

Plan de Negocios
Servicio de Asistencia Integral a Novias
“BEAUTY ENDINGS”

Introducción

El asesoramiento personal de imagen en la actualidad ha penetrado en todo el mundo, volviéndose un negocio importante; donde se puede observar que las personas están más atentas en la forma de presentarse, buscando una buena imagen.

En los países más desarrollados de Europa y en Estados Unidos se implementa la idea de cubrir necesidades más específicas con el ofrecimiento de un “Servicio de asesoramiento de Novias” de acuerdo a las exigencias de la clientela, en cuanto a la vestimenta, accesorios, maquillaje y peinado.

En nuestro país la asesoría de imagen está presente tan solo en las ciudades más importantes, pudiendo observar que este rubro está creciendo año a año.

En Tarija existe gran variedad de costureras reconocidas en el rubro, teniendo en cuenta el planteamiento del problema que muestra la inexistencia de un servicio de estas características.

Habiendo mencionado esto se pretende realizar el presente trabajo para analizar la viabilidad del servicio “Asistencia Integral a novias”, que se constituye en una oportunidad de negocio.

Esto ha generado la formulación de los objetivos de acuerdo a lo que se quiere lograr, siendo el objetivo general el diseño de un plan de negocios que demuestre que la idea si es factible, desglosando este objetivo en otros específicos relacionados con las diferentes áreas a tomar en cuenta durante el desarrollo del plan de negocios, siendo estos objetivos, realizar una investigación de mercados y definir las características necesarias del personal para elevar los índices de productividad, entre otros; también se acompaña con un esquema que contiene el diseño del plan de negocios que toma en cuenta las áreas de una organización, el cual guiará el buen desarrollo de este plan.

Justificación

La realización del proyecto de plan de negocios relativo a la “Asistencia Integral de Novias” que se refiere a la prestación de un servicio completo y de calidad a las mujeres de nuestra ciudad que en algún momento deseen casarse y recibir la mejor atención y el cumplimiento a sus expectativas, se constituye en una oportunidad de negocio.

Se propone la creación de una empresa de “Asistencia Integral a Novias” que contribuirá a mejorar la situación económica de la ciudad con mejores perspectivas de generar empleos estables y productivos. Por ello se considera, que en el caso de implementar una empresa nueva en Tarija se mejoraría la economía regional además que ésta se dedicaría al asesoramiento completo de novias que reduciría el estrés de las mismas.

El conocimiento administrativo ha evolucionado de tal manera que se ha generado una gran variedad de bibliografía dedicada a los planes de negocio y a la realización de nuevos emprendimientos, entre algunos autores podemos mencionar a Antonio Borello, Greg Balanko-Dickson y Rafael Alcaraz; que brindan conceptos claros acerca del diseño de los mismos que coadyuvarán a la realización del presente trabajo; además que surgirán ideas y recomendaciones para futuros estudios e investigaciones.

Planteamiento del problema

Hoy en día el negocio del asesoramiento personal ha ido creciendo en el mundo debido a que las personas actualmente están más preocupadas por mejorar su imagen en base a la adecuación del atuendo y los accesorios que puedan adaptarse a la estructura del cuerpo y estilo; esta preocupación crece más aún cuando hablamos de la presencia personal en la realización de algún evento importante como, cumpleaños y egresos, pero el más importante de todos “el matrimonio”, donde las personas, mayormente mujeres buscan el atuendo ideal para el gran día y al mismo tiempo reducir los niveles de estrés que esto conlleva, por lo tanto acuden a centros en los cuales pueden adquirir estos servicios.

En países más desarrollados de Europa y en Estados Unidos existe esta idea para ayudar y cubrir estas necesidades donde se ofrece un “Servicio de asesoramiento de Novias” de acuerdo a las exigencias de la clientela, en cuanto a la vestimenta, accesorios, maquillaje y peinado este servicio es concluido en el momento de la presentación final del cliente, donde cuenta con personal capacitado para la selección del conjunto completo que llevará la novia.

En Latino América el negocio de Asesoramiento de imagen está presente en países como Colombia, Argentina, México entre otros, sin dejar de lado la asistencia a novias.

Hoy en día en Bolivia la asesoría de imagen está presente en las ciudades más importantes del país, Santa Cruz y La Paz, las mismas que también cuentan con boutiques especializadas en novias que ofrecen una variedad de servicios a las clientas.

En Tarija, existe una gran variedad de costureras y modistas reconocidas en el rubro; habiendo realizado una entrevista a algunas mujeres de la ciudad se pudo observar que estas modistas y costureras trabajan con modelos de revistas que a veces no armonizan con la fisonomía de la novia y tampoco existe gran variedad de telas y detalles para los vestidos como en otros departamentos, por lo tanto varias mujeres recurren a otras ciudades o países para el diseño y elaboración de sus vestidos; paralelamente deben buscar por otros medios los zapatos, bouquet, el peinado, el maquillaje y las joyas además de tener que recordar todos estos detalles el día del evento siendo ellas mismas las que manejan las prendas y los detalles para no olvidar nada.

Todo lo descrito anteriormente representa una oportunidad a aprovechar por lo que se pretende diseñar un plan de negocios de un “Servicio Integral Para Novias” como los ya mencionados anteriormente donde se ofertará una variedad de servicios que podrán ser elegidos a comodidad de la clientela, ofreciendo desde los vestidos diseñados especialmente para el cuerpo de la clientela y a medida de acuerdo a las preferencias y gustos de la misma, además podrá elegir los zapatos, el velo, el ramo y las joyas en el mismo lugar, se contará con el personal capacitado y especializado que se encargará del peinado, maquillaje y el arreglo de la novia en el lugar y la hora que se lo requiera.

Dicho todo esto se procede a formular el siguiente problema:

¿Qué factores clave determinan si en la ciudad de Tarija podría ser viable la creación del emprendimiento “Servicio Integral a Novias”?

Objetivos

Objetivo General

Diseñar un plan de negocios para un “Servicio de Asistencia Integral a Novias” que busca satisfacer las necesidades de una novia que quiere obtener y cumplir su sueño del vestido ideal acompañado de todos los detalles requeridos y una asistencia necesaria y merecida para su día.

Objetivos Específicos

- Realizar una investigación de mercado que permita identificar variables en cuanto a demanda y competencia, para así adaptar el servicio a las necesidades y exigencias del potencial consumidor.
- Identificar a las empresas líderes en el rubro y así establecer ventajas competitivas en base a las estrategias usadas por la competencia.
- Definir las características necesarias del personal para elevar los índices de productividad.
- Realizar un estudio financiero que nos permita analizar la viabilidad de este proyecto.



**Servicio de Asistencia Integral a Novias
BEAUTY ENDINGS**

PLAN DE NEGOCIOS

1.1. CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES

1.1.1. Nombre de la empresa

“BEAUTY ENDINGS”

Servicio de Asistencia Integral a Novias

El nombre de la empresa significa en español “Hermosos Finales”, con el cual se quiere mencionar la delicadeza y la calidad del servicio que se pretende ofrecer a todas las mujeres que quieran hacer realidad sus deseos para su boda soñada, quedando realmente satisfechas con el resultado final.

1.1.2. Descripción del negocio

“BEAUTY ENDINGS” Asistencia Integral para Novias es una empresa dedicada a la mujer, en el perfeccionamiento de su presencia para el día de su boda, desde el diseño y realización a medida del vestido, el bouquet, el velo y la oferta de los zapatos como también la asistencia personal de imagen para la clienta en el día de su boda donde la asistente se ocupa de tener todos los detalles listos además del peinado y el maquillaje. Ayudando a la novia a vestirse y prepararse para que no existan demoras o fallos en este día, aportando confianza y serenidad a la misma.

1.1.3. Visión

Nuestra visión es ser la empresa líder en la asistencia integral para novias proveyendo los mejores productos y servicios, cumpliendo el sueño de toda mujer en ese día especial, caracterizándonos por la originalidad de nuestros diseños y la delicadeza de nuestros detalles



Servicio de Asistencia Integral para Novias

1.1.4. Misión

Somos una empresa dedicada a resaltar la belleza de la mujer tarijeña en el día de su boda, brindando calidad en nuestros materiales, experiencia, profesionalismo y respeto por parte de nuestro personal actualizado día a día en sus conocimientos y habilidades; y finalmente creatividad y originalidad en nuestros productos haciendo realidad el sueño de cada mujer en su día; ofreciendo a la vez comodidad y tranquilidad a nuestras clientas al adquirir un servicio integral para su persona, generando desarrollo y oportunidades de trabajo para nuestra ciudad.

Al momento de realizar la misión tomamos en cuenta ciertos componentes fundamentales, los cuales quisimos hacer sobresalir en la propuesta de la misma:

Clientes: Se especifica que las clientas de nuestra empresa serán aquellas mujeres que no cuenten con el tiempo suficiente para ocuparlo buscando por toda la ciudad u otros departamentos los elementos que necesitan para su persona el día de su boda.

Productos: Se menciona la calidad del servicio que se ofrecerá y la buena atención al cliente que se realizará a través de nuestro servicio integral.

Mercado: Se define al mercado mencionando que está ubicado en la ciudad de Tarija, siendo las mujeres de la ciudad que quieran obtener nuestros servicios.

Filosofía: Se resaltan las características que deberá tener nuestro personal, como el respeto, el conocimiento profesional brindado entre otros.

Distinción: Se ofrece un servicio de calidad, materiales exclusivos y diseños originales que harán sobresalir a la empresa de la competencia.

Imagen pública: Se muestra la preocupación de nuestro proyecto por el desarrollo de la ciudad, ofreciendo nuevas fuentes laborales.



Servicio de Asistencia Integral para Novias

Interés por los empleados: El personal será capacitado y constantemente actualizado en cuanto a las nuevas tendencias, obteniendo mayor conocimiento en el área en la cual se desempeñan, generando personal preparado.

1.1.5. Objetivos de la Empresa

Los objetivos de la Empresa son los siguientes:

1.1.5.1. Objetivo General

Brindar un servicio de “Asistencia Integral a Novias” que ofrezca calidad y eficiencia, de manera que satisfaga las necesidades de asesoramiento de imagen y complementarlo con el vestido y accesorios ideales para las mujeres del departamento de Tarija que están próximas a contraer nupcias, mediante estos productos y servicios se podrá obtener su consolidación dentro del mercado como también su permanencia y crecimiento.

1.1.5.2. Objetivos Específicos

-  Buscar la consolidación en el mercado regional, desarrollando las capacidades necesarias para ofertar un servicio de asistencia integral a novias en la ciudad de Tarija.
-  Brindar un servicio/producto personalizado que resalte la belleza de cada Novia colmando sus expectativas.
-  Comunicar el concepto diferenciador de la empresa y con mayor énfasis durante el primer año



1.2. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

1.2.1. Problema de investigación de mercado

“BEUTY ENDINGS” Asistencia Integral para Novias, tiene como objetivo primordial satisfacer las necesidades de su mercado meta, tomando en cuenta que los gustos y preferencias de las personas se encuentran en constante cambio, por lo que se debe recurrir a una investigación de mercado para poder actualizar las estrategias planteadas; en este caso al ser un emprendimiento nuevo se debe realizar un análisis completo del cliente, buscando conocer qué desean las mujeres solteras que pretendan casarse en algún momento y la posible aceptación que tendrán a la asistencia personal ofrecida, por lo que se formula el siguiente problema de investigación de mercados:

¿Qué factores influyen en las decisiones de las mujeres que van a casarse al momento de elegir su vestuario, peinado y maquillaje?

1.2.2. Objetivo General

-  Determinar las preferencias actuales del mercado meta, en cuanto a lo que buscan las mujeres al momento de casarse.

1.2.2.1. Objetivos Específicos

-  Identificar la posible demanda existente para el negocio.
-  Definir el posible nivel de aceptación por parte de la población escogida hacia el proyecto.
-  Identificar los meses de preferencia por parte de las mujeres que elegirían al momento de casarse.
-  Conocer las preferencias existentes en diversos factores al momento de elegir el vestido, el peinado, maquillaje, ramo y zapatos.

1.2.2.2. Metodología

Para la elaboración de esta investigación en primer lugar se hará uso de la investigación exploratoria para tener más claro el problema de investigación, aplicando la encuesta piloto como también recopilando información secundaria acerca de la idea.



Seguidamente se realizará una investigación descriptiva mediante la cual se podrán obtener resultados cuantitativos en cuanto a lo que se quiere investigar definiendo estos resultados como información primaria que será obtenida aplicando encuestas, determinando el número de encuestas a realizar en base al muestreo aleatorio simple.

1.2.3. Proceso de muestreo y tamaño de la muestra

1.2.3.1. Definición de la población meta

De acuerdo al Plan de Negocios a realizar se definió como población meta a todas las mujeres solteras de la provincia Cercado del departamento de Tarija jóvenes y adultas que se encuentran entre los 19 y 44 años, habiendo proyectando la información conseguida del Censo 2001 para así poder obtener datos aproximados.

Analizando la información brindada por el INE del Censo 2001 podemos observar que en el departamento de Tarija la población soltera fue de 93.456 habitantes, donde 46.464 son hombres y 43.992 son mujeres. Ver Anexo 4

También se puede observar que en la provincia Cercado la población soltera fue de 42.692 habitantes, mediante regla de tres simple podemos calcular el número de mujeres solteras en la provincia Cercado como se ve a continuación:

$$\begin{array}{lcl} \text{Población soltera en el} & & \\ \text{departamento de Tarija} & & \\ 93.456 & \text{-----} & 100\% \\ \\ \text{Mujeres solteras en el} & & \\ \text{Dpto. de Tarija} & & \\ 43.992 & \text{-----} & X \\ & & = 47,07\% \end{array}$$

El 47,07% de la población soltera de la provincia Cercado, de 43.992 personas, nos dará como resultado la población de mujeres solteras para el año 2001:



Servicio de Asistencia Integral para Novias

Mujeres solteras de la prov. Cercado = $42.692 * 47,07\%$

$$= 20.095$$

Habiendo definido la cantidad de mujeres solteras en la provincia Cercado, de 20.095 pasamos reducir esta población por las edades que para nuestra investigación son necesarias, habiendo elegido los rango de 19-25 y de 26-44 años obteniendo la información del Censo 2001 de igual manera mediante regla de tres simple definimos nuestra población de mujeres solteras entre 19 y 44 años que viven en la provincia Cercado, como se muestra a continuación:

Mujeres solteras
del depto. de Tarija
43.992

----- 100%

Mujeres solteras
Por edades en el dpto.
(19-44 años)
24.330

----- X
= 55,3%

El 55,3% de la población de mujeres solteras en la provincia Cercado nos dará como resultado la cantidad de mujeres solteras que se encuentran entre los 19 a 44 años de edad para el año 2001:

Mujeres solteras de la provincia Cercado entre 19 y 44 años = $20.095 * 55,3\%$

$$= 11.113$$

Donde la población de mujeres solteras entre los 19 y 44 años de la provincia Cercado del departamento de Tarija en el año 2001 es de 11.113.

Una vez definida esta población en el 2001 pasamos a calcular el porcentaje que representa tomando en cuenta la población de la ciudad de Tarija en el año 2001 de mujeres entre los 16 y 44 años que es de 31.331 a través de la regla de tres simple:



Servicio de Asistencia Integral para Novias

Población de mujeres

De prov. Cercado 2001

(19-44años): 31.331 ----- 100%

Población de mujeres

Solteras de prov. Cercado

(19-44años): 11.113 ----- X

= 35,47%

Con estos datos podemos proyectar la población de mujeres solteras entre los 19 y 44 años en la ciudad de Tarija para el año 2010 tomando en cuenta la población de mujeres de la ciudad que se encuentran entre los 19 y 44 años que es de 42.945 personas.

Donde podemos definir que el 35,47% de esta población va a representar la población elegida para la investigación:

Mujeres solteras entre los 19 y 44 años

de la provincia Cercado en el año 2010 = $42.945 * 35,47\%$

= 15.233

Pudiendo definir que la población de mujeres solteras entre las edades de 19 y 44 años de la provincia Cercado del departamento de Tarija es de 15.233 personas, siendo este el tamaño de la población a estudiar.

1.2.3.2. Determinación del tamaño de la muestra

N = Población (N=15.233)

Z_{E/2}=Nivel de confianza del 92% (1,755)

e = Error (e=0,08)

P= Probabilidad de ocurrencia 70% (P = 0,7).

Q= Probabilidad de No ocurrencia 30% (Q =0,3).

n*= Muestra Provisional

n= Muestra Definitiva



Servicio de Asistencia Integral para Novias

Proporción: Se realizó una encuesta piloto a 10 personas y se determinó la proporción en función a la siguiente pregunta:

¿Dentro de 5 años le gustaría estar casada?

