



Oscar Antonio Almirón Ramírez
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial – UNIDA
Administración de Empresas
Asunción – Paraguay - 2018

TÍTULO / TITLE:

**SALON DE BELLEZA NATASHA COIFFURE EN LA CIUDAD DE MARIANO
ROQUE ALONSO BARRIO SAN BLÁS
BEAUTY SALON NATASHA COIFFURE IN THE CITY OF MARIANO ROQUE
ALONSO, SAN BLÁS NEIGHBORHOOD**

RESUMEN:

Este estudio aborda la investigación de modelos didácticos para la identificación de la competencia investigativa en el perfil profesional de Administración de Empresas. Se implementó un plan de negocios que se enfocó en evaluar la viabilidad de establecer un Salón de Belleza en el Barrio San Blás, Mariano Roque Alonso. El análisis se centró en comprender las necesidades de los residentes de la zona a través de encuestas, buscando ofrecer un enfoque integral que beneficiaría a toda la comunidad circundante. El propósito central de este trabajo fue analizar los modelos didácticos para la identificación de la competencia investigativa en el ámbito de la Administración de Empresas, con un enfoque aplicado en la ejecución de un plan de negocios para evaluar la viabilidad de un Salón de Belleza en el Barrio San Blás. La metodología se basó en la ejecución de un plan de negocios, que incluyó encuestas para recopilar datos sobre las necesidades y expectativas de los habitantes de la zona respecto al establecimiento de un salón de belleza en su comunidad. Los resultados revelaron una clara demanda y aceptación de la propuesta del Salón de Belleza en el Barrio San Blás. La comunidad expresó la necesidad de un centro de belleza que no solo ofrezca servicios básicos, sino que también proporcione un ambiente reconfortante, precios accesibles y un trato excepcional. El estudio concluye que la implementación de un Salón de Belleza en el Barrio San Blás es viable y altamente demandada por la comunidad local. La propuesta no solo satisface las necesidades estéticas de los residentes, sino que también se destaca por su enfoque integral y accesibilidad para todo el público.

PALABRAS CLAVES: Administración de Empresas. Competencia Investigativa. Plan de Negocios. Salón de Belleza. Viabilidad del Negocio.

ABSTRACT:

This study addresses the investigation of didactic models for identifying investigative competence in the professional profile of Business Administration. A business plan was implemented, focusing on evaluating the feasibility of establishing a Beauty Salon in the San Blás neighborhood, Mariano Roque Alonso. The analysis focused on understanding the needs of the residents through surveys, aiming to provide a comprehensive approach that would benefit the entire surrounding community. The main purpose of this work was to analyze didactic models for identifying investigative competence in the field of Business Administration, with a focus on executing a business plan to assess the viability of a Beauty Salon in the San Blás neighborhood. The methodology was based on the execution of a business plan, including surveys to gather data on the needs and expectations of the inhabitants regarding the establishment of a beauty salon in their community. The results revealed a clear demand and acceptance of the Beauty Salon proposal in the San Blás neighborhood. The community expressed the need for a beauty center that not only offers basic services but also provides a comforting environment, affordable prices, and exceptional service. The study concludes that the implementation of a Beauty Salon in the San Blás neighborhood is viable and highly demanded by the local community. The proposal not only meets the aesthetic needs of residents but also stands out for its comprehensive approach and accessibility to the general public.

KEYWORDS: Beauty Salon. Business Administration. Business Plan. Business Viability. Investigative Competence.

1. INTRODUCCIÓN

El presente informe forma parte de una investigación exhaustiva que tuvo como propósito analizar los modelos didácticos para la identificación de la competencia investigativa en el perfil profesional de Administración de Empresas. La investigación se centró en la ejecución de un plan de negocios, específicamente un Salón de Belleza ubicado en el Barrio San Blás de la ciudad de Mariano Roque Alonso. Este enfoque permitió probar la viabilidad del negocio y evaluar las necesidades de los ciudadanos de la zona, quienes confirmaron la demanda de un centro de belleza que ofreciera servicios acordes a sus requerimientos.

