



# **UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ**

## **FACULTAD DE NEGOCIOS**

### **INVESTIGACIÓN DE SUFICIENCIA PROFESIONAL**

**Plan de negocio Amore Salón, año 2018**

**Autoras:** **Figari Mesia, Mirian Sadith**  
**Para optar el título profesional de:**  
**Licenciada en Administración de Empresas**

**Saldaña Rivera, Blanca**  
**Para optar el título profesional de:**  
**Contador Publico**

**Iquitos – Perú**  
**2018**

## **DEDICATORIA**

Primeramente, dedicar a Dios por darme todo lo necesario para seguir adelante día a día y lograr mis metas y objetivos, ya que sin él no podría estar presente en estos momentos. En segundo lugar, dedicar a mis padres por ser los pilares fundamentales en mi vida y por todo el apoyo incondicional que me han dado siempre, por ellos he conseguido todo lo que hasta ahora tengo. También dedico este proyecto a mi esposo que me apoyo incondicionalmente durante estos años de mi carrera profesional y por haber sido de gran ayuda para la culminación de este proyecto.

Blanca Saldaña

Dedico este proyecto de tesis a Dios por estar conmigo en cada paso que doy; a mis padres quienes a lo largo de mi vida me han cuidado y educado con buenas enseñanzas y valores, por ellos soy lo que soy ahora. También dedico este proyecto a mi hijo que es mi fortaleza, motivación y el pilar de mi vida, por el me esfuerzo para seguir adelante, lograr mis metas y ser mejor cada día.

Mirian Figari

## **AGRADECIMIENTO**

Un agradecimiento a todos los profesores que me enseñaron durante toda la carrera universitaria, por haberme transmitido todos los conocimientos obtenidos para la culminación de mis estudios profesionales. Agradecer a la universidad científica del Perú por haber aceptado que sea parte de ella para realizar mi carrera profesional y cumplir mis metas.

Blanca Saldaña

Un agradecimiento especial a mis profesores de la carrera profesional ya los profesores del curso de suficiencia profesional, a quienes les debo gran parte de mis conocimientos, gracias por sus paciencias y enseñanza. Doy gracias a la universidad científica del Perú que me abrió sus puertas y me brindó la oportunidad de poder realizar mis estudios profesionales. Un especial agradecimiento a Carito por su amistad, por su apoyo desinteresado y por el aliento día a día para terminar mi carrera.

Mirian Figari



# UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ - UCP

Registrado en el Asiento N° A00010 de la Partida N° 11000318, personas Jurídicas de Iquitos,  
Superintendencia de los Registros Públicos - SUNARP

## FACULTAD DE NEGOCIOS

PROGRAMA ACADÉMICO: Administración de Empresas  
Contabilidad y Finanzas

### ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Con Resolución Decanal N° 300-2018-UCP-FAC.NEGOCIOS del 10 de agosto de 2018, la FACULTAD DE NEGOCIOS DE LA UNIVERSIDAD CIENTIFICA DEL PERÚ-UCP designa como Jurado Evaluador y Dictaminador de la Sustentación del Trabajo de Investigación a los señores:

- CPCC. Edwin Delgado Hildebrandt Mgr. **Presidente**
- Lic. Adm. Raúl Alejandro Cornejo Coa **Miembro**
- Lic. Adm. Enrique Alvan Mori Mgr. **Miembro**

En la ciudad de Iquitos, siendo las 11:00 a.m. horas del día 17 de octubre del 2018 en las instalaciones de la UNIVERSIDAD CIENTIFICA DEL PERÚ-UCP, se constituyó el Jurado para escuchar la sustentación y defensa del Trabajo de Investigación: "PLAN DE NEGOCIOS AMORE SALÓN, AÑO 2018".

Presentado por las sustentantes:

**MIRIAN SADITH FIGARI MESIA  
BLANCA MELITA SALDAÑA RIVERA**

Como requisito para optar el título profesional de Licenciada en Administración de Empresas y Contador Público.

Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntas las que fueron: A.B. SUELTAS SATISFACTORIAMENTE

El jurado después de la deliberación en privado llego a la siguiente conclusión:

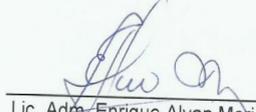
La sustentación es:

APROBADO POR UNANIMIDAD

En fe de lo cual los miembros del jurado firman el acta.

  
CPCC. Edwin Delgado Hildebrandt  
Presidente

  
Lic. Adm. Raúl Cornejo Coa  
Miembro

  
Lic. Adm. Enrique Alvan Mori  
Miembro

CALIFICACIÓN:	Aprobado (a) Excelencia	: 19-20
	Aprobado (a) Unanimidad	: 16-18
	Aprobado (a) Mayoría	: 13-15
	Desaprobado (a)	: 00-12

## ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
<b>RESUMEN</b> .....	1
<b>ABSTRACT</b> .....	2
<b>1. INFORMACIÓN GENERAL</b>	
1.1 Nombre del negocio .....	03
1.2 Actividad empresarial .....	04
1.3 Idea del negocio .....	04
<b>2. PLAN DE MARKETING</b>	
2.1 Necesidades de los clientes ... ..	05
2.2 Demanda actual y tendencias .....	10
2.3 Oferta actual y tendencias ... ..	12
2.4 Programa de marketing .....	13
2.4.1. El producto .....	13
2.4.2. El precio .....	19
2.4.3. La promoción .....	20
2.4.4. La cadena de distribución .....	24
<b>3. PLAN DE OPERACIONES</b>	
3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento .....	25
3.2 El proceso productivo .....	25
3.3 El proceso de servicio .....	25
<b>4. PLAN DE RECURSOS HUMANOS</b>	
4.1 La organización .....	28
4.2 Puestos, tareas y funciones .....	28
4.3 Condiciones laborales ... ..	31
4.4 Régimen tributario .....	31
<b>5. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO</b>	
5.1 Estudio económico .....	33
5.2 Estudio financiero .....	34
<b>CONCLUSIONES</b> .....	36
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	37

## ÍNDICE DE CUADROS

	Página
Cuadro N° 01 Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIIU .....	04
Cuadro N° 02 Demanda proyectada Iquitos, 2018 .....	11
Cuadro N° 03 Proyección de la demanda Iquitos, 2018 .....	12
Cuadro N° 04 Cuadro comparativo de la competencia, 2018 .....	12
Cuadro N° 05 Servicios de la empresa.....	20
Cuadro N° 06 Comportamiento del mercado tendencias y participación .....	31
Cuadro N° 07 Planilla de pago .....	31
Cuadro N° 08 Gastos administrativos .....	31
Cuadro N° 09 Gastos comerciales .....	33
Cuadro N° 10 Cuadro de inversión de activos.....	33
Cuadro N° 11 Capital de trabajo.....	33
Cuadro N° 12 Cuadro programa de endeudamiento .....	34
Cuadro N° 13 Estado de Resultados .....	35
Cuadro N° 14 Flujo de caja .....	35
Cuadro N° 15 Van, Tir.....	35

## ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura N° 01 Logo de la empresa.....	03
Figura N° 02 Ubicación de la empresa .....	03
Figura N° 03 La pirámide de las necesidades de Abraham Maslow.....	06
Figura N° 04 Publicidad externa del local Amore Salón .....	07
Figura N° 05 Experiencia auditiva de una persona en el salón de belleza .....	08
Figura N° 06 Experiencia olfativa de productos de belleza .....	09
Figura N° 07 Experiencia táctil en un salón de belleza.....	09
Figura N° 08 Experiencia gustativa de productos de belleza .....	10
Figura N° 09 Imagen del área del salón de belleza.....	13
Figura N° 10 Corte Carre adamas.....	14
Figura N° 11 Corte urbano cabello corto .....	15
Figura N° 12 Tinte base rubio cenizo incluido rojo cobrizo .....	15
Figura N° 13 Corte básico alto .....	16
Figura N° 14 Corte militar .....	16
Figura N° 15 Corte básico tradicional.....	17
Figura N° 16 Corte urbano niños.....	17
Figura N° 17 Corte clásico – niños .....	18
Figura N° 18 Pedicure .....	18
Figura N° 19 Promoción para fin de año .....	20
Figura N° 20 Promociones para nuevo look .....	21
Figura N° 21 Promocione pasa San Valentín.....	22
Figura N° 22 Promociones para el día de la madre.....	23
Figura N° 23 Fan page de la empresa Amores Salón EIRL .....	24
Figura N° 24 Canal directo de distribución .....	24

## ÍNDICE DE GRAFICOS

	Página
Gráfico N° 01 Proceso de abastecimiento de la empresa .....	25
Gráfico N° 02 Proceso de atención al cliente .....	26
Gráfico N° 03 Estructura organizacional de la empresa .....	28

## RESUMEN

La presente investigación en negocios estudia la factibilidad de crear una microempresa dedicado al rubro de belleza, en la ciudad de Iquitos. El cual se dedicará al cuidado de la imagen de las personas, brindando asesoría personalizada a los clientes.

En la actualidad el cuidado de la imagen personal presenta una tendencia creciente, las personas optan por considerar en su presupuesto mensual para este rubro. El objetivo del presente proyecto es proponer un negocio con mucha viabilidad, el mismo que representa una alternativa con alta rentabilidad, para darse a conocer en el mercado que es la ciudad de Iquitos.

Amore salón EIRL, se especializará en el cambio y cuidado de imagen, trabajando con productos de calidad y con personal capacitado, brindando una asesoría personalizada, en un lugar céntrico de la ciudad. Se ha determinado una demanda insatisfecha de aceptable tamaño la que justifica la oferta y la creación de una empresa de este tipo.

Palabras claves: plan de negocios, salón, manicure, pedicure.

## **ABSTRACT**

The present research in business studies the feasibility of creating a micro company dedicated to the beauty industry, in the city of Iquitos. Which will be dedicated to the care of the image of people, providing personalized advice to customers.

Currently the care of the personal image presents a growing trend, people choose to consider in their monthly budget for this item. The objective of this project is to propose a highly viable business, which represents an alternative with high profitability, to make itself known in the market that is the city of Iquitos.

Amore saloon EIRL, will specialize in the change and care of image, working with quality products and with trained personnel, providing personalized advice, in a central location in the city. It has been determined an unsatisfied demand of acceptable size that justifies the offer and the creation of a company of this type.

Keywords: business plan, salon, tines, pedicure.

## I. INFORMACIÓN GENERAL.

### 1.1 NOMBRE DEL NEGOCIO.

Nombre: Salón de Belleza Amore Salón EIRL.

Localización: Calle García Sáenz No.505, distrito de Iquitos, departamento de Loreto, provincia de Maynas, Perú.

Sector de actividad: Servicios:

Cortes de cabello, maquillaje, tintes de cabello, macro tach, micro tach, rayitos, depilaciones de cejas, planchados, ondulaciones de cabello, aplicaciones de uñas, peinados para niñas, quince años, novias y maquillaje.

Figura 01: Logo de la empresa, 2018



Fuente: [google. maps](https://www.google.com/maps)

Figura 02: Ubicación de la empresa, 2018



Fuente: Elaboración propia

## 1.2 ACTIVIDAD EMPRESARIAL.

Cuadro 01: Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIIU.

S	Otras actividades de servicio comunitario, sociales y personales		
	93	Otras actividades de servicio	
		930	Otras actividades de servicio
			9302 Peluquería nacional de y otros tratamientos de belleza.

Fuente: [www.inei.gob.pe/Direccion](http://www.inei.gob.pe/Direccion) cuentas nacionales

## 1.3 IDEA DEL NEGOCIO.

Nuestro negocio busca satisfacer la necesidad de cambio de la apariencia física personal, para que puedan sentirse hermosas frente al resto de las personas o ante sí mismas, brindándoles horarios flexibles de acuerdo a la disponibilidad de sus tiempos y con precios accesibles

Brindaremos nuestros servicios a damas, caballeros y niños (y dentro de ellos a las personas mayores de 30 años). A ellos se les atenderá en un local ubicado en la zona céntrica de la ciudad, con áreas de parqueo, seguridad para los vehículos y cámaras de vigilancia.

En el interior del local, un hall de espera con aire acondicionado, televisión por cable y wifi. A los clientes se les dará de cortesía, bebida gasificada en diferentes sabores. Durante el proceso de atención de belleza se ofrecerá asesoría sobre diferentes tipos de corte de cabello según su rostro, tipo de piel, y otros tipos de servicios adicionales según su necesidad del cliente.