Se eligió esta pregunta porque de la misma manera amplia podría determinar la posible demanda de nuestro servicio, pues al conocer la cantidad de mujeres que les gustaría casarse en un lapso de cinco años nos muestra el mercado al cual nos dirigiremos, mostrándonos en el análisis que 7 de cada 10 mujeres les gustaría estar casadas en cinco años.

		FRECUENCIA	PORCENTAJE	VALIDEZ PORCENTUAL
Validos	si	7	70,0	70,0
	no	3	30,0	30,0
	Total	10	100,0	100,0

Donde:

$$n^* = \frac{(Z_{E/2})^2(N)(P*Q)}{e^2(N-1) + (Z_{E/2})^2(P*Q)}$$

$$n^* = \frac{(1,755)^2(15.233)(0,7*0,3)}{((15.233-1)(0,08)^2) + ((1,755)^2(0,7*0,3))} = 100,4$$

$$n = \frac{n^*}{1+n^*/N}$$

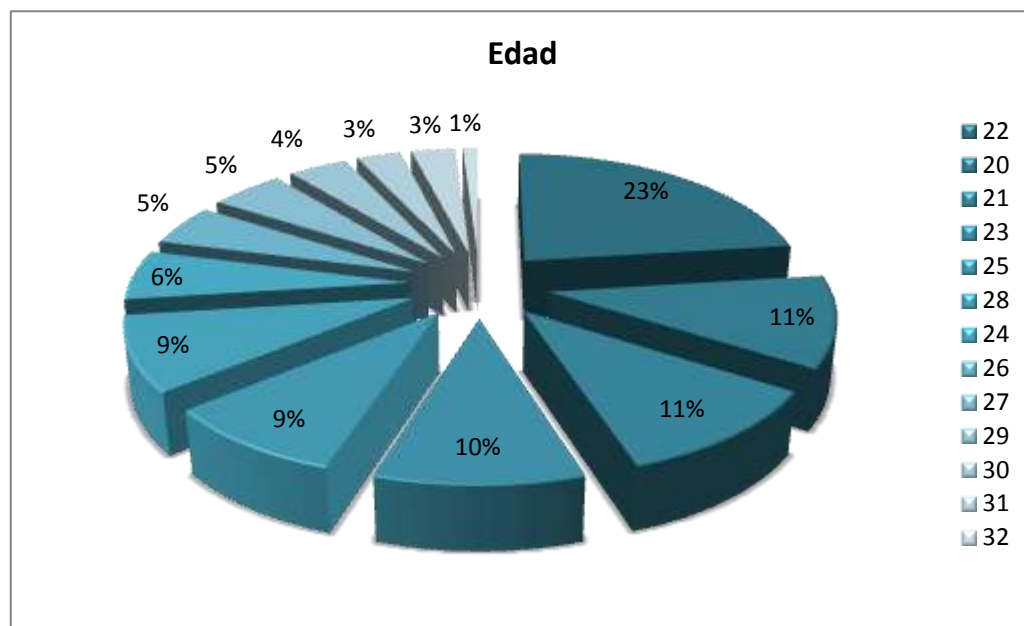
$$n = \frac{100,4}{1 + (100,4/15.233)}$$

$$n = 99,7 \approx 100 \text{ personas.}$$

1.2.3.3. ANÁLISIS DE RESULTADOS

1.2.3.3.1. Edad

Edad		
Años	Frecuencia	Porcentaje válido
22	23	23%
20	11	11%
21	11	11%
23	10	10%
25	9	9%
28	9	9%
24	6	6%
26	5	5%
27	5	5%
29	4	4%
30	3	3%
31	3	3%
32	1	1%
Total	100	100%



Se decidió preguntar la edad a las mujeres encuestadas, pudiendo observar que se realizó la mayoría de las encuestas a mujeres de 22 años, seguido por las encuestas hechas a mujeres de 20 y 21 años, con cantidades elevadas pero no tan importantes

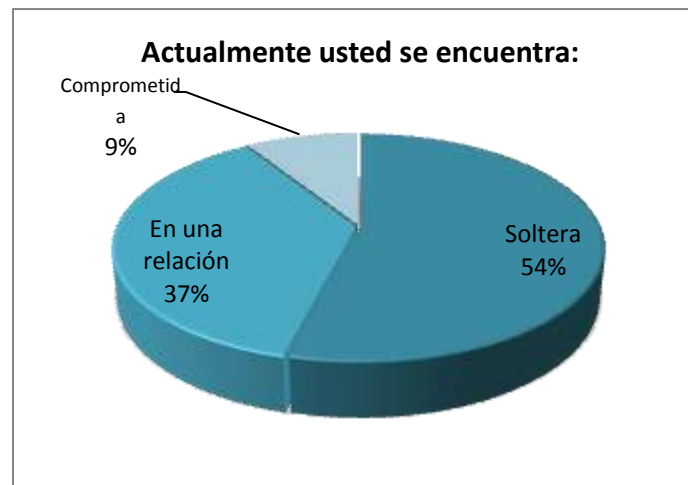


Servicio de Asistencia Integral para Novias

como la primera por lo que podemos definir que la encuesta fue aplicada a las mujeres más jóvenes de la población.

1.2.3.3.2. Situación sentimental

Actualmente se encuentra:		
	Frecuencia	Porcentaje válido
Soltera	54	54%
En una relación	37	37%
Comprometida	9	9%
Total	100	100%



Se decidió averiguar la situación sentimental en la cual se encuentra la población para poder definir una posible demanda, pudiendo asegurar que las mujeres comprometidas contraerán nupcias en un periodo no muy largo, por lo que podemos definir que la mayoría de la muestra encuestada está soltera, y una cantidad mayor pero no considerable se encuentra en una relación y un pequeño grupo de la muestra está comprometida.

De una población de 15.233 mujeres, 8.226 mujeres se encuentran solteras, 5.636 de la población se encuentra en una relación y 1.370 mujeres están comprometidas.



1.2.3.3.3. Verse Casada en 5 años

¿Dentro de 5 años le gustaría estar casada?		
	Frecuencia	Porcentaje válido
Si	81	81%
No	19	19%
Total	100	100%



De acuerdo a la información obtenida podemos observar que del total de la muestra la gran mayoría de la muestra encuestada se ve casada en un periodo de no más de 5 años, mientras que una cantidad no muy importante responde negativamente, siendo una representación de la demanda potencial un porcentaje elevado pero no se debe olvidar que las mujeres que respondieron de forma negativa, en periodos más largos podrán contraer nupcias.

De una población de 15.233, 12.338 piensan casarse en unos 5 años, mientras que 2.894 mujeres no se ven aún casada.



1.2.3.3.4. Deseo de casarse por civil o civil e iglesia

Usted desearía casarse por:		
	Frecuencia	Porcentaje válido
Civil	7	8,5
Civil e Iglesia	75	91,5
Total	82	100,0

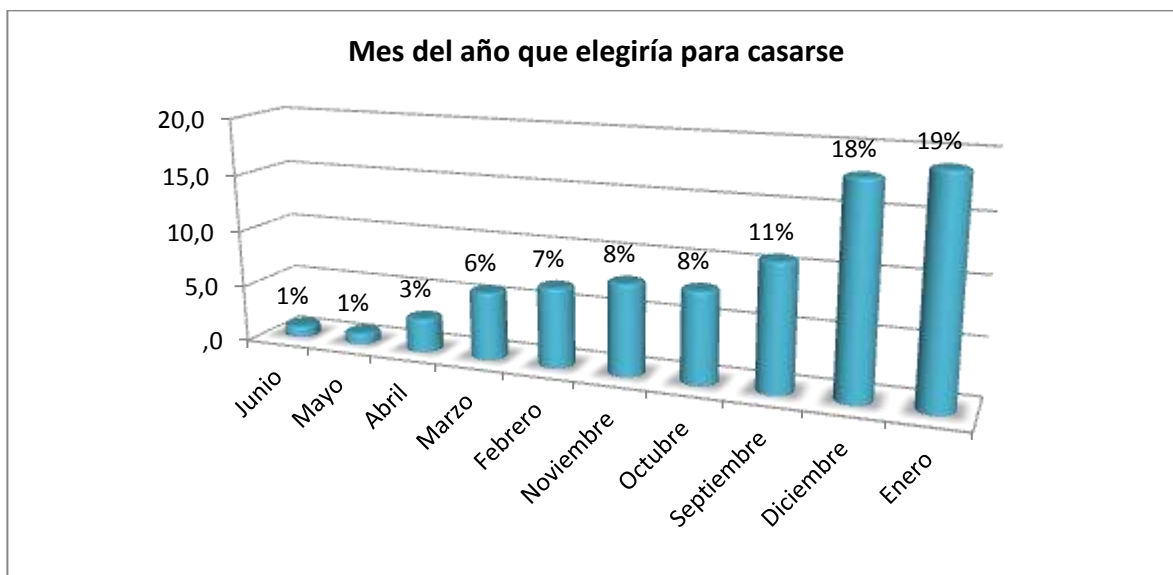


De acuerdo a esta pregunta se obtuvo que la mayoría de la muestra dijo que le gustaría casarse tanto por civil como por iglesia mientras que una pequeña cantidad de la muestra dice que solo elegirían casarse por civil, en algunos casos observamos que esta opción fue escogida por el tema de la religión mientras que otros casos fueron por gustos propios, en este caso se debe tomar en cuenta que se deben preparar servicios especializados en bodas por civil para llegar al pequeño pero no menos importante grupo de mujeres que desean casarse por civil.

De una población de 12.338 mujeres, 11.227 desearían casarse por civil mientras que 1.110 tan sólo prefieren casarse por civil.

1.2.3.3.5. Preferencia por algún mes para casarse

Mes del año que elegiría para casarse		
	Frecuencia	Porcentaje válido
Junio	1	1,0
Mayo	1	1,0
Abril	3	3,0
Marzo	6	6,0
Febrero	7	7,0
Noviembre	8	8,0
Octubre	8	8,0
Septiembre	11	11,0
Diciembre	18	18,0
Enero	19	19,0
Total	100	100,0



Con esta información podemos observar las preferencias por los meses en los cuales las mujeres escogerían para casarse, pudiendo de alguna forma definir la temporada alta para matrimonios teniendo una bases para tomar decisiones en cuanto a la promoción que se pretende realizar; donde observamos que Enero y Diciembre son los meses más elegidos por las encuestadas; pudiendo decir que por Julio y Agosto no se tienen preferencias.

De una población de 12.338 mujeres, 2.334 elegirían el mes de Enero para casarse, 2.221 elegirían Diciembre y 1.457 escogerían Septiembre como el mes para casarse.



1.2.3.3.6. Disponibilidad de productos para novias en la ciudad de Tarija

1.2.3.3.6.1. Vestido

Vestido de novia		
	Frecuencia	Porcentaje válido
Si	22	26,8
No	60	73,2
Total	82	100,0

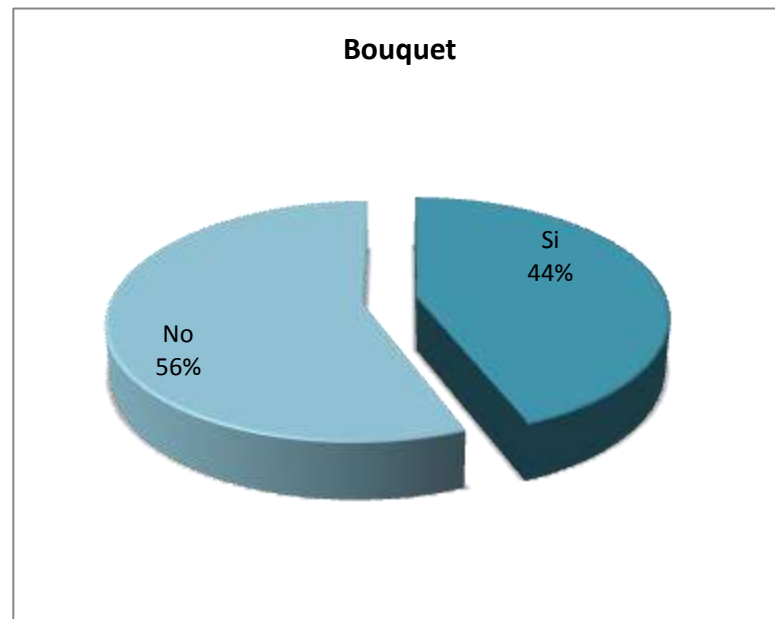


En cuanto al vestido de novia podemos observar que la gran mayoría de las encuestadas creen que en Tarija no existen lugares a los cuales asistir para poder elegir un vestido de novia, por lo que se puede deducir que existe la probabilidad de que nuestro negocio, con un buen plan de publicidad y promoción, sea un éxito.

De una población de 12.338 mujeres, 9.006 creen que no existen lugares en Tarija a los cuales acudir para acceder a un vestido de novia.

1.2.3.3.6.2. Bouquet

Bouquet		
	Frecuencia	Porcentaje válido
Si	36	43,9
No	46	56,1
Total	82	100,0



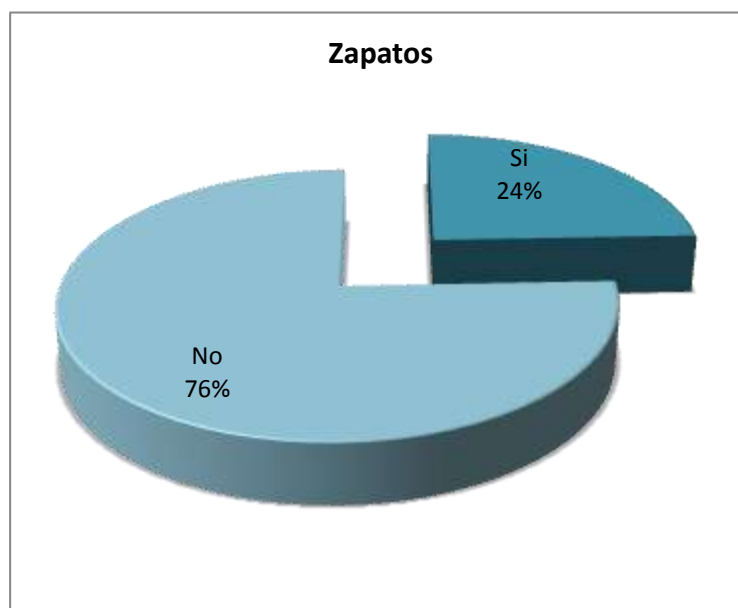
En cuanto al ramo o bouquet se observa que un poco más de la mitad de la muestra dice que en Tarija no es fácil encontrar lugares que ofrezcan este producto, siendo un porcentaje mayor pero no importante por lo que se debe elegir formas especiales para plantear la oferta del mismo, como también tomarlo más en cuenta al momento de elegir las promociones y ofertas.

De una población de 12.338 mujeres, 6.909 opinan que en Tarija no existen lugares a los cuales recurrir para adquirir un ramo o bouquet.



1.2.3.3.6.3. Zapatos

Zapatos		
	Frecuencia	Porcentaje válido
Si	20	24,4
No	62	75,6
Total	82	100,0



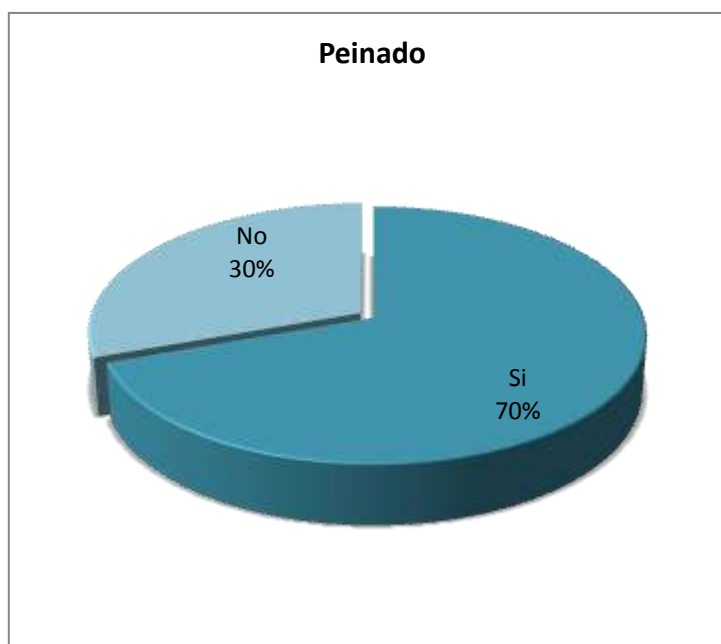
Tomando en cuenta la siguiente información se puede observar que en cuanto a la disponibilidad de lugares para poder adquirir un par de zapatos para novia en la ciudad de Tarija, la mayoría de las encuestadas opinan que no existen estos lugares o que son muy pocos, por lo que se puede deducir que el negocio se debe esmerar al momento de definir la oferta de zapatos siendo, para poder satisfacer la potencial clientela.

