Figura 10 Canal de Distribución de Nalda’s Style</i>	48
<i>Figura11 Campañas de Publicidad de Salones de Belleza</i>	49
<i>Figura 12 Servicio de Laceado de Nalda’s Salon</i>	55
<i>Figura 13 Diagrama del proceso de Alisado</i>	56
<i>Figura 14 Diagrama del Proceso de Balayage</i>	57
<i>Figura 15 Diagrama del proceso de Botox Capilar</i>	57
<i>Figura 16 Diagrama del proceso de Tinte Completo</i>	58
<i>Figura 17 Diagrama del proceso de Iluminación</i>	58
<i>Figura 18 Distribución nueva dentro del centro de belleza Nalda's</i>	60
<i>Figura 19 Distribución de implementos de seguridad</i>	69

INTRODUCCIÓN

En la actualidad se vive un crecimiento de servicio estético en el mercado, puesto que cada día es importante la apariencia física, el bienestar personal y el cómo llevar una vida sana. Por ello se plantea realizar un proyecto donde verificaremos la viabilidad de un centro de belleza y estética.

Por esa razón se desea estudiar a mayor profundidad al posible consumidor, debido a que este se vuelve más exigente cada día y uno tiene que aprender a cumplir sus necesidades para mantenerse vigente en el mercado, así que no solo se busca dar un buen producto final sino también un ambiente agradable, con imagen atractiva y clima diferenciador.

Para empezar con este estudio, realizaremos una investigación exhaustiva describiendo la situación actual de los centros de belleza y estética a nivel mundial y nacional, para luego enfocarnos principalmente en la empresa y los servicios que éste ofrece.

Para continuar el desarrollo de este tema analizaremos profundamente acerca de los conceptos básicos que el negocio lleva consigo, realizaremos un estudio de mercado, los aspectos técnicos y económicos para entender mejor el entorno de esta idea de negocio, sin embargo nos enfocaremos de manera específica en dos servicios primordiales, los cuales son el laceado y el tinturado.

Finalmente conoceremos el análisis económico-financiero que será el último punto a desarrollar del proyecto donde obtendremos resultados de la rentabilidad de los servicios con respecto al negocio.