## **II. PLAN DE MARKETING.**

### **2.1 NECESIDADES DE LOS CLIENTES.**

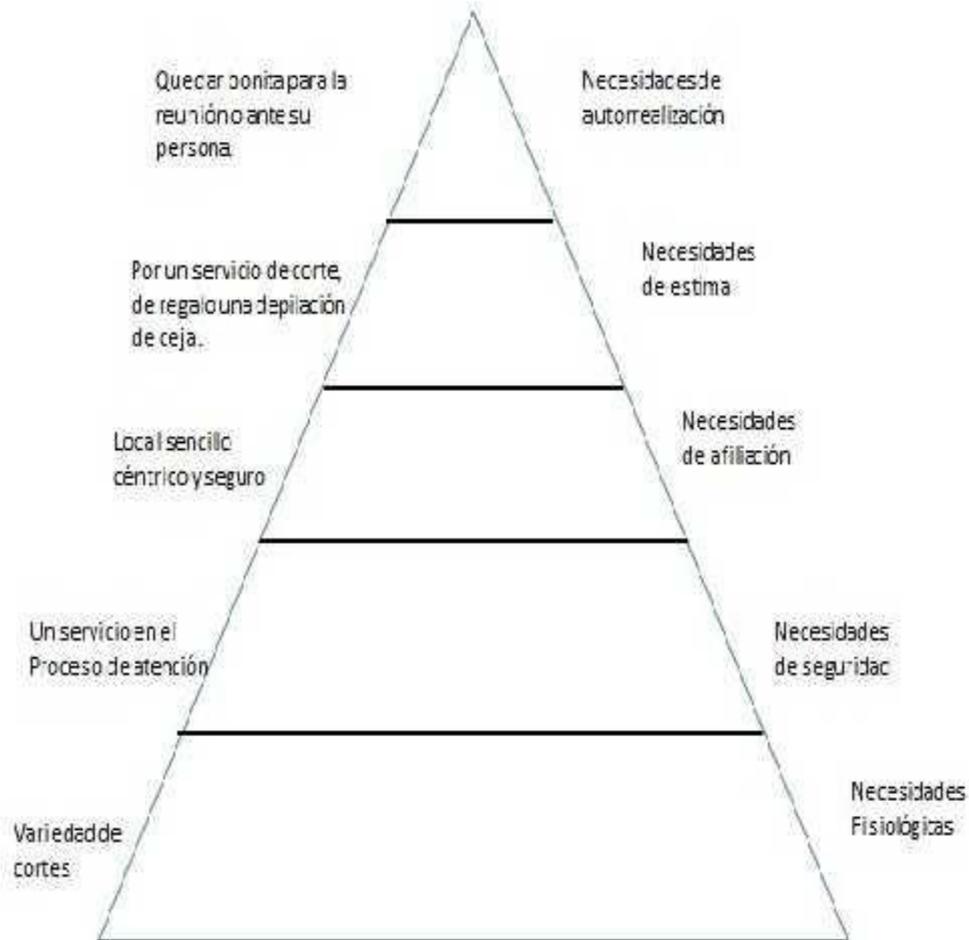
” La primera impresión es la que cuenta, es una de las frases que resume los aspectos más importantes que tiene en consideración cualquier persona respecto a la otra, es decir, se ve la imagen personal, en aspectos sociales, económicos o culturales. Por ejemplo, la mujer se toma su tiempo antes de salir a una actividad social o laboral, para verse presentable y de acuerdo con las ocasiones, en la que se encuentra. Hoy en día ese tema se ha convertido en un acto no sólo de damas sino también de varones.

La imagen personal se ha convertido en una necesidad importante básica para los hombres y mujeres y de diferentes condiciones económicas.

Existen dentro del cuidado personal varios negocios dedicado a este rubro, donde la competencia entre los salones de belleza es cada vez más intensa y el cliente tiene la opción de elegir a que salón ir. Los clientes reciben un buen servicio superior, son clientes que probablemente regresen, sean constantes, asimismo pueden recomendar a otros.

Un servicio mal brindado perjudicará y repercutirá negativamente en la cantidad de nuevos clientes que recibirá el negocio a futuro.

Figura 03: La pirámide de las necesidades de Abraham Maslow, en el cuidado de la imagen personal



Fuente: Elaboración propia

Las necesidades humanas son estados de carencia que se sienten en determinados momentos, van desde las necesidades físicas (básicas) como son los alimentos, ropa, calor; luego vienen las necesidades sociales, de pertenencia y afecto, y necesidades individuales de conocimiento y autorrealización.

En el caso de la figura anterior se presentan las necesidades de imagen personal identificada en cada uno de los niveles.

También las necesidades de expresar como deseos, formas que adoptan las necesidades moldeados por la cultura la característica individual.

Una persona necesita alimento y lo puede satisfacer con una hamburguesa, con papas fritas y con una bebida gaseosa.

Debemos que tener en cuenta los estímulos:

1. Visuales
2. Auditivos
3. Gustativos
4. Olfativos
5. Táctiles, todo esto logrará un impacto total que nos conectará emocionalmente con el público deseado.

Figura 04: Publicidad externa del local Amore Salón, 2018



Fuente: [google.com.pe/search?q=marketing+sensorial+fachada&source](https://www.google.com.pe/search?q=marketing+sensorial+fachada&source)

Debemos iniciar con una buena iluminación y decoración de nuestra fachada y luego proceder con el diseño del interior de nuestro local, un buen uso del color y la luz, limpieza y el orden. Los estímulos visuales son los primero que reciben y condicionan la decisión de ingresar, quedarte o irte del local

La identidad gráfica también influye, como diseño de logotipo, colores corporativos, desarrollo de web o flyers, esto ayudara a reconocer nombre del negocio.

Figura 05: Experiencia auditiva de una persona en el salón de belleza, 2018



Fuente: [google.com.pe/search?biw=1366&bih=657&tbn=isch&sa](https://www.google.com.pe/search?biw=1366&bih=657&tbn=isch&sa)

La música influye en gran medida en nuestro estado de ánimo. En nuestro día a día estamos constantemente rodeados de música y ruido como: bocinas de autos, murmullo de la gente, el viento etc.

Resulta complicado, para los oyentes, imaginar un mundo totalmente silencioso. Cuando vemos una película que nos emociona, en gran medida es por la música que le acompaña. La misma escena del film con música diferente, nos haría fijarnos en puntos u objetos distintos del escenario o incluso nos produciría otro sentimiento.

Cuando una persona escucha música que le parece agradable tiende a despertar sentimientos, sea de humor ternura, amor o relajación.

Figura 06: Experiencia olfativa de producto de belleza, 2018



Fuente: [google.com.pe/search?biw=1366&bih=657&tbn=isch&sa](https://www.google.com.pe/search?biw=1366&bih=657&tbn=isch&sa)

¿A que huele tu local? ¿Tu cliente identifica tu marca con algún aroma? Al utilizar aromas específicos en nuestro negocio de belleza no sólo lograremos que huelan bien, si no que causaremos despertar emociones, influir de forma positiva en el comportamiento de los clientes que ingresan a nuestro local, se sentirá realmente cautivado por el ambiente que respira y eso ayudará a que se identifique con nuestra empresa. Para eso usaremos diversos tipos de aromas cómodos: lavanda, té verde, menta, relajante para spa.

Figura 07: Experiencia táctil en un salón de belleza, 2018



Fuente: [google.com.pe/search?biw=1366&bih=657&tbn=isch&sa](https://www.google.com.pe/search?biw=1366&bih=657&tbn=isch&sa)

El sentido del tacto es un puente hacia la acción, cuando un cliente se siente motivado para realizar un servicio en el salón. Tenemos que tener en cuenta que, al brindar el servicio a nuestros clientes, brindaremos servicios adicionales de masajes en la cabeza, durante el proceso del lavado del cabello. Esto hará que el cliente se sienta relajado mientras reciba el servicio, quedando así satisfecho.

En nuestro negocio de belleza debemos prestar atención a la comodidad del mobiliario, sillas, camillas, calidad de toallas y productos en venta en perfectas condiciones.

Figura 08: Experiencia gustativa de producto de belleza, 2018



Fuente: [google.com.pe/search?biw=1366&bih=657&tbm=isch&](https://www.google.com.pe/search?biw=1366&bih=657&tbm=isch&)

## **2.2 DEMANDA ACTUAL Y TENDENCIAS.**

Según la consultora Arellano Marketing (2016), el 65% de la población peruana considera muy importante el cuidado personal. Desde hace algunos años los gimnasios y salones de bellezas vienen teniendo una presencia cada vez más notoria en las ciudades del país. En Lima, por ejemplo, casi no hay barrios que no cuenten con un par de estos establecimientos.