De una población de 12.338 mujeres, 9.377 opinan que en Tarija no existen lugares a los cuales acudir en la búsqueda de zapatos para novia.



1.2.3.3.6.4. Peinado

Peinado		
	Frecuencia	Porcentaje válido
Si	57	69,5
No	25	30,5
Total	82	100,0



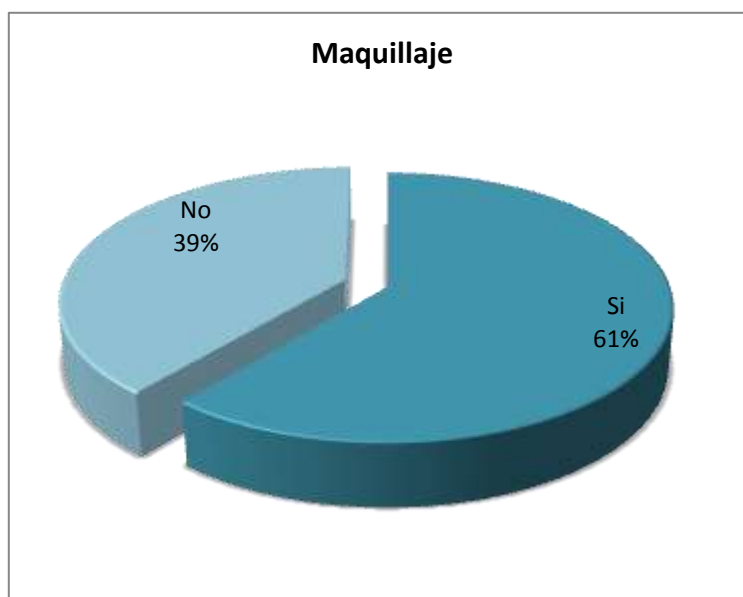
En cuanto a la siguiente información se puede observar que una gran mayoría, la mayoría de la muestra, opina que en la ciudad de Tarija sí existen lugares a los cuales acudir por un peinado para el día de la boda, por lo que se debe tomar en cuenta que en esta parte de nuestro servicio se cuenta con gran competencia, por lo que es un factor importante a tomar en cuenta al momento de plantear el mismo.

De una población de 12.338 mujeres, 8.637 creen que en Tarija sí existen lugares a los cuales recurrir por un peinado de novia, mientras que 3.701 opinan que no hay lugares en Tarija en donde puedan hacerse un peinado de novia.



1.2.3.3.6.5. Maquillaje

Maquillaje		
	Frecuencia	Porcentaje válido
Si	50	61,0
No	32	39,0
Total	82	100,0



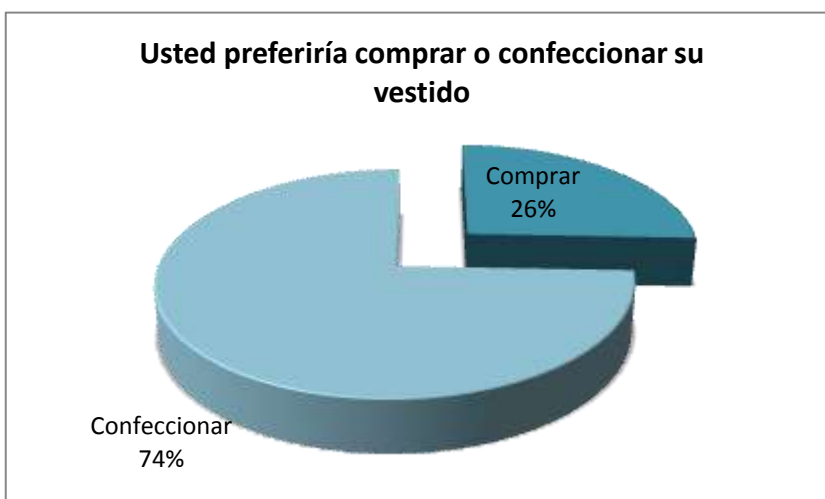
En base a la información se puede decir que en cuanto a la disponibilidad de maquillaje en la ciudad de Tarija, más de la mitad de la muestra opina que sí existe una gran variedad de lugares a los cuales dirigirse para poder recibir este servicio par una boda, por lo que en este caso se debe tomar en cuenta en mostrar a este servicio con adiciones especiales que ayuden a la clienta a acceder a nuestros paquetes.

De una población de 12.338 mujeres, 7.526 creen que sí existe una diversidad de lugares a los cuales recurrir por maquillaje para una boda, mientras que 7.747 opinan lo contrario.



1.2.3.3.7. Preferencia entre comprar hecho o hacerse confeccionar un vestido de novia.

Usted preferiría comprar o confeccionar su vestido		
	Frecuencia	Porcentaje válido
Comprar	21	25,6
Confeccionar	61	74,4
Total	82	100,0



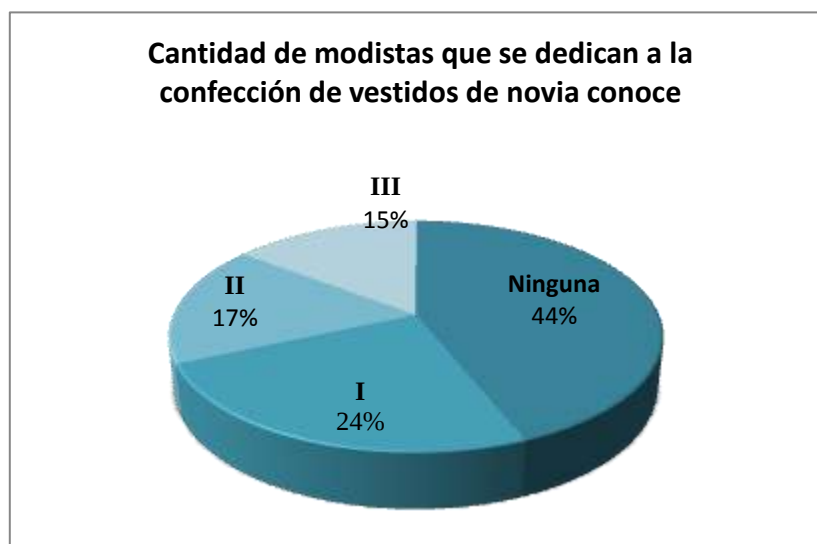
Analizando la información obtenida en cuanto a la preferencia por comprar o confeccionar un vestido de novia se puede observar que la mayoría de la muestra encuestada opina que preferiría hacer confeccionar su vestido, mientras que una cantidad no muy importante de la muestra considera que preferiría comprarse un vestido ya hecho, analizando las respuestas cuando se les preguntó por qué eligieron su respuesta es por el tiempo y por la comodidad de evitarse tantas visitas a la modista o directamente por ver el resultado final y hacer pocos arreglos; por lo que se debe tomar en cuenta en que el servicio que ofrezca la empresa será aceptado por la mayoría de la población.

De una población de 12.338 mujeres, 9.130 preferiría hacer confeccionar su vestido de novia mientras que 3.208 preferirían comprar un vestido ya hecho.



1.2.3.3.8. Cantidad de modistas conocidas en la ciudad por parte de la muestra encuestada

Cantidad de modistas que se dedican a la confección de vestidos de novia conoce		
	Frecuencia	Porcentaje válido
Ninguna	36	43,9
I	20	24,4
II	14	17,1
III	12	14,6
Total	82	100,0

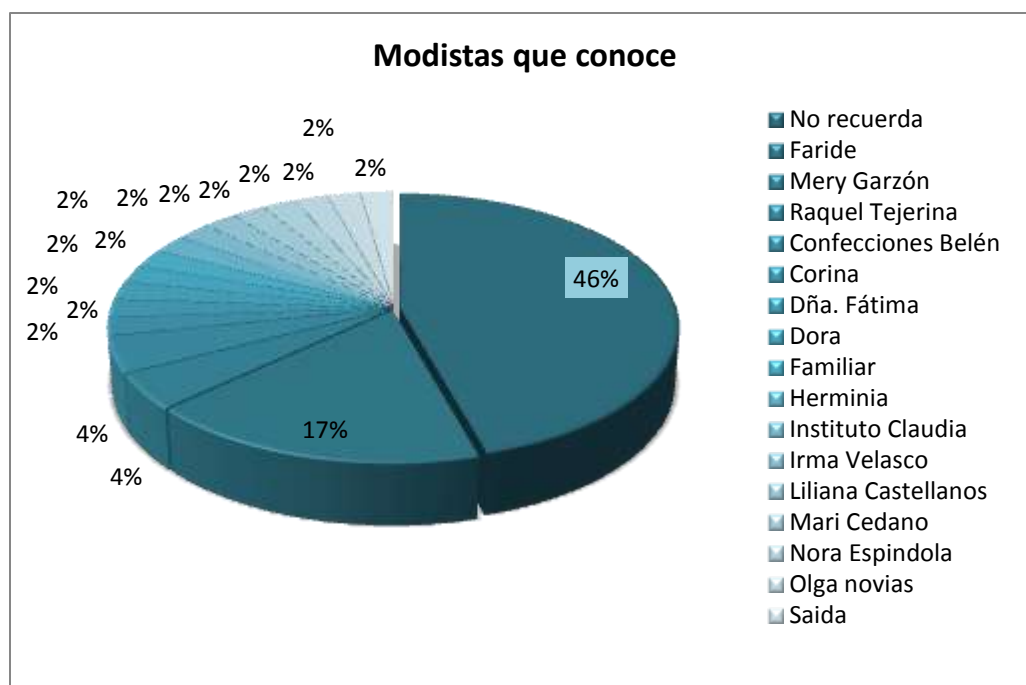


Tomando en cuenta la siguiente información se observa que la mayoría de la muestra, que no representa más de la mitad de la misma, no conoce a ninguna modista en la ciudad de Tarija, un grupo no tan considerable de la misma dice que conoce al menos una modista que realice vestidos de novia, otro pequeño grupo conoce hasta dos modistas de la ciudad.

De una población de 12.338 mujeres, 5.453 no conoce a ninguna modista de la ciudad de Tarija que realice vestidos de novia, mientras que 6.885 conoce al menos una modista en la ciudad.



Modistas conocidas		
	Frecuencia	Porcentaje válido
No recuerda	21	45,7
Faride	8	17,4
Mery Garzón	2	4,3
Raquel	2	4,3
Tejerina	1	2,2
Confecciones Belén	1	2,2
Corina	1	2,2
Dña. Fátima	1	2,2
Dora	1	2,2
Familiar	1	2,2
Herminia	1	2,2
Instituto Claudia	1	2,2
Irma Velasco	1	2,2
Liliana	1	2,2
Castellanos	1	2,2
Mari Cedano	1	2,2
Nora	1	2,2
Espindola	1	2,2
Olga novias	1	2,2
Saida	1	2,2
Total	46	100,0



Servicio de Asistencia Integral para Novias

Mostrando que un poco más de la mitad de la muestra encuestada conoce modistas, donde la mayoría de las mujeres que conocen a alguna pudo mencionar el nombre de las modistas que conoce, por lo que se debe mostrar al servicio que se propone como un gran paquete de calidad, creatividad y único para poder atraer a todas esas personas que a pesar de conocer a modistas se decidan por elegir nuestro servicio.

De una población de 6.885 mujeres que conoce al menos una modista en la ciudad 3.167 no recuerda el nombre de ninguna.

1.2.3.3.9. Preferencia por algún (a) estilista de la ciudad

Preferencia por algun(a) estilista de la ciudad		
	Frecuencia	Porcentaje válido
Si	29	35,4
No	53	64,6
Total	82	100,0



De acuerdo a esta información de debe tomar en cuenta que la mayoría de la muestra encuestada no tiene preferencia por ningún estilista de la ciudad, tomando este dato en cuenta al momento de plantear los paquetes ofreciendo ventajas, como mejor atención, calidad en el servicio, entre otros, al momento de presentar el servicio para atraer a la potencial clientela.

De una población de 12.338 mujeres, 8.020 no tienen preferencia alguna por ningún(a) estilista de la ciudad.



Servicio de Asistencia Integral para Novias

1.2.3.3.10. Elección entre el Servicio de Asistencia integral y la adquisición de los artículos por separado

Aceptación por el servicio		
	Frecuencia	Porcentaje válido
Servicio de Asistencia	60	73,2
Artículos por separado	22	26,8
Total	82	100,0



De acuerdo a la información obtenida en esta pregunta que de todas es considerada la más importante, pues con esta podemos observar la forma de pensar por parte de las encuestadas al momento de elegir los diferentes servicios para el día de su boda; donde podemos observar que la mayoría de la muestra estaría dispuesta a contar con un paquete de Asistencia Integral compuesto por vestido, ramo, zapatos, peinado y maquillaje; pues consideran que sería más cómodo para ellas al momento de estar en la organización de sus bodas y que les daría más tiempo para hacer otras actividades, mientras que un grupo no muy considerable de la muestra opina que preferiría buscar los diferentes artículos por separado puesto que creen que un solo lugar no tendrá mucha oferta en cuanto a gustos y preferencias.



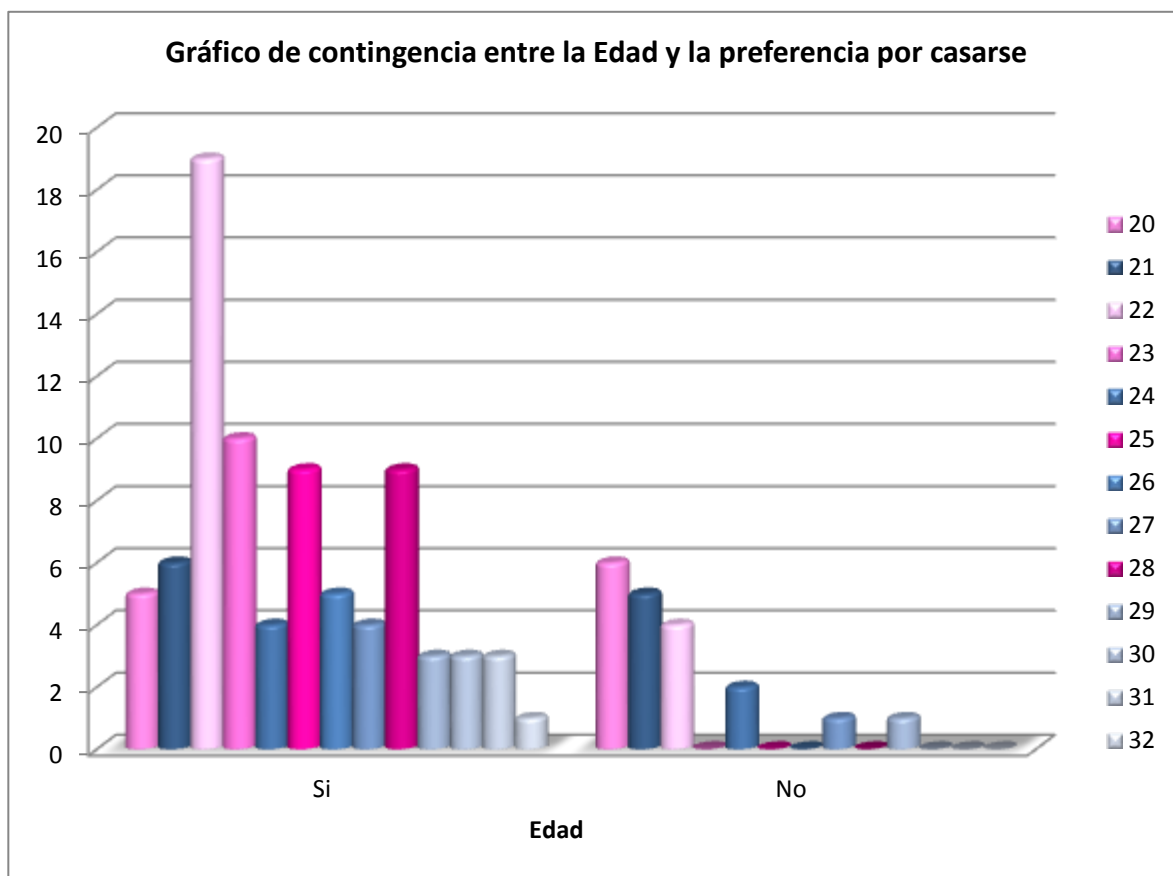
Servicio de Asistencia Integral para Novias

De una población de 12.338 mujeres, 9.007 están dispuestas a adquirir un paquete de Asistencia Integral para novias, mientras que 3.331 preferirían comprar todos los artículos por separado.