El plan de negocios se estructuró con el objetivo principal de analizar la necesidad de abrir un Salón de Belleza que brinde servicios de estética y belleza beneficiosos para la comunidad del Barrio San Blás. Además, se plantearon objetivos específicos, como la concreción del plan de negocio, la identificación de los servicios comúnmente ofrecidos por un salón de belleza, y el análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas asociadas a la apertura del establecimiento.

El Salón de Belleza propuesto no solo se limita a ofrecer servicios básicos de peluquería, sino que aspira a proporcionar un espacio donde los clientes puedan escapar de la rutina y recibir tratamientos estéticos que contribuyan a su bienestar físico y mental. Con un enfoque en la innovación constante y la adaptación a las demandas del cliente, el salón planea implementar servicios especiales para eventos y productos diferenciados que le otorguen una ventaja competitiva en la zona.

El informe destaca la creciente relevancia del negocio de la belleza, donde la comodidad y la calidad del servicio se sitúan como aspectos fundamentales para el cliente. La investigación se enfoca en la ubicación estratégica del Salón de Belleza en el Barrio

San Blás, brindando a los residentes un acceso conveniente a servicios de belleza de calidad, evitando desplazamientos largos y costosos.

El artículo se organiza en cuatro capítulos. El primero aborda el marco teórico, proporcionando una breve historia de los salones de belleza a lo largo del tiempo. El segundo capítulo presenta el planteamiento del problema, los objetivos, las preguntas de investigación, la justificación, la población y muestra, así como las técnicas e instrumentos de recolección de datos. En el tercer capítulo se presentan los resultados de la investigación, incluyendo una estrategia competitiva y empresarial mediante una Matriz de Evaluación Cuantitativa de las 5 fuerzas competitivas de Porter. El cuarto y último capítulo contiene las conclusiones y recomendaciones derivadas del estudio.

Basándose en la información recopilada, se destaca la viabilidad de implementar un Salón de Belleza en el Barrio San Blás. Las recomendaciones se centran en mantener la estabilidad del negocio, innovar en servicios y productos, actualizar servicios según sea necesario y enfocarse en la satisfacción del cliente como prioridad, respaldando estos esfuerzos con estrategias de marketing, especialmente a través de redes sociales.

En resumen, este informe refleja la culminación de una investigación completa que respalda la apertura del Salón de Belleza en el Barrio San Blás, destacando su potencial para satisfacer las necesidades de la comunidad y ofrecer servicios diferenciados en el competitivo mercado de la belleza.

2. MATERIALES Y METODOLOGÍA

La definición de la estructura organizativa se sustentó en la determinación de roles y responsabilidades, garantizando la asignación eficiente de recursos humanos. Se llevó a cabo un análisis de competencias requeridas para cada puesto, asegurando la formación de un equipo altamente competente y especializado.

Diseño de la Investigación

La investigación se basó en un diseño metodológico cuantitativo. Un análisis exhaustivo de la literatura sobre certificación e inspección sirvió como base conceptual para la formulación del Plan de Negocios, destacando tendencias del mercado, requisitos normativos y mejores prácticas.

Recopilación de Datos

La recopilación de datos se ejecutó mediante fuentes primarias y secundarias. Las encuestas proporcionaron información valiosa sobre las demandas del mercado y las necesidades de los clientes. Además, se recopilaron datos estadísticos relevantes sobre la industria, competencia y proyecciones económicas.

Análisis de Mercado

El análisis de mercado se estructuró en torno a la identificación de clientes potenciales, el estudio de la competencia y la evaluación de estrategias de marketing efectivas. La segmentación del mercado se fundamentó en criterios demográficos y comportamentales, brindando una comprensión precisa del público objetivo y sus preferencias.

Proyecciones Financieras

El análisis financiero adoptó un enfoque proactivo, integrando proyecciones detalladas sobre ventas, inversiones, flujo de caja y rentabilidad. Se consideraron escenarios optimistas y adversos para ofrecer una visión completa de la viabilidad económica del proyecto.

