

Fantasy Nails

Creación de nueva unidad estratégica de negocios para una
empresa ya existente

Trabajo Final Integrador

Licenciatura en Administración de Empresas

Alumna: Varela Gisela Verónica

Tutor: María Eugenia Puccio

2025

Resumen Ejecutivo

Fantasy Nails, fundada en 2013 por Gisela Varela en Cruz del Eje, se ha consolidado como líder en servicios de uñas y alquiler de estaciones de manicuría, destacándose por su enfoque en la excelencia y la satisfacción del cliente. En 2024, la marca inicia una emocionante fase de crecimiento al lanzar una unidad dedicada a la venta de insumos especializados para uñas, diversificando su oferta y posicionándose como un referente integral en el cuidado de manos y pies.

Con esta expansión, Fantasy Nails proporcionará a salones de belleza, spas y profesionales independientes que requieren insumos de uñas. La competencia en la ciudad es limitada, destacándose "Perfumería Nancy", que ofrece una variedad reducida de productos. Esto representa una oportunidad para captar la demanda de clientes que buscan variedad y calidad.

El diagnóstico realizado reveló fortalezas clave, como su local propio, buena ubicación, personal capacitado y precios accesibles, que le otorgan una ventaja competitiva frente al único competidor directo en la región. Además, las oportunidades identificadas incluyen el interés creciente en la estética personal y la preferencia de los clientes por comprar productos localmente, siempre que haya disponibilidad y calidad.

Los resultados del análisis financiero confirman la viabilidad del proyecto, con un **VAN de \$39.244.876**, una **TIR del 550.54%** y un **PRI de casi 3 meses**, lo que asegura retornos rápidos y sostenibles. El proyecto también contempla un crecimiento del 25% anual en ventas, la ampliación del local para el cuarto año y la implementación de un sistema de e-commerce para captar el 10% de las ventas.

Fantasy Nails representa una oportunidad de inversión sólida y rentable. Con su enfoque en la calidad, la innovación y la satisfacción del cliente, está bien posicionado para convertirse en un referente en la venta de insumos de uñas y servicios complementarios en la región. La ejecución de este proyecto no solo es aconsejable, sino que también promete un impacto positivo en el mercado local y el desarrollo económico de la comunidad

Índice

Introducción	5
Idea del Negocio.....	6
- La empresa.....	6
- La historia de los miembros	6
- Misión, Visión y Valores	7
Diagnostico Organizacional.....	8
- Macroentorno	8
- Análisis PESTEL.....	8
- Matriz de evaluación de factores externos (EFE).....	12
-Microentorno.....	14
-Matriz del perfil competitivo.....	14
-Análisis de las cinco fuerzas competitivas.....	15
-Matriz de evaluación de factores internos (EFI)	18
Mercado Objetivo	19
-Análisis FODA	19
-Objetivos.....	21
-Selección de estrategias	22
-Mercado Objetivo.....	24
-Muestra	25
-Análisis de la demanda potencial.....	29
Desarrollo del nuevo negocio.....	31
-Descripción del producto/servicio	31
-Productos.....	32
-Mejoras e innovaciones en el servicio	36
-Diseño y Marca.....	37
-Logo	37
-Slogan.....	37
-Cadena de valor	38
Producción y Operaciones	40
-Ubicación	40
-Distribución de las operaciones	40
-Proveedores	41
-Flujo de operaciones	41

-Tecnologías utilizadas	42
-Producción	43
-Recursos humanos.....	43
-Organigrama.....	44
-Análisis y descripción de puestos	44
Plan de marketing.....	47
-Estrategia de producto	47
-Estrategia de distribución	49
-Estrategia de comunicación	49
-Estrategia de precio.....	51
Presupuesto.....	53
-Demanda potencial.....	53
-Precio.....	54
-Inversión	55
-Ingresos	56
-Egresos.....	56
-Flujo de fondos proyectado	59
-Análisis de proyecto de inversión (PRI, VAN Y TIR)	59
Conclusión	60
Recomendaciones finales	61
Anexos	62
Bibliografía.....	67

Introducción

En el año 2013, Gisela Varela fundó "Fantasy Nails" en la ciudad de Cruz del Eje, estableciendo un referente en el rubro de servicios de uñas y alquiler de estaciones de manicuraria. Con una visión vanguardista y un compromiso inquebrantable con la excelencia, Gisela ha consolidado su marca como sinónimo de calidad y sofisticación en el cuidado de manos y pies.

Con el paso de los años se ha observado como el rubro ha crecido, no solo a nivel local, sino nacional y mundial. Cada vez son muchas más personas las que eligen realizarse este servicio, como muchos otros servicios relacionados a la estética, por este motivo es que siguen abriendo centros de estética pese a la crisis.

Con la mirada puesta en la innovación y en respuesta a la creciente demanda de sus clientes, Fantasy Nails se encuentra en el umbral de una nueva etapa. En el año 2023, la empresa planea expandir sus operaciones mediante la creación de una nueva unidad estratégica de negocio focalizada en la venta de insumos especializados para uñas. Esta iniciativa se erige como un paso estratégico hacia la diversificación de la oferta y la consolidación de Fantasy Nails como un destino integral para profesionales de la belleza y amantes del cuidado personal en Cruz del Eje.

La empresa se encuentra en una localidad de alrededor de 30.000 habitantes, según señala el INDEC, en donde hace diez años los profesionales en este rubro de la zona eran dos, hoy en día ese número se incrementó exponencialmente. A pesar de esto, existe solo un vendedor de insumos en la zona, el cual, no posee variedad en productos, ya que el espacio en el que trabaja es pequeño y comercializa productos de toda el área de la estética en general (peluquería, maquillaje, uñas, etc.)

El objetivo de esta expansión es brindar a la comunidad de estilistas y aficionados al mundo de la belleza un acceso más directo y conveniente a productos de alta calidad, respaldados por la experiencia y conocimiento que caracteriza a Fantasy Nails. Esta nueva unidad de negocio no solo fortalecerá la posición de la marca en el mercado local, sino que también abrirá nuevas oportunidades de crecimiento y colaboración con proveedores especializados en el ámbito de la belleza y el cuidado personal.

A través de esta iniciativa, Fantasy Nails busca también anticiparse a las tendencias y demandas emergentes en la industria de la belleza.

Idea del Negocio

La idea del negocio que se llevará a cabo en el siguiente estudio, es integrar a un centro de servicios de manicuría, la venta de insumos para profesionales en dicha área.

El lugar recibirá el nombre de Fantasy Nails, y se venderán todo tipo de insumos para uñas desde esmaltes, geles y acrílicos, como así también diferentes herramientas y aparatologías que se necesitan para poder realizar los servicios. Con la ventaja de poder apreciar el producto personalmente y también de poder recibir la ayuda del personal capacitado.

La Empresa



Una Fantasía de Belleza al Alcance de tus Manos

La historia de los miembros

Gisela Verónica Varela nació el 5 de octubre de 1991 en Cruz del Eje, provincia de Córdoba. Es hija de José Pedro Varela y Juana Graciela Barraza, y tiene dos hermanos, Alan y Marcelo Varela. En 2009, completó sus estudios secundarios en el Instituto Juan Pablo II.

En 2010, Gisela decidió continuar su formación y se matriculó en la carrera de Técnica en Administración de Empresas, obteniendo su título en 2012. Ese mismo año, comenzó a trabajar en JH Automotores, donde se desempeñó en ventas y administración.

En 2013, motivada por el deseo de emprender, Gisela realizó cursos de uñas y abrió su propio gabinete de uñas, marcando el inicio de su exitosa carrera en el mundo de la manicura. En 2016, simultáneamente a su trabajo en Gru-Mac, una empresa financiera, Gisela decidió ampliar su negocio al agregar tres estaciones de manicuría para alquilar.

En 2018, Gisela se dedicó de lleno a su negocio de uñas y continuó expandiéndolo. En 2019, buscando complementar su experiencia con conocimientos académicos, se inscribió en la Licenciatura en Administración de Empresas en la Universidad FASTA.

Hoy en día, Gisela tiene la visión de llevar su negocio al siguiente nivel, incluyendo la venta de insumos de uñas. Su dedicación y pasión por su emprendimiento son el motor que impulsa su crecimiento y éxito en el mundo de la belleza y la administración de empresas.

Misión

“Atender la creciente demanda de cuidado y embellecimiento, proporcionando servicios excepcionales y ofreciendo una amplia gama de insumos de alta calidad.”

Visión

“Convertir a Fantasy Nails en la empresa más elegida por las esteticistas por su calidad en servicio al cliente y variedad en productos”

Valores

- **Honestidad:** En esta empresa, se valora la honestidad como un pilar fundamental. Se comprometen a mantener la transparencia y la confiabilidad en todas las interacciones, proporcionando un servicio basado en la integridad y la veracidad.
- **Lealtad:** Se aprecia la fidelidad y el compromiso con los clientes y colaboradores. La empresa está dedicada a construir relaciones a largo plazo basadas en la confianza mutua y el respeto.
- **Pasión:** La pasión impulsa el trabajo de esta empresa. Se muestran apasionados por el cuidado de las uñas y la belleza, lo que se refleja en la dedicación y el entusiasmo que ponen en cada servicio y producto que ofrecen.
- **Servicio:** La satisfacción del cliente es la prioridad de esta empresa. Se esfuerzan por proporcionar un servicio excepcional, superando las expectativas y creando experiencias memorables para los clientes.
- **Compromiso:** La empresa está comprometida con la excelencia en todo lo que hace. Se esfuerza por ofrecer productos y servicios de la más alta calidad, manteniendo un compromiso constante con la mejora y la superación.
- **Profesionalismo:** El equipo de esta empresa está compuesto por profesionales altamente capacitados y dedicados. Mantienen los más altos estándares de ética y conducta profesional en cada interacción con los clientes y colegas.

Diagnostico Organizacional

Macroentorno

El **macroentorno** está compuesto por todos aquellos factores demográficos, económicos, tecnológicos, políticos, legales, sociales, culturales y medioambientales que afectan al entorno de la empresa. Representa a todas las fuerzas externas y que no son controlables por la empresa.

Análisis PESTEL

El análisis **PESTEL** analiza el entorno macro económico y te ayuda a identificar las oportunidades y amenazas de la empresa.

Entorno Político

En Argentina, bajo la presidencia de Javier Milei, se observa un enfoque político que busca promover un ambiente económico más liberal y pro-negocios. Milei ha expresado su apoyo a políticas que fomenten la libre competencia y reduzcan la intervención del Estado en la economía. Esto podría traducirse en medidas que faciliten la importación de insumos para manicuras y promuevan un entorno más favorable para el comercio electrónico, lo que sería beneficioso para el negocio de venta de insumos de uñas.

Sin embargo, es importante tener en cuenta que el panorama político argentino puede ser dinámico y sujeto a cambios. Por lo tanto, es crucial monitorear de cerca cualquier nueva legislación o política gubernamental que pueda impactar en el negocio, tanto positiva como negativamente. Adaptar estrategias comerciales de manera proactiva para aprovechar las oportunidades y mitigar los riesgos resulta fundamental en este contexto político.

Entorno Económico

En el ámbito económico, Argentina enfrenta desafíos significativos, incluyendo la inflación, la volatilidad cambiaria y la deuda pública elevada. Estos factores pueden influir en el negocio de venta de insumos de uñas de varias maneras.

La alta inflación en Argentina puede afectar los costos de producción y los precios de los insumos para manicuras. Los aumentos de precios pueden reducir los márgenes de ganancia del negocio y afectar la capacidad de los consumidores para adquirir productos, lo que podría impactar en la demanda de insumos de uñas.

La volatilidad en el mercado cambiario argentino puede influir en los costos de importación de insumos para manicuras, ya que muchos de estos productos son importados. Variaciones en el tipo de cambio pueden afectar la rentabilidad del negocio y su capacidad para ofrecer precios competitivos.

La situación de la deuda pública argentina puede tener implicaciones en la estabilidad económica del país y en la confianza de los inversores. Esto puede influir en la disponibilidad de financiamiento para las empresas, así como en las condiciones macroeconómicas generales que afectan el comportamiento del consumidor y el gasto en productos de belleza, incluyendo los insumos de uñas.

El entorno económico argentino presenta desafíos que pueden impactar en el negocio de venta de insumos de uñas. Es importante que el negocio esté preparado para enfrentar estas condiciones económicas y ajustar sus estrategias comerciales en consecuencia para mantener su competitividad y sostenibilidad a largo plazo.

Entorno Socio-Cultural

Los factores Socio-culturales son aquellos elementos de la sociedad (cultura, religión, creencias, etc) que pueden afectar al proyecto. Es importante prestar atención a las tendencias en la sociedad actual y ver como estas van cambiando.

Con el paso de los años se ha observado como el rubro ha crecido, no solo a nivel local, sino nacional y mundial. Cada vez son muchas más personas las que eligen realizarse este servicio, no tan solo para las mujeres, sino también en el último año muchos hombres han optado por involucrarse al mundo de las uñas y la tendencia indica que es un rubro que seguirá creciendo con el paso del tiempo, como muchos otros servicios relacionados a la estética, por este motivo es que siguen abriendo centros de estética pese a la crisis, es uno de los únicos negocios que no ha caído. Hace unos años, este servicio se realizaban las mujeres cuando tenían un evento, por ejemplo, un casamiento. Hoy por hoy, eligen realizarse el servicio para el día a día, sobre todo las mujeres que poseen trabajos sofisticados, en oficinas o atención al cliente en el que las manos están muy a la vista, es una de las primeras partes del cuerpo que se observa en la buena presentación de una persona, incluso en algunos trabajos les exigen a las empleadas mantener sus manos arregladas. Por estos motivos se incrementa la demanda de dicho servicio y con esto aumenta el número de profesionales como así también la demanda de insumos para realizar tales servicios.