1.2.3.4. Análisis Cruzado

1.2.4. Análisis entre edad y la si se ven casadas en un tiempo no mayor a 5 años

Tabla de contingencia Edad * Dentro de 5 años le gustaría estar casada				
		Opinión en cuanto a estar casada en 5 años		Total
		Si	No	
Edad	20	5	6	11
	21	6	5	11
	22	19	4	23
	23	10	0	10
	24	4	2	6
	25	9	0	9
	26	5	0	5
	27	4	1	5
	28	9	0	9
	29	3	1	4
	30	3	0	3
	31	3	0	3
	32	1	0	1
Total		81	19	100



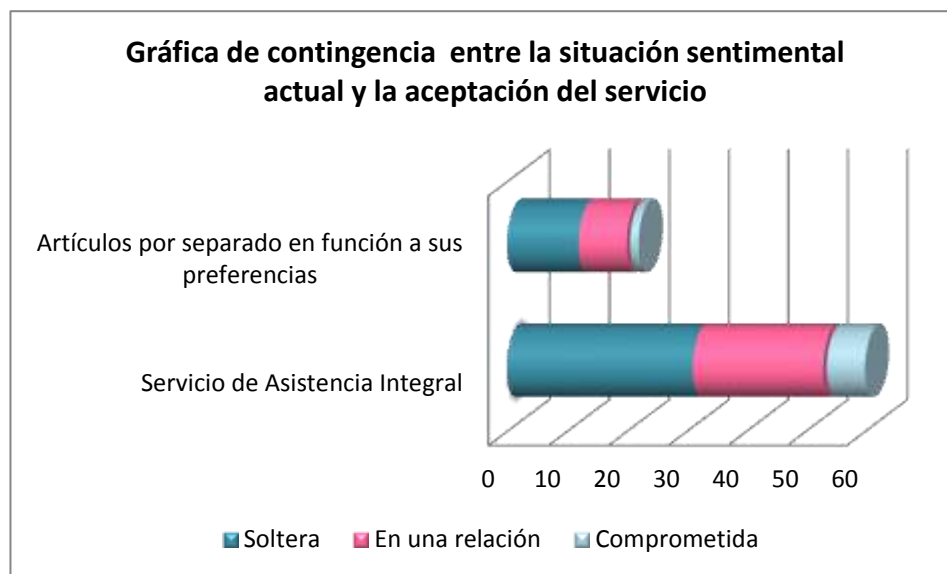
En este análisis podemos observar las mujeres la mayoría de las mujeres que se encuentran entre los 22, 23, 25 y 28 años si se ven casadas en un rango de 5 años mientras que las mujeres entre los 20 y 21 no se ven casadas en un periodo de 5 años por lo que podemos deducir que existe un buen mercado potencial para el servicio de Asistencia Integral para novias.



Servicio de Asistencia Integral para Novias

1.2.4.1.1. Análisis entre situación sentimental actual con la aceptación del servicio

Tabla de contingencia Actualmente se encuentra: * Si existiera un paquete de Servicio de Asistencia Integral				
		Si existiera un paquete de Servicio de Asistencia Integral en cuanto a imagen para novias elegiría:		Total
		Servicio de Asistencia Integral	Artículos por separado en función a sus preferencias	
Actualmente se encuentra:	Soltera	31	12	43
	En una relación	22	8	30
	Comprometida	7	2	9
Total		60	22	82



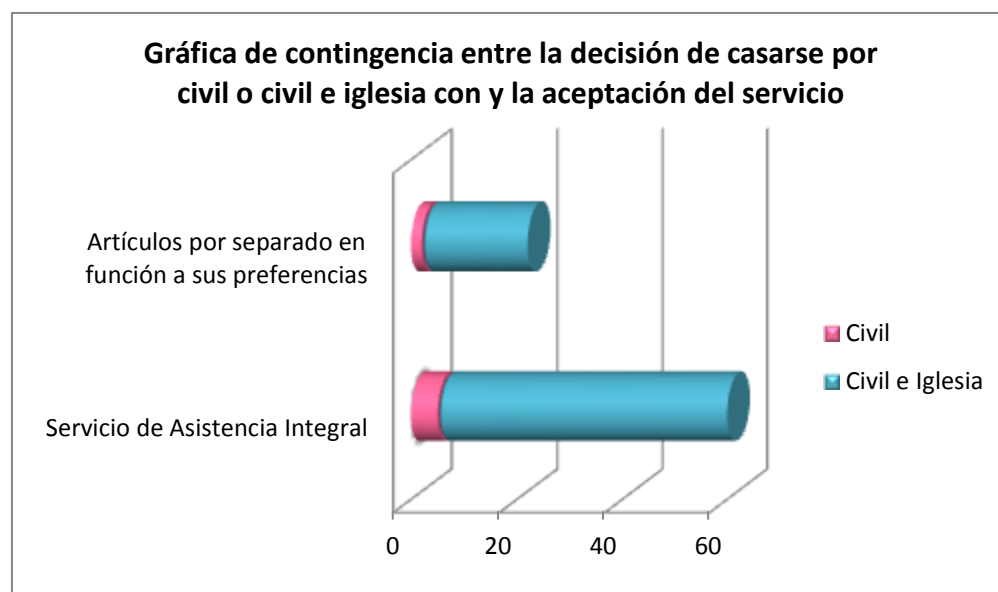
Observando este cruce de variables podemos observar en proporción que en el grupo de mujeres comprometidas la gran mayoría está de acuerdo con la existencia de un Servicio de Asistencia Integral para novias, en menor proporción pero igual de sobresaliente pasa con las mujeres en una relación y en poca proporción pero igualmente importante con las mujeres solteras, por lo que se ve que el servicio tiene gran aceptación por parte de los tres grupos.



Servicio de Asistencia Integral para Novias

1.2.4.1.2. Análisis entre la preferencia de casarse por civil e iglesia o sólo por civil con la aceptación del servicio

Tabla de contingencia medio por el cual casarse*Existencia de un paquete de Servicio de Asistencia Integral en cuanto a imagen para novias, usted elegiría:				
		Opinión de la existencia de un paquete de Servicio de Asistencia Integral en cuanto a imagen para novias, usted elegiría		Total
		Servicio de Asistencia Integral	Artículos por separado en función a sus preferencias	
Usted desearía casarse por:	Civil	5	2	7
	Civil e Iglesia	55	20	75
Total		60	22	82



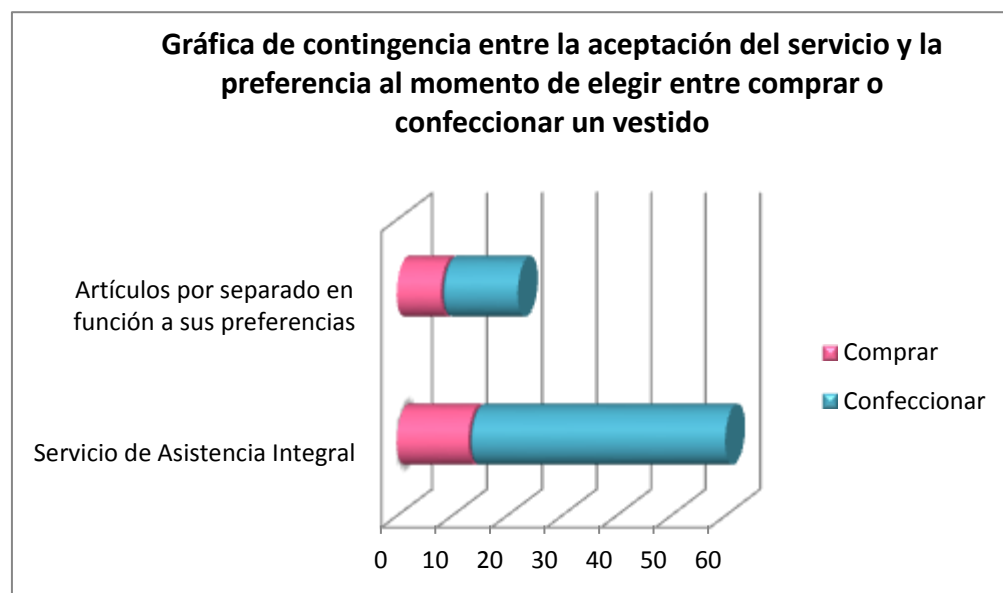
En este análisis se observa que en ambos grupos, casarse por civil y civil e iglesia, supera con mayoría las aceptación del Servicio de Asistencia Integral, aunque en el grupo de casarse sólo por civil no hay una gran proporción de diferencia.



Servicio de Asistencia Integral para Novias

1.2.4.1.3. Análisis de variable entre la preferencia entre comprar o confeccionar el vestido con la aceptación del servicio

Tabla de contingencia Preferiría comprar o confeccionar su vestido * Si existiera un paquete de Servicio de Asistencia Integral en cuanto a imagen para novias, usted elegiría				
Recuento				
Preferiría comprar o confeccionar su vestido	Si existiera un paquete de Servicio de Asistencia Integral en cuanto a imagen para novias, usted elegiría			Total
		Servicio de Asistencia Integral	Artículos por separado en función a sus preferencias	
	Comprar	13	8	21
	Confeccionar	47	14	61
Total		60	22	82



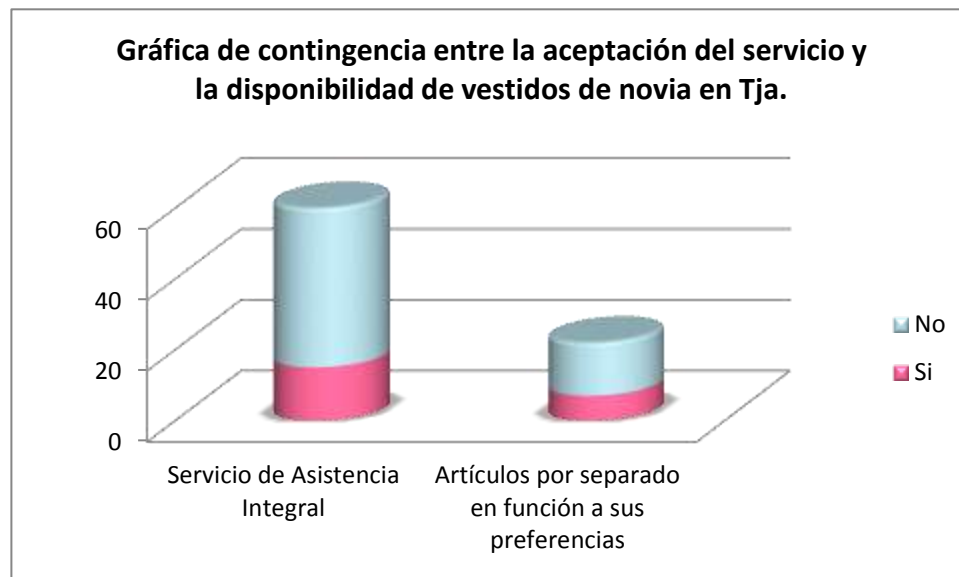
En este cruce de variables podemos observar la mayor proporción se encuentra en el grupo de mujeres que eligieron que preferirían confeccionar su vestido, en cuanto a la aceptación del servicio, mientras que en el grupo que eligieron la opción de comprar el vestido existe una aceptación pero ésta no es muy relevante.



Servicio de Asistencia Integral para Novias

1.2.4.1.4. Análisis entre la variable de disponibilidad de vestidos de novia y la aceptación del servicio

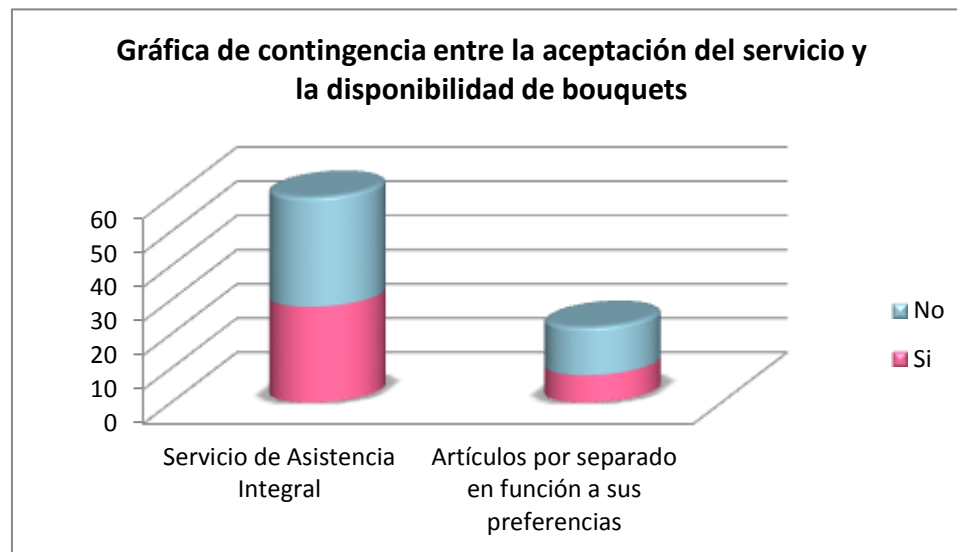
Tabla de contingencia entre creer que Tarija cuenta con una gran variedad de lugares a los cuales recurrir por un vestido de novia * Si existiera un paquete de Servicio de Asistencia Integral en cuanto a imagen para novias, usted elegiría				
Si existiera un paquete de Servicio de Asistencia Integral en cuanto a imagen para novias, usted elegiría				
Cree que Tarija cuenta con una gran variedad de lugares a los cuales recurrir por un vestido de novia		Servicio de Asistencia Integral	Artículos por separado en función a sus preferencias	Total
Si		15	7	22
No		45	15	60
Total		60	22	82



En el cruce de esta variable podemos observar que existe aceptación del servicio por ambos grupos de personas, de las que creen que en Tarija sí existe una gran variedad de lugares a los cuales recurrir al momento de necesitar un vestido de novia y de las que creen que no existen lugares a los cuales ir, pero la elección echa hacia la aceptación del servicio de mayor proporción proviene del grupo de mujeres que dijeron que no existen lugares a los cuales recurrir por un vestido de novia.

1.2.4.1.5. Análisis entre la variable de disponibilidad ramos o bouquet en la ciudad con la aceptación del servicio

Tabla de contingencia Cree que Tarija cuenta con una gran variedad de lugares a los cuales recurrir por un ramo * Si existiera un paquete de Servicio de Asistencia Integral en cuanto a imagen para, usted elegiría				
Si existiera un paquete de Servicio de Asistencia Integral en cuanto a imagen para, usted elegiría				
Cree que Tarija cuenta con una gran variedad de lugares a los cuales recurrir por un ramo		Servicio de Asistencia Integral	Artículos por separado en función a sus preferencias	Total
		Si	No	
	Si	28	8	36
	No	32	14	46
Total		60	22	82

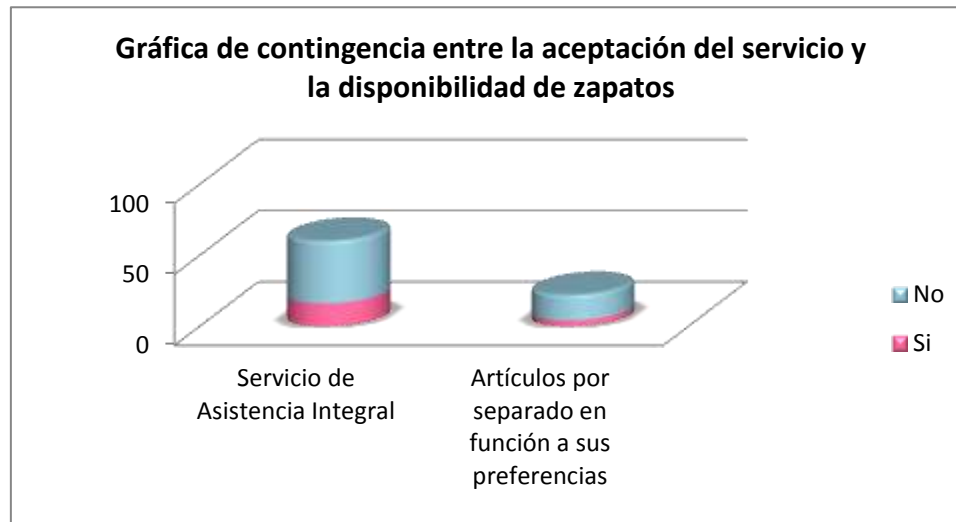


En el cruce de esta variable podemos observar que existe aceptación del servicio por ambos grupos de personas, de las que creen que en Tarija sí existe una gran variedad de lugares donde encontrar un bouquet y de las que creen que no existen lugares a los cuales ir, donde la aceptación hacia el servicio es por parte de ambos grupos por igual.