Estructura Organizativa

La definición de la estructura organizativa se apoyó en la asignación eficiente de recursos humanos, respaldada por un análisis de competencias para formar un equipo altamente competente y especializado.

Conclusiones de la Metodología

La aplicación de esta metodología ha resultado en la construcción de un Plan de Negocios sólido y respaldado en evidencia. Los resultados obtenidos ofrecen una base robusta para decisiones estratégicas, garantizando la viabilidad y competitividad de la propuesta empresarial. La meticulosa implementación de esta metodología refuerza la validez y confiabilidad de los hallazgos, contribuyendo significativamente al campo de la certificación e inspección empresarial.

Planteamiento y Formulación del Problema

En un contexto donde la cultura del cuidado de la salud y belleza ha ganado relevancia en Paraguay, surge la necesidad de un Salón de Belleza en el Barrio San Blas de Mariano Roque Alonso. El problema planteado se centra en la ausencia de servicios que, además de cumplir con estándares básicos, ofrezcan asesoría de imagen personalizada. La investigación adoptó un enfoque cuantitativo para abordar la demanda de un salón de belleza en la zona.

Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación fue no experimental, ya que no se manipularon variables. Se utilizó un enfoque descriptivo para describir situaciones o fenómenos en estudio.

Población y Muestra

La población constó de 100 personas, hombres y mujeres, residentes en el Barrio San Blas, quienes fueron consultados mediante encuestas para evaluar la necesidad de un Salón de Belleza en la zona.

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

La técnica empleada fue la encuesta, utilizando un cuestionario con preguntas cerradas como instrumento para recopilar datos.

3. RESULTADOS

Especificaciones del Producto o Servicio

El negocio, denominado Salón de Belleza Natasha Coiffure, ofrece servicios especializados en el embellecimiento y cuidado personal de hombres y mujeres. Entre las ofertas se incluyen tratamientos capilares, faciales, y de manos y pies.

Especificaciones y Requisitos del Producto o Servicio

El Salón de Belleza presenta una variedad de servicios para ambos géneros, abarcando desde corte y lavado de cabello hasta tratamientos capilares y faciales. La oferta se destaca por su enfoque innovador, asesoramiento personalizado, y el uso de productos de primera calidad.

Área de Producción

Para satisfacer las demandas de los clientes, se requiere la colaboración de cuatro profesionales especializados en el salón de belleza Natasha Coiffure.

Equipos e Infraestructura

La infraestructura necesaria para el funcionamiento adecuado del salón incluye un espacio amplio con instalaciones de agua y electricidad, muebles esenciales como espejos

y sillas, áreas de espera cómodas, aire acondicionado, televisor, bebedero, estantes, mostrador, sillón para lavado de cabello y un baño.

Análisis del Mercado

Ubicación

El Salón de Belleza Natasha Coiffure estará ubicado estratégicamente en el Barrio San Blas de Mariano Roque Alonso, sobre la calle Ayacucho casi Mompox N° 532.

Balance Anual y Estrategia de Inversión

Se contempla realizar un balance anual en el primer año de apertura, evaluando el comportamiento de las ventas y las necesidades de los clientes. Se considera una posible inversión de capital para mejorar o expandir los servicios, en línea con el objetivo estratégico de lograr un crecimiento gradual del negocio y una mayor fidelidad de los clientes.

Mercado Geográfico y Mercado Objetivo

El mercado objetivo abarca hombres y mujeres residentes en el Barrio San Blas, con acceso a una variedad de servicios de belleza. La ubicación precisa se encuentra en la ciudad de Mariano Roque Alonso, sobre la calle Ayacucho casi Mompox N° 532.

Situación del Mercado

Los principales clientes potenciales son hombres y mujeres del Barrio San Blas, aprovechando la ubicación estratégica en una calle transitada, cercana a empresas de gran tamaño como la fábrica Pollpar S.A.

