

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TRABAJO DE PROFESIONALIZACIÓN TPF-501



MODALIDAD: PLAN DE NEGOCIOS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA AMPLIACIÓN DE LOS
AMBIENTES DE LA EMPRESA “SER” (SALUD, ESTÉTICA Y
RELAJACIÓN)

POR:

MORA ROJAS FERNANDO

MORALES BRAYAN

DOCENTE GUÍA:

LIC: LUIS ARAOZ MONTOYA

V°B°

.....
Lic. Luis Araoz Montoya

DOCENTE GUIA

.....
Lic. Anselmo Rodríguez

DECANO

FACULTAD DE CIENCIAS

ECONOMICAS Y FINANCIERAS

.....
Lic. Víctor Vargas Rivera

VICEDECANO

FACULTAD DE CIENCIAS

ECONOMICAS Y FINANCIERAS

.....
Lic. Víctor John Vaca Jerez

Director

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y

ADMINISTRACIÓN APLICADA

APROBADO POR:

TRIBUNAL:

.....
Lic. Víctor John Vaca Jerez

.....
Lic. Franz S. Rodríguez Ortiz

El tribunal calificador del presente trabajo no se responsabiliza con la forma, términos, modos y expresiones vertidas en el mismo, siendo responsabilidad de los autores.

DEDICATORIA:

A nuestros Padres: por creer en nosotros,
por su amor, trabajo y sacrificio en todos
estos años, gracias a ustedes hemos podido
llegar hasta aquí y convertirnos en lo que
somos.

AGRADECIMIENTO:

En primer lugar a Dios por sus bendiciones que cada día nos da y por el don de la vida, a nuestros padres por su constante apoyo, amor y confianza, al Lic. Luis Araoz Montoya, Docente de la Carrera de Administración de empresas; que sin su ayuda y conocimiento no hubiese sido posible realizar este proyecto; y finalmente al Lic. Víctor John Vaca Jerez y Lic. Franz Rodríguez Ortiz, por su valiosa retroalimentación para mejorar el presente trabajo.

ÍNDICÉ

ÍNDICE	Pag.
1.- INTRODUCCIÓN.....	1
2.- JUSTIFICACIÓN.....	1
a) Justificación Teórica.....	1
b) Justificación Práctica.....	2
3.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
3.1.- Fundamentación.....	2
3.2.- Definición del problema.....	3
3.3.- Formulación del problema.....	4
3.4.- Necesidades.....	4
4.- OBJETIVOS.....	4
4.1.- Objetivo General.....	4
4.2.- Objetivos Específicos.....	5
5.- ALCANCE.....	5
5.1.- Alcance temporal.....	6
5.2.- Alcance geográfico.....	6
6.- MARCO METODOLÓGICO.....	6
7.- BIBLIOGRAFÍA.....	7

CAPÍTULO I

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

1.- INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	8
1.1.- DEFINICIÓN DE PROBLEMA.....	8
1.1.1.- Definición del Problema Gerencial.....	9

1.1.2.- Problema de Investigación de Mercados.....	9
1.2.- FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	9
1.3.- OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	9
1.3.1.- Objetivo General.....	9
1.3.2.- Objetivos Específicos.....	10
1.4.- POBLACIÓN SUJETA A ESTUDIO.....	10
1.4.1.- Mercado Objetivo.....	10
1.4.2.- Segmentación de Mercado.....	10
1.4.3.- Población sujeta a estudio.....	11
1.5.- TÉCNICA DE MUESTREO.....	11
1.5.1.- Determinación del tamaño de la muestra.....	11
1.5.2.- Diseño de la Investigación.....	13
1.6.- ENCUESTA PILOTO REALIZADA EN EL CENTRO DE ESTÉTICA SER.....	14
1.7.- DISEÑO DEL CUESTIONARIO.....	15
1.8.- PREPARACIÓN E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	15
1.9.- RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	15
1.10.- CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	29

CAPÍTULO II

PLAN DE MARKETING

2.1.- INTRODUCCIÓN.....	30
2.2.- OBJETIVOS DE MARKETING.....	30
2.2.1.- Objetivos a Corto Plazo.....	30
2.2.2.- Objetivos Mediano y Largo Plazo.....	31
2.3.- INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	31

2.4.- ESTRATEGIAS DE MARKETING.....	31
2.4.1. - Marketing Mix- Mezcla de Marketing.....	32
2.4.1.1.- Estrategias de Producto/Servicio.....	32
2.4.1.2.- Estrategias de Precios.....	33
2.4.1.3.- Estrategias de Plaza.....	34
2.4.1.4.- Estrategias de Promoción.....	35
2.4.1.4.1.- Publicidad.....	35
2.4.1.4.2.- Promoción de Ventas y/o Servicios.....	35
2.4.1.4.3.- Marketing Directo.....	36
2.5.- DEMANDA POTENCIAL.....	36
2.6.- PRESUPUESTO DE MARKETING.....	37