1.2.4.1.6. Análisis entre la variable de disponibilidad de zapatos de novia y la aceptación del servicio

Tabla de contingencia Creer que Tarija cuenta con una gran variedad de lugares a los cuales recurrir por zapatos * Si existiera un paquete de Servicio de Asistencia Integral en cuanto a imagen para novias, usted elegiría				
		Si existiera un paquete de Servicio de Asistencia Integral en cuanto a imagen para novias, usted elegiría		
Creer que Tarija cuenta con una gran variedad de lugares a los cuales recurrir por zapatos		Servicio de Asistencia Integral	Artículos por separado en función a sus preferencias	Total
	Si	16	4	20
	No	44	18	62
Total		60	22	82

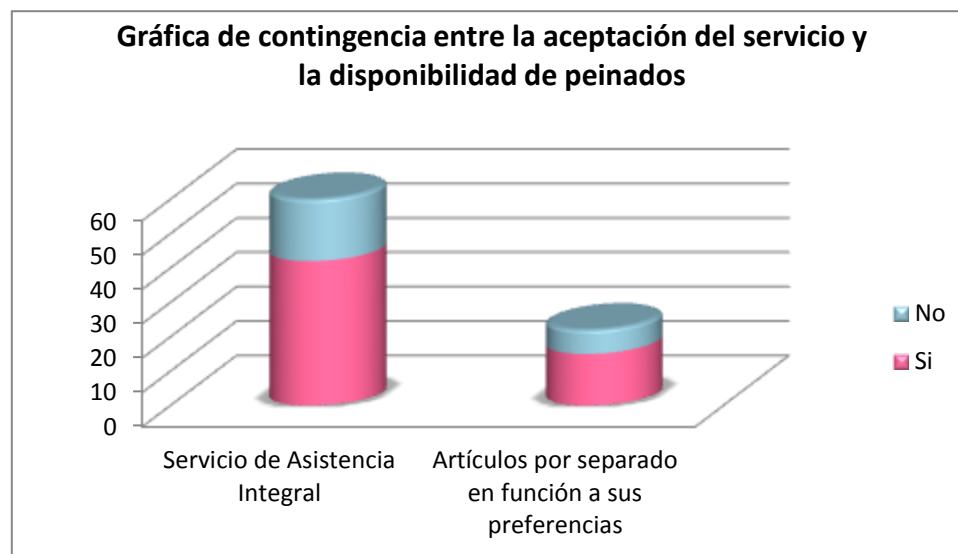


En el análisis de esta variable podemos observar que existe aceptación del servicio por ambos grupos de personas, de las que creen que en Tarija sí existe una gran variedad de lugares a los cuales recurrir por zapatos y de las que creen que no existen lugares a los cuales ir, pero la elección echa hacia la aceptación del servicio de mayor proporción proviene del grupo de mujeres que dijeron que no existen lugares a los cuales por zapatos en gran medida.



1.2.4.1.7. Análisis entre la variable de disponibilidad de peinados para novia y la aceptación del servicio

Tabla de contingencia Creer que Tarija cuenta con una gran variedad de lugares a los cuales recurrir por el peinado del día de la boda * Si existiera un paquete de Servicio de Asistencia Integral en cuanto a imagen para, usted elegiría				
Si existiera un paquete de Servicio de Asistencia Integral en cuanto a imagen para novias, usted elegiría				
Creer que Tarija cuenta con una gran variedad de lugares a los cuales recurrir por el peinado del día de la boda		Servicio de Asistencia Integral	Artículos por separado en función a sus preferencias	Total
Si		42	15	57
No		18	7	25
Total		60	22	82

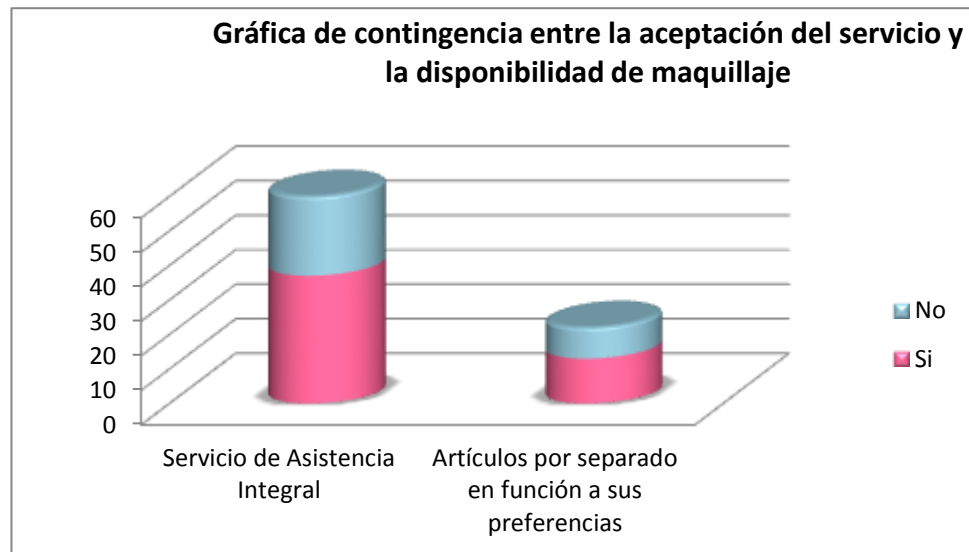


En el cruce de esta variable podemos observar que existe aceptación del servicio por ambos grupos de personas, de las que creen que en Tarija sí existe una gran variedad de lugares a los cuales recurrir al momento de querer realizarse un peinado y de las que creen que no existen lugares a los cuales ir, pero la elección echa hacia la aceptación del servicio de mayor proporción proviene del grupo de mujeres que dijeron que sí existen lugares a los cuales recurrir por peinados.

Servicio de Asistencia Integral para Novias

1.2.4.1.8. Análisis entre la variable de disponibilidad de maquillaje y la aceptación del servicio

Tabla de contingencia Crees que Tarija cuenta con una gran variedad de lugares a los cuales recurrir por el maquillaje de ese día * Si existiera un paquete de Servicio de Asistencia Integral en cuanto a imagen, usted elegiría				
Si existiera un paquete de Servicio de Asistencia Integral en cuanto a imagen para novias, usted elegiría				
Creer que Tarija cuenta con una gran variedad de lugares a los cuales recurrir por el maquillaje de ese día		Servicio de Asistencia Integral	Artículos por separado en función a sus preferencias	Total
Si		37	13	50
No		23	9	32
Total		60	22	82



En el cruce de esta variable podemos observar que existe aceptación del servicio por ambos grupos de personas, de las que creen que en Tarija sí existe una gran variedad de lugares a los cuales recurrir al momento de querer realizarse maquillaje y de las que creen que no existen lugares a los cuales ir, pero la elección echa hacia la aceptación del servicio de mayor proporción proviene del grupo de mujeres que dijeron que sí existen lugares a los cuales recurrir por maquillaje.



1.2.4.2. Conclusiones

A continuación mencionamos las conclusiones obtenidas después de haber realizado la investigación de mercados para la empresa de Servicio de Asistencia Integral para Novias, las cuales las mencionamos a continuación:

-  Con la investigación se pudo determinar que la mayoría de las mujeres encuestadas se ven casadas en un periodo no mayor a cinco años, representando una posible demanda a corto y largo plazo para el proyecto.
-  Habiendo analizado los resultados de la pregunta del mes que las encuestadas preferirían casarse se pudo determinar que los meses preferidos por las mujeres para contraer nupcias son los meses de enero, Septiembre y Diciembre, definiendo así una posible temporada alta de demanda.
-  En la encuesta realizada se observa que la mayoría de las mujeres creen que en la ciudad de Tarija no existen lugares a los cuales recurrir por un vestido de novia, un bouquet y peor aún por zapatos para la ocasión, lo que demuestra una oportunidad para la empresa de ser exitosa en la ciudad.
-  Con la encuesta se pudo observar que la mayoría de las mujeres no poseen una preferencia única por alguna modista y estilista de la ciudad por lo que es más fácil para la empresa poder penetrar este mercado en la ciudad de Tarija.
-  Se observa también que una mayoría de las encuestadas preferirían confeccionar sus vestidos, mostrando una ventaja más al momento de la aceptación del servicio en el mercado.
-  En la investigación de mercados se pudo observar que la mayoría de las mujeres encuestadas elegirían el servicio que se propone, pues prefieren la comodidad de poder encontrar en un solo lugar los diferentes artículos a usar en el día de sus bodas, habiendo realizado la inferencia correspondiente en la población mostrando así la aceptación del servicio por parte del mercado potencial elegido.

1.3. MARKETING

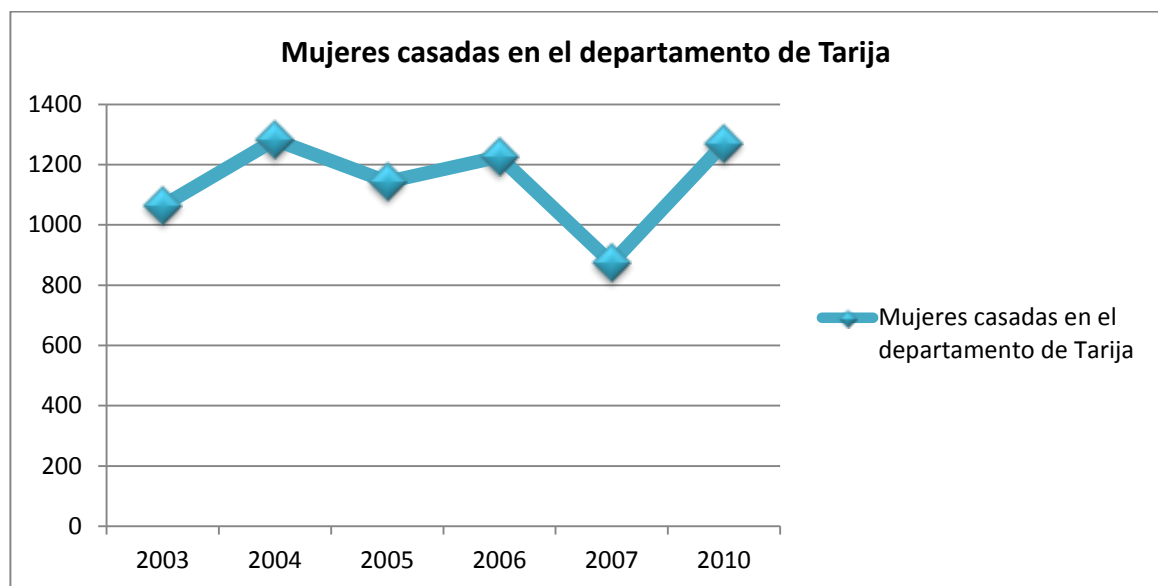
1.3.1. Mercado meta

El mercado meta, al cual la empresa estará dirigido, es el de todas las mujeres solteras de ingresos medios-medios, medios-altos y altos, que en algún momento planeen casarse, mujeres que no cuenten con el tiempo suficiente para designarlo a la búsqueda de todos los elementos necesarios para su gran día, que sepan que lo más importante para su boda es contar con una buena presencia, que estén dispuestas a recibir los consejos de personas capacitadas y especializadas en el área y que estas mujeres vivan en la ciudad de Tarija.

1.3.2. Estrategia de Marketing

1.3.2.1. Determinación de la demanda

Usando la información encontrada, se determinó la posible demanda con la cual se contará; habiendo determinado la cantidad aproximada de las mujeres que se casaron el 2010, observando en la gráfica el crecimiento de matrimonios. Ver ANEXO 4.



Fuente: Corte Nacional electoral



Servicio de Asistencia Integral para Novias

Se debe tomar en cuenta que para la realización de esta gráfica se proyectó la tasa de crecimiento de matrimonios para el año 2010, determinando que se casaron en este año alrededor de mil doscientas sesenta y nueve mujeres, sacando un porcentaje de crecimiento promedio como se muestra a continuación:

	2003	2004	2005	2006	2007	2010
Tasa de mujeres casadas	0,49%	0,58%	0,50%	0,52%	0,36%	0,49%

Usando la tasa promedio se determinó la cantidad aproximada de mujeres casadas al 2010 de la provincia Cercado de la ciudad de Tarija, siendo el resultado una cantidad de:

Mujeres casadas en el año 2010 en la provincia cercado: 530 mujeres.

Por lo que se deduce que al menos 530 mujeres se casan por año en la ciudad de Tarija.

Definiendo de esta cantidad la demanda a la cual se pretende cubrir con el proyecto mostrándola a continuación:

Tabla de demanda potencial cubierta por el proyecto en 5 años y la capacidad productiva utilizada por año					
Año	1	2	3	4	5
Capacidad productiva	50%	63%	75%	88%	100%
Cobertura de mercado	9%	11%	14%	18%	23%
Demanda anual	48	53	61	72	88

Fuente: Elaboración propia



Servicio de Asistencia Integral para Novias

Los porcentajes seleccionados incrementan año a año de forma progresiva por lo que se pretende alcanzar en el último año una cobertura de mercado del 23%, siendo esta una cantidad de ochenta y ocho novias al año.

1.3.2.2. Ventajas competitivas

La empresa “*Beauty Endings*” *Servicio Integral para Novias* cuenta con una ventaja diferenciadora de la competencia, pues ofrece el servicio de Asistencia Personal de imagen, un servicio que no existe en nuestra ciudad pero se observa que está penetrando en el país poco a poco, pues la importancia que se le da a la presencia está ocupando espacios importantes en la sociedad boliviana.

Para una novia el tener el consejo de una persona profesional, que la ayude a tomar decisiones en cuanto a cómo vestir para el día de su boda, esta persona se encontrará actualizada en cuanto a las tendencias, los modelos y colores adecuados para cada tipo de mujer, en cuanto a vestidos, flores y zapatos, además que estará presente en ese día importante para que la clienta esté perfecta y puntual, le brindará tranquilidad y menos estrés que los preparativos y la organización de estos eventos ocasionan.

Además de este servicio innovador se debe mencionar los diferentes paquetes que estarán a disposición de la clientela, donde se ofertarán todos los elementos básicos que una novia busca para su gran día; siendo estos, el vestido, el bouquet, los zapatos, el peinado y maquillaje, además de contar con la asesoría de imagen, ahorrándole tiempo valioso a las mujeres que decidan obtener alguno de nuestros servicios.

Asimismo se contará con una atención personalizada y de acuerdo al paquete escogido la clienta obtendrá diferentes ventajas que le darán un plus al servicio que están recibiendo, como las pruebas de vestido, la prueba de peinado y maquillaje antes del matrimonio y poder contar con una estilista el día de la boda en el lugar que la novia decida, obteniendo mayor comodidad y una mejor atención.

Servicio de Asistencia Integral para Novias

1.3.3. Marketing Mix

1.3.3.1. Producto

Los paquetes que ofrecerá la empresa estarán dirigidos a todas las mujeres solteras de Tarija que deseen contraer nupcias en el futuro, presentando las siguientes características y contenido en general y por paquete:

Vestido de novia

Atención personalizada, análisis en cuanto a modelos de vestidos y tipos de tela, de acuerdo a los diferentes paquetes, las clientas tendrán diferentes opciones en cuanto a telas y detalles de pedrería y bordados.



Bouquet

Gran variedad de modelos de ramos en diferentes colores y formas, de acuerdo al gusto de la novia, a las nuevas tendencias y a la disposición de flores de acuerdo a la temporada, sin olvidar el consejo de nuestro asistente de imagen.



Servicio de Asistencia Integral para Novias

Zapatos

Variedad de zapatos y sandalias especiales para ese día, del color de las telas que están a disposición de las clientas, de acuerdo a los gustos de la novia y las tendencias de la temporada.

Se contarán con la mayoría de los calces, desde talla 5 a talla 9.



Peinado y maquillaje

Variedad de modelos a elegir en cuanto al peinado, de acuerdo a la elección de la novia y el consejo del asistente.

En maquillaje disposición de productos especiales elegidos de acuerdo a tipo de piel, horario de la boda y estilo de vestido.

La novia tendrá diferentes ventajas y facilidades en cuanto al peinado y maquillaje según el paquete escogido.





Servicio de Asistencia Integral para Novias

Asesoría de imagen

Personal especializado que estará presente con la novia desde la realización del vestido, en la elección del ramo, la elección de peinado y maquillaje, hasta el día de la boda viendo que no falte ningún detalle, evitando el estrés de la misma brindándole confianza y seguridad en el gran día.

Este personal estará capacitado en atención al cliente, ofreciendo un cálido servicio y siendo totalmente reales al momento de dar una opinión, poseerán conocimiento de las tendencias actuales, además de las diferentes fisonomías de las mujeres y que modelos de vestido van con sus cuerpos, asimismo conocerán acerca de peinados y maquillaje, estarán capacitados para brindar un servicio adecuado y profesional.