Cruz del Eje es un departamento en el noroeste de la provincia de Córdoba, Con sus 6.653 km², representa el 4% del total de la superficie cordobesa. La cabecera es la ciudad homónima.

De acuerdo a los datos oficiales del INDEC una característica de la distribución poblacional es la alta concentración en la cabecera departamental: el 54% residen en la ciudad de Cruz del Eje.

Las personas cada vez se preocupan más por verse bien, por su imagen, esto afectaría positivamente a la empresa ya que cada vez son mas las personas que eligen verse bien como también mostrarse a través de redes sociales, como por ejemplo los famosos, donde sus fans los observan y los eligen como su modelo a seguir en estilo y moda.



Entorno Tecnológico

Con el paso del tiempo la tecnología ha avanzado a pasos agigantados, permitiendo a las empresas tener mejores rendimientos gracias a la misma. Un claro ejemplo de lo que ofrece la tecnología como beneficio a las empresas es la red, ya que mediante esta se genera una conectividad entre empresas y clientes, permitiendo una relación estrecha mediante el desarrollo de páginas web, redes sociales, las cuales son de gran utilidad para promociones y publicidades hacia los consumidores, como de igual forma los chats online, favoreciendo el asesoramiento permanente y de manera más rápida. Esto les permite a las empresas un acercamiento al cliente de manera menos costosa, y al mismo tiempo a los

usuarios les brinda mayor comodidad por la facilidad en adquirir información sobre el producto que desean consumir, como así también en la evolución de los medios de pagos y financiamiento mediante internet. (López, 2015)



En el mundo de las uñas, es muy importante mantenerse actualizado siempre, ya que todo el tiempo se lanzan nuevos productos o sistemas de construcción de uñas más duraderos, más naturales o más sanos, etc. Como así también, cabinas de secado UV más rápidas y en muchos casos en necesario capacitarse para conocer su funcionamiento.

Por otro lado, es importante poseer una base de datos para un mejor control de los productos en stock, las ventas, costos, etc. Por esto, es necesario el uso de una computadora en el local, como también para realizar las publicidades necesarias en las redes sociales, ya que son un medio muy factible para esta clase de productos. La tecnología de la comunicación, como redes sociales pueden afectar positivamente, debido a que estos son pantallas donde se exhibe la imagen de las personas y todo lo referido a la estética. Constantemente se crean nuevas tecnologías para hacer más fácil el trabajo de construir o diseñar uñas. Por ejemplo, cabinas UV led, que hacen que el secado de los geles sea cada vez más rápido. La última novedad es la impresora de diseños de uñas, que consiste en seleccionar una imagen desde la galería del celular y enviarla mediante bluetooth con una APP a dicha impresora y en cuestión de segundos un diseño perfecto se realiza en sus uñas.

Una comercializadora de insumos para uñas, debe estar atenta a cada novedad o avance tecnológico que ocurre referido rubro para poder mantenerse como líderes en dicho mercado.

Entorno Ecológico

En los últimos años, se observa un fuerte crecimiento de la consciencia ambiental, en donde se prioriza el medioambiente y su cuidado. Este análisis incluye las normas y regulaciones que afectan al medioambiente y el uso y consumo de las energías renovables o no renovables.

En la investigación cosmética se llevan a cabo dolorosos experimentos en cientos de miles de animales cada año, incluyendo conejos, cobayas, ratas, ratones. Estas pruebas incluyen la irritación de la piel o los ojos, sensibilización de la piel (provocar alergias), toxicidad (envenenamiento), mutagenicidad (daño genético), teratogenia (defectos de nacimiento), carcinogenicidad (causar cáncer), daño genético embrionario o fetal, toxicocinética (para estudiar la absorción, metabolización, distribución y excreción de las sustancias químicas). Las pruebas cosméticas con animales no están específicamente requeridas por ley. Para promocionar un producto debe demostrarse que es seguro, y eso puede hacerse usando pruebas y métodos validados que no utilizan animales, y utilizando combinaciones de ingredientes ya existentes que son seguros para su uso en humanos.

Se ha estimado que existen cerca de 15.000 ingredientes que ya han sido probados y declarados seguros. Más y más compañías que evitan la crueldad con los animales

están negándose a probar sus productos y aun así producen productos seguros, efectivos y de alta calidad. Existen sellos para comprobar que el producto que adquirimos no fue probado con animales (ninguno de sus componentes). Los más comunes son los siguientes:



Si se encuentra algunos de estos sellos en los productos, significa que están libres de crueldad en animales/no testeado en animales. Esto afecta de modo que, hay muchas personas que optan por estos productos “cruelty free” como así también muchas de ellas, desprecian las empresas que están a favor de estas pruebas en animales. Por este motivo Fantasy Nails decide trabajar con productos libres de crueldad animal.

Entorno Legal

Cada lugar tiene unas leyes establecidas que es necesario respetar. Es obligación de las empresas cumplirlas y actuar dentro del marco que establecen. Sin embargo, también es necesario conocer la legislación sobre factores que puedan influir en la marcha del proyecto, como por ejemplo lo relativo a los hábitos de consumo, los roles sociales, las libertades o la intervención del Estado, entre otros. En Argentina, a las normativas de cosméticos se encuentra regulada por la ANMAT (Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica). En el anexo 2 se puede encontrar regulaciones que influyen en el proyecto de venta de insumos de uñas.

Para que la empresa se encuentre en regla para poder trabajar, debe inscribirse en la AFIP, en IIBB (en la Provincia de Córdoba se encuentra unificado) y en la Municipalidad de la Ciudad de Cruz del Eje.

Matriz de evaluación de factores externos (EFE)

La matriz de evaluación de factores externos es una herramienta de diagnóstico que permite identificar y evaluar los diferentes factores externos que pueden influir con el crecimiento y expansión de una marca, dentro del instrumento facilita la formulación de

diversas estrategias que son capaces de aprovechar las oportunidades y minimizar los peligros externos.

Para realizar este análisis, en primer lugar, se establece un valor relativo a cada factor, donde 0.0 se denomina “no importante” y 1.0 “muy importante”. En segundo lugar, se determina una calificación de 1 a 4 para cada uno de los factores, esto indica si las estrategias de la empresa responderían con eficacia al factor, donde 4 es “mayor eficacia” y 1 “poca eficacia”. El tercer paso, es multiplicar el peso de cada factor por su calificación para así obtener una calificación ponderada. Luego, se suma las calificaciones ponderadas de cada una de las variables para determinar el total ponderado del plan de negocios, como se desarrolla a continuación.

Valor crítico del éxito	Peso	Calificación	Puntuación
Oportunidades			
1- Las pers. se preocupan cada vez más por su apariencia	0,07	4	0,28
2- Incr. del número de profesionales del rubro	0,10	3	0,3
3- No hay competencia directa	0,06	1	0,06
4- Tendencia de consumo	0,05	2	0,1
5- El negocio de la estética se mantiene a pesar de la crisis	0,08	3	0,24
6- Estacionalidad	0,07	2	0,14
7- Posibilidad de reinversión	0,05	2	0,1
8- Aprovechamiento de moda y tendencia	0,07	4	0,28
9- Innovación	0,07	3	0,21
10- Necesidad del producto	0,06	2	0,12
Total Oportunidades			1,83
Amenazas			
1- E-Commerce	0,08	1	0,08
2- Inflación	0,09	3	0,27
3- Productos sustitutos	0,03	2	0,06
4- Disminución de poder adquisitivo	0,05	2	0,1
5- Restricción de importaciones	0,07	3	0,21
Total amenazas			0,72
Totales	1	-	2,55

Una vez realizada la Matriz EFE, da como resultado, una puntuación de 2,55. El valor promedio ponderado es de 2,5. Por encima de este valor significa que la empresa responde relativamente bien a los factores externos.

Microentorno

El microentorno de una empresa comprende los factores en el área inmediata de operación que afectan su desempeño y la libertad de toma de decisiones. Forman parte de ese microentorno los competidores, clientes, canales de distribución, proveedores y el público.

Matriz del perfil competitivo

La matriz de perfil competitivo identifica a los principales competidores de una empresa, así como sus fortalezas y debilidades específicas en relación con la posición estratégica de una empresa en estudio. En Cruz del Eje, solo hay un distribuidor de productos de estética, el cual provee a todos los profesionales de la zona. Su espacio es pequeño, no brinda atención un profesional, no posee variedad de productos, los mismos son de poca calidad y los precios son altos.

Factor crítico del éxito	Peso	Fantasy Nails		Perfumería Nancy	
		Clasif.	Puntuación	Clasif.	puntuación
Variedad de productos	0,1	3	0,3	2	0,2
Capacitación	0,08	4	0,32	1	0,08
Experiencia en Ventas	0,08	2	0,16	4	0,32
Demostración de nuevos prod.	0,05	3	0,15	1	0,05
Calidad de productos	0,1	3	0,3	2	0,2
Competitividad en precios	0,05	3	0,15	3	0,15
Participación en el mercado	0,08	2	0,16	2	0,16
Estructura de bajo costo	0,08	4	0,32	3	0,24
Retención de consumidores	0,1	2	0,2	2	0,2
Capacidad tecnológica	0,04	2	0,08	2	0,08
Ventas on-line	0,1	2	0,2	1	0,1
Promociones	0,08	2	0,16	2	0,16
Variedad de canales de distrib.	0,06	3	0,18	1	0,06
Totales	1	45	2,68	26	2

Tras analizar el perfil competitivo entre Fantasy Nails y Perfumería Nancy en el mercado de venta de insumos de uñas en Cruz del Eje, Córdoba, se observa que Fantasy Nails posee una ventaja global con un puntaje total de 2.68 frente a los 2 de Perfumería Nancy. Fantasy Nails destaca en áreas cruciales como variedad de productos, capacitación, calidad de productos y estructura de bajo costo, lo que le otorga una posición más sólida. Sin embargo, Perfumería Nancy muestra fortalezas en experiencia en ventas y retención de consumidores, indicando una base leal de clientes. Ambas empresas tienen oportunidades de mejora en demostración de nuevos productos, capacidad tecnológica y ventas en línea. En conclusión, mientras Fantasy Nails tiene una ventaja general, Perfumería Nancy cuenta con áreas específicas de fuerza que podrían ser capitalizadas para mejorar su competitividad, y ambas podrían beneficiarse de la innovación tecnológica y la promoción de nuevos productos para fortalecer su posición en el mercado.

Análisis de las cinco Fuerzas competitivas

El estado de competencia de una industria depende de cinco fuerzas competitivas básicas. La acción conjunta de estas fuerzas determina la intensidad de la competencia, así como su rentabilidad. Cada una de estas cinco fuerzas puede generar oportunidades o amenazas competitivas para la organización durante la interacción con el medio ambiente.

Rivalidad con los Competidores Actuales: FUERZA BAJA

En el contexto de Cruz del Eje, la rivalidad entre competidores existentes en la venta de insumos para uñas se percibe como una fuerza baja. Actualmente, el único competidor directo en este rubro es "Perfumería Nancy", situado en la calle San Martín, barrio centro de la ciudad. Aunque se ha notado un aumento en la demanda de insumos de manicura debido al crecimiento de los servicios de estética en los últimos años, la oferta se ve limitada, principalmente porque este competidor no amplía su catálogo de productos. Además, la situación se ve condicionada por costos elevados, limitaciones de espacio en el local y una diversificación de productos que abarca áreas más allá de los insumos de uñas, como productos de peluquería y maquillaje. Esta falta de enfoque y la calidad baja de los productos ofrecidos por este único competidor actual contribuyen a la baja rivalidad en el mercado de insumos para uñas en Cruz del Eje.

Competidores potenciales: FUERZA ALTA

En el mercado de insumos para uñas en Cruz del Eje, la amenaza de nuevos competidores potenciales se considera alta. El ingreso al sector no es fácil y está marcado por diversas barreras que pueden dificultar la entrada de nuevas empresas.

Si bien tradicionalmente los competidores directos son los protagonistas del sector, existen otras dinámicas que influyen en esta fuerza. En ocasiones, profesionales del rubro de la manicura en la ciudad comienzan ofreciendo esmaltes exclusivamente para luego expandir su stock y potencialmente convertirse en nuevos competidores en la venta de insumos de uñas. Esta posibilidad se considera atractiva para ciertas organizaciones dado el atractivo de rentabilidad en este mercado.

Sin embargo, ingresar exclusivamente en este ámbito de venta de insumos para uñas puede resultar desafiante debido a las barreras de ingreso presentes. La diferenciación del producto es crucial en un mercado donde la calidad y variedad son aspectos valorados por los clientes. Además, se requiere un capital significativo para establecerse y competir en un mercado ya ocupado por marcas establecidas. Estas barreras, tanto en términos de diferenciación como de inversión, hacen que el ingreso al mercado sea un desafío, no siendo una opción sencilla para aquellos interesados en invertir en este ámbito específico.

Sustitutos: FUERZA ALTA

En el ámbito de la venta de insumos para uñas, la amenaza de productos o servicios sustitutos se considera una fuerza alta. A pesar de que existen alternativas que podrían atraer a los clientes, como productos cosméticos o tratamientos de belleza diferentes, suelen ser empresas que ofrecen productos no especializados para manicura. Perfumerías y farmacias, por ejemplo, ofrecen productos que, si bien pueden suplir temporalmente la necesidad, no son de uso profesional ni ofrecen la misma calidad y variedad que los insumos específicos para uñas. Los esmaltes, limas, y otros elementos proporcionados por estos comercios no cumplen con los estándares profesionales, lo que puede llevar a que algunas personas opten por utilizar estos productos en sus hogares debido a su accesibilidad y costo más bajo. Sin embargo, estos productos carecen de la durabilidad, calidad y acabado profesional que los insumos especializados ofrecen, lo que resulta evidente a simple vista. A pesar de la presencia de alternativas, la diferencia en la calidad y

los resultados finales entre los productos profesionales y los sustitutos disponibles en otros comercios es notable.