El cuidado del cuerpo y de la apariencia personal al parecer se ha convertido en unas de las principales preocupaciones de una gran cantidad de peruanos y peruanas. Según el jefe de estudios de macro data de la consultora Arrellano Marketing, Manuel Sosa, el 65% de la población peruana considera muy importante el cuidado personal.

El investigador preciso este interés está más presente entre los más jóvenes. Indicó que el 73% de personas de entre 18 y 24 años de edad piensan que el aspecto personal es importante.

La inversión para sentirse saludables y atractivos es diversa. Dependiendo de la empresa a quienes se toma los productos, los precios pueden ser accesible o sumamente caros, depende del recurso disponible de cada persona para este fin.

Una rápida encuesta realizada por RPP Noticias, en el 2017, en las puertas de algunos establecimientos, se estableció que las personas que destinan entre 200 y 1000 soles mensuales a su cuidado personal, entre los gimnasios, salones y productos de belleza.

En la actualidad los clientes buscan vivir una experiencia diferente. Esto se logrará gracias al marketing, mediante esto los clientes podrán despertar sus sentidos ayudándonos a incrementar las sensaciones, emociones antes, durante y después que ellos visitan nuestro negocio.

Cuadro 02: Demanda Proyectada Iquitos, 2018

Detalle	Cantidad
Población en la región Loreto – personas	1'049,000
Población en la ciudad de Iquitos – personas	439,000
Personas entre 18 y 24 años, 12.7%	55,753
Personas del NSE C, 12.7%	7,081
Personas que cuidan su imagen personal 73%	5,159
Veces al año que visitan un salón de belleza	6
Total de visitas al año	31,013

Fuente: inei.gob.pe

Cuadro 03: Proyección de la demanda, 2018

	Año 1	Año 2	Año 3
Demanda actual (Q)	31,013	31,013	31,013
Tendencia del mercado	0%	15%	20%
Demanda estimada (Q)	31,013	35,665	37,216
Participación de mercado	10%	12%	14%
Demanda anual del Proyecto (Q)	3,101	4,280	5,210
Demanda mensual del Proyecto (Q)	258	357	434
% Teñido de pelo	30%	30%	30%
Demanda de teñido de pelo	78	107	130
% de corte de pelo	70%	70%	70%
Demanda de corte de pelo	181	250	304

Fuente: inei.gob.pe

### 2.3 OFERTA ACTUAL Y TENDENCIAS.

El servicio de cuidado personal es uno de los que siempre estará presente en las necesidades de las personas. Aunque la oferta es bastante amplia es muy fácil encontrar más de dos salones de belleza en una misma cuadra, los requerimientos de los consumidores también son variados y exigentes.

Dentro los principales competidores tenemos:

Cuadro 04: Cuadro comparativo de la competencia, Iquitos 2018

Servicio	Closs Salón	Vellizima Spa	Salón Urbano
Corte de cabello	S/ 25.00	S/ 15.00	S/ 10.00
Tinte de cabello	S/ 250.00	S/ 200.00	S/ 150.00

Fuente: Elaboración propia

Figura 09: Imagen del área del salón de belleza, 2018



Fuente: [google.com.pe/search?biw=1707&bih=821&tbm](https://www.google.com.pe/search?biw=1707&bih=821&tbm)

Nosotras tenemos presente que, en el rubro de la belleza, año tras año abren nuevos salones y otros tantos fracasan por diversos factores.

Es así que se pondrá buen interés en el color de todos los ambientes del negocio donde el cliente se sentirá satisfecho, una buena iluminación, muebles que van de acorde a la decoración, un módulo de recepción y también una lista de precios de los servicios que brinda la empresa.

## **2.4 PROGRAMA DE MARKETING.**

### **2.4.1 El Producto**

El establecimiento de belleza Amore salón estará funcionando en un lugar amplio, con un vasto despliegue natural, para esto hemos escogido como lugar de funcionamiento un local propio que se encuentra ubicado a una cuadra de la plaza 28 de julio, en la calle García Sáenz Nro. 505, departamento de Loreto, provincia de Manyas, Distrito de Iquitos, el cual permitirá un correcto desarrollo del servicio prestado.

La instalación cuenta con un local de un área de 60 metros cuadrados donde habrá tres ambientes para los servicios de:

1. Cortes, tintes, peinados y dos ambientes para pedicure
2. Servicios higiénicos, para damas, caballeros y niños (área de lavado de cabellos)
3. Hall de espera para los clientes, cuenta con instalación de cable, más servicio de wifi para la distracción de nuestros clientes, incluyendo el módulo de recepción en el cual también servirá para la cobranza al terminar el servicio, ya sea en efectivo o en tarjeta.

De acuerdo a la necesidad de los clientes contamos con personal capacitado para brindar el asesoramiento y proceder a realizar los servicios, según sus necesidades como son: diferentes tipos de cortes de damas, caballeros y niños, tintes, peinados, pedicure.

Figura 10: Corte carre damas, 2018



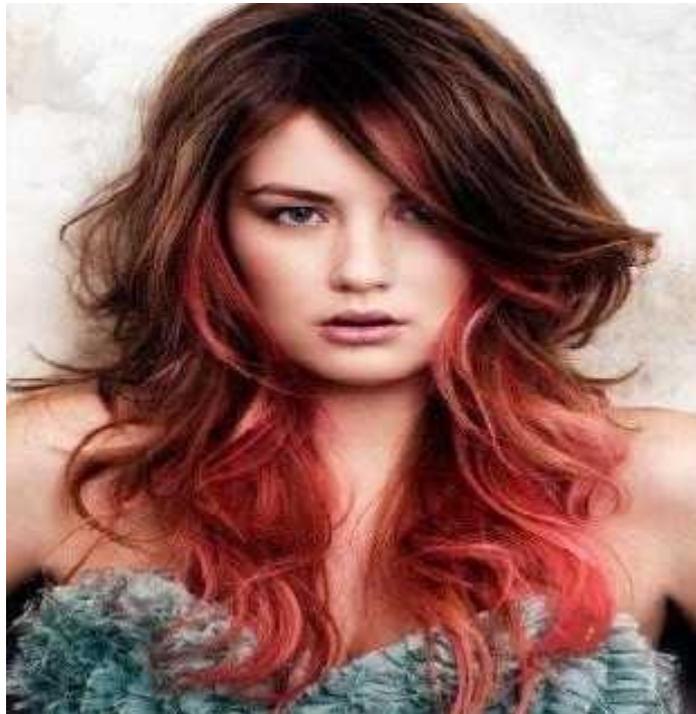
Fuente: [google.com.pe/search?q=corte+carre&source](https://www.google.com.pe/search?q=corte+carre&source)

Figura 11: Corte urbano cabello corto, 2018



Fuente: [google.com.pe/search?biw=1366&bih=657&tbn](https://www.google.com.pe/search?biw=1366&bih=657&tbn)