Se contarán con tres paquetes especiales disponibles a elección de la clienta que se detallan a continuación:

Paquete N°1: DIAMANTE

 Vestido de novia

- Telas exclusivas
- Pruebas y/o entrega a domicilio



 Bouquet



 Zapatos



 Peinado y maquillaje

- Atención a domicilio en el día de la boda

 Asesoría de imagen



Paquete N°2:

PLATINO

 Vestido de novia

- Telas especiales
- Prueba final y/o entrega a domicilio

 Bouquet



Zapatos



 Peinado y maquillaje

- Atención a domicilio en el día de la boda

 Asesoría de imagen



Servicio de Asistencia Integral para Novias



Paquete N°3:

ORO

 **Vestido de novia**

 Entrega a domicilio



 **Bouquet**



Zapatos



 **Peinado y maquillaje**

 **Asesoría de imagen**





1.3.3.1.1. Marca y eslogan



“Porque t  final feliz empieza ahora”

Con este logo se quiere mostrar la delicadeza con la que se pretende trabajar, mostrara la belleza de la mujer y la excelencia y profesionalidad del servicio y productos que se brindarán.

Y con el eslogan propuesto se quiere mencionar que la clienta recibirá una gran satisfacción desde el momento de adquirir nuestros servicios.

1.3.3.2. Precio

Al contar con un servicio complejo el precio estará determinado de acuerdo al producto y a los diferentes paquetes ofrecidos.

La determinación del precio de los paquetes se hará de acuerdo a cada componente detallando a continuación:

La determinación del precio para el vestido y el bouquet se realizará usando el método basado en el coste, específicamente el método del coste más el porcentaje de ganancia puesto que todo dependerá de los materiales a utilizar, en este caso la



Servicio de Asistencia Integral para Novias

elección de las telas y la estandarización del precio de los modelos hará que el precio del producto final varíe por paquete, al igual que el bouquet, dependerá del tipo de flores que se quieran usar y al modelo, pero se definirá un precio estándar para todos los paquetes.

En cuanto a los zapatos se determinará el precio haciendo un análisis de los precios de la competencia, dependiendo de los costos obtenidos en cuanto a este producto, cabe mencionar la dificultad de encontrar en nuestra ciudad una oferta variada de zapatos para novia en la ciudad.

En cuanto al maquillaje y peinado para el día de la boda se fijará un precio fijo sin variar en cuanto a modelo, tomando en cuenta los costos del material utilizado y la mano de obra, puesto que la competencia cuenta con una gran variedad de precios y paquetes con diferentes servicios.

Y por último en el área de asistencia personal, un servicio innovador en la ciudad, existirá asistencia personalizada desde la elección del modelo de vestido hasta la decisión de maquillaje y peinado, en cuanto al servicio en el día de la boda, con la preparación de la novia para que no olvide ningún detalle, se determinará un precio en cuanto costos de personal más un porcentaje de ganancia.

A continuación se muestran los diferentes precios por paquete.

 Paquete DIAMANTE:	6.162 Bs.
 Paquete PLATINO:	5.578 Bs.
 Paquete ORO:	5.157 Bs.

Precios promedio por artículos separados, tomando en cuenta que los precios pueden ser variables.

 Vestido	3.500 Bs.
 Ramo	300 Bs.
 Zapatos	350 Bs.



Servicio de Asistencia Integral para Novias

■ Peinado	200 Bs.
■ Maquillaje	200 Bs.

Se pueden observar la determinación de los precios en Producción y operación en el subtítulo Costos de Producción. En la pág. 70, 71 y 72.

1.3.3.3. Plaza

Al ser una empresa que brinda un servicio personalizado de acuerdo a la clientela, donde nuestro personal tiene que estar en contacto con la misma, además que estaremos encargados de la realización de las diferentes estrategias de publicidad y promociones podemos definir que el canal de distribución adecuado es el canal directo, del productor al consumidor, reflejándolo de la siguiente manera:



Donde la localización de la empresa será en la zona central de la ciudad de Tarija, en la calle Suipacha entre Domingo Paz y Corrado por encontrarse en una zona accesible y concurrida. Se puede observar a más detalle en Operaciones pág.69.

1.3.3.4. Promoción

Se realizará una primera promoción al momento de introducir el servicio, por apertura se harán descuentos en todos los paquetes, analizando los costos se tratará de ofertar un porcentaje llamativo, o se ofertará algún componente del paquete, como peinado y maquillaje, de forma gratuita.

Considerando que la época de invierno es la más baja en cuanto a matrimonios, se realizará una oferta similar a la anterior, analizando primeramente los costos y la situación actual de la empresa.

Servicio de Asistencia Integral para Novias

1.3.3.4.1. Publicidad

Para llamar la atención de la potencial clientela se debe analizar diferentes factores al momento de planificar estrategias de publicidad para la empresa, en este caso debemos llamar la atención visual del mercado al cual pretendemos dirigirnos, se realizará un diseño especial y llamativo que se muestre en la prensa escrita de la ciudad; se eligió a EL NACIONAL para mostrar esta publicidad, la razón por la cual se escogió este medio es porque se puede mostrar la información de forma detallada y puede ser observada tranquilamente.

Se realizará esta publicidad por prensa escrita al momento de la inducción de la empresa, se pretende obtener el servicio de cobertura de evento al momento de la inauguración de la empresa, al ser publicado en la separata social “Pura Cepa” se cree obtener buena cantidad de lectores(as) al ser un espacio social, además se pretende contar con una publicación en contratapa de la misma separata, con un espacio de 3módulos x 1 módulo, es decir, 1/16 de página, donde cada módulo mide 4,7cm x 4 cm; a continuación se muestra un diseño básico como muestra del posible diseño a usar.



Servicio de Asistencia Integral para Novias

Los precios de estos servicios se los pueden observar en las cotizaciones realizadas a dicho periódico, en ANEXO 7.

Una de las principales formas de atraer la atención de la potencial clientela es mostrar una vitrina realmente atractiva, actualizándola en cuanto a nuevos modelos y adornarla de acuerdo a las características de la empresa.

A continuación se muestra un ejemplo de cómo se manejará el diseño de la vitrina de la tienda, pudiendo observar los colores utilizados y la iluminación para que los vestidos resalten atrayendo la atención de las personas que circulen cerca de la boutique.





Servicio de Asistencia Integral para Novias

Considerando la popularidad de las redes sociales en la actualidad se creará la cuenta de la empresa en facebook manteniéndola actualizada continuamente en cuanto novedades y promociones; haciendo crecer de la misma manera la cantidad de visitantes de la misma midiendo la aceptación y el reconocimiento por la cantidad de “me gusta” que se vayan a obtener.

También se realizarán dos banners con imágenes de nuestros diseños, para mostrarlo en la boutique, y tarjetas personalizadas para repartirlas a las potenciales compradoras.

Al obtener un poco más de antigüedad se procederá a realizar publicidad por medio televisivo en los canales más vistos y los programas más conocidos de la ciudad, mostrando las ofertas con las que se cuenta.



1.4. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

1.4.1. Organigrama

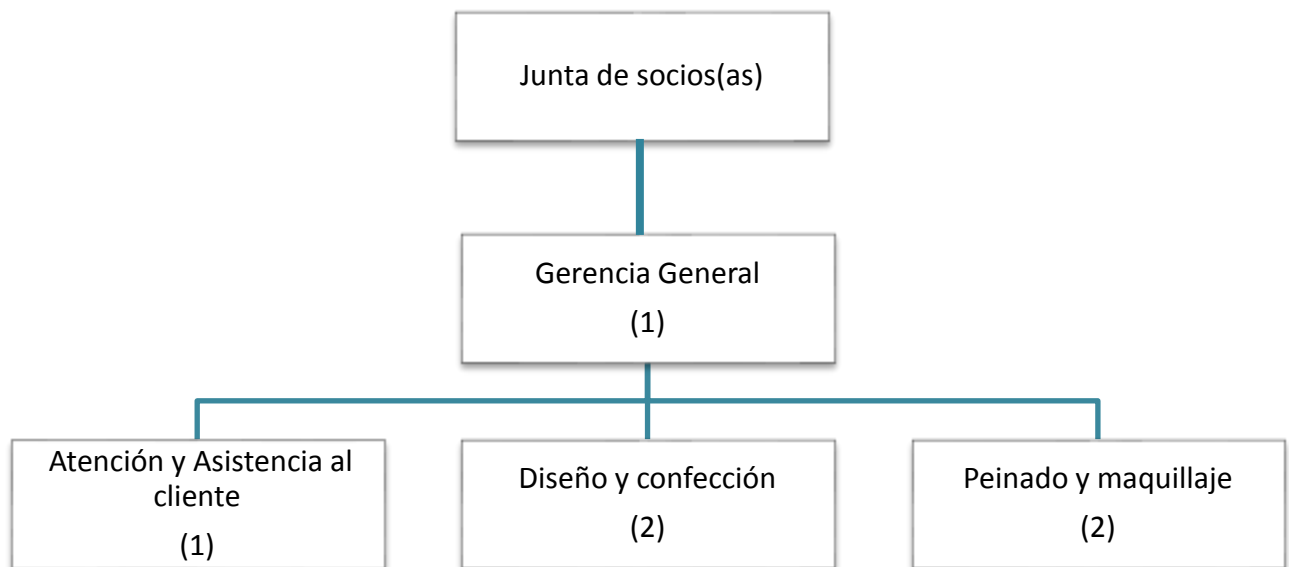
Para diseñar una estructura adecuada de la empresa se identificaron las funciones principales y secundarias, estableciendo un orden de dependencia para así poder cumplir con eficiencia los objetivos planteados.

Se realizó un organigrama funcional donde mostramos las diferentes áreas existentes de la empresa, además de mostrar la cantidad de personal con el que se va a contar.

La organización cuenta dos áreas fundamentales, aparte de Gerencia General, el área de Ventas y Operaciones, siendo el área de operaciones el más complejo tomando en cuenta la variedad de productos a ofrecer.

La estructura propuesta se muestra a continuación:

Fuente: Elaboración propia





1.4.2. Descripción de puestos

El nivel de decisión estará presentado directamente por el Gerente General, quien será el encargado del desarrollo del proyecto, coordinando las actividades programadas.

Cabe mencionar que el Gerente General será el encargado directo de las diferentes áreas de la empresa hasta ver necesario aumentar encargados por áreas específicas.

1.4.2.1. Gerente General

El Gerente deberá tener experiencia y conocimientos suficientes para guiar y organizar el área técnica, deberá contar con la capacidad necesaria para el manejo de problemas y la toma de decisiones.

Como requisito debe ser de profesión Administrador de Empresas con conocimiento en comercialización y ventas.

Las funciones específicas a desempeñar son:

-  Establecer objetivos de la empresa en conjunto con los demás componentes del equipo de trabajo de la empresa.
-  Priorizar la asignación de recursos y preparar el presupuesto general.
-  Ejecutar y controlar el cumplimiento de los contratos y convenios con los proveedores.
-  Estudiar constantemente la situación actual del mercado para definir nuevos planes de venta y comercialización.
-  Tomar las decisiones marketing, es decir, publicidad e imagen de la empresa; realizando las estrategias necesarias para implantar a la empresa en el mercado.
-  Realizar los resultados de cada gestión para el seguimiento y control de la empresa.
-  Coordinar actividades y decisiones con los encargados de las diferentes áreas de la empresa.
-  Realizar el proceso de contratación tanto del personal fijo como eventual.



Servicio de Asistencia Integral para Novias

-  Establecer el nivel de salario y realizar el pago ordenado y puntual de los mismos.
-  Preparar y presentar informes de manera oportuna y confiable acerca de los estados financieros para conocer la situación económica y financiera de la empresa.
-  Realizar el proceso de registro contable de todas las operaciones económicas y financieras de la empresa en forma organizada, ventas, compras, facturación e inventario.
-  Analizar e interpretar los estados financieros.

1.4.2.2. Asistente personal

Requerimiento de cargo:

La persona que ocupe este cargo debe tener como profesión técnica Asistencia de Imagen, además de tener conocimiento en ventas y atención al cliente.

Estará a cargo de la atención completa de la clienta desde el momento en el que es asignado por el jefe de área, que es el cargo del cual depende.

Las funciones que debe realizar son:

-  Realizar la atención de las clientas y ofrecimiento de los servicios, paquetes, de acuerdo a las necesidades de la misma.
-  Coordinar fecha de pruebas de vestido, realización de peinado y maquillaje y entrega de ramo con la clienta.
-  Ingresar información en el sistema de control de la empresa.
-  Coordinar con florería la realización del pedido de la clienta.
-  Controlar con modistas el proceso de realización del vestido además de realizar un control de calidad para que la clienta quede satisfecha.
-  Realizar estudio de fisonomía general de la clienta.



Servicio de Asistencia Integral para Novias

-  Mostrar los diferentes catálogos de modelos de vestidos y en base al estudio realizado aconsejar diferentes modelos que armonicen con su persona.
-  Realizar la elección de las telas y accesorios para el vestido, elección del ramo y zapatos; además de ayudar en la elección de peinado y maquillaje.
-  Coordinar con la modista para el cumplimiento de fechas de pruebas y entrega final.
-  Coordinar con estilista y maquilladora la asistencia puntual y responsable a la reunión final con la novia.
-  Realizar la preparación de la presentación de la novia en su día, encargándose de los detalles de la misma en cuanto a buena utilización del vestido, entrega puntual de ramo y perfección de peinado y maquillaje.
-  Realizar las cobranzas y efectuar las facturas correspondientes por venta realizada.

1.4.2.3. Modista

Este cargo depende del jefe de área y no tiene cargos dependientes, tendrá que tener como profesión técnica en corte y confección y diseño, tener conocimiento en cuanto a la toma de medidas, realización de moldes y experiencia realizando vestidos de fiesta.

Las funciones que deberá realizar son:

-  Analizar la decisión de la clienta en cuanto al modelo de vestido escogido por la novia o en caso de no encontrar modelo en conjunto con el asistente realizar un diseño nuevo.
-  Coordinar con el jefe de área las fechas de prueba y límite de entrega.
-  Coordinar con el contador el inventario de telas y accesorios, para controlar que no existan faltas de material.
-  Confeccionar el vestido elegido de acuerdo a las exigencias de la clientela y cumplir puntualmente con las fechas programadas.



Servicio de Asistencia Integral para Novias

-  Controlar inventario y que no hayan faltas de productos cuando sean necesarios, y realizar el pedido correspondiente a los proveedores.

1.4.2.4. Estilista y maquilladora

Este cargo depende del jefe de área y no tiene cargos dependientes, tendrá que tener como profesión técnico superior en estilismo, y tener experiencia en la realización de peinados de novia, maquillaje y haber trabajado en algún salón antes.

Las funciones que deberá realizar son:

-  Coordinar con el asistente y realizar una elección de peinados y maquillaje de acuerdo a la fisonomía de la clienta, y luego realizar una presentación a la misma para que realice su elección.
-  Coordinar con el jefe de área las fechas de reunión con la novia y la fecha de realización de la boda para coordinar fecha y lugar.
-  Coordinar con el contador el inventario de productos para el pelo y rostro, para controlar que no falten productos al momento de necesitarlos y poder realizar el pedido correspondiente.

1.4.3. Reclutamiento y selección de personal

Se debe tomar en cuenta que para formar la empresa se deberá contratar a personas capaces que ocuparán los diferentes cargos de la empresa, por lo que se debe realizar un proceso minucioso para poder obtener al mejor personal del mercado laboral.

El proceso de selección estará a cargo de los socios de la empresa, que al momento de elegir a la persona que ocupará el cargo de Gerente General ayudará en la selección del personal que faltase.



1.4.3.1. Medios de reclutamiento

Los medios de reclutamiento que se usarán serán los avisos de convocatorias en publicados en los diarios de la ciudad, por ser la fuente de información más buscado por las personas al momento de buscar un trabajo.

En el ANEXO 6 Tabla 1 se observa la propuesta de anuncio para la reclutamiento de personal, específicamente se muestra la convocatoria para el encargado de marketing e imagen, donde se muestra las características que se solicitarán y los puestos vacantes; se debe tomar en cuenta que primeramente se designará al Gerente General para posteriormente elegir al personal restante, puesto que el Gerente debe participar en la elección de equipo con el que trabajará.

1.4.3.2. Presentación de requisitos

Los requisitos que deberán presentarse de forma obligatoria por los postulantes serán:

- Solicitud dirigida al Gerente General de la Empresa
- Hoja de Vida documenta

De esta forma se podrá obtener información básica e importante al momento de evaluar a los postulantes y probables piezas importantes del equipo de trabajo de la empresa, se realizará una evaluación de las hojas de vida presentadas donde se hará una elección previa, definiendo los mejores postulantes que pasarán a realizar la entrevista personal.

Al momento de evaluar estos documentos de tomará en cuenta el nivel de estudios, los cursos realizados y las especialidades obtenidas en el área que les corresponda, además de conocer la experiencia obtenida por cada persona.