Definición precisa del perfil del cliente potencial

El negocio se dirige a dos grupos principales: mujeres y hombres. Entre las mujeres, se destacan los servicios más solicitados, como cortes y lavado de cabello,

tratamientos capilares, spa de manos y pies, entre otros. En el caso de los hombres, el servicio más demandado es el corte de cabello, manos y pies.

Análisis de la Competencia

En la zona, los competidores principales son Cómplices y La Pelu de Nuni, ambos ubicados en la Rural Shopping, aproximadamente a 800 metros del local. La distancia estratégica proporciona una ventaja competitiva para el Salón de Belleza Natasha Coiffure en el Barrio San Blas.

Elección del Mercado Objetivo

La elección del mercado se basa en la atención integral de belleza para hombres y mujeres, con servicios como cortes y lavado de cabello, tratamientos capilares, peinados, spa de manos y pies, limpieza facial, y asesoramiento personalizado. El enfoque se dirige a satisfacer las necesidades del Barrio San Blas y áreas circundantes, con un ambiente cómodo y precios accesibles.

Segmentación de los clientes

La segmentación se centra en mujeres adultas, jóvenes, niñas y hombres, cubriendo una amplia gama de servicios adaptados a cada grupo. Se estima un segmento de 100 personas mensuales del Barrio San Blas.

Crecimiento o decrecimiento del segmento en el futuro

El crecimiento del cliente varía según las temporadas y eventos locales, con mayor demanda los fines de semana. El decrecimiento se observa a mitad de mes y los primeros días de la semana.

Satisfacción de las necesidades del cliente y diferenciación del producto o servicio

El Salón de Belleza Natasha Coiffure se esfuerza por cubrir todas las necesidades de los clientes, ofreciendo un servicio integral y diferenciado. Con tres profesionales especializadas, el negocio destaca por su atención personalizada y productos de calidad.

Posicionamiento en Relación a los Competidores

El Salón de Belleza se posiciona favorablemente en servicio, atención, economía, y precios en comparación con la competencia cercana. La ubicación estratégica y la oferta de precios competitivos brindan una ventaja destacada.

Clasificación de los Clientes

La clasificación abarca principalmente mujeres adultas, jóvenes, niñas y hombres, con una amplia variedad de servicios demandados.

Cuota de Mercado y Volumen de las Ventas

La estrategia se enfoca en cubrir todas las necesidades del mercado para aumentar la demanda y competir eficientemente.

Determinación de la Estrategia del Mercado

La estrategia de marketing busca cubrir las necesidades de los clientes, con especial énfasis en promociones para tratamientos capilares y belleza. Se utiliza la publicidad en redes sociales como herramienta principal para atraer a clientes potenciales.

Producto o Servicio. Características

Los servicios ofrecidos incluyen tratamientos capilares, corte y lavado de cabello, brushing, baños nutritivos, peinados, color, spa de manos y pies, tratamientos de belleza facial, maquillaje, limpieza de cutis, depilación con cera, pestañas postizas, perfilación de cejas, y asesoramientos de belleza.

Estrategia de Fijación de Precios

La fijación de precios se realiza considerando los productos utilizados y los precios del mercado, asegurando competitividad.

Posición. Distribución

El Salón de Belleza se encuentra en una zona concurrida del Barrio San Blas, ofreciendo un servicio accesible y necesario para la comunidad.

Canales de Distribución. Vía de Acceso al Cliente

La ubicación estratégica facilita el acceso a clientes y proveedores, con calles en buen estado y transporte público cercano.

Promoción. Comunicación con el Cliente

La promoción se realiza principalmente a través de redes sociales, como Facebook y Whatsapp, destacando trabajos realizados y promociones especiales.

Análisis del Mercado Proveedor

Dos proveedores principales, Recofar y Mega Cosméticos, suministran productos para tratamientos capilares y de belleza, asegurando la calidad de los servicios ofrecidos.

En conclusión, los resultados obtenidos en esta investigación revelan un panorama sólido y fundamentado en evidencia para la creación y desarrollo del Salón de Belleza Natasha Coiffure. La metodología aplicada ha proporcionado una base robusta para la toma de decisiones estratégicas, asegurando la viabilidad y competitividad del proyecto empresarial en el ámbito de la certificación e inspección en el sector. La meticulosa implementación de esta metodología respalda la validez y confiabilidad de los hallazgos, consolidando así la contribución sustancial de la investigación al campo.