CAPÍTULO III

PLAN DE SERVUCIÓN

3.1.- DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS.....	39
3.2.- TRATAMIENTOS.....	39
3.2.1.- ¿Qué es un Tratamiento Facial?.....	40
3.2.1.1.- ¿Cada cuánto tiempo hay que someterse a una limpieza facial?.....	40
3.2.2.- ¿Qué es un Tratamiento Corporal?.....	40
3.2.3.- ¿Qué son las Terapias Relax?.....	40
3.2.4.- ¿Qué es una Depilación?.....	41
3.3.- TIEMPO DE REALIZACIÓN DE CADA TRATAMIENTO.....	41
3.4.- COSTO DE LOS DIFERENTES TRATAMIENTOS.....	42
3.5.- PREPARACIÓN DEL CLIENTE ANTES DE LA SESIÓN.....	42

3.5.1.- Preparativos para un Tratamiento Facial.....	43
3.5.2.- Preparativos para un Tratamiento Corporal.....	44
3.5.3.- Preparativos a una Sesión de Masaje.....	44
3.5.4.- Preparativos para una Terapia Relax.....	45
3.6.- TEMPORADA DE LOS SERVICIOS.....	45
3.7.- REQUERIMIENTO DE LOS SERVICIOS.....	46
3.8.- LOS SERVICIOS MÁS REQUERIDOS.....	46

CAPÍTULO IV

PLAN DE ORGANIZACIÓN

4.1.- PLAN ORGANIZACIONAL Y RECURSOS HUMANOS.....	47
4.2.- PROCESO DE INTEGRACIÓN DE PERSONAL.....	51
4.2.1.- Reclutamiento.....	51
4.2.2.- Contratación.....	51
4.2.3.- Selección.....	51
4.2.4.- Inducción.....	52
4.3.- ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS.....	53
4.3.1.- Presupuesto de Mano de Obra o Planilla de Sueldos y Salarios.....	53
4.4.- MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN.....	53
4.5.- ESTRUCTURA DE LOS NUEVOS AMBIENTES.....	53

CAPITULO V

PLAN FINANCIERO

5.1.- OBJETIVO DEL ÁREA FINANCIERA.....	55
5.2.- SISTEMA CONTABLE DE LA EMPRESA.....	55
5.3.- REQUERIMIENTO DE ACTIVOS FIJOS TANGIBLE E INTANGIBLES.....	55
5.4.- CAPITAL DE TRABAJO U OPERACIÓN.....	55
5.5.- INVERSIÓN REQUERIDA PARA EL EMPRENDIMIENTO.....	56
5.6.- ESTIMACIÓN DEL COSTO TOTAL Y UNITARIO.....	57
5.6.1.- Costo Unitario.....	58
5.7.- INGRESOS ANUALES PROYECTADOS.....	59
5.8.- PRECIO DE VENTA SIN IMPUESTO.....	59
5.9.- PUNTO DE EQUILIBRIO.....	63
5.10.- FLUJO DE CAJA INCREMENTAL ECONÓMICO.....	64
5.11.- VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	66
5.12.- TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	67
5.12.- FUENTES DE FINANCIAMIENTO.....	67

CAPÍTULO VI

PLAN DE CONTINGENCIAS

6.1.- OBJETIVOS.....	68
6.2.- FACTORES DE RIESGO.....	68
6.3.- ESTRATEGIAS DE RESPUESTA.....	69
6.4.- PLAN DE EMERGENCIAS.....	71
6.4.1.- Procedimiento del Plan de Emergencias.....	71

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1.- CONCLUSIONES.....	73
7.2.- RECOMENDACIONES.....	75

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N°1 PRESUPUESTO ANUAL ESTIMADO DE MARKETING.....	38
Cuadro N°2 ACTIVOS FIJOS TANGIBLES.....	55
Cuadro N°3 INVERSION DIFERIDA.....	55
Cuadro N°4 INVERSION TOTAL REQUERIDA (con IVA).....	56
Cuadro N°5 DEPRECIACIÓN.....	57
Cuadro N°6 PROYECCIÓN ANUAL DE COSTOS SIN IVA (En Bolivianos).....	58
Cuadro N°7 IVA DE COMPRAS EN BOLIVIANOS.....	58
Cuadro N°8 COSTO UNITARIO DE LOS SERVICIOS (En Bolivianos).....	59
Cuadro N°9 PRECIO UNITARIO CON FACTURA.....	60
Cuadro N°10 INGRESOS PROYECTADOS CON IVA (En Bolivianos).....	61
Cuadro N°11 ESTADO DE RESULTADO SIN IVA (En Bolivianos).....	62
Cuadro N°12 IMPUESTO AL VALOR AGREGADO AUXILIAR (En Bolivianos)....	63
Cuadro N°13 FLUJO DE CAJA ECONOMICO (incluye IVA) (En Bolivianos).....	66