1.4.3.3. Entrevista personal

La forma que se usará o que se propone usar al momento de evaluar al personal será la entrevista personal que es considerada como una valiosa arma para la persona o



Servicio de Asistencia Integral para Novias

personas que seleccionan personal, ayudará a completar la información del postulante.

Se debe tomar en cuenta la idoneidad de los entrevistadores, además que se buscará obtener información sobre sus conocimientos, habilidades, personalidad y raciocinio de cada persona, realizando una serie de preguntas adecuadas, realizadas de forma clara y directa; con esta entrevista se pretende conocer acerca de:

-  Antecedentes Académicos
-  Experiencia laboral
-  Habilidades Comunicativas
-  Impactos e imprecisiones personales
-  Motivación y Compromiso Laboral
-  Iniciativa Laboral o Académica
-  Independencia de Criterio
-  Grado de Interés
-  Metas Laborales

El jurado calificará a los postulantes con la planilla que se muestra en el ANEXO5 Tabla 2.

1.4.3.4. Elección y contratación del colaborador

Una vez realizada la entrevista personal se procederá a calificar el desempeño de cada postulante para asignarle la calificación correspondiente y seguidamente elegir a la persona que ocupará el puesto; esta elección se realizará de forma imparcial por parte de los socios y el Gerente General, donde se tomarán las decisiones basándose exclusivamente en la información obtenida tanto en la hoja de vida y en la entrevista.

El modelo de contrato que se propone se muestra en ANEXO 5 Tabla 3.



1.4.3.5. Asignación o inducción del nuevo colaborador

Una vez contratado el nuevo personal se procederá a realizar la inducción del mismo al puesto que le corresponda, se capacitará al mismo en cuanto a las actividades específicas que debe realizar, se les dará a conocer el manual de funciones correspondiente y según la evaluación realizada anteriormente se procederá a definir las posibles capacitaciones a llevar a cabo para que éste se adecue al puesto y sea capaz de sobresalir y conocer a cabalidad las actividades a realizar, además de trabajar con seguridad, eficiencia y eficacia; brindando beneficios para la empresa como para su persona; se le hará conocer que ahora forma parte de un equipo importante y que su buen desempeño sacará adelante a la empresa.



1.5. PRODUCCIÓN Y OPERACIONES

1.5.1. Localización

El proyecto BEAUTY ENDINGS “Asistencia Integral a Novias” se encontrará ubicado en la ciudad de Tarija, provincia Cercado, en la Zona Central C/ Suipacha entre la Avenida Domingo Paz y Calle Bolívar, puesto que es un lugar céntrico, de fácil acceso y de alta afluencia de personas.

1.5.2. Maquinaria y equipos

ESTIMACIÓN COSTO DE MAQUINARIA (expresado en Bs.)			
Cantidad	Maquinaria	Costo unit. (Bs.)	Costo total (Bs)
2	Escritorios	690	1,380
4	Estantes de madera	560	2,240
1	Juego de Comedor	2,200	2,200
2	Equipos de Computación	5530	11,060
3	Máquinas de costurar	1,200	3,600
2	Máquinas de sofilar	680	1,360
2	Equipo de planchado	170	340
2	Secadora de cabello	400	800
2	Plancha para el cabello	420	840
Costo Total			23,820

Para la adquisición de equipamiento de la empresa se realizará la compra de escritorios y estantes de madera para mostrar cada uno de los productos, los cuales se obtendrán de la “Mueblería Top Brasil”, (ver cotización anexo7 cuadro 1 y la



Servicio de Asistencia Integral para Novias

descripción de los mismos en el anexo 6 del grafico 7 al 9), por otro lado la adquisición de: las maquinas de costurar, surfilar, secadora, plancha, rizador para el cabello y el equipo de planchado, se realizará entre el “Comercial Gutiérrez y Figueroa” siendo estos nuestros principales proveedores de maquinaria (ver en ANEXO7 Cuadro2 y Cuadro 3 y la descripción de la misma en el ANEXO 6 gráfico 1 al gráfico 6)

La compra de los equipos de computación se realizará en la comercial “Computer Inside”, puesto que estos equipos cuentan con las especificaciones que se requieren en la empresa, como ser una impresora multifuncional además de contar los muebles. (Ver ANEXO 7 Cuadro3).



1.5.3. Materia Prima e insumos

ESTIMACIÓN DE COSTO DE MATERIAS PRIMAS (expresado en Bs.)				
Cantidad	Unidad	Materias Primas	Costo unit.	Costo total
Telas				
1	Rollo	Razo Suizo con bordado	165	16,500
1	Rollo	Chantilli	115	5,750
1	Rollo	Razo Suizo	65	9,750
1	Rollo	Tul con diseño	20	1,000
1	Rollo	Gasa bordado	40	4,000
1	Rollo	Razo Suizo sin bordado	65	9,750
1	Rollo	Charmet	35	3,500
1	Rollo	Gasa sin bordado	25	1,250
Piedras y cristales para bordado				
50	Kg	Mostacillas	6	300
50	Kg	Canutillos	6	300
4	Kg	Cristales Swaroski	100	400
Zapatos				
24	par	Zapatos en stock	350	8,400
Maquillaje				
4	Unidad	Base correctivas	170	680
4	Unidad	Polvo Compacto	100	400
3	Unidad	Rubor	100	300
3	Unidad	Máscara para las pestañas	70	210
4	Unidad	Sombras para ojos	60	240
6	Unidad	Delineadores para ojos	50	300
6	Unidad	Delineadores para labios	50	300
10	Unidad	Labiales y gloss	40	400



Productos para el cabello				
6	Unidad	Shampoo 200ml.	33.34	200
6	Unidad	Acondicionador 200ml.	33.34	200
2	Unidad	Baños de crema 500ml.	30	60
2	Unidad	Laca para el cabello 100ml.	17	19
2	Unidad	Gel para el cabello 50gr.	10	20
20	Unidad	Tintura	30	600
Insumos				
2	Unidad	Catálogos de vestidos	90	180
2	Unidad	Catálogos de peinados	60	120
	Unidad	Materiales de costura (hilos, agujas, etc.)		100
Costo Total Materias Primas				65,229

Las materias primas que requiere la empresa se adquirirán en base a convenios con diferentes proveedores de telas, piedras semipreciosas y cristales en diferentes departamentos del país, como ser Santa Cruz, donde existe una amplia gama de telas para eventos importantes, para poder obtener este producto se puede realizar la compra en línea, en empresas conectadas como www.nildatex.com, empresa de la ciudad de La Paz, www.all.biz.com, proveedores de la Ciudad de Santa Cruz.

Por otro lado se tendrá como segunda estrategia realizar convenios con los diferentes proveedores locales para la adquisición de telas, piedras y cristales, para facilitar la realización de diferentes muestrarios de materia prima para la perfecta realización del producto, en cuanto a los vestidos, teniendo como referencia las cotizaciones del “Comercial Mundo Textil”, (ANEXO7 Cuadro 4). Tomando en cuenta que cada uno de los rollos de tela de los diferentes tipo serán de 50m.



Servicio de Asistencia Integral para Novias

Dentro del requerimiento del maquillaje se tomará en cuenta reconocidas empresas como L'ebel y Yambal, convirtiéndonos en socios y promotores de las diferentes líneas de cosméticos para poder adquirir los productos con un porcentaje de descuento. (Ver anexos 6 gráfico16)

1.5.4. Proceso de Producción

1.5.4.1. Proceso de Producción del Servicio

El Proceso de Producción de este servicio consiste en:

Diseño del vestido: Se realizará de acuerdo a las exigencias de la novia, la cual podrá elegir el prototipo del vestido en un catálogo, donde el asesor de imagen realizará una evaluación la fisionomía del cuerpo de la misma para poder saber si este resalta la belleza de la novia de esta manera poder hacer las modificaciones en el modelo escogido para que se adapte a la cliente. Una vez elegido el modelo del vestido se realiza la selección de telas, piedras y cristales para el bordado, en caso de existir en el modelo escogido.

Confección del vestido: Se tomará las medidas de la novia, se pasará el modelo y las instrucciones del asesor a la costurera, la cual realizará la confección tomando en cuenta que se realizan 3 pruebas de vestuario con la supervisión del asesor de imagen para así poder ofrecer un producto de alta calidad. Una vez terminada la confección del vestido se comenzará con el proceso de bordado de acuerdo al modelo del mismo, realizando una prueba adicional 2 semanas antes de la fecha prevista de la fecha de entrega para realizar una evaluación y arreglar lo últimos desperfectos, si es que existen, o algunos requerimientos de la novia.

Selección de zapatos: La selección de los zapatos se realizará de acuerdo al modelo del vestido y el requerimiento de la novia.

Selección del bouquet: Se definirá el modelo de acuerdo al vestido, al mismo tiempo se dispondrán de varios modelos de bouquets, de acuerdo a los ofrecidos por la



Servicio de Asistencia Integral para Novias

florería, de esta manera la novia podrá elegir uno que esté disponible para su estilo y gusto, donde la misma dispondrá de las flores y el modelo del mismo en base al asesoramiento de nuestro profesional.

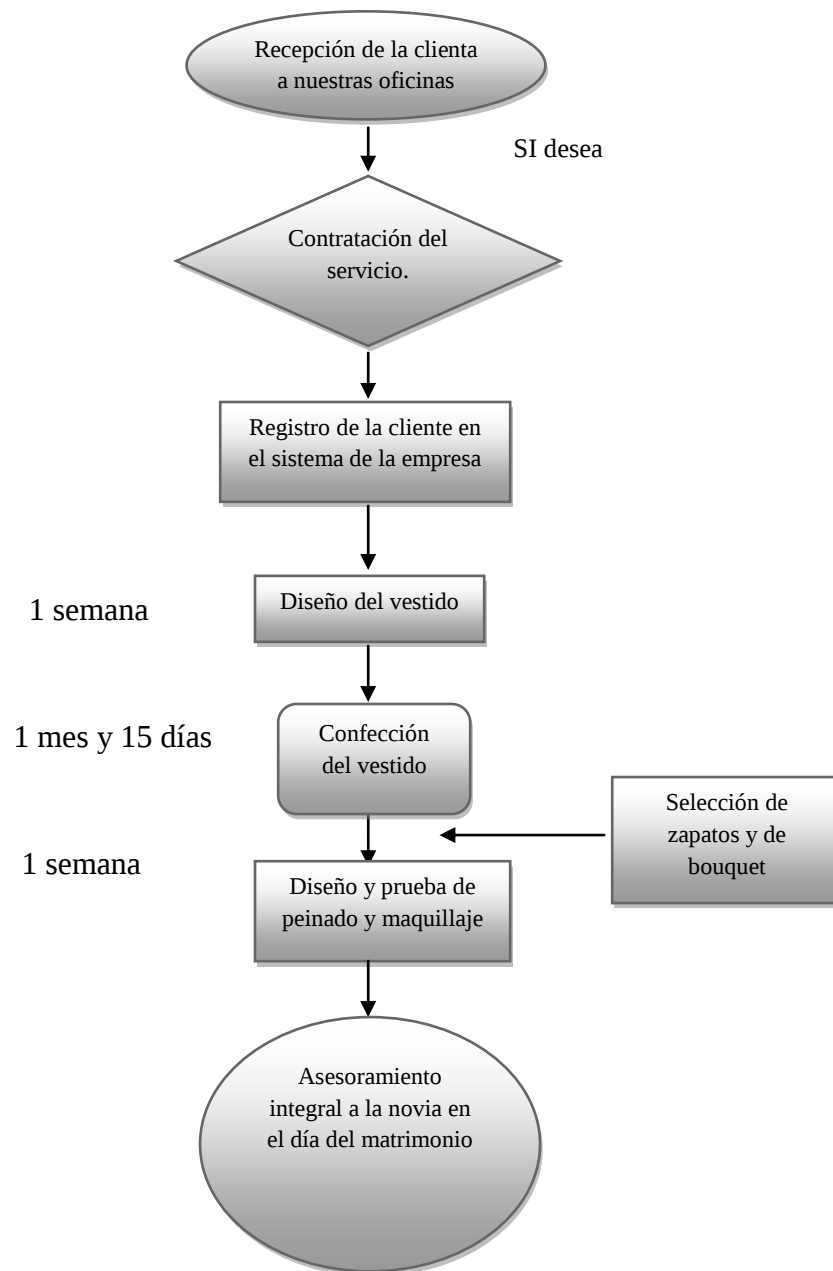
Selección de Peinado y Maquillaje: Se tomarán como referencia catálogos de peinado, basándose primeramente a la fisionomía del rostro de la novia, por otro lado se tomará en cuenta el modelo del vestido y el estilo de la novia, para la selección del maquillaje y así se poder resaltar la belleza de la novia en un día tan especial de acuerdo a las características ya descritas; esta parte también será realizada por el asesor de imagen.

Prueba de Peinado y Maquillaje: Este paso se realizará una semana antes del matrimonio en las instalaciones de la empresa BEAUTY ENDINGS “Asistencia Integral a Novias”, igualmente a los anteriores productos el asesor de imagen realizará una evaluación y asistencia en todo el momento de su realización.

Asistencia Personal: Como bien hemos estado mencionando dentro del desarrollo del proceso productivo la asistencia a la novia comienza en el momento en el que contrata alguno de nuestros paquetes, con cada uno será asistida en cuanto al vestido, bouquet, zapatos culminando en el día de la boda en el que este profesional se encargará de que en este día tan especial la novia luzca radiante mostrando al máximo el esplendor de su belleza.



1.5.5. Flujo del Proceso de Adquisición del Servicio





Servicio de Asistencia Integral para Novias

1.5.5.1. Procedimientos

Recepción del cliente a nuestras oficinas: Se recibirá al cliente, se obtendrá información de las necesidades y los requerimientos, se ofrecerán los distintos tipos de paquetes de la empresa BEAUTY ENDINGS “Asistencia Integral a Novias” mostrando las ventajas del servicio que satisfaga sus exigencias.

Contratación del servicio: La contratación se deberá realizar con un tiempo determinado de dos meses antes de la fecha del evento para evitar problemas con el plazo de entrega.

Registro del cliente en el sistema de la empresa: Se realizará un registro en el sistema de la empresa, donde se ingresarán los datos personales de la clienta, la fecha de la boda y el paquete que desea comprar, por otro lado, a medida que se realicen cada uno de los servicios se registrarán las fechas en las cuales la novia tendrá cada una de las pruebas de vestido, de peinado y maquillaje.

Diseño del vestido: Mientras se recoge información para el registro en el sistema, se pasará a la selección del modelo de vestido y la tela del mismo, confirmando así la primera fecha de prueba.

Confección del vestido: Se deberá seguir de acuerdo al diseño del mismo se requerirá, por lo menos 2 pruebas después de la ya acordada en el diseño del vestido en la cual se asesorará a la novia para la perfecta confección del mismo.

Selección de zapatos: Se tendrá a disposición de las clientas un stock variado de zapatos donde la novia podrá elegir el modelo que más guste tomando en cuenta sus gustos y preferencias.

Selección de bouquet: Se contará con un catálogo de bouquet los cuales estarán sujetos a modificaciones de acuerdo a las exigencias de la novia y del consejo del asesor.

Diseño y prueba de peinado y maquillaje: Se realizará cuando menos con una semana de anticipación a la fecha de matrimonio, realizando a la clienta un análisis de



Servicio de Asistencia Integral para Novias

fisonomía para poder aconsejarle un peinado y maquillaje adecuado, al mismo tiempo se registrará la fecha y hora en la que será atendida y si se requerirá el servicio a domicilio.

Control de calidad: Se realizará un control de calidad dentro del proceso productivo, donde se hará una inspección de cada uno de los pasos del proceso, se realizará un control de los tiempos y puntualidad en las pruebas en cuanto a la confección, entrega y desarrollo del servicio.

Se controlará además la calidad de la mano de obra, la realización de su trabajo y al mismo tiempo su desempeño en cuanto a la atención al cliente.

