

**UNIVERSIDAD DE LA INTEGRACIÓN DE LAS
AMÉRICAS**



FACULTAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA Y SEMI PRESENCIAL

LICENCIATURA EN MARKETING.

**SERVICIO DE BEAUTY BAR DE MAKE UP Y
COSMETOLOGÍA.**

Gloria Fátima De Jesús Cristaldo Benítez.

Asunción, Paraguay

Año 2023



Servicios de Maquillaje y Cosmetología...15

Resumen Ejecutivo

El presente Plan de Negocio se centra en la creación y operación de un servicio de Beauty Bar