Figura 12: Tinte base rubio cenizo incluido rojo cobrizo, 2018



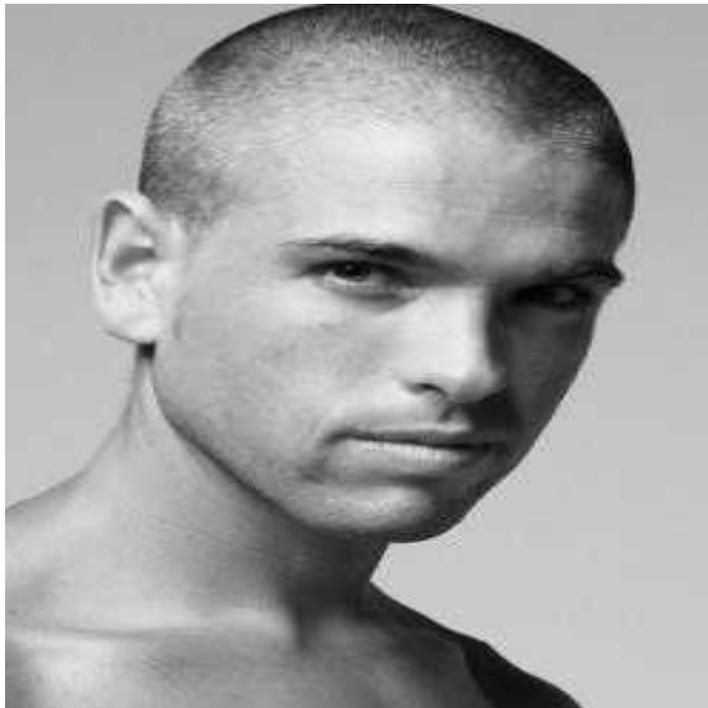
Fuente: [google.com.pe/search?tbm=isch&q=modelo](https://www.google.com.pe/search?tbm=isch&q=modelo)

Figura 13: Corte básico alto, 2018



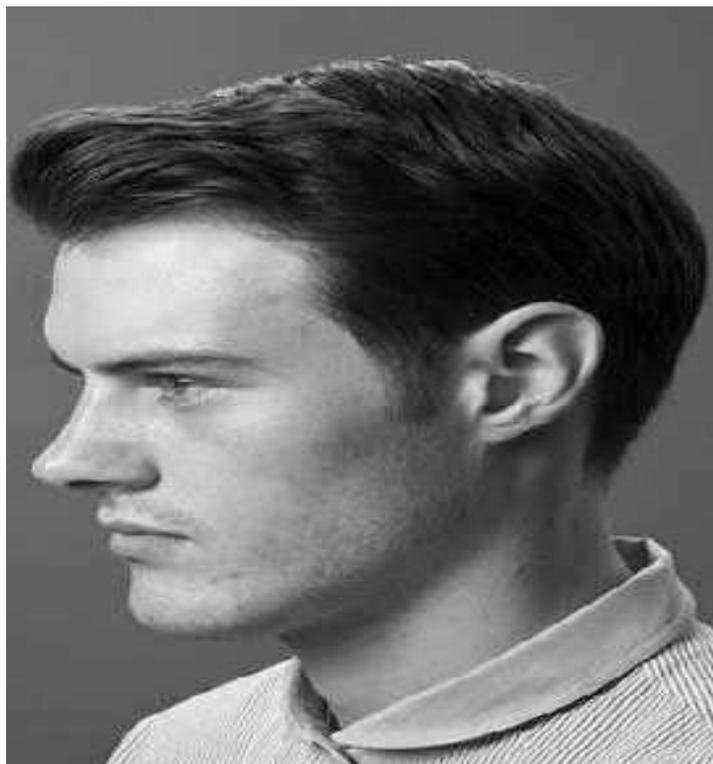
Fuente: <https://www.google.com.pe/search?biw=1366&bih=657&tbn>

Figura 14: Corte militar, 2018



Fuente: [google.com.pe/search?tbm=isch&q=corte+de+pelo](https://www.google.com.pe/search?tbm=isch&q=corte+de+pelo)

Figura 15: Corte Básico tradicional, 2018



Fuente: [google.com.pe/search?tbm=isch&q=modelo+corte](https://www.google.com.pe/search?tbm=isch&q=modelo+corte)

Figura 16: Corte urbano-niños, 2018



Fuente: [google.com.pe/search?biw=1366&bih=657&tbm](https://www.google.com.pe/search?biw=1366&bih=657&tbm)

Figura 17: Corte clásico -- niños, 2018



Fuente: [google.com.pe/search?q=pizza+de+chorizo&source](https://www.google.com.pe/search?q=pizza+de+chorizo&source)

Figura 18: Pedicure, 2018



Fuente: [google.com.pe/search?q=pizza+de+chorizo&source](https://www.google.com.pe/search?q=pizza+de+chorizo&source)

## **2.4.2 El Precio**

### **a.- Objetivos del precio**

La política de precios que adaptaremos buscará alcanzar los objetivos que nos hemos propuesto. Entre ellos estableceremos en el mercado de forma permanente a fin de posicionar y promocionar nuestro concepto de negocio.

Utilizaremos el método de fijación de precios basado en los costos, con lo cual añadiremos al costo de servicio una cuota o porcentaje fijo para establecer el precio al cliente. Debido a que nos enfocaremos sólo en tres tipos de servicios, podremos especializarnos y volvernos más eficientes, por lo tanto nuestros costos unitarios serán bajos y podremos ofrecer a los clientes un precio accesible y mejor que la competencia.

No realizaremos una estrategia de penetración en cuanto al precio, debido a que se ofrecerá un servicio especializado y de mayor calidad que la competencia. En base a esta estrategia se lograrán nuestros objetivos, los cuales son:

- Conseguir rentabilidad
- Posicionarnos en el mercado
- Defendernos de la competencia
- Fidelizar al cliente

Analizando los precios de la competencia, “Amore Salón” se enfocará en cobrar al precio exacto por cada servicio, por ello se ha llegado a determinar la siguiente tabla de precios, además se están detallando los precios de la competencia. Contaremos con sistema de pagos a través de VISA y MASTERCARD, no aumentado el precio con este medio de pago. Por lo que asumiremos la comisión de estos servicios.

Cuadro 05: Servicios de la empresa Amore Salón, 2018

Detalle	Unidad medida	Precio(s/.)
Corte de cabello	unidad	10.00
Cambio de look	unidad	160.00
Pedicure	unidad	20.00
Peinando de novios	unidad	50.00
Tinte	unidad	70.00

Fuente: elaboración propia

### 2.4.3 La Promoción.

Algunas fechas más esperadas por todos es la fiesta de fin de año, el día del amor y el día de la madre son momentos oportunos para hacer crecer el negocio. Esos días especiales son donde los clientes los esperan con emoción, y se debe lograr llenar las expectativas para fidelizarlo, o atraer nuevos clientes, por tanto, es importante que planifiquemos a tiempo nuestra estrategia del cierre de año y otras fechas especiales.

1. El diseño del salón creará un concepto atractivo para llamar la atención de los clientes. Por ejemplo, podemos realizar un collage con las fotos de todos nuestros clientes que visitaron nuestro salón durante el año 2018 y plasmarlo en periódico mural.

Figura 19: Promoción para fin de año, 2018.