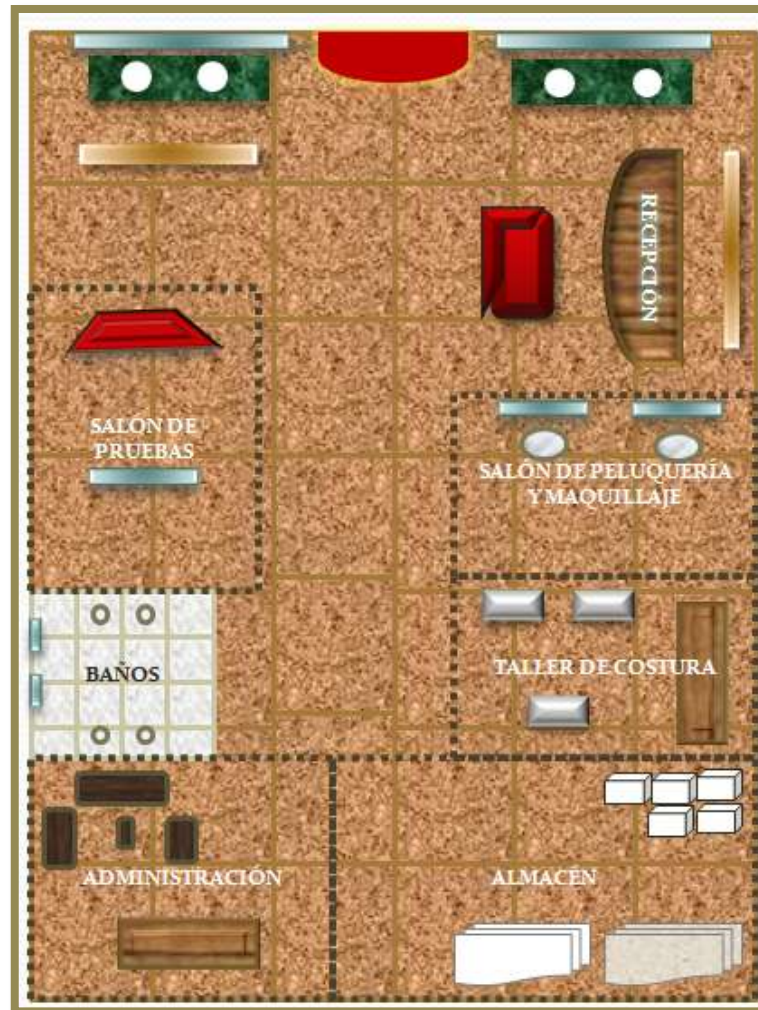
También se realizarán inspecciones periódicas de la maquinaria y equipos para garantizar un adecuado funcionamiento, para realizando mantenimiento puntual, para evitar desperfectos en el producto ofertado.

1.5.6. Capacidad instalada

La empresa BEAUTY ENDINGS “Asistencia Integral a Novias” tomará en cuenta una capacidad efectiva, se analizará la máxima cantidad de paquetes que puedan ingresar al lugar elegido siendo económicamente sostenible en un tiempo determinado, es decir, que en este tipo de servicio la capacidad de producción se medirá en la cantidad paquetes vendidos por mes.

Además de ello se debe considerar que BEAUTY ENDINGS “Asistencia Integral a Novias” ofertará sus servicios de Lunes a Viernes, con un total de 260 días al año, no obstante los días sábados serán los días dedicados a la realización de matrimonios que estén dentro del registro, para ofrecer con la mayor calidad nuestros servicios de asistencia, tomando en cuenta que se podrán realizar 48 matrimonios por año, tratando de crecer en los meses de preferencia como ser Diciembre, Enero y Septiembre. Creciendo de acuerdo a la cuota de mercado. A continuación se presenta el detalle de la capacidad de la empresa en forma anual.

1.5.6.1. Distribución Física



Las dimensiones en las cuales se ocupara la dimensión de la empresa será de 10 metros de largo y 8 metros de ancho, en el área de producción, que contará con 3 máquinas de costurar y una mesa de corte de un metro y medio, el salón de peinados, con capacidad para dos peinadoras, además de contar con un almacén para al inventario general de la empresa.



Servicio de Asistencia Integral para Novias

1.5.7. Costos de Producción

Los costos de producción se medirán de acuerdo a cada paquete que la empresa BEAUTY ENDINGS ofrece a la clientela, a continuación se ofrece un detalle del costo de cada uno de los productos.

Paquete N°1: DIAMANTE

Paquete Diamante (expresado en Bs.)	
Detalle	Costo total
Costos de producción	
Costos directos	
Vestido de novia	
Telas (Anexo 6, tabla 6)	825
Abalorios	100
Mano de obra (ver anexo 9 tabla 1.2.)	1379
Bouquet	
Costo por adquisición (ver anexo 6 tabla 7)	300
Zapatos	
Costo por adquisición (ver anexo 9 tabla 1.1.2.)	300
Peinado y maquillaje	
Artículos de Belleza (ver anexo 9 tabla 1.1.1.)	43
Mano de obra (ver anexo 9 tabla 1.2.)	239
Asistencia personal (ver anexo 9 tabla 1.2.)	413
Costos indirectos	
Mano de obra Indirecta	965
Total costos Paquete	4564.35
20% de ganancia	1597.52
Precio de Venta	6162

Detalle de los costos de los productos: El costo del vestido basado en una cantidad aproximada de 12m. Tela a un costo de 65 Bs por metro, los abalorios en este caso se



Servicio de Asistencia Integral para Novias

medirá en kilogramos, considerando que en este paquete se hará uso de un Kg. de cristales Swarovski con un costo de 100 bs/kg, la determinación de la mano de obra se tomo en cuenta los sueldos mensuales, más beneficios sociales y aportes patronales de las costureras, estilistas y asesores de imagen respectivamente, los cuales fueron divididos entre los 4 paquetes que se pretende vender en el primer mes.

Paquete N°2: PLATINO

Paquete Platino (expresado en Bs.)	
Detalle	Costo total
Costos de producción	
Costos directos	
Vestido de novia	
Telas (Anexo 6, tabla 6)	440
Abalorios	53
Mano de obra (ver anexo 9 tabla1.2.)	1379
Bouquet	
Costo por adquisición (ver anexo6 tabla 7)	300
Zapatos	
Costo por adquisición (ver anexo 9 tabla 1.1.2.)	300
Peinado y maquillaje	
Artículos de Belleza (ver anexo 9 tabla 1.1.1.)	43
Mano de obra (ver anexo 9 tabla1.2.)	239
Asistencia personal (ver anexo 9 tabla1.2.)	413
Costos indirectos	
Mano de obra Indirecta	965
Total costos Paquete	4132
20% de ganancia	1446,2
Precio de Venta	5578,2

Detalle de los costos de los productos: dentro del costo del vestido se da de acuerdo a una cantidad aproximada de 8m. Tela a un costo de 55 Bs por metro, los abalorios en



Servicio de Asistencia Integral para Novias

este caso se medirán por kilogramo tomando en cuenta que en este paquete se hará uso de al menos un kilo entre cristales Swarovski, mostacillas y canutillos con un costo de 53 bs/kg, la determinación de la mano de obra se tomó en cuenta los sueldos mensuales, más beneficios sociales y aportes patronales de las costureras, estilistas y asesores de imagen respectivamente, los cuales fueron divididos entre los 4 paquetes que se pretende vender en el primer mes.

Paquete N°3: ORO

Paquete Oro (expresado en Bs.)	
Detalle	Costo total
Costos de producción	
Costos directos	
Vestido de novia	
Telas (Anexo 6, tabla 6)	175
Abalorios	6
Mano de obra (ver anexo 9 tabla 1.2.)	1379
Bouquet	
Costo por adquisición (ver anexo 6 tabla 7)	300
Zapatos	
Costo por adquisición (ver anexo 9 tabla 1.1.2.)	300
Peinado y maquillaje	
Artículos de Belleza (ver anexo 9 tabla 1.1.1.)	43
Mano de obra (ver anexo 9 tabla 1.2.)	239
Asistencia personal (ver anexo 9 tabla 1.2.)	413
Costos indirectos	
Mano de obra Indirecta	965
Total costos Paquete	3820.35
15% de ganancia	1337.12
Precio de Venta	5157



Servicio de Asistencia Integral para Novias

Detalle de los costos de los productos: dentro del costo del vestido se da de acuerdo a una cantidad aproximada de 5m. Tela a un costo de 35 Bs por metro, se usará un Kg. de abalorios entre mostacillas y canutillos con un costo de 6 bs/kg, la determinación de la mano de obra se consideró los sueldos mensuales, más beneficios sociales y aportes patronales de las costureras, estilistas y asesores de imagen respectivamente, los cuales fueron divididos entre los 4 paquetes que se pretende vender en el primer mes.



1.6. FINANZAS

En el estudio financiero se evaluaron los ingresos y costos con los precios vigentes en el mercado, rendimientos, coeficientes técnicos, requerimientos físicos de recursos humanos y de organización, que permiten formar los presupuestos en inversiones como así también las proyecciones de ingresos y gastos y el flujo de fondos.

1.6.1. Inversión

Las inversiones efectuadas para la puesta en marcha del proyecto se agruparán en tres tipos:

-  Inversión Fija
-  Inversión Diferida
-  Capital de trabajo

Los costos de inversión se calcularon en base a los precios de mercado de los distintos rubros referidos a un año base común para todos. El cálculo se realizó tomando precios reales sin tener en cuenta los posibles cambios que estos vayan a experimentar en los próximos años debido a la desvalorización del dinero como por ejemplo el efecto de la inflación.

A continuación detallamos las inversiones para el proyecto BEAUTY ENDINGS “Asistencia Integral a Novias”:



Costo total de inversión

COSTOS TOTAL DE INVERSIÓN (expresado en Bs.)			
Detalle	Total	Aporte propio	Crédito
Costo de inversión fija	23,820	23,820	
Costo de inversión diferida	1,885	1,885	
Costo de capital de trabajo	82,272	28,283	53,988
TOTAL	107,977	53,988	53,988

(Ver el detalle de cada una de las inversiones en el ANEXO 8 Tabla1, Tabla 2 y Fórmula 1)

Para fines de la implementación de la idea de crear una empresa de Asesoramiento integral de novias se debe realizar una inversión total de 107,977 Bs.

1.6.2. Fuentes de Financiamiento

Los recursos de la inversión necesaria para poder llevar a cabo la empresa serán conseguidos por medio de dos fuentes: por aportes de las dos socias cada uno de los cuales equivalen al 25% de la inversión respectivamente y por otro lado se obtendrá un préstamo bancario del 50% de la inversión, a un plazo de 5 años con una tasa de interés de 19%. Por lo tanto el detalle del financiamiento se muestra en el siguiente cuadro:



Estructura de financiamiento

Propio		Préstamo	Total Financiamiento
Fuente interna		Fuente externa	
1° socia	2° socia	Entidad financiera	
26994	26994	53988	107977
25%	25%	50%	100%

1.6.3. Plan de amortizaciones del Capital invertido

El plan de amortizaciones del capital invertido en activos fijos que alcanza un monto de 53.988 son parte de un préstamo en bolivianos, con las condiciones ya mencionadas anteriormente. De esta manera se presenta a continuación el cálculo del plan de amortizaciones.

Cuadro 14: Fórmula Cálculo del pago anual de la amortización

$$A = \text{préstamo} * \frac{\text{interés}}{1 - (1 + \text{interés})^{-\text{total años}}}$$

$$A = 53,988 * \frac{0.19}{1 - (1 + 0.19)^{-5}}$$

$$A = 17,656.78$$



DEUDA BANCARIA (expresado en Bs.)				
AÑOS	PAGO ANUAL	19% INTERESES	AMORTIZACIÓN	SALDO
0				53.988
1	17.656,8	10.257,7	7.399,1	46.588,9
2	17.656,8	8.851,9	8.804,9	37.784,1
3	17.656,8	7.179,0	10.477,8	27.306,2
4	17.656,8	5.188,2	12.468,6	14.837,7
5	17.656,8	2.819,2	14.837,6	0,0

1.6.4. Programa de ingresos y costos

El programa de ingresos para la empresa BEAUTY ENDINGS, se origina a través de las Ventas, por lo tanto analizaremos en detalle una proyección de ventas estimadas para el proyecto en el cual se tomó en cuenta la cuota de mercado de los paquetes.

De la misma manera se tomaron los costos en los que se va incurrir para el desarrollo de la empresa donde se calcularon, el costo de producción de cada uno de los paquetes y al mismo tiempo se detalló la planilla de sueldos del personal tanto como mano de obra directa como indirecta. Las cuales se detalla en el ANEXO 9 en las Tablas 1 al 9.

1.6.5. Evaluación Económica-Financiera

Luego de organizar los costos e ingresos, se procede a evaluar la viabilidad del proyecto desde el punto de vista del inversionista tomando en cuenta el aporte propio, además se tomará en cuenta la evaluación económica del proyecto que tiene como objetivo analizar el rendimiento y rentabilidad de toda la inversión sin importar el origen de los fondos, ya sea aporte propio o préstamo.

Para lo cual se construyeron los flujos de caja que permitieron simplificar el comportamiento de las entradas y salidas efectivas de recursos monetarios.



Servicio de Asistencia Integral para Novias

Estado de flujos de caja desde el punto de vista del proyecto se muestra a continuación el siguiente cuadro de la evaluación del proyecto.

Año	Ingresos	Egresos	Inversión	Flujo de Caja
0			(107,976.80)	(107,976.80)
1	267,884.3	253,151.2		12,907.0
2	297,351.6	263,470.8		24,204.1
3	338,980.8	265,599.8		47,509.3
4	399,997.3	283,103.9		73,181.6
5	506,624.2	358,613.9		91,540.6

VAN: 19.334,21

TIR: 26%

El Valor Actual Neto obtenido es de 19.334,21Bs. demostrando así que el proyecto presenta viabilidad financiera.

La tasa de retorno del proyecto es de 26 % confirmando la viabilidad del proyecto.

La rentabilidad del proyecto muestra un índice de lo cual indica por unidad vendida de inversión total genera 0,26 unidades de valor actual neto para el proyecto por lo cual se acepta el mismo.

Estado de flujos de caja desde el punto de vista del inversionista se muestra a continuación el siguiente cuadro de la evaluación del proyecto:



Servicio de Asistencia Integral para Novias

Año	Ingresos	Egresos	Inversión	Flujo de Caja
0			(53,988.40)	(53,988.40)
1	267,884.3	245,752.2		17,272.5
2	297,351.6	253,025.9		28,726.6
3	338,980.8	255,122.0		53,691.2
4	399,997.3	257,935.3		75,331.1
5	506,624.2	261,504.4		191,746.1

VAN: 109,739.09

TIR: 70%

El Valor Actual Neto obtenido es de 109.739,09Bs. demostrando así que el proyecto presenta viabilidad financiera.

La tasa de retorno del proyecto es de 70 % confirmando la viabilidad del proyecto en caso de realizar la inversión sin un préstamos bancario.

La rentabilidad del proyecto muestra un índice indicando que por unidad vendida de inversión total genera 0.59 unidades de valor actual neto para el proyecto por lo cual se acepta el mismo.

1.6.6. Análisis de Sensibilidad

En este análisis se llevo a cabo la modificación de algunas variables, como la cantidad vendida y el costo de operación.

 **1ª Alternativa Optimista: Incremento de la cantidad vendida:** Tomando en cuenta que el número de paquetes, el cual se irá incrementando progresivamente en forma anual en un 5 % en las unidas vendidas, por lo tanto, el costo de operación anualmente crecerá la misma proporción con lo que se obtuvieron los siguientes índices

VAN: 57.386,33

TIR: 36%



Con el cambio de esta variable el proyecto muestra que las condiciones para llevar a implementar el proyecto son viables por los resultados favorables que arroja. Puesto que se tiene una tasa de retorno positiva y es mayor la tasa de actualización. (Ver anexo 14 tabla 14.1 al 14.4).

 **2ª alternativa (Pesimista): incremento de la cantidad vendida:** Tomando en cuenta que el número de paquetes, se irá incrementando progresivamente en un 2% en las unidades vendidas cada 2 años, por lo tanto, el costo de operación anualmente crecerá la misma proporción con lo que se obtuvieron los siguientes índices

VAN: -29.166,51

TIR: 17%

Con el cambio de esta variable el proyecto muestra que las condiciones no son aptas para llevar a cabo el proyecto, por los resultados que arroja. Puesto que se tiene una tasa de retorno negativa y menor a la tasa de actualización. (Ver anexo 14 tabla 15.1 al 15.4), por lo cual es preferible que los inversionistas descarten la inversión.



1.6.7. ASPECTOS LEGALES

“*BEAUTY ENDINGS*” Servicio de Asistencia Integral a Novias será una Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.) conformada por dos socias, donde su responsabilidad está limitada a sus aportes de capital, puesto que responderán en forma solidaria y limitada del total de las obligaciones.

Por lo tanto es preciso analizar el aspecto legal para la formación de la empresa, sabiendo que existen muchos requisitos que cumplir para la constitución legal de la misma.

Se realizarán todas las obligaciones legales que se piden para poner en marcha una empresa recurriendo a las diferentes entidades encargadas para este fin, como la Cámara de Comercio, la alcaldía, FUNDEMPRESA, Impuestos Nacionales, el Ministerio de Trabajo, entre otros, además que sin quitarle importancia a los empleados se buscará un seguro médico adecuado, además de obtener AFP's para nuestros trabajadores velando por su futuro.

Para ver los requisitos correspondientes para cada entidad se sugiere recurrir a ANEXO 9.