Este informe técnico ha delineado detalladamente cada aspecto de la investigación, desde el diseño metodológico hasta la análisis del mercado y la estrategia

de marketing. La información recopilada a través de fuentes primarias y secundarias, junto con el análisis de competencias y proyecciones financieras, proporciona una guía sólida para la implementación del plan de negocios.

En última instancia, la apertura del Salón de Belleza Natasha Coiffure se presenta como una propuesta que no solo satisface las necesidades estéticas de la comunidad del Barrio San Blas, sino que también se posiciona estratégicamente para competir en el mercado local. La elección del mercado objetivo, la diferenciación de servicios y la atención centrada en el cliente son elementos clave que respaldan la viabilidad y el éxito futuro del emprendimiento.

4. DISCUSIÓN

El análisis realizado en torno al objetivo general de la investigación, centrado en la necesidad de desarrollar un plan de negocios para la apertura de un Salón de Belleza en el Barrio San Blas, proporciona una visión integral de los elementos clave que sustentan este emprendimiento. Los objetivos específicos trazados han sido abordados con detenimiento, y sus hallazgos ofrecen un panorama esclarecedor para la toma de decisiones estratégicas.

Identificación de Necesidades Estéticas

La primera meta específica, enfocada en identificar las necesidades de los pobladores del Barrio San Blas en relación con la estética y los servicios de belleza, revela tendencias significativas. La demanda latente por servicios accesibles y personalizados destaca la oportunidad de satisfacer estas expectativas mediante un enfoque integral en el Salón de Belleza Natasha Coiffure. Este análisis refuerza la premisa de que el negocio no solo aborda una necesidad percibida sino también se alinea con las preferencias identificadas en la población objetivo.

Evaluación del Movimiento del Mercado Local

La segunda meta específica se enfocó en determinar el movimiento del mercado local, especialmente en términos de competencias. La investigación ha delineado de manera exhaustiva la estructura competitiva en el área, identificando competidores clave y sus ubicaciones. Este conocimiento proporciona una base sólida para la formulación de estrategias comerciales. Además, se destaca la importancia de comprender las dinámicas de la competencia para ajustar el plan de negocios y garantizar la diferenciación efectiva.

Propuesta de Plan de Negocios

La tercera meta específica involucró la propuesta de un plan de negocios basado en estudios e investigaciones en la zona de operaciones. Los resultados obtenidos respaldan la viabilidad y relevancia de la propuesta del Salón de Belleza Natasha Coiffure. El análisis de mercado, las proyecciones financieras y la estructura organizativa propuesta se integran de manera coherente, delineando un enfoque estratégico para el éxito del emprendimiento.

Consideraciones Integradoras

En conjunto, estos resultados indican que la investigación ha cumplido con los objetivos establecidos. El Salón de Belleza Natasha Coiffure se presenta como una respuesta concreta a las necesidades estéticas identificadas en la comunidad del Barrio San Blas. La comprensión profunda del mercado local y la propuesta de un plan de negocios bien fundamentado posicionan este emprendimiento como una contribución significativa al ámbito de la belleza y la estética en la zona. La discusión de estos resultados sienta las bases para futuras investigaciones y acciones estratégicas en el campo de los servicios de belleza en entornos comunitarios.

5. CONCLUSIONES

El análisis exhaustivo realizado en este estudio, orientado hacia la apertura de un Salón de Belleza en el Barrio San Blas, ofrece conclusiones fundamentales para la viabilidad y sostenibilidad del negocio. Los objetivos delineados, que abarcan desde la identificación de necesidades estéticas hasta la propuesta de un plan de negocios, han sido abordados con meticulosidad.

Demanda y Accesibilidad

Los resultados reflejan una clara demanda de servicios de belleza en el Barrio San Blas, respaldada por la falta de accesibilidad a salones de belleza en la ciudad. La población consultada muestra una preferencia por servicios accesibles, un trato personalizado y una ubicación conveniente. La implementación de un Salón de Belleza como Natasha Coiffure responde directamente a estas necesidades, ofreciendo una solución integral y económica.

Competitividad y Diferenciación

El análisis competitivo revela la existencia de otros negocios en la zona, pero la singularidad del enfoque de Natasha Coiffure, integrando una amplia gama de servicios en un solo lugar, se posiciona como una propuesta distintiva. La estrategia de precios competitivos y la atención a la calidad del servicio, respaldada por un equipo altamente calificado, refuerzan la capacidad del salón para diferenciarse y destacar en el mercado local.

Factibilidad Financiera

La evaluación financiera indica la viabilidad del negocio, considerando los ingresos y egresos proyectados. La inversión en tecnología y actualización constante de servicios, respaldada por las preferencias y exigencias de los clientes, se traduce en

beneficios esperados. La estabilidad financiera a largo plazo se prevé mediante una expansión gradual y un enfoque continuo en la satisfacción del cliente.

Marketing y Expansión

El plan de marketing propuesto, centrado en las redes sociales, se identifica como una herramienta esencial para la visibilidad y comunicación efectiva con los clientes. La estrategia incluye la diversificación de servicios para eventos especiales, como cumpleaños infantiles y bodas, con el objetivo de mantener la relevancia y atraer nuevos segmentos de clientes.

Recomendaciones

Se sugiere seguir la misma línea estratégica establecida en este plan de negocios, priorizando la estabilidad del negocio, la innovación constante y la actualización de servicios. La inversión en cada nuevo proceso innovador debe considerarse cuidadosamente, siempre manteniendo al cliente como el foco principal de cada iniciativa.

En resumen, este estudio respalda la creación de Natasha Coiffure como un Salón de Belleza integral y accesible en el Barrio San Blas, proporcionando servicios que no solo cumplen con las expectativas de la comunidad local, sino que también se anticipan a sus necesidades cambiantes. La propuesta se muestra como económicamente viable y sostenible, ofreciendo una base sólida para la iniciativa empresarial en el sector de la belleza y la estética en la ciudad de Mariano Roque Alonso.

6. REFERENCIAS

Briad, G. (s.f). La historia del mundo del cabello. Hair Studio. Recuperado de; http://thehistoryofthehairsworld.com/index_spanish.html

Castro, M. (2003). El proyecto de investigación y su esquema de elaboración. (2ª.ed.). Caracas: Uyapal.

El tiempo. (1997). La belleza en la historia. El tiempo. Recuperado de: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-528651>

Guías Prácticas. (2015). Salón de Belleza. . Recuperado de: <http://www.guiaspracticas.com/peluqueria-y-estetica/salon-de-belleza>

Hernández, Fernández y Baptista. Metodología de la Investigación. Editorial Mc Graw Hill. Mexico. 2001.

Hernández, R. (2017). 31 definiciones de mercadotecnia. Marketing directo. Recuperado de: <https://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/31-definicionesde-mercadotecnia-9>

Norwich, L.A. (2010). Los primeros salones de belleza. Anácrónicos. Recuperado de: <http://anacronicos.forosactivos.net/t344-los-primeros-salones-de-belleza>

Ordaz, V. y Saldaña, G. (s.f). Análisis y crítica de la metodología para la realización de planes regionales en el estado de Guanajuato. Edumet.net. Disponible en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2006b/voz/1a.htm>

Ronda, G. A. (2002, marzo 11). Un concepto de estrategia. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/un-concepto-de-estrategia/>

Thompson, I. (2006). Definición de Empresa. Promonegocios.net. . Recuperado de: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definicion-concepto.html>

Thompson, I. (2006). Definición de Misión y Visión. Promonegocios.net. . Recuperado de: <https://www.promonegocios.net/empresa/mision-vision-empresa.html>

Thompson, I. (2009). Definición de Cliente. Promonegocios.net. . Recuperado de: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definicion-concepto.html>