Fuente: [google.com.pe/search?biw=1707&bih=821&tbn](https://www.google.com.pe/search?biw=1707&bih=821&tbn)

- Decoración: La celebración de año nuevo debe ser por todo lo alto llena de luz y brillos para una noche especial, el ambiente de esa noche debe ser único e invitarnos a disfrutar y soñar.
- Nuestro Staff deberá estar vestido de acuerdo con la temática del local y accesorios para selfie, será divertido para nuestros clientes y a que podrán interactuar, tomarse fotos para compartirlo en sus redes sociales.
- Diseñamos ofertas increíbles en las que nuestros clientes pueden adquirirlas el día de nuestros eventos o por tiempo limitado y tomar servicio. Por ejemplo, sólo en el mes de enero, aprovechando que es un mes de poca afluencia.

Figura 20: Promociones para nuevo look, 2018



Fuente: [google.com.pe/search?q=cambio+de+look](https://www.google.com.pe/search?q=cambio+de+look)

- Podemos armar un catálogo o una página web de cambios de look en donde ofrecemos las últimas tendencias de cortes peinados tintes, maquillajes y pedicure para nuestros clientes.
- Sorteo-Regalos: No hay mejor que premiar la fidelidad de los clientes, por esa razón es indispensable sorprenderlos sobre todo para esa fecha especial. No debemos olvidar enfocar en nuestros clientes, que vivan una experiencia única.

Figura 21: Promociones para San Valentín, 2018.



Fuente: [google.com.pe/search?q=banner+dia+de+los+](https://www.google.com.pe/search?q=banner+dia+de+los+)

Esta fecha es un excelente momento para subir nuevas historias a Instagram, emotivas o divertidas con mensajes relacionado con el amor, transmitiendo valores del salón de belleza. Para impulsar el alcance, desde la plataforma publicitaria de Facebook realizaremos una campaña de promoción de historias.

De esta manera, con una pequeña inversión podemos multiplicar el número de personas a las que llegara los mensajes, además de segmentar las características de la audiencia.

Figura 22: Promociones para el día de la madre, 2018.



Fuente: [google.com.pe/search?q=promocionesdiadelamadre](https://www.google.com.pe/search?q=promocionesdiadelamadre)

En el mes de mayo hay una fecha especial que es el día de la madre, es una gran oportunidad para aumentar las ventas en el salón de belleza y ganar nuevos clientes. Se subirá un post en las redes sociales recopilando las promociones de estética más efectivas.

Este tipo de celebraciones reviven emociones y recuerdos, por eso es una buenísima oportunidad para realizar acciones de marketing con los que posicionarnos nuestro servicio en el salón de belleza y llegar al público con nuestras promociones. En fechas con el día de la madre, san Valentín y año nuevo la gente está más predispuesta a recibir ofertas y promociones.

Figura N° 23: Fan page de Amore Salón EIRL, 2018



Fuente: Facebook.com

#### 2.4.4 La Cadena de Distribución

La empresa, Amore Salón cuenta con la dirección García Sáenz Nro. 505, en el cercado del distrito de Iquitos, por lo que las cadenas de distribución es directa.

##### a) Funciones que debe cumplir el canal

Una de las funciones es de colocar el producto (servicio) en los lugares donde se ubica el cliente, teniendo en cuenta el radio local.

Figura 24: Canal directo de distribución



Fuente: Elaboracion propia

### III. PLAN DE OPERACIONES

En este mundo competitivo las empresas buscan cada vez más diseñar procesos cortos, rápidos y eficientes con el fin de contar con un producto o servicio de calidad que satisfaga las necesidades de los clientes.

#### 3.1 ESTUDIO DE LA FUENTE DE APROVISIONAMIENTO.

Los servicios que se brindaran requieren del aprovisionamiento de insumos y material diversos como: Tintes, cremas, ampollas, lociones, gel, esmaltes, brillos, bases, limas, acetona, limpia cutícula, jabón líquido, agua oxigenada de 20 y 30 volúmenes, decolorantes.

Para el presente proyecto se ha elaborado dos tipos de procesos como son:

- ✓ El proceso para la compra de insumos y
- ✓ EL proceso de atención al cliente.

#### 3.2 EL PROCESO DEL ABASTECIMIENTO

Gráfico 01: Proceso de abastecimiento de la empresa, 2018



Fuente: elaboración propia

Como política de la empresa se ha establecido trabajar con insumos, materiales y equipos de primera calidad con el fin de mantener

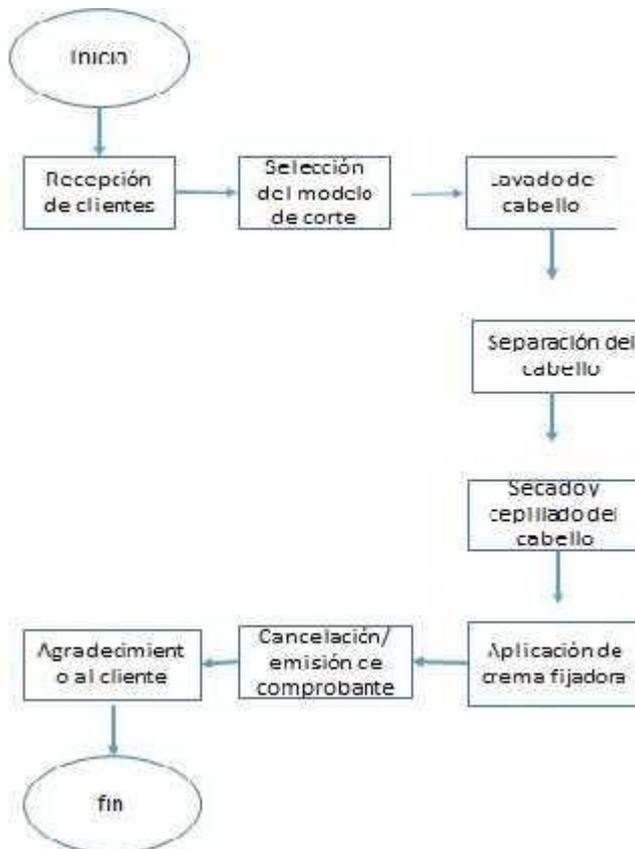
el servicio de calidad. En nuestra ciudad se cuenta con empresas distribuidoras, agentes vendedores y tiendas comerciales dedicadas a la venta y distribución de estos productos, con precios accesibles en muchos casos.

### 3.3 EL PROCESO DE SERVICIO

El horario de atención de Amore Salón, será de 9:00 am hasta la 1:00pm y de las 4:00pm hasta las 8:00pm.

Ahora se detalla el proceso de servicio al cliente

Gráfico 02: Proceso de atención al cliente de la empresa Amore Salón EIRL, 2018- Corte de cabello



Fuente: Elaboración propia.

## **Proceso del Servicio de la empresa:**

A continuación, detallaremos el proceso de servicio de la empresa:

### **1. Recepción del cliente:**

Se brinda toda la información al ingresar al cliente al salón, se entrega lista de precios y revistas con modelos de corte de cabello,

### **2. Selección del modelo de corte del cliente:**

El cliente selecciona el modelo según su gusto.

### **3. Lavado de cabello del cliente:**

Se procede con el lavado con shampoo y acondicionador

### **4. Separación del cabello:**

Se procede a separar el cabello según el modelo elegido por el cliente.

### **5. Secado y cepillado del cabello:**

Se seca y cepilla el cabello

### **6. Aplicación de crema fijadora:**

Se procede a aplicar la crema fijadora, para fijar el nuevo corte del cliente

### **7. Cancelación del servicio:**

Una vez terminado el servicio se procede a solicitar la cancelación del mismo y se solicita al cliente indique el tipo de comprobante que se emitirá por el total de los servicios.

### **8. Se agradece al cliente:**

Después de entregar el comprobante al cliente se le agradece y se despide.

## IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.

### 4.1 LA ORGANIZACIÓN.

El organigrama de la empresa Amore Salón EIRL, es funcional, puesto que está basado en las actividades que realizará cada trabajador según su responsabilidad, dentro del área correspondiente.

Gráfico 03: Estructura organizacional de la empresa:



Fuente: Elaboración propia

### 4.2 PUESTOS, TAREAS Y FUNCIONES

#### a) Puesto: Administrador

##### Funciones:

- Elaborar y gestionar todos los procesos administrativos de la empresa.
- Supervisar el control de caja del salón.
- Coordinar todos los tipos de tramites con entidades públicas como: (SUNAT, Municipalidad, Essalud), y con entidades financieras en busca de financiamiento.
- Es responsable de los contratos, sueldos, horarios de trabajo y actividades del personal.

- Responsable de la atención al cliente, de las quejas, dudas, consultas.
- Responsable de la logística de la empresa...
- Responsable de los ingresos y egresos de la empresa
- Responsable de ver que los proveedores nos distribuyan buenos productos a un precio justo.
- Ver todo tipo de estrategias y marketing para la empresa como son: publicidad radial, volantes, logotipo, gigantografía, paneles publicitarios, la creación de una página web y del fan page.
- Elaborar un informe quincenal y mensual, para el buen desarrollo y crecimiento de la empresa
- Crear incentivos para los empleados

#### **b) Puesto: Contador externo**

##### **Tareas:**

- Responsable de elaborar los estados financieros, elaborar los libros contables
- Responsable de los registros contables
- Elabora la planilla de pagos,
- Atiende a los funcionarios de la SUNAT, en caso de visitas.

#### **c) Puesto: Recepcionista**

##### **Tareas:**

- Se encargará de ser el primer contacto con el cliente
- Informará sobre nuestros servicios
- Le hará conocer nuestra empresa
- Responsable de presentar a los demás colaboradores
- Presentará al personal encargado de sus asesorías
- Le brindará un lugar acogedor donde esperará su turno, el cual servirá una bebida de cortesía y el programa de televisión que desee ver para que se distraiga.
- También se encargará del cobro de los servicios, sea en efectivo o con tarjeta.

- La recepcionista debe ser una persona puntual, responsable, carismática, y de fácil contacto con los clientes.

**d) Puesto: Estilista**

**Tareas:**

- Es la persona que está capacitada en todos los procesos de servicio que dará a los clientes, diferentes modelos en: cortes, tintes, macro-tach, botox-capilar, brindando un buen trato y carisma.
- Depende directamente del administrador y es a aquel a quien reporta.
- Coordina directamente con el cliente el modelo, tipo de corte, tintes y accesorios a usar.
- Realiza el retiro del cabello

**e) Puesto: Manicurista**

**Tareas:**

- Es aquella persona que está capacitada en esta área, que acredite su puesto, demostrar que termino sus estudios.
- Realizará todos los procesos en el cliente tanto con productos químicos y naturales usando técnicas de masaje de esa manera el cliente quedará satisfecho.
- Asesora al cliente para elegir el modelo, los colores que vayan de acorde a las características del cliente.

**f)Puesto: Limpieza**

**Tareas:**

- Realiza la compra de los materiales, insumos, accesorios y utensilios para la empresa, el mismo que debe llevar el control día al día.
- Mantener al orden y limpio el almacén.

### **4.3 CONDICIONES LABORALES**

La empresa Amore Salón EIRL se acogerá a la Ley Mype y cumplirá con otorgar a todos sus trabajadores los beneficios de ley que deben recibir. La empresa se acogerá por los beneficios que brinda a los emprendedores, posteriormente evaluará su paso al régimen general laboral. Es decir, se pagará todos sus beneficios sociales normados por ley.

La distribución de los sueldos será de la siguiente manera:

Al administrador/pedicurista, contará con un sueldo de s/.1,500.00 nuevos soles mensuales. La recepcionista/limpieza contarán con un sueldo básico de s/.1,200.00 con un periodo de prueba de un mes, para luego proceder al contrato laboral con sus beneficios conforme a la ley laboral. El estilista contará con un sueldo de s/.950.00 más comisiones según su desempeño y esfuerzo.

#### **4.4.1 RÉGIMEN TRIBUTARIO.**

El régimen en que se encuentra la empresa Amore Salón será el Régimen especial de la renta, con pagos mensuales según sus ingresos del 1.5%, con lo cual emitirá boletas y facturas.

Este régimen tributario está creado para la micro y pequeña empresa en nuestro país. El cual permitirá el pago de una cuota mensual fija en función a los ingresos.

## V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

### 5.1 ESTUDIO ECONÓMICO.

Cuadro 06: Comportamiento del mercado: tendencias y participación.

	Año 1	Año 2	Año 3
Demanda actual (Q)	31,013	31,013	31,013
Tendencia del mercado	0%	15%	20%
Demanda estimada (Q)	31,013	35,665	37,216
Participación de mercado	10%	12%	14%
Demanda anual del Proyecto (Q)	3,101	4,280	5,210
Demanda mensual del Proyecto (Q)	258	357	434
% Teñido de pelo	30%	30%	30%
Demanda de tenido de pelo	78	107	130
% de corte de pelo	70%	70%	70%
Demanda de corte de pelo	181	250	304

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 07: Planilla de pagos

Puesto	Cantidad	Sueldo Básico	Neto a pagar	Planilla Total
Administrador/Pedicurista	1	S/. 1,500.00	S/. 1,365.00	S/. 2,032.50
Recepcionista/limpieza	1	S/. 1,200.00	S/. 1,092.00	S/. 1,626.00
Estilista	1	S/. 950.00	S/. 864.50	S/. 1,287.25
	<b>Total</b>	<b>S/. 3,650.00</b>	<b>S/. 3,321.50</b>	<b>S/. 4,950.00</b>

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 08: Gastos administrativos

	Año 1	Año 2	Año 3
Remuneraciones del personal	S/. 4,950.00	S/. 4,950.00	S/. 4,950.00
Servicios públicos	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. 400.00
Útiles oficina	S/. 100.00	S/. 100.00	S/. 100.00
Otros	S/. 200.00	S/. 200.00	S/. 200.00
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>S/. 5,650.00</b>	<b>S/. 5,650.00</b>	<b>S/. 5,650.00</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>S/. 67,800.00</b>	<b>S/. 67,800.00</b>	<b>S/. 67,800.00</b>

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 09: Gastos comerciales

	Año 1	Año 2	Año 3
Publicidad	S/. 350.00	S/. 350.00	S/. 350.00
Promociones	S/. 300.00	S/. 300.00	S/. 300.00
Otros	S/. 100.00	S/. 100.00	S/. 100.00
TOTAL MENSUAL	S/. 750.00	S/. 750.00	S/. 750.00
TOTAL ANUAL	S/. 9,000.00	S/. 9,000.00	S/. 9,000.00

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 10: Inversión en activos fijos

	Valor adquisición	Cantidad	Valor total	Tiempo vida
Local	S/. 0.00	-	S/. 0.00	1
Equipos	S/. 9,750.00	1	S/. 9,750.00	5
Muebles	S/. 7,200.00	1	S/. 7,200.00	5
Total			S/. 16,950.00	

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 11: Capital de trabajo

CALCULO CAPITAL DE TRABAJO	Anual	Mensual	Meses	Total
Compras	S/. 240,287.52	S/. 20,023.96	1	S/. 20,023.96
Gastos administrativos	S/. 67,800.00	S/. 5,650.00	3	S/. 16,950.00
Gastos comerciales	S/. 9,000.00	S/. 750.00	3	S/. 2,250.00
Total			2	S/. 39,223.96
Inversiones	S/. 16,950.00		27%	S/. 15,000.00
Capital de trabajo	S/. 39,223.96	<b>S/. 56,174</b>	73%	S/. 41,174
			100%	<b>S/. 56,174</b>

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 12: Programa de endeudamiento

	36.00% Anual	2%	mensual	
		36	meses	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	56,174	1,123	1,560	2,684
2	54,614	1,092	1,560	2,653
3	53,053	1,061	1,560	2,621
4	51,493	1,030	1,560	2,590
5	49,932	999	1,560	2,559
6	48,372	967	1,560	2,528
7	46,812	936	1,560	2,497
8	45,251	905	1,560	2,465
9	43,691	874	1,560	2,434
10	42,130	843	1,560	2,403
11	40,570	811	1,560	2,372
12	39,010	780	1,560	2,341
13	37,449	749	1,560	2,309
14	35,889	718	1,560	2,278
15	34,329	687	1,560	2,247
16	32,768	655	1,560	2,216
17	31,208	624	1,560	2,185
18	29,647	593	1,560	2,153
19	28,087	562	1,560	2,122
20	26,527	531	1,560	2,091
21	24,966	499	1,560	2,060
22	23,406	468	1,560	2,029
23	21,845	437	1,560	1,997
24	20,285	406	1,560	1,966
25	18,725	374	1,560	1,935
26	17,164	343	1,560	1,904
27	15,604	312	1,560	1,872
28	14,043	281	1,560	1,841
29	12,483	250	1,560	1,810
30	10,923	218	1,560	1,779
31	9,362	187	1,560	1,748
32	7,802	156	1,560	1,716
33	6,242	125	1,560	1,685
34	4,681	94	1,560	1,654
35	3,121	62	1,560	1,623
36	1,560	31	1,560	1,592

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 13: Estado de resultados económicos

EGP	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas	333,773	446,926	536,258
Costo ventas	240,288	249,560	271,298
<b>Margen Bruto</b>	<b>93,485</b>	<b>197,366</b>	<b>264,960</b>
Gastos administrativos	(67,800)	(67,800)	(67,800)
Depreciación	(3,390)	(3,390)	(3,390)
Gastos comerciales	(9,000)	(9,000)	(9,000)
<b>Margen operativo</b>	<b>13,295</b>	<b>117,176</b>	<b>184,770</b>
Tributos		34,567	54,507
<b>Margen Neto</b>	<b>13,295</b>	<b>82,609</b>	<b>130,263</b>

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 14: Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas		333,773	446,926	536,258
Inversión inicial				
Activo fijo	(16,950)			
Capital de trabajo	(39,224)			
Compras		240,288	249,560	271,298
Gastos administrativos		(67,800)	(67,800)	(67,800)
Gastos comerciales		(9,000)	(9,000)	(9,000)
Pago impuestos		-	34,567	54,507
<b>Flujo Caja Económico (FCE)</b>	<b>(56,174)</b>	<b>497,261</b>	<b>155,133</b>	<b>242,668</b>
Préstamo recibido	56,174			
Amortización		(18,725)	(18,725)	(18,725)
Gastos financieros		(11,422)	(6,928)	(2,434)
Escudo fiscal		3,370	2,044	718
<b>Flujo Caja Financiero (FCF)</b>	<b>-</b>	<b>470,484</b>	<b>131,524</b>	<b>222,227</b>
FCE	(56,174)	497,261	155,133	242,668
FCF	-	470,484	131,524	222,227

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 15: Flujo de Caja

VAN Económico	S/. 719,358
Tasa de descuento	14%
TIR Económica	820%
Indice B/C	12.81

Fuente: Elaboración propia

## **CONCLUSIONES:**

a.- De acuerdo con la investigación realizada se ha determinado que el plan de negocios es viable, con proyecciones de crecimiento en el mercado. Es un proyecto, presenta una excelente ubicación comercial.

b.- Se ha establecidos procesos cortos, eficientes ya que son de mucha importancia para la empresa ya que de estos depende la prestación de los servicios, los mismos que deben mantener la calidad del servicio en todas sus etapas. Amore Salón busca mantener la calidad del servicio aprovisionándose de productos de calidad, comprados a precios justos en un mercado competitivo.

c.- Amore Salón ha considerado sus políticas para la contratación del personal a su cargo, está dispuesta a cumplir con todas las exigencias de ley, para sus trabajadores, como brindar las condiciones mínimas laborales. Se respetará los procesos para la selección, contratación e inducción del personal, fijando horarios establecidos y con sueldo acorde a la legislación vigente.

d.- La estructura organización de Amore Salón simple, corta, diseñada para la micro y pequeña empresa. Se ha considerado que las áreas tengan funciones claras, precisas para cada uno de los miembros de la empresa.

e- En cuanto al plan económico y financiero se ha determinado en un horizonte de 3 años. Se ha elaborado los principales estados financieros, como el flujo de caja, el mismo que arroja un resultado negativo el primer año y en los dos siguientes años este resultado se revierte.

## **BIBLIOGRAFÍA:**

- Arellano, Rolando 2018
- Fundamentos de Marketing, 13va.Edición, de Staton William, Etzel Michael y Walker Bruce, Mc Graw-Hill interamericana, 2004, Pag.5`
- Fundamentos de Marketing, 8va. Edición, Kotler & Armstrong Person. Educación. 2008, Pàg.6
- Instituto Nacional de Estadística e Informativa (INEI). Clasificación industrial internacional uniforme – CIIU. Disponible en: [www.inei.gob.pe](http://www.inei.gob.pe)
- Instituto de Estadística e Informática (INEI), Censos Nacionales
- SUNAT, 2017. Disponible: [www.sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe)
- <http://www.inei.gob.pe>
- [www.Emprendimiento.com](http://www.Emprendimiento.com)
- [www.elcomercio.pe](http://www.elcomercio.pe)