Poder de negociación de los proveedores: FUERZA BAJA

En el contexto de la venta de insumos para uñas, el poder de negociación de los proveedores se percibe como una fuerza baja. La relación con los proveedores se caracteriza por una amplia gama de opciones disponibles en diferentes lugares. El competidor local adquiere productos de un distribuidor en la ciudad de Córdoba Capital, a 150 km de distancia, donde se encuentran numerosos proveedores que ofrecen una variedad de marcas a precios más accesibles, tanto al por mayor como al por menor.

En esta misma zona y en lugares como la provincia de Buenos Aires, específicamente en Once, existen cientos de proveedores con precios y productos similares. Esta diversidad de proveedores y la facilidad para acceder a diferentes opciones en distintas ubicaciones geográficas asegura que, en caso de dificultades para obtener insumos de un proveedor específico, exista la posibilidad de adquirirlos de otros proveedores sin mayores complicaciones.

Además, la competencia carece de exclusividad en cuanto a marcas, lo que significa que no dependen de un proveedor único para obtener los productos. Esta situación reduce el poder de los proveedores sobre los negocios, ya que estos tienen la flexibilidad de cambiar de proveedor en caso de necesidad, evitando así posibles obstáculos en la adquisición de insumos para su actividad comercial.

Poder de negociación de los clientes: FUERZA MEDIA

En el mercado de venta de insumos para uñas, el poder de negociación de los clientes se considera de fuerza media. La influencia de los clientes al comprar estos productos se ve influenciada por la relación entre precio, calidad y variedad.

Inicialmente, el comercio Fantasy Nails atrae a un segmento específico de clientes debido a su enfoque selectivo en productos de alta calidad y costo elevado. Esta estrategia puede limitar la base de clientes en sus inicios, otorgando a esos pocos clientes un mayor poder de negociación, ya que pueden elegir entre diferentes opciones o decidir si el costo justifica la

calidad ofrecida. Los clientes poderosos son capaces de capturar más valor si obligan a que los precios bajen, exigen mejor calidad o mejores servicios y, por lo general, hacen que los participantes del sector se enfrenten. (Porter, 2008, pág. 5)

Para la empresa, es crucial establecer estrategias efectivas para negociar y retener a estos clientes, ya que la pérdida de uno puede tener un impacto significativo en comparación con negocios que cuentan con una base de clientes más amplia. Además, la posibilidad de que los clientes recurran al comercio electrónico o viajen a otras ciudades para obtener los productos necesarios significa que la competencia por la lealtad del cliente es alta y que la empresa debe mantener un equilibrio entre ofrecer calidad, variedad y precios competitivos para retenerlos.

Matriz EFI

La matriz de evaluación de los factores internos es un instrumento para formular estrategias resume y evalúa las fuerzas y debilidades más importantes dentro de las áreas funcionales de un negocio y además ofrece una base para identificar y evaluar las relaciones entre dichas áreas

Valor crítico del éxito	Peso	Calificación	Puntuación
Fortalezas			
1- Local Propio	0,10	4	0,4
2- Buena Ubicación	0,10	4	0,4
3- Personal capacitado	0,06	3	0,18
4- Negocio en alza	0,07	3	0,21
5- Contacto con posibles clientes	0,06	3	0,18
6- Precios accesibles en la zona	0,05	3	0,15
7- Venta con entrega a domicilio	0,05	4	0,2
8- Políticas de financiación	0,07	4	0,28
9- Servicio postventa	0,08	4	0,32
10- Variedad en productos	0,07	4	0,28
Total Fortalezas			2,6
Debilidades			
1- Espacio restringido	0,06	1	0,06
2- Precios más elevados que el E-Commerce	0,09	2	0,18

3- Negocio nuevo	0,04	2	0,08
4- Clientela no consolidada	0,05	1	0,05
5- Presencia en redes baja	0,05	2	0,1
Total Debilidades			0,47
Totales	1	-	3.07

El análisis de la matriz EFI ofrece una visión detallada de la posición competitiva del negocio, destacando tanto sus aspectos positivos como las áreas que requieren atención. Con una puntuación total de 3.07, el negocio muestra una evaluación general favorable. Es importante destacar que la interpretación depende del peso ponderado asignado a cada variable. En este caso, las fortalezas y debilidades se evalúan en función de su contribución al resultado total y su impacto en la competitividad del negocio.

Esta evaluación sugiere que, aunque el negocio muestra una base sólida, existen aspectos que pueden optimizarse para mejorar su competitividad y rentabilidad. La puntuación total, superando el valor promedio ponderado de 2.5, indica un potencial significativo para el crecimiento y desarrollo exitoso del negocio en el mercado. Es fundamental priorizar acciones que aborden las áreas identificadas como áreas de mejora, con el fin de fortalecer aún más la posición competitiva y maximizar el rendimiento del negocio a largo plazo.

Mercado Objetivo

Análisis FODA

INTERNOS	FORTALEZAS-F	DEBILIDADES-D
	1- Local Propio 2- Buena ubicación 3- Personal capacitado 4- Negocio en alza 5- Contacto con posibles clientes 6- Precios accesibles en la zona 7- Venta con entrega a domicilio 8- Política de financiación 9- Servicio de post venta 10- Variedad en productos	1- Espacio restringido 2- Precios mas elevados que el E-commerce 3- Negocio nuevo 4- Clientela no consolidada 5- Baja presencia en redes
EXTERNOS		
OPORTUNIDADES- O	ESTRATEGIAS-FO	ESTRATEGIAS-DO

<p>cada vez más por su apariencia</p> <p>2- Incremento del número de profesionales del rubro</p> <p>3- No hay competencia directa</p> <p>4- Tendencia de consumo</p> <p>5- En el país, el negocio de la estética se mantiene a pesar de la crisis</p> <p>6- Estacionalidad</p> <p>7- Posibilidad de reinversión</p> <p>8- Aprovechamiento de moda y tendencia</p> <p>9- Innovación</p> <p>10- Necesidad del producto</p>	<p>1- Aprovechar local propio para modificarlo a las necesidades del cliente.</p> <p>2- Generar un plan de capacitación continuo</p> <p>3- Realizar demostraciones de productos nuevos</p> <p>4- Promover venta por E-Commerce.</p>	<p>1- Obtener un crédito para ampliar local en temporada baja.</p> <p>2- Invertir en publicidad</p> <p>3- Realizar alianzas y promociones con institutos de enseñanza de la estética</p> <p>4- Realizar campañas de fidelización de los clientes.</p> <p>5- Eventos y promociones estacionales.</p>
AMENAZAS- A	ESTRATEGIAS -FA	ESTRATEGIAS – DA
<p>1- E-Commerce</p> <p>2- Inflación</p> <p>3- Productos sustitutos</p> <p>4- Disminución de poder adquisitivo</p> <p>5- Restricción de importaciones</p>	<p>1- Fidelizar los clientes</p> <p>2- Buscar alianzas con proveedores para conseguir mejores precios</p> <p>3- Poseer dos líneas de productos. Una profesional y otra semiprofesional y más económica</p> <p>4- Ofrecer kits con promociones y/o descuentos.</p> <p>5- Adaptarse a las tendencias de moda y belleza.</p>	<p>1- Realizar envíos a domicilio</p> <p>2- Poseer distintos métodos de pago</p> <p>3- Ofrecer valor agregado</p> <p>4- Estrategias de marketing diferenciado.</p> <p>5- Mejorar eficiencia del espacio.</p>

Conclusión Matriz FODA

Con la matriz FODA, se busca combinar los puntos positivos y negativos para potenciar las fortalezas de la empresa, aprovechar las oportunidades, neutralizar las amenazas y corregir las debilidades.

Las fortalezas como local propio, personal capacitado y precios accesibles se alinean perfectamente con las oportunidades que ofrece el aumento del interés en la apariencia

personal y el incremento de profesionales en el sector. Estrategias que aprovechen la tendencia y la experiencia del personal podrían resultar altamente efectivas.

Las fortalezas del negocio, como la variedad de productos y la variedad en productos, pueden contrarrestar las amenazas de productos sustitutos y la inflación. Estrategias que se centren en la diferenciación de productos, adaptación a tendencias y alianzas locales podrían minimizar el impacto de estas amenazas.

Las estrategias que aborden la optimización del espacio, descuentos especiales para contrarrestar los precios más elevados y campañas de fidelización de clientes podrían convertir las debilidades, como el espacio restringido y la clientela no consolidada, en oportunidades para el negocio.

Las estrategias enfocadas en mejorar la eficiencia del espacio, ofrecer valor agregado y establecer políticas de financiamiento flexibles pueden ayudar a mitigar las debilidades relacionadas con la competencia del E-commerce, los productos sustitutos y la disminución del poder adquisitivo.

La matriz FODA demuestra que el negocio tiene una serie de fortalezas que pueden aprovecharse para capitalizar oportunidades. Al mismo tiempo, las debilidades y amenazas identificadas pueden abordarse y mitigarse mediante estrategias específicas que aprovechen las fortalezas existentes y se ajusten a las oportunidades detectadas en el mercado.

Objetivos

Como objetivo se denomina **el fin al que se desea llegar o la meta que se pretende lograr**. Es lo que impulsa al individuo a tomar decisiones o a perseguir sus aspiraciones. Es sinónimo de destino, fin, meta.

Todos los objetivos deben ser específicos, medibles, alcanzables, pertinentes y con plazos establecidos.

Objetivos a corto plazo

- Igualar los ingresos con los del servicio de uñas en el primer año.
- Alcanzar el 60% de clientes de la demanda potencial el primer año.
- Lograr que un 10% de las ventas totales sea por E-Commerce.

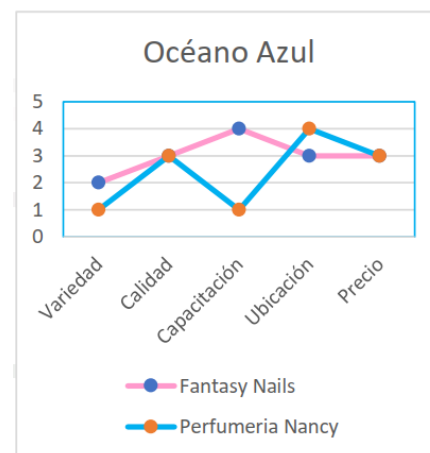
Objetivos a mediano plazo

conjunto de actividades distintas para entregar una mezcla única de valor. El objetivo es tener rendimientos mayores al promedio del mercado. Si la estrategia corporativa define los negocios de la compañía, la estrategia competitiva establece la forma utilizada por la organización para competir en dicho mercado.

La estrategia que utilizaremos en este caso es la de **Océano azul**. Los océanos azules identifican a todos los sectores que no existen hoy, el espacio desconocido de mercado no contaminado por la competencia. En los océanos azules la demanda se crea y no se disputa. Hay abundancia de oportunidades para el crecimiento rentable y además rápido.

Variables que influyen en el sector.

- Variedad
- Calidad
- Capacitación
- Ubicación
- Precio



Esquema de las Cuatro Acciones

El tránsito de una estrategia de océanos rojos a azules requiere cambiar la curva de valor ofertado a los clientes. Para esto se propone realizar cuatro preguntas claves que contribuyen a repensar la estrategia de la empresa. ¿Cuáles son las variables que deben reducirse por debajo del promedio ofertado por la industria? ¿Cuáles son las variables que la empresa debe eliminar? ¿Cuáles son las variables que deben incrementarse o potenciarse? ¿Cuáles son las variables que deben crearse y que hoy no están presentes? La respuesta a estas preguntas permitirá cambiar la curva de valor ofrecida a los clientes y de esta manera centrarnos en océanos azules

1- Eliminar:	2- Incrementar: espacio de exhibición y de atención al cliente
3- Reducir: precios	4- Crear: puesto de trabajo para vendedor

Estrategia funcional

Las estrategias a nivel funcional están dirigidas a mejorar la efectividad de las operaciones funcionales dentro de una compañía, como fabricación, marketing, administración de materiales, investigación y desarrollo, y recursos humanos.

Mercado Objetivo

El mercado objetivo se refiere al grupo específico de consumidores o clientes potenciales a los que una empresa dirige sus esfuerzos de marketing y ventas. Este grupo se selecciona en función de ciertas características y comportamientos que los hacen más propensos a comprar los productos o servicios que ofrece la empresa. Identificar el mercado objetivo es fundamental para el éxito de cualquier negocio, ya que permite que la empresa diseñe una estrategia de marketing más efectiva y eficiente, y que ofrezca productos o servicios que satisfagan las necesidades y deseos de sus clientes potenciales.

Fantasy Nails esta dirigido a:

1. Salones de belleza y spas: Este segmento puede ser un gran mercado objetivo ya que los salones de belleza y spas son lugares donde se ofrecen servicios de manicura y pedicura, lo que significa que necesitarán insumos de uñas de forma regular.
2. Profesionales independientes: Hay muchos profesionales independientes que ofrecen servicios de manicura y pedicura. Estos profesionales también necesitan insumos de uñas para llevar a cabo su trabajo.
3. Tiendas de cosméticos: Las tiendas de cosméticos que se especializan en productos de belleza también pueden ser un mercado objetivo. Estas tiendas pueden vender insumos de uñas junto con otros productos de belleza relacionados.

Es importante tener en cuenta que cada uno de estos segmentos puede tener diferentes necesidades y preferencias en cuanto a los insumos de uñas que buscan. Por ejemplo, los salones de belleza y spas pueden estar más interesados en comprar insumos de uñas a granel, mientras que los profesionales independientes pueden estar más interesados en productos de alta calidad y con una amplia variedad de opciones de color.

Muestra

Una muestra es una porción representativa de una determinada población. Cuando no se puede realizar un censo se recurre al muestreo, que es la herramienta que se utiliza para determinar que porción de la realidad se estudiará. Existen distintos tipos de técnicas para conformar una muestra. La que se va a utilizar, es el Muestreo por **conveniencia**. El muestreo por conveniencia es una técnica de muestreo no probabilístico donde los sujetos son seleccionados dada la conveniente accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador.

Se realizará una investigación exploratoria, utilizando encuestas que se realizarán a todas las personas que posean spa, salón de belleza, profesionales de las uñas y a la única tienda de insumos de la ciudad. Cruz del Eje no es una ciudad muy grande, posee 30680 habitantes según datos del censo 2010 del INDEC.

Como se obtuvo la muestra:

1. **Listados comerciales locales:** Se buscó comerciales locales en línea que enumeren salones de belleza, spas, estudios de manicura, tiendas de cosméticos y otros negocios relacionados con el cuidado de uñas en Cruz del Eje.
2. **Búsquedas en línea:** Se utilizó motores de búsqueda como Google para buscar términos relevantes como "salones de belleza en Cruz del Eje", "manicuras en Cruz del Eje", "tiendas de cosméticos en Cruz del Eje", entre otros. Para identificar negocios que puedan ser relevantes para la investigación.
3. **Redes sociales:** Se exploró redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter en busca de páginas, perfiles o grupos locales relacionados con el cuidado de uñas en Cruz del Eje. A menudo, estos lugares publican información sobre sus servicios y ubicaciones.
4. **Preguntas a residentes locales:** Preguntar al público en general sobre salones de belleza, manicuras populares, tiendas de cosméticos y otros lugares relacionados con el cuidado de uñas en la ciudad.
5. **Visitas personales:** Se realizaron visitas personales a áreas comerciales o distritos comerciales de Cruz del Eje donde es probable que encuentres una concentración de negocios relacionados con el cuidado de uñas.
6. **Referencias y recomendaciones:** Se preguntó a amigos, familiares o colegas si conocen salones de belleza, manicuras o tiendas de cosméticos en Cruz del Eje que puedan ser relevantes para la investigación.

Luego de esta búsqueda, se obtuvieron los siguientes resultados.

1 tienda de insumos

8 salones de belleza

113 profesionales independientes

El enfoque principal de la investigación se centra más en los salones de belleza y los profesionales independientes.

Salones de belleza: Dado que hay aproximadamente 8 salones de belleza, se realiza 5 encuestas para esta categoría.

Profesionales independientes: Con 113 profesionales independientes, se selecciona una muestra representativa de 40 encuestas, para obtener una visión amplia de sus necesidades, preferencias y comportamientos de compra

Una vez realizado este contacto, se explicó el propósito de la investigación y se les solicitó colaboración para participar de las encuestas.

Respuestas de las encuestas

1- ¿Cada cuánto tiempo acudes a comprar insumos para uñas?

Una vez por semana (19) 42%

Cada 15 días (16) 36%

Una vez por mes (5) 11%

Otra (5) 11%

2- ¿Cuál es el monto de cada compra?

Menos de \$10000. (7) 15%

Entre \$10000 y \$25000 (16) 36%

Entre \$25000 y \$50000 (14) 31%

Mas de \$50000 (8) 18%

3- ¿En qué negocio compras habitualmente?

Perfumería Nancy (12)

Viajo a Córdoba (9)

Mercado libre (14)

- Otro (10)
- 4- ¿En qué es lo que más invierte generalmente?
- Insumos para uñas Acrílicas (6)
 - Insumos para uñas en gel (12)
 - Insumos para esmaltado semipermanente (23)
 - Otro (4)
- 5- ¿Qué marca de insumos para uñas acrílicas prefiere?
- Nail Show (8)
 - Cherimoya (7)
 - Acryfine (5)
 - Otro (13)
 - no realizo uñas acrilicas (11)
- 6- ¿Qué marca de insumos para uñas en gel prefiere?
- Acryfine (11)
 - Cherimoya (9)
 - Navi (8)
 - otros (12)
 - no realizo uñas en gel (5)
- 7- ¿Qué marca de insumos para esmaltado semipermanente prefiere?
- Charmlimit (12)
 - Meline (10)
 - Cherimoya (10)
 - otros (13)
- 8- Si consiguieras en tu localidad los insumos que necesitas, ¿los comprarías allí?
- Definitivamente si (32)
 - Probablemente (8)
 - Poco probable (3)
 - No (2)

Recolección de datos

Una vez seleccionado el tipo y el diseño de investigación apropiado y la muestra adecuada de acuerdo al problema de estudio, la siguiente etapa, consiste en recolectar los datos pertinentes sobre las variables involucradas en la investigación. Lo que implica tres actividades estrechamente vinculadas entre sí.

1. Seleccionar un instrumento de medición de los disponibles en el estudio de comportamiento.
2. Aplicar este instrumento de medición, es decir, obtener las observaciones y mediciones de las variables que son de interés para el estudio.
3. Codificar, analizar e interpretar estas mediciones: El instrumento que se utilizará para recolectar los datos será la encuesta tipo cuestionario, escrito, con preguntas estructuradas cerradas y abiertas.

Análisis de datos obtenidos en las encuestas

1. Frecuencia de compra de insumos para uñas:

La mayoría de los encuestados (19) indicaron que acuden a comprar insumos una vez por semana, seguido por aquellos que lo hacen cada 15 días (16)

2. Monto de compra:

El rango de \$10,000 a \$25,000 es el más común (16), mientras que el siguiente es de \$25000 a \$50000 (14)

3. Lugar de compra habitual:

Mercado Libre es la opción más popular, seguida de otros lugares.

4. Inversión en tipos de insumos:

La mayoría invierte en insumos para esmaltado semipermanente, seguido de insumos para uñas en gel.

5. Preferencia de marca:

Las preferencias de marca varían y ninguna marca domina claramente.

6. Disposición a comprar localmente:

La mayoría también expresó disposición a comprar localmente si estuvieran disponibles.

Conclusiones preliminares:

- Existe una demanda constante de insumos para uñas en Cruz del Eje, tanto por parte de salones de belleza como de profesionales independientes.
- Mercado Libre es una fuente popular para la compra de insumos, pero hay una clara disposición a comprar localmente si se ofrece la opción.
- Las preferencias de marca varían y hay oportunidades para diferentes marcas en el mercado local.
- La oferta local de insumos para uñas podría satisfacer una necesidad existente en el mercado, especialmente si se centra en la disponibilidad y la variedad de productos.

Este análisis proporciona una visión general de los datos recopilados y puede servir para estrategias de negocio orientadas al mercado de insumos para uñas en Cruz del Eje.

Análisis de la demanda potencial

Motivos por lo que es rentable abrir un negocio de venta de insumos de uñas

1. **Demanda creciente:** La industria de la belleza y cuidado personal ha experimentado un crecimiento constante en los últimos años. El cuidado de las uñas se ha vuelto cada vez más popular, lo que ha generado una demanda creciente de productos y servicios relacionados.
2. **Segmento de mercado:** Al centrarse en la venta de insumos de uñas, se dirige a un público objetivo específico: Salones de belleza y profesionales de las uñas. Esto permite enfocar esfuerzos de marketing y satisfacer las necesidades de este segmento de manera más efectiva.
3. **Ventas recurrentes:** Muchos de los insumos de uñas, como esmaltes, limas, adhesivos y otros productos desechables, son consumibles y se agotan con el uso. Esto genera una demanda constante de reposición de productos, lo que puede generar ventas recurrentes y fidelidad por parte de los clientes.
4. **Margen de beneficio:** Los productos de belleza, incluidos los insumos de uñas, suelen tener márgenes de beneficio relativamente altos. Al adquirir los productos al

por mayor y venderlos al por menor, se puede obtener un margen de beneficio significativo en cada venta, lo que contribuye a la rentabilidad del negocio.

5. Amplia gama de productos complementarios: Además de los insumos básicos de uñas, se puede diversificar la oferta con una amplia gama de productos complementarios, como decoraciones, herramientas especializadas, tratamientos para uñas, esmaltes de larga duración, entre otros. Esto permite aumentar las ventas y brindar a los clientes opciones adicionales.
6. Tendencias y estilos cambiantes: La industria de las uñas está en constante evolución, con nuevas tendencias y estilos emergiendo regularmente. Al mantenerse al tanto de las últimas tendencias y ofrecer productos actualizados, se puede captar la atención de los clientes y mantener su interés en el negocio.
7. Oportunidades de crecimiento: A medida que el negocio de venta de insumos de uñas se establece y adquiere reputación, se puede explorar oportunidades de crecimiento, como la expansión a ventas en línea. Esto puede aumentar los ingresos y mejorar la rentabilidad general del negocio.

	Salones y Profesionales
Población objetivo	121
Demanda objetivo por semana	25
Clientes mensuales estimados proyectados(*)	100
Monto promedio de compra mensual	\$28300
Total	\$2.830.000

*Este cálculo solamente servirá como una aproximación a tener en cuenta al momento de deducir el mercado objetivo.

*El número de clientes mensuales estimado, se calculó en base al resultado de las encuestas, teniendo en cuenta que algunos eligen adquirir sus productos una vez al mes, otros cada quince días y otros una vez a la semana.

Desarrollo del Nuevo Negocio

Descripción del producto/servicio

La actividad de la empresa actualmente es venta de servicio de uñas (Manicura con esmaltado semipermanente, Capping, uñas esculpidas, softgel y belleza de pies) a lo que se desea agregar la comercialización de insumos para manicuras, tales como esmaltes, limas, alicates y todos los productos necesarios para la construcción de uñas esculpidas y esmaltado semipermanente.

La organización buscará ofrecer productos de buena calidad que adquirirá de mayoristas, ofreciendo a los profesionales los insumos que necesitan en el momento que lo necesitan. Se intentará estar a la vanguardia en cuanto a las novedades del sector, buscando ofrecer la mayor innovación del mercado. Por otra parte, las demostraciones servirán para formar e informar a todos aquellos profesionales que necesiten cualquier tipo de ayuda formativa.

Estará abierto a cualquier petición o necesidad del cliente por algún tipo de servicio o producto concreto.

Por otra parte, Fantasy Nails estará disponible para responder las necesidades de los clientes, lo cual ayudará y apoyará continuamente al profesional. Ofrecerá un servicio post-venta y de devoluciones orientado al cliente, para de facilitarle el desempeño de su profesión.

“Un producto puede definirse como el satisfactor de necesidades que ofrece una firma”
(Jerome McCarthy).

El consumidor piensa en términos de satisfacción de necesidades o, en otras palabras, en términos de valor. Si bien los productos/insumos para la estética (su uso), satisface necesidades de estima, es decir, la necesidad de reputación, estatus, fama, gloria, confianza, etc. Necesitamos ver más allá de esto y lograr que el consumidor le asigne el mayor valor agregado a nuestros productos.

Productos

Uñas Acrílicas

Polímero
 Monómero
 Adhere
 Primer
 Pincel
 Moldes
 Tips
 Pegamento para tips
 Removedor



Uñas en gel



Gel de construcción
 Pincel
 Primer
 Adhere
 Bonder
 Moldes
 wipes
 Clarificador

Esmaltado semipermanente

Base
 Top Coat
 Esmaltes de colores
 Adhere
 Bonder



Removedor

Capuchones para remover

Herramientas varias

Lima esmeril 100/180

Lima 220

Lima sponge

Lima diamante

Repujador de cutículas

Alicate de cutículas

Tijera

Pinza curvatura C

Corta tips

Fósforos hemostáticos

Fresas para torno



Decoración



Pinceles de decoración

Dotting pen

Glitters

Efectos en polvo

Stras

Apliques

Stickers

Gel Paint

Aparatología y mobiliario

Cabinas

Tornos

Apoyamanos



Los productos deben tener **características o atributos** clave que satisfagan las necesidades de los clientes y les brinden una experiencia satisfactoria.

1. **Calidad:** Los productos deben ser de alta calidad y cumplir con los estándares de la industria. Esto garantiza que los clientes obtengan resultados duraderos y profesionales.
2. **Variedad:** Es importante ofrecer una amplia variedad de productos para satisfacer las diferentes necesidades y preferencias de los clientes. Esto incluye una amplia gama de colores de esmaltes, diferentes tipos de geles, herramientas de manicura y una selección de decoraciones y accesorios.
3. **Innovación:** Estar al tanto de las últimas tendencias y novedades en la industria de las uñas es crucial. Los clientes buscan productos innovadores que les permitan crear diseños únicos y estar a la vanguardia de la moda. Hay que mantenerse actualizado con los avances en esmaltes, geles, herramientas y técnicas.
4. **Ingredientes seguros:** Los productos para uñas deben estar formulados con ingredientes seguros y de alta calidad. Es importante ofrecer opciones libres de productos químicos dañinos como el tolueno, formaldehído y DBP, ya que muchos clientes están buscando opciones más saludables.
5. **Durabilidad:** Los esmaltes y geles deben tener una buena durabilidad para evitar que se desprendan o se astillen fácilmente. Los clientes buscan productos que les permitan disfrutar de su manicura por más tiempo sin necesidad de retoques constantes.
6. **Facilidad de uso:** Los productos deben ser fáciles de aplicar y utilizar, especialmente para aquellos clientes que hacen su propia manicura en casa. Proporcionar instrucciones claras y brindar consejos sobre el uso adecuado de los productos puede ayudar a los clientes a obtener los mejores resultados.
7. **Precio competitivo:** establecer precios justos y competitivos para los productos. Asegurarse de que los precios estén alineados con la calidad y el valor que se ofrece. También ofrecer promociones o descuentos para atraer a nuevos clientes.
8. **Presentación atractiva:** El embalaje y la presentación de los productos son importantes para atraer la atención de los clientes. Un diseño atractivo y profesional puede transmitir la calidad y la confianza en tus productos.

Cada cliente tiene necesidades y preferencias diferentes, por lo que ofrecer una amplia gama de productos con características variadas puede ayudar a atraer a una amplia base de clientes y satisfacer sus necesidades individuales.

Los productos ofrecen varias **ventajas** tanto para los clientes como para el negocio en sí. Estas ventajas pueden marcar la diferencia y contribuir al éxito del negocio.

1. **Demanda constante:** La industria de las uñas es muy popular y la demanda de productos para el cuidado y la decoración de uñas es constante. Las personas están cada vez más interesadas en el cuidado personal y en expresar su estilo a través de sus uñas, lo que garantiza una base de clientes sólida y un flujo continuo de ventas.
2. **Rentabilidad:** Los productos para uñas suelen tener un buen margen de beneficio, lo que puede contribuir a la rentabilidad del negocio. Además, a medida que el negocio crezca y se establezcan relaciones con proveedores, es posible que se pueda obtener descuentos al comprar productos al por mayor, lo que mejorará aún más los márgenes.
3. **Diversificación de productos:** La venta de insumos de uñas permite diversificar la oferta de productos. Puede ofrecer una amplia variedad de productos que se adaptan a diferentes gustos y necesidades de los clientes, lo que aumenta las posibilidades de ventas cruzadas y de atraer a un público más amplio.
4. **Oportunidades de venta complementaria:** Los productos para uñas son complementarios a otros servicios y productos en la industria de la belleza y el cuidado personal. Por ejemplo, se puede establecer alianzas con salones de belleza o spas para ofrecer los productos en conjunto con sus servicios de manicura y pedicura. Esto permite aprovechar oportunidades de venta adicionales.
5. **Fidelización de clientes:** Al ofrecer productos de calidad y satisfacer las necesidades de los clientes, se puede fomentar la fidelidad de los clientes. Los clientes satisfechos pueden convertirse en clientes recurrentes y, además, recomendar el negocio a otras personas, lo que genera un boca a boca positivo y contribuye a un crecimiento sostenible.
6. **Flexibilidad de negocio:** Un negocio de venta de insumos de uñas puede ser relativamente flexible en términos de ubicación y formato. Puede optar por establecer una tienda física, una tienda en línea o una combinación de ambos. Esto brinda la posibilidad de adaptarse a las preferencias y hábitos de compra de los clientes.

7. **Posibilidad de expansión:** A medida que el negocio crece, se puede considerar expandirte a otros productos o servicios relacionados con el cuidado personal. Por ejemplo, incluir productos para el cuidado de la piel, el cabello u ofrecer servicios de spa adicionales. Esto permite ampliar la base de clientes y diversificar aún más las fuentes de ingresos

Mejoras e innovaciones en el servicio

La innovación de servicios puede ser clave para diferenciarse de la competencia y ofrecer una experiencia única a los clientes.

- 1- Servicio de asesoramiento personalizado: Capacitación a empleados para que puedan brindar asesoramiento especializado a los clientes sobre los productos más adecuados para sus necesidades específicas. Esto incluye conocer los diferentes tipos de uñas, técnicas de aplicación, colores de esmalte y tendencias actuales.
- 2- Servicio de muestras gratuitas: Ofrecer la posibilidad de probar pequeñas muestras de productos antes de comprarlos. Esto permitirá experimentar con diferentes insumos de uñas antes de tomar una decisión de compra.
- 3- Talleres y cursos de capacitación: Organización de talleres y cursos de capacitación para los clientes, donde puedan aprender técnicas avanzadas de diseño de uñas, cuidado de uñas, y decoración. Esto no solo les brindará un valor adicional, sino que también aumentará la fidelidad de los clientes y fortalecerá la posición como experto en el campo.
- 4- Servicio de suscripción: Creación un programa de suscripción mensual donde los clientes puedan recibir novedades del mundo de las uñas vía WhatsApp. Esto les permitirá probar productos regularmente y mantenerse al día con las últimas tendencias.
- 5- Aplicación móvil: Desarrollo una aplicación móvil para el negocio donde los clientes puedan acceder a tutoriales de uñas, recibir consejos de cuidado, realizar pedidos y recibir actualizaciones sobre promociones y eventos especiales.
- 6- Servicio de envío rápido: Implementación un servicio de envío rápido y confiable para asegurar que reciban sus insumos de uñas en el menor tiempo posible. Esto es especialmente importante para aquellos clientes que necesitan productos de forma urgente o que prefieren la comodidad de recibir los productos en su domicilio.

- 7- Servicio de personalización: Ofrecer la opción de personalizar los productos, como pinceles, limas o estuches de almacenamiento, con nombres, iniciales o diseños especiales. Esto agregará un toque único y exclusivo a los productos.

Diseño y Marca

Logo:



Slogan: *“Una fantasía de belleza al alcance de tus manos”*

Se eligió este nombre, que en español significa, “uñas de fantasía” haciendo referencia a que las personas que se realicen las uñas en el salón o compren productos en el local, puedan ser poseedoras de unas uñas de ensueño, que con los productos que adquieran pueden realizar uñas fantásticas. Por otro lado, se realizó en el idioma inglés ya que esto le otorga un nivel más alto de sofisticación. El color rosa es un color relajante que influye en los sentimientos invitándolos a ser amables, suaves y profundos, e induciéndonos de esta forma a sentir cariño, amor y protección, También se asocia a significados del mundo de los sueños y las ilusiones, lo imaginario y lo milagroso; *la fantasía*. Esto es lo que se trata de transmitir en la empresa con el nombre seleccionado.

El slogan se mantiene dentro de la misma caracterización de la empresa y de los productos que se ofrecerán con la intención de posicionar a la organización de ese modo en la mente del consumidor.

Cadena de Valor

La cadena de valor es una herramienta que permite identificar las actividades clave de un negocio y cómo se relacionan entre sí para crear valor. A continuación, se presenta una cadena de valor para el negocio de venta de insumos de uñas que incluye actividades internas, externas, operaciones, marketing y servicios:

1. Actividades internas:

- Abastecimiento: Selección y adquisición de insumos de uñas de proveedores confiables y de calidad.
- Gestión de inventario: Control de los niveles de stock y aseguramiento de disponibilidad de los productos.
- Control de calidad: Verificación de la calidad de los insumos antes de ponerlos a la venta.
- Diseño de productos: Desarrollo de nuevos productos o adaptación de existentes para satisfacer las necesidades de los clientes.

2. Actividades externas:

- Relaciones con proveedores: Establecimiento de relaciones sólidas con los proveedores para garantizar suministros confiables y precios competitivos.
- Relaciones con clientes: Interacción con los clientes para entender sus necesidades y brindar un excelente servicio.
- Relaciones con socios estratégicos: Colaboración con profesionales del sector, como manicuristas o salones de belleza, para establecer alianzas estratégicas.

3. Operaciones:

- Recepción y almacenamiento de productos: Recepción de los insumos de uñas y su correcto almacenamiento.
- Gestión de pedidos: Procesamiento y despacho de pedidos de manera eficiente y puntual.
- Asesoramiento técnico: Brindar información y consejos a los clientes sobre el uso adecuado de los insumos y técnicas de uñas.

4. Marketing:

- Investigación de mercado: Análisis del mercado para identificar tendencias, preferencias y necesidades de los clientes.
- Estrategia de producto: Definición del catálogo de productos, incluyendo variedades, precios y presentaciones.
- Promoción y publicidad: Difusión de los productos y promociones a través de diferentes canales, como redes sociales, anuncios en línea y folletos impresos.
- Gestión de marca: Desarrollo y posicionamiento de la marca a través de la construcción de una imagen sólida y confiable.

5. Servicios:

- Atención al cliente: Responder consultas, brindar soporte y resolver cualquier inconveniente que puedan tener los clientes.
- Capacitación y formación: Ofrecer cursos, talleres o material educativo para capacitar a los clientes sobre técnicas de uñas y el uso adecuado de los productos.
- Servicio postventa: Seguimiento con los clientes después de la compra para asegurarse de su satisfacción y ofrecer asistencia adicional si es necesario.

Producción y Operaciones

Ubicación

El local es propio y se encuentra ubicado en las afueras del centro de la Ciudad de Cruz del Eje, la calle de llama Aurelio Crespo y se encuentra a 50 metros de la Avenida principal de la ciudad.

Esta ubicación tiene ventajas, como es la fácil accesibilidad, menos congestión y más estacionamiento, ya que, en el centro en sí, no se puede estacionar, pero aun sigue siendo barrio centro.

Distribución de las Operaciones

Este es un aspecto clave para asegurar un flujo de trabajo eficiente y brindar un excelente servicio a los clientes.

1. Zona de recepción y atención al cliente: El salón cuenta con una zona de recepción donde se reciba a los clientes para luego derivarlos al área de servicios de manicure o pedicure, se toman los turnos y se ofrece una atención especializada para la venta de insumos.
2. Área de venta de insumos: Zona dedicada para exhibir y vender los productos. Esta área es accesible para los clientes y cuenta con estanterías o exhibidores para mostrar los productos de manera ordenada y atractiva.
3. Baño
4. Área de espera: Donde los clientes puedan relajarse antes, después de sus servicios o de la espera de atención para comprar insumos. Se proporciona revistas, bebidas y música suave para crear un ambiente agradable.
5. Estaciones de trabajo: Donde los técnicos de uñas realizarán los servicios de manicura, pedicura y aplicación de uñas.
6. Depósito: Área de almacenamiento para los suministros y productos utilizados en el salón, así como para los insumos de uñas que se venden. Organizados de manera ordenada para que sean fácilmente accesibles para los empleados.

Proveedores

León Mayorista: será el principal proveedor ya que es el que mas variedad y mejor precio tiene, cuanto mas alta es la compra mayor es el descuento.

Distrinail San Francisco

La Cosmética

LanLanOnce

Distribuidora por Mayor

Flujo de operaciones

1. Recepción de clientes:
 - Los clientes llegan al salón y son recibidos por un recepcionista.
 - Se les pregunta si tienen una cita programada o si desean reservar cita o bien para la compra de insumos de uñas.
 - Si es necesario, se les pide que proporcionen información básica, como su nombre, número de teléfono y dirección de correo electrónico.
2. Venta de insumos de uñas:
 - La persona encargada de recepción, también es encargada de atención al cliente en el área de venta de insumos.
 - Se brinda información sobre los beneficios y características de los productos, y se responden las preguntas de los clientes.
 - Si el cliente decide realizar una compra, se procesa el pago y se entrega el producto.
3. Mantenimiento y limpieza:
 - Después de que los clientes se hayan ido, se realiza la limpieza y desinfección de las estaciones de trabajo, los utensilios y las áreas comunes según los estándares sanitarios.
 - Se verifica el stock de insumos de uñas y se realiza un pedido de reposición si es necesario.

Tecnologías utilizadas

Para un negocio de venta de insumos de uñas en Cruz del Eje, es fundamental contar con tecnologías que apoyen la producción, operaciones y gestión del negocio.

1. **Sistema de Punto de Venta (POS):** Un sistema de punto de venta es esencial para procesar transacciones de venta de manera eficiente y mantener un registro preciso del inventario. Puede ayudar a agilizar las operaciones de caja, gestionar los pedidos de los clientes y realizar un seguimiento de las ventas.
2. **Software de Gestión de Inventario:** Un software de gestión de inventario puede ayudar a mantener un registro actualizado de los productos disponibles, gestionar los niveles de stock y generar informes sobre el rendimiento del inventario. Esto es crucial para garantizar que siempre haya suficientes insumos de uñas disponibles para satisfacer la demanda de los clientes.
3. **Plataforma de Comercio Electrónico:** Una plataforma de comercio electrónico puede ampliar el alcance del negocio al permitir que los clientes realicen compras en línea. Utilizar plataformas populares como Shopify, WooCommerce o Magento para crear una tienda virtual donde los clientes puedan navegar por un catálogo de productos, realizar pedidos y realizar pagos de forma segura.
4. **Software de Gestión de Relaciones con Clientes (CRM):** Un CRM permite gestionar las relaciones con los clientes, almacenar información sobre los clientes y sus preferencias, y realizar un seguimiento de las interacciones con ellos. Esto puede ayudar a personalizar la experiencia del cliente, identificar oportunidades de venta cruzada y mantener una base de datos actualizada de clientes.
5. **Herramientas de Marketing Digital:** Utilizar herramientas de marketing digital como Google Analytics, Google AdWords, Facebook Ads y Mailchimp para promocionar el negocio, analizar el comportamiento de los clientes en línea y realizar campañas de marketing dirigidas. Estas herramientas permiten llegar a la audiencia objetivo de manera más efectiva y medir el éxito de esfuerzos de marketing.
6. **Sistema de Gestión de Recursos Empresariales (ERP):** Un ERP integra y centraliza varios aspectos de las operaciones empresariales, como la contabilidad, la gestión de inventario, la gestión de recursos humanos y la gestión de la cadena de suministro. Implementar un ERP puede ayudar a optimizar los procesos comerciales, mejorar la eficiencia y facilitar la toma de decisiones basada en datos.

7. **Herramientas de Automatización de Marketing:** Las herramientas de automatización de marketing, como HubSpot, Marketo o ActiveCampaign, pueden ayudar a automatizar procesos de marketing como el envío de correos electrónicos, la segmentación de clientes y el seguimiento de clientes potenciales. Esto permite llegar a clientes de manera más efectiva y ahorrar tiempo en tareas repetitivas.
8. **Posnet mercado pago:** Con un dispositivo Posnet de Mercado Pago, el negocio puede procesar pagos con tarjeta de débito, crédito y pagos digitales de manera rápida y segura. Esto no solo agiliza el proceso de pago en el punto de venta físico, sino que también permite a los clientes elegir la forma de pago que les resulte más conveniente, mejorando su experiencia de compra. Además, Mercado Pago se integra fácilmente con otras plataformas tecnológicas, como sistemas de gestión de inventario o plataformas de e-commerce, facilitando el control centralizado de las transacciones y el flujo de efectivo del negocio. El cargo que genere este servicio, será cobrado al cliente.

Al invertir en estas tecnologías, se podrá optimizar las operaciones del negocio, mejorar la experiencia del cliente y mantener una ventaja competitiva en el mercado. Es importante evaluar las necesidades específicas de tu negocio y elegir las tecnologías que mejor se adapten a tus objetivos y presupuesto.

Producción

- Exigencias de calidad por parte de los clientes.

Según las encuestas realizadas, lo que más demandan los clientes son productos de nivel medio, la mejor relación costo beneficio, aunque lo que más les interesa es la duración del producto colocado en sus clientas, lo que depende en mayor parte de la técnica utilizada por la profesional.

Recursos Humanos

El apartado de Recursos Humanos es esencial para garantizar un ambiente laboral favorable, contribuir al logro de los objetivos estratégicos y cumplir con las expectativas de

los clientes. Se incluyen políticas de reclutamiento, descripciones de puestos, planes de capacitación, sistemas de evaluación del desempeño y compensación. Su objetivo es establecer un equipo comprometido y competente que mantenga altos estándares de calidad, abordando aspectos como la cultura organizativa, la comunicación interna y la resolución de conflictos. Es clave para el éxito y la sostenibilidad del negocio al enfocarse en el desarrollo y bienestar del capital humano para alcanzar la excelencia operativa y la satisfacción del cliente.

Organigrama



Análisis y descripción de puestos

El único nuevo puesto en este organigrama, es el resaltado con color oscuro, que corresponde al **área de recepción**: La persona que se encuentre en esta área, será encargada de asesorar a los clientes sobre los diferentes productos de insumos de uñas disponibles en el salón, realizar ventas, gestionar el inventario de productos, mantener la exhibición organizada y atractiva, y asegurar una excelente atención al cliente para fomentar la fidelización y aumentar las ventas.

Políticas de Reclutamiento:

1. **Anuncios de Empleo:** Se publicarán anuncios de empleo en plataformas en línea, redes sociales y en el establecimiento físico para atraer candidatos cualificados.

2. **Selección Basada en Competencias:** Se llevará a cabo un proceso de selección que evalúe las habilidades técnicas, la experiencia relevante y las aptitudes interpersonales de los candidatos.

Planes de Capacitación:

1. **Entrenamiento Inicial:** El personal recibirá un entrenamiento inicial que abarcará procedimientos operativos, normas de seguridad e higiene, y servicio al cliente.
2. **Desarrollo Profesional Continuo:** Se ofrecerán oportunidades de desarrollo profesional mediante cursos de actualización, seminarios y capacitaciones periódicas sobre nuevas técnicas de manicura, productos y tendencias en el sector.
3. **Desarrollo de Habilidades:** Se fomentará el desarrollo de habilidades blandas, como la comunicación efectiva, el trabajo en equipo y la resolución de problemas, para mejorar la experiencia del cliente y fortalecer el ambiente laboral.

Sistemas de Evaluación del Desempeño:

1. **Objetivos Claros y Medibles:** Se establecerán objetivos claros y alcanzables para cada puesto, alineados con los objetivos estratégicos del negocio.
2. **Evaluaciones Regulares:** Se realizarán evaluaciones periódicas del desempeño, brindando retroalimentación constructiva y oportunidades de mejora para cada miembro del equipo.
3. **Reconocimiento y Premios:** Se implementará un sistema de reconocimiento que valore el desempeño excepcional y premie los logros.

Compensación:

1. **Oportunidades de Crecimiento:** Se ofrecerán oportunidades de crecimiento y promoción interna, reconociendo y recompensando el compromiso y la excelencia en el trabajo.

Política de gestión retributiva

Fantasy Nails estará abierto de lunes a sábados de 9hs a 13hs, luego de 17hs a 21hs. Estos horarios son los que manejan la totalidad de comercios en la zona.

Se buscará un/a empleado/a que sea apto para algún plan, como Primer Paso, Potenciar Trabajo o Por mí.

Indicadores de medición

Para medir el rendimiento y la eficiencia del negocio, es importante utilizar una variedad de indicadores clave de rendimiento (KPI, por sus siglas en inglés). Estos indicadores proporcionan una visión general de la salud del negocio y ayudan a identificar áreas de mejora.

1. **Ventas mensuales:** Alcanzar el 50% de clientes el primer mes.
2. **Ticket promedio:** Es el promedio de ingresos generados por cada cliente en una transacción. Un aumento en el ticket promedio puede significar que los clientes están adquiriendo más servicios o productos en cada visita.
3. **Nuevos clientes:** Atraer entre un 10% y 15% de clientes adicionales x mes.
4. **Retención de clientes:** Además de calidad y la variedad de productos, se realizará un programa de lealtad, en el que con cada compra obtendrán puntos que luego pueden ser canjeables por descuentos. Se enviará promociones y ofertas especiales periódicamente. Se realizarán talleres y muestras de nuevos productos y técnicas.
5. **Opiniones y reseñas:** Se Monitoreará las opiniones y reseñas de los clientes en plataformas en línea. Las reseñas positivas son un indicativo de la satisfacción del cliente y pueden atraer a nuevos clientes.
6. **Fidelidad del cliente:** Se medirá la frecuencia con la que los clientes habituales regresan para obtener servicios o comprar insumos. Los clientes leales tienden a gastar más y recomendar el negocio a otros.

Plan de Marketing

Introducción

El plan de marketing tiene como principal objetivo dar a conocer a la empresa objeto de estudio, además de proceder al lanzamiento de los productos y servicios que se ofrecerán en ella.

A través de las distintas estrategias de marketing que aplicará la empresa (política de producto/ servicio, de comunicación, de distribución y de precio) se proporcionará información referente a la comercialización de los productos/servicios. Se detallará desde el punto de vista comercial qué productos/servicios se quieren vender, cómo se darán a conocer, cómo se harán llegar al cliente y a qué precio se venderán. Con estas estrategias, se espera que la empresa se haga conocida por la totalidad de las manicuras de la zona en un plazo no mayor a un mes.

Estrategia de producto

Con la estrategia de producto, la empresa decide cuáles son los bienes que va a ofrecer y cómo los va a ofrecer, con la intención de diferenciarse de la competencia.

El consumidor piensa en términos de satisfacción de **necesidades** o, en otras palabras, en términos de **valor**. Si bien los productos/insumos para la estética (su uso), satisface necesidades de estima, es decir, la necesidad de reputación, estatus, fama, gloria, confianza, etc. Necesitamos ver más allá de esto y lograr que el consumidor le asigne el mayor valor agregado a nuestros productos. En el caso de FANTASY NAILS, cuando una profesional (cliente potencial) debe adquirir sus insumos, tiene que ocupar un día para viajar a otra localidad a conseguirlos, un día que podría ser productivo para ella, como también incurrir en gastos que podrían ser innecesarios, como boleto de colectivo, combustible, etc. O en otro caso, solicitarlos por internet, lo que implica un costo adicional de envío y tiempo de espera, que por la situación actual están tardando demasiado, lo que puede resultar pérdida de clientes, en el caso de que se quede sin productos, pérdida de dinero y de tiempo productivo. Las necesidades que cubriría la empresa o el **valor** que se espera que los potenciales clientes y clientes le asignen, es el *tiempo* que ganan, por el hecho de no tener que viajar a otra localidad, las horas de productividad que se aprovechan pudiendo adquirir sus productos en su localidad. El *dinero* que ganarán al tener más horas productivas, y que no perderán en viajes,

envíos, en recibir productos que no eran lo que esperaban por no poder observarlos presencialmente. *Ganar clientes*, por tener más horas de productividad y no tener la necesidad de cancelar turnos por no tener algún producto. *Ganan Instrucción*, por ser atendidos por una profesional que está capacitada para responder todas sus inquietudes con respecto a algún producto o servicio. *No pierden* dinero en productos que no les gusta su color y/o consistencia o no son los que esperaban por haber comprado a través de E-Commerce sin poder observarlo. Con este negocio, los potenciales clientes, tienen la oportunidad y comodidad de seguir trabajando teniendo los insumos necesarios cerca y de la calidad deseada. Mas puntualmente se ofrecerá:

1. Variedad de productos: amplia gama de insumos que cubra las necesidades y preferencias de diferentes clientes. Incluye esmaltes de uñas de distintas marcas y colores, herramientas de manicura de alta calidad, decoraciones, tratamientos y otros productos relacionados.
2. Calidad garantizada: proveedores confiables y productos de alta calidad que cumplan con los estándares de la industria. La satisfacción del cliente depende en gran medida de la calidad de los productos.
3. Productos innovadores: Mantenerse al tanto de las últimas tendencias y novedades en el mundo de las uñas. Productos innovadores y exclusivos que no sean fácilmente encontrados en otros lugares. Esto ayudará a diferenciarse de la competencia y atraer a clientes interesados en probar cosas nuevas.
4. Kits y paquetes: kits y paquetes temáticos que incluyen varios productos relacionados. Por ejemplo, un "kit de inicio para manicura en casa". Estos paquetes pueden ser atractivos para aquellos que buscan soluciones completas.
5. Marcas reconocidas: Productos de marcas reconocidas y populares en la industria de las uñas. La reputación de una marca puede influir en la decisión de compra de los clientes, por lo que trabajar con marcas de renombre puede generar confianza.
6. Productos eco-amigables: Incluir productos de uñas que sean amigables con el medio ambiente, como esmaltes libres de químicos tóxicos o empaques reciclables. Cada vez más personas buscan opciones sostenibles, y esta puede ser una ventaja competitiva para el negocio.
7. Muestras y demostraciones: Muestras gratuitas de nuevos productos y demostraciones para que los clientes puedan probar los insumos antes de comprarlos. Esto puede ayudar a aumentar la confianza y la satisfacción del cliente.

8. Comentarios y opiniones: Fomentar y mostrar las opiniones y comentarios de los clientes satisfechos sobre los productos que se ha vendido. Las reseñas positivas pueden influir en la decisión de compra de los clientes potenciales.

Estrategia de distribución

Una estrategia de distribución efectiva es crucial para asegurar que los insumos de uñas lleguen a los clientes de manera oportuna y conveniente.

1. Canales de venta: Se ofrecerá una combinación de tienda física y on line. La presencia en línea es especialmente importante para llegar a un público más amplio.
2. Tienda en línea: fácil de usar, con una navegación clara y segura para el proceso de compra. Se ofrece opciones de pago seguras y envíos confiables.
3. Distribución en tienda física: Colocar productos en estanterías y mostradores para aumentar la visibilidad.
4. Alianzas estratégicas: se establece alianzas con otros negocios o profesionales del cuidado de uñas, como salones de manicura, para ofrecer los insumos como parte de sus servicios o para que los recomienden a sus clientes.
5. Envío y logística eficiente: Contar con una logística eficiente para la entrega de los productos. Se establece tiempos de envío razonables y opciones de seguimiento para garantizar la satisfacción del cliente.



Se utilizará aplicación de celular para delivery dentro de la ciudad de Cruz del Eje con costo a cargo del comprador. La aplicación a utilizar será "Ugo". Su método de trabajo es similar a "Pedidos Ya".

Otra manera de llegar al cliente es a través de correo Oca y el costo a cargo del comprador. Este método se utilizará en el caso de las localidades vecinas a través de ECommerce



será a
ventas a

Estrategia de comunicación

A través de la estrategia de comunicación, las empresas tienen como objetivo dar a conocerse en el mercado, además de informar sobre las ventajas que ofrecen sus productos y servicios con la intención de posicionarse como la alternativa que mejor se adapta a las necesidades de los individuos. Las formas y herramientas de comunicación

existentes son numerosas y las distintas organizaciones deben elegir la combinación que mejor se adapte a sus necesidades. En el caso que acontece, las principales fuentes de comunicación serán las redes sociales.

A continuación, se desarrollarán las acciones que la empresa emprenderá en relación a los distintos instrumentos de comunicación existentes en el mercado.

1. **Redes Sociales:** Se utiliza plataformas como Facebook e Instagram para crear perfiles atractivos del negocio. Se publicará regularmente contenido relevante, como imágenes de productos, tutoriales de uñas, consejos de cuidado y promociones especiales. Interactuar con los seguidores respondiendo a sus preguntas y comentarios.
2. **Publicidad Online:** Se utilizará anuncios pagados en Facebook e Instagram para llegar a un público más amplio y específico en Cruz del Eje y sus alrededores. Se puede segmentar los anuncios según la ubicación geográfica, intereses y comportamientos de los clientes potenciales.
3. **Sitio Web:** Se creará un sitio web atractivo y fácil de navegar donde los clientes puedan obtener más información sobre productos, precios y ubicación de la tienda física. El sitio web debe estar optimizado para dispositivos móviles e incluir información de contacto clara.
4. **Listados en Directorios Locales:** se registrará el negocio en directorios locales en línea, como Google My Business y Yelp. Esto ayudará a que el negocio aparezca en los resultados de búsqueda locales cuando los clientes busquen productos de uñas en Cruz del Eje.
5. **Colaboraciones con Influencers Locales:** Identificar influencers locales que tengan seguidores en el área y que estén interesados en la belleza y el cuidado personal. Colaborar con ellos para organizar eventos, sorteos o publicaciones patrocinadas que ayuden a promocionar el negocio ante su audiencia.
6. **Publicidad en Medios Locales:** Considerar la posibilidad de anunciar en periódicos locales, estaciones de radio y vallas publicitarias en Cruz del Eje. Estos medios pueden ser efectivos para llegar a clientes locales que podrían estar interesados en tales productos.
7. **Eventos y Ferias Locales:** Participar en eventos y ferias locales relacionadas con la belleza y el cuidado personal en Cruz del Eje. Esto permitirá mostrar los productos en persona, interactuar con clientes potenciales y generar conciencia sobre la marca.

8. **Programas de Fidelización y Recomendaciones:** Implementar programas de fidelización que recompensen a los clientes por sus compras frecuentes y por recomendar el negocio a sus amigos y familiares. Los descuentos especiales y las promociones exclusivas pueden incentivar a seguir comprando y promocionando el negocio.

Al combinar estas estrategias de comunicación, se podrá llegar de manera efectiva a los potenciales clientes en Cruz del Eje, y generar interés en los productos de uñas.

Estrategia de precio

Para desarrollar una estrategia de precios efectiva para la empresa, es crucial considerar tanto los costos internos como la competencia en el mercado local.

Determinación de precios respecto a los costos:

1. **Costos de producción y adquisición:** Se calcula los costos directos e indirectos asociados con la adquisición y almacenamiento de los insumos de uñas. Incluye los costos de materias primas, electricidad, transporte, entre otros.
2. **Margen de ganancia deseado:** Se establece el margen de ganancia que se desea obtener por cada producto vendido. Este margen debe tener en cuenta no solo los costos directos, sino también los gastos generales y los impuestos.
3. **Estrategia de fijación de precios:** Se optará por una estrategia de fijación de precios basada en costos, donde se suma un margen de ganancia predefinido a los costos de producción. Esto garantiza que se cubra todos los costos y se obtenga un beneficio adecuado por los productos.

Determinación de precios respecto a la competencia:

1. **Análisis de precios de la competencia:** Investigar los precios de productos similares ofrecidos por competidores directos en Cruz del Eje. Analizar cómo se posicionan en términos de calidad y precio en comparación con los de la empresa de estudio.
2. **Valor percibido por el cliente:** Se evaluará cómo perciben los clientes el valor de los productos en comparación con los de la competencia. Si los clientes consideran

que los productos ofrecen una mejor relación calidad-precio o cumplen con sus necesidades de manera más efectiva, se podría justificar precios más altos.

3. **Monitoreo continuo del mercado:** Mantente atento a los cambios en el mercado y los movimientos de precios de la competencia. Se ajustarán los precios según sea necesario para mantener la competitividad y maximizar tus márgenes de ganancia.

Al combinar una comprensión sólida de los costos internos con un análisis detallado de la competencia y las preferencias del cliente, se puede desarrollar una estrategia de precios efectiva que ayude a alcanzar los objetivos comerciales en el mercado de insumos de uñas en Cruz del Eje, Córdoba.

Presupuesto

El éxito de cualquier iniciativa empresarial, como la expansión de un salón de uñas para incluir la venta de insumos, depende en gran medida de una planificación financiera sólida y realista. En esta sección, se abordará el presupuesto necesario para llevar a cabo el plan incremental de agregar la venta de insumos de uñas al negocio existente. Este presupuesto proporcionará una visión detallada de los costos asociados con cada fase del proceso, desde la adquisición de inventario hasta la implementación de estrategias de marketing y capacitación del personal.

El presupuesto servirá como una herramienta clave para la toma de decisiones financieras, ayudando a la dirección del salón de uñas a asignar recursos de manera eficiente y a evaluar la viabilidad económica del proyecto. Además, permitirá establecer metas claras en términos de rentabilidad y retorno de la inversión, lo que contribuirá a la gestión efectiva de los recursos financieros.

En primer lugar, se analizará en detalle los ingresos esperados a partir de las ventas de los insumos de uñas, teniendo en cuenta diferentes escenarios y factores que puedan influir en la demanda y las ventas. Esto permitirá establecer metas claras y realistas para el crecimiento de los ingresos a lo largo del tiempo.

Posteriormente, se explorarán los gastos necesarios para operar el negocio, desde los costos de adquisición de los productos hasta los gastos operativos y servicios públicos. Un análisis exhaustivo de los gastos ayudará a identificar oportunidades para optimizar costos y mejorar la eficiencia.

Demanda Potencial

En este apartado, se analizará la demanda potencial para la venta de insumos de uñas dentro del contexto del salón de uñas existente. Este análisis ayudará a entender el tamaño del mercado y las oportunidades de crecimiento, lo que a su vez respaldará la toma de decisiones relacionadas con la inversión en el proyecto.

Al comprender la demanda potencial, se podrá estimar de manera más precisa los ingresos esperados y evaluar la rentabilidad del plan incremental. Además, permitirá identificar oportunidades para satisfacer las necesidades y preferencias de los clientes, lo que puede

impulsar el desarrollo de estrategias de marketing más efectivas y la selección adecuada de productos para el inventario.

Para realizarla se tendrá en cuenta:

1. **Perfil del cliente objetivo:** Descripción detallada del perfil demográfico y comportamental del cliente objetivo para la venta de insumos de uñas. Esto incluirá factores como edad, género, nivel socioeconómico, preferencias de compra y hábitos de consumo.
2. **Tendencias del mercado:** Análisis de las tendencias actuales del mercado de productos de cuidado de uñas, incluyendo el crecimiento del mercado, cambios en las preferencias del consumidor, y la demanda de productos específicos.
3. **Competencia:** Evaluación de la competencia en la venta de insumos de uñas en el área local, incluyendo la identificación de competidores directos e indirectos, su participación en el mercado y las estrategias que emplean.
4. **Estimación de la demanda:** En base a la información recopilada, se realizará una estimación de la demanda potencial para los insumos de uñas dentro del mercado objetivo. Esto permitirá calcular las ventas proyectadas y establecer metas realistas para el crecimiento del negocio.

La población objetivo del negocio se estima en **363** personas, un número que refleja la recurrencia de los clientes en sus visitas. Según el estudio de mercado realizado, algunos clientes visitan el establecimiento una vez al mes, otros cada quince días y algunos semanalmente. Debido a esta frecuencia de visitas, aquellos que acuden una vez a la semana se contabilizan cuatro veces dentro de la cifra total de 363, lo que significa que el número real de clientes únicos es menor, pero su comportamiento de repetición se ha tenido en cuenta para calcular esta población objetivo.

Precio

Para determinar el precio de reventa de productos de manicura, se aplicará un margen de ganancia porcentual sobre el precio de costo. Inicialmente, este margen será menor para atraer clientes y establecer una base de mercado. Con el tiempo, el porcentaje de ganancia

aumentará gradualmente a medida que se consolide la clientela y se logre fidelización. Otros factores que se considerarán incluyen:

Demanda del Mercado: Se ajustarán los precios según la demanda de los productos. Los productos más populares podrán tener un margen de ganancia mayor.

Competencia: Se analizarán los precios de la competencia para mantenerlos competitivo sin sacrificar rentabilidad.

Costos Operativos: Se incluirá un margen adicional para cubrir costos operativos, como transporte, almacenamiento y marketing.

Temporada y Promociones: Se ofrecerá descuentos y promociones en ciertas épocas del año para aumentar las ventas y rotar el inventario.

Valor Percibido: Se considerará el valor percibido por los clientes, estableciendo precios que reflejen la calidad y exclusividad de los productos.

Este enfoque flexible permitirá ajustar los precios de manera estratégica, maximizando las ganancias y manteniendo la competitividad en el mercado.

Inversión

Esta inversión en el área de venta de insumos de uñas, es crucial para establecer una base sólida y asegurarse de que el negocio tenga todas las herramientas y recursos necesarios para funcionar eficazmente desde el principio.

Al realizar una planificación cuidadosa y asignar los recursos de manera efectiva, se puede crear un negocio rentable y sostenible. Es importante realizar un análisis detallado de los costos y buscar formas de maximizar el retorno de la inversión a través de estrategias de marketing efectivas y una gestión financiera prudente. Con esto, el negocio de venta de insumos de uñas tiene el potencial de prosperar en un mercado en constante crecimiento.

Inversión Inicial	
Acondicionamiento del local	100000
Marketing y publicidad	30000
PC	400000
Software	70000
Mobiliario	523890
Mercadería	1200000
Total	2323890

(En los anexos se especifican los elementos de cada ítem)

Ingresos

Planilla de **ingresos por ventas de insumos de uñas** en base a la demanda potencial antes realizada. Para el cálculo del precio, se tuvieron en cuenta los costos, tanto fijos como variables, un margen de ganancia entre el 50% y el 100% de acuerdo a cada producto, según los precios que se manejan en la zona aproximadamente y las promociones que vayan a realizarse.

Ingresos por venta de Insumos por día			
Artículo	Precio promedio	Cantidad	Total
Esmaltes (incluye base y top coat)	\$4000	8	\$32000
Imprimantes	\$4000	3	\$12000
Gel	\$12000	2	\$24000
Polímero	\$10000	2	\$20000
Monómero	\$12000	1	\$12000
Herramientas	\$2500	3	\$7500
Decoración	\$2500	4	\$10000
Accesorios para esculpidas	\$3000	3	\$9000
Aparatología y mobiliarios	\$35000	1	\$35000
			\$161500

Egresos

A continuación, se realizará el presupuesto de **Egresos**. El presupuesto de egresos es una parte esencial de cualquier plan de negocio, ya que proporciona una estimación detallada de los gastos y costos necesarios para operar y llevar a cabo el proyecto de manera efectiva. Presenta un desglose de los costos asociados con la implementación y operación de Fantasy Nails, permitiendo una visión clara de la inversión requerida y la planificación financiera.

A continuación, se calculará el CMV.

Costo Insumos mensual			
Artículo	Precio unitario	Cantidad	Sub total costo
Esmaltes (incluye base y top coat)	2000	200	400000
Imprimantes	2000	80	160000
Gel	7000	50	350000
Polímero	6000	50	300000
Monómero	6000	50	300000
Herramientas	200	100	20000
Decoración	300	120	36000
Accesorios para esculpidas	1500	100	150000
Aparatología y mobiliarios	20000	24	480000
total			2196000

A continuación, se describen los costos fijos mensuales.

Costos fijos Mensuales				Anual
	100%	% Venta de Insumos		Venta de insumos
Luz	80000	40%	32000	384000
Limpieza	40000	40%	16000	192000
Internet	25000	50%	12500	150000
Honorarios Contador	20000	50%	10000	120000
Agua Corriente	5000	40%	2000	24000
Agua Bidon	10000	30%	3000	36000
Total				906000

Sueldos

En principio estará el director, quien es el dueño de la empresa y no se contabilizará su sueldo, ya que en sí las ganancias luego de descontarle el pasivo, son de su pertenencia.

En segundo lugar, l@ emplead@ de la empresa realizará sus tareas de lunes a viernes por la mañana (media jornada), es decir, un total de 20hs semanales y estará bajo el Convenio Colectivo de Trabajo de Empleados de Comercio de Argentina (CCT 130/1975). Este convenio es importante porque establecerá las condiciones laborales, salarios mínimos y beneficios sociales que garantizarán un entorno de trabajo justo y equitativo. Además, protegerá los derechos de los empleados y promoverá la organización sindical y la negociación colectiva.

El sueldo se multiplicará por trece ya que incluye el Salario Anual Complementario (SAC), como así también el cálculo incluye las cargas sociales.

Sueldos y Cargas Sociales	
Mensual	426.359,40
Anual (*13)	5.542.672,20

Anexo 4 Recibo de Sueldo.

Amortización

El mobiliario incluye sillas, estanterías, mostradores, entre otros elementos necesarios para la operación del local.

El objetivo principal de la amortización es reflejar de manera precisa la pérdida de valor de los activos con el tiempo debido a su uso, desgaste u obsolescencia. Al registrar las amortizaciones de manera adecuada, se puede mantener una imagen fiel de la situación financiera de la empresa y tomar decisiones informadas sobre la reposición o actualización del mobiliario del local.

Activo	Precio de adquisición	Valor residual	Vida útil (en años)	Coefficiente de amortización	Cuota anual de amortización
Muebles	523.890	419.112	5	0.2	104.778
Computadora	400.000	320.000	5	0.2	80.000

Flujo de Fondos Proyectado

FLUJO DE FONDOS PROYECTADOS				
CONCEPTO		Año I	Año II	Año III
Ventas		46.512.000	58.140.000	72.675.000
CMV		26.352.000	32.940.000	41.175.000
Costos fijos		906.000	906.000	906.000
Sueldos		5.542.672	5.542.672	5.542.672
IIBB		1.627.920	2.034.900	2.543.625
Municipalidad		57.000	57.000	57.000
Amortización		184.778	184.778	184.778
Resultado Antes de Impuestos		11.841.630	16.474.650	22.265.925
Impuesto A Las Ganancias		2.960.408	4.118.663	5.566.481
Resultado Bruto		8.881.223	12.355.988	16.699.444
Amortización		184.778	184.778	184.778
Inversión Inicial	-2.323.890			
Totales		12.026.408	16.659.428	22.450.703
	TASA DE DESC	10%	IIBB	3,50%
	VAN	39244876	IMP GCIAS	25%
	TIR	550,54%		
	PRI	19,323226	2,31878712	MESES

- En los períodos II y III, se calcula un incremento del 25% en las ventas totales en cada periodo, como se menciona anteriormente en los objetivos.

Análisis de proyecto de inversión

El proyecto de inversión demuestra ser altamente rentable y con un desempeño financiero destacado. Con un Valor Actual Neto (VAN) de \$39.244.876, el negocio generará ingresos significativamente superiores a la inversión inicial, asegurando una ganancia considerable en términos de valor presente. Además, la Tasa Interna de Retorno (TIR) del 550.54% refleja una rentabilidad extraordinaria, muy por encima de las expectativas del mercado y del costo de oportunidad del capital, lo que asegura retornos ampliamente superiores por cada peso invertido. Por otro lado, el Período de Recuperación de la Inversión (PRI) menor a 3 meses evidencia un tiempo extremadamente corto para recuperar el capital inicial, minimizando riesgos y mejorando la liquidez a corto plazo. En conclusión, este proyecto se posiciona como una excelente oportunidad de inversión, con altos retornos, rápida recuperación y una significativa generación de valor, consolidándose como una opción estratégica y lucrativa dentro del mercado de belleza y cuidado personal.

Conclusión

Fantasy Nails presenta un proyecto de inversión sólido y rentable, respaldado por un VAN de \$39.244.876, una TIR de 550.54% y un PRI de solo 3 meses. Estos resultados reflejan no solo la viabilidad financiera, sino también la capacidad del negocio para adaptarse a las tendencias del sector y satisfacer una demanda desatendida. Con una ubicación estratégica, un enfoque en la calidad y el respaldo de estrategias modernas de marketing digital, el proyecto está preparado para consolidarse como líder en la región y generar un impacto positivo en el mercado local. Este enfoque no solo atraerá a un público local, sino que también permitirá alcanzar una participación significativa en el mercado de servicios de uñas.

En términos tecnológicos y operativos, la integración de herramientas como un software de gestión de inventarios, una plataforma de e-commerce y el uso de Mercado Pago permitirá automatizar procesos, mejorar la eficiencia operativa y ofrecer una experiencia de compra fluida tanto en el local físico como online. Estos elementos son clave para alcanzar los objetivos financieros del proyecto, que incluyen equiparar los ingresos por servicios de uñas y productos durante el primer año, y lograr que el 10% de las ventas provengan del comercio electrónico.

El uso de estrategias de marketing digital, apoyadas por plataformas como Google Ads y redes sociales, permitirá a Fantasy Nails generar visibilidad y captar una amplia base de clientes, con el objetivo de cubrir al menos el 60% de la demanda potencial del mercado local. Se espera, además, un crecimiento sostenido en las ventas del 25% anual, lo que asegura un futuro próspero y rentable.

Fantasy Nails no solo cubrirá una necesidad clara en el mercado de insumos para uñas, sino que se proyecta como un negocio innovador y competitivo, con un enfoque en la satisfacción del cliente y la mejora continua, basado en la adopción de tecnologías y estrategias modernas para el comercio y la gestión empresarial.

Recomendaciones finales

Optimización de Recursos: Revisar periódicamente los costos operativos para maximizar la eficiencia y los márgenes de ganancia.

Fortalecer la Presencia Digital: Implementar campañas de marketing digital dirigidas a captar el 10% de las ventas por e-commerce y fomentar la fidelidad de los clientes.

Mitigación de Riesgos: Diseñar estrategias para enfrentar desafíos como la inflación y la competencia del comercio electrónico, ofreciendo promociones y diferenciación en la calidad.

Monitoreo Continuo: Establecer un sistema de seguimiento de KPI, incluyendo crecimiento de ventas, participación de mercado y satisfacción del cliente.

Inversión en Innovación: Continuar explorando nuevas oportunidades tecnológicas y comerciales para mantener la ventaja competitiva.

Reinversión Continua: Destinar una parte de las utilidades generadas a la reinversión en el negocio, lo que permitirá financiar mejoras operativas, ampliar el inventario de productos, implementar nuevas tecnologías y expandir el espacio físico según las necesidades del crecimiento. Esta práctica asegurará que Fantasy Nails pueda adaptarse a las demandas del mercado, mantenerse a la vanguardia en tendencias de belleza y fortalecer su posición competitiva a largo plazo.

Anexos

Anexo 1: Encuesta

Buenos días. Estoy realizando esta breve encuesta con el fin de determinar la viabilidad de un negocio de venta de insumos para manicuras.

1- ¿Cada cuánto tiempo acudes a comprar insumos para uñas?

Una vez por semana

Cada 15 días

Una vez por mes

Otra

2- ¿Cuál es el monto de cada compra?

Menos de \$10000.

Entre \$10000 y \$20000

Entre \$20000 y \$40000

Mas de \$40000

3- ¿En qué negocio compras habitualmente?

Perfumería Nancy

Viajo a Córdoba

Mercado libre

Otro

4- ¿En qué es lo que más invierte generalmente?

Insumos para uñas Acrílicas

Insumos para uñas en gel

Insumos para esmaltado semipermanente

Otro

5- ¿Qué marca de insumos para uñas acrílicas prefiere?

6- ¿Qué marca de insumos para uñas en gel prefiere?

7- ¿Qué marca de insumos para esmaltado semipermanente prefiere?

8- Si consiguieras en tu localidad los insumos que necesitas, ¿los comprarías allí?

Definitivamente si

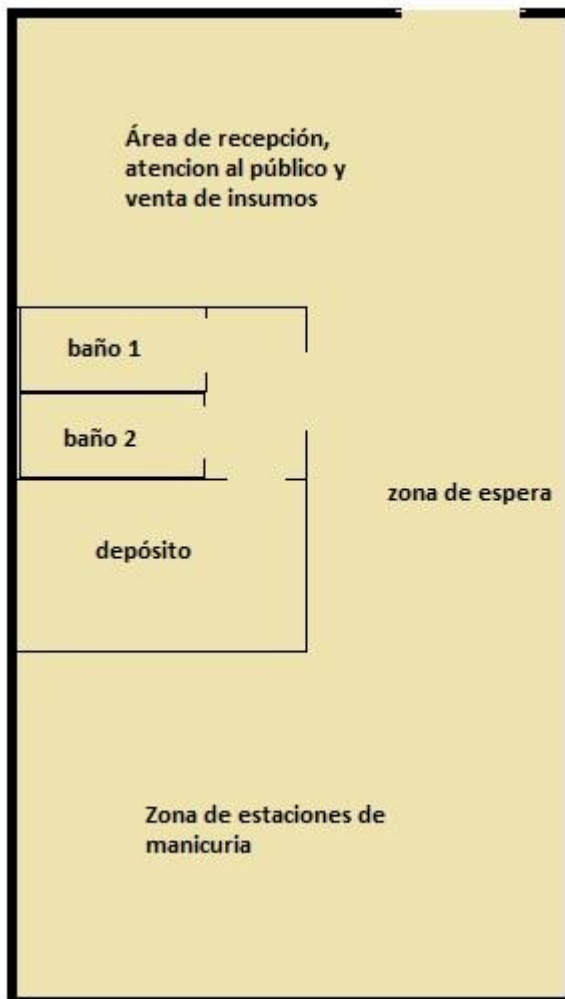
Probablemente

Poco probable

No

¡¡¡Gracias por responder!!!

Anexo 2: Croquis del local



Anexo 3: Inversión Inicial

1- Acondicionamiento del local: \$100.000.- pintura y mano de obra.



Ver más productos marca Ingenia

Nuevo | +1000 vendidos



**Combo Latex Interior Evans-
enduido-fijador-lijas-rodillo M
M**

4,5 ★★★★★ (690)

\$-65,124

\$ 57.960³⁶ 11% OFF

en 6 cuotas de \$ 13.426⁵²

El precio por litro es \$ 2.898,02

Ver los medios de pago

Cupón Aplicar 5% OFF.

Ahorrás \$ 2.898,02.

Ver cupones disponibles

Llega gratis el jueves

Más formas de entrega

Color: Blanco

2- Marketing y publicidad: \$30.000.- incluye marketing digital. Se destinara \$15.000 a Facebook y \$15.000 a Instagram. El monto se ajusta a las necesidades.

3- PC: \$400.000.-



Pc Computadora Completa Intel I3 1tb 8gb Con Monitor Led 19

\$ 399.999

en 6 cuotas de \$ 89.099

4,4 ★★★★★ (143)

Envío gratis

4- Software: \$70.000.-



Nuevo | +25 vendidos



**Software Control De Stock:
Entradas Y Salidas De
Mercaderia**

5.0 ★★★★★ (3)

\$ 70.000

Mismo precio en 6 cuotas de \$ 11.666⁶⁷

Ver los medios de pago

Entrega a acordar con el vendedor

Villa Gesell, Buenos Aires

Ver formas de entrega

Stock disponible

Cantidad: 1 unidad ▼ (+5 disponibles)

Activar Windows

Podés comprar hasta 5 unidades. Registración para activar

5- **Mobiliario: \$523.890.-** (Incluye un mostrador, una banqueta y 3 estanterías)



Nuevo

Estanteria Comercial
Estantes 95cm Comercio
Negocio

\$ 113.000
en 6 cuotas de \$ 26.176⁴⁵

[Ver los medios de pago](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Moreno, Buenos Aires
[Ver formas de entrega](#)

Color: **Bianco**

Disponible 25 días después de tu compra

Cantidad: **1 unidad** ▾ (+5 disponibles)

[Activar Windows](#)



Nuevo | +50 vendidos

Banqueta Línea Runko 73
Con Respaldo Tolix - Tromen

4.5 ★★★★★ (6)

\$ 71.900
en 6 cuotas de \$ 16.655⁶²

[Ver los medios de pago](#)

Llega gratis el miércoles
[Más formas de entrega](#)

Color: **Bianco**

Almacenado y enviado por **FULL**

¡Última disponible!

[Comprar ahora](#)



Nuevo | +100 vendidos

Mostrador De 1.00
Combinado Ciego -vitrina

3.9 ★★★★★ (30)

\$ 112.990
en 6 cuotas de \$ 26.174⁶³

[Ver los medios de pago](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Once, Capital Federal
[Ver formas de entrega](#)

Color: **Bianco**

¡Última disponible!

[Activar Windows](#)
[Comprar ahora](#)

Anexo 4: recibo de sueldo

Calculadora Empleados de Comercio (CCT 130/75)

ReciboComercio.com.ar Exportar

Empresa:
 Empleado:

Liquidación:
 Categoría:

Jornada:
 Antigüedad:

Asistencia:
 Aporte OSECAC:
 Obra social s/NR:

Cuota Sindical:

Concepto	Unidad	Base	Rem	No rem	Descuentos
+ Sueldo básico	30	\$ 6.215,26	\$ 186.457,72		
+ Adicional por asistencia y puntualidad	8,3 %	\$ 186.457,72	\$ 15.538,14		
+ Jubilación	11 %	\$ 201.995,86			\$ 22.219,54
+ Ley 19.032	3 %	\$ 201.995,86			\$ 6.059,88
+ Obra social	3 %	\$ 484.790,07			\$ 14.543,7
+ FAECyS - Art. 100 CCT 130/75	0,5 %	\$ 201.995,86			\$ 1.009,98
+ Sindicato - Art. 100 CCT 130/75	2 %	\$ 201.995,86			\$ 4.039,92
+ Aporte Solidario OSECAC	1	\$ 100			\$ 100
+ Incremento No Remunerativo – Acuerdo Enero 2024	30	\$ 1.243,05		\$ 37.291,54	
+ Acuerdo Enero 2024 No Remunerativo Presentismo	8,3 %	\$ 37.291,54		\$ 3.107,63	
+ Incremento No Remunerativo – Acuerdo Febrero 2024	30	\$ 1.093,89		\$ 32.816,56	
+ Acuerdo Febrero 2024 No Remunerativo Presentismo	8,3 %	\$ 32.816,56		\$ 2.734,71	
+ Incremento No Remunerativo – Acuerdo Abril 2024	30	\$ 1.282,83		\$ 38.484,87	
+ Acuerdo Abril 2024 No Remunerativo Presentismo	8,3 %	\$ 38.484,87		\$ 3.207,07	
+ Incremento No Remunerativo – Acuerdo Junio 2024	30	\$ 1.327,73		\$ 39.831,84	
+ Acuerdo Junio 2024 No Remunerativo Presentismo	8,3 %	\$ 39.831,84		\$ 3.319,32	
+ Obra social	3 %	\$ 385.904,53			\$ 11.577,14
+ FAECyS - Art. 100 CCT 130/75	0,5 %	\$ 160.793,55			\$ 803,97
+ Sindicato - Art. 100 CCT 130/75	2 %	\$ 160.793,55			\$ 3.215,87
+ Totales			\$ 201.995,86	\$ 160.793,55	\$ 63.569,99
+ Sueldo neto					\$ 299.219,42

BIBLIOGRAFIA

El Banco Mundial en Argentina. (2024) Argentina: Panorama general.

<https://www.bancomundial.org/es/country/argentina/overview>

Sandra Conte. (09/06/2019) Belleza: un negocio que se mantiene pese a la crisis. Mendoza, Argentina. Los Andes.

<https://www.losandes.com.ar/article/view?slug=belleza-un-negocio-que-se-mantiene-pese-a-la-crisis-2>

Repositorio Digital Suquia. (2024)

<https://suquia.ffyh.unc.edu.ar/bitstream/handle/suquia/501/012.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Insumos ESMAR. (2022) Diseño e Impresión

<https://insumosesmar.com/todo-sobre-una-impresora-para-unas/>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2021). Tecnologías digitales para un nuevo futuro (LC/TS.2021/43). Naciones Unidas. Santiago.

Anima Naturalis (2024)

<https://www.animanaturalis.org>

Redacción de Para ti. (04/04/2019) E-commerce: ¿Cuáles son los productos de belleza que más compramos online? Buenos Aires, Argentina. Infobae.

<https://www.infobae.com/parati/belleza/2019/04/04/e-commerce-cuales-son-los-productos-de-belleza-que-mas-compramos-online/>

Lic. Clara De Lorenzo. (2020) Crecimiento del mercado en Estética. Buenos Aires, Argentina. Femeninas.

<http://www.femeninas.com/crecimiento-del-mercado-enestetica/>

Francisco Torreblanca. (2014) Psicología de color en el Marketing: Rosa.

España. Blog. <https://franciscotorreblanca.es/psicologia-del-color-en-el-marketingrosa/>

Porter, M. (2009). **Estrategia Competitiva**. Ediciones Pirámide.

Fred R. David (2003) **Conceptos de Administración Estratégica**, Novena edición, México. Pearson Educación.

“Administración de Operaciones, Producción y Cadena de Suministros”

de Chase, Jacobs y Aquilano. McGraw Hill. México. 2009. Capítulos recomendados son 1, 5, 7, 9, 10 y 11.

“Administración de Recursos Humanos, El Capital Humano en las

Organizaciones”, de Idalberto Chiavenato”. McGraw Hill. México. 2007.

Jorge Vega. 2024. **“Calculadora empleados de Comercio”**,

<https://jorgevega.com.ar/laboral/71-calculadora-sueldos-empleados-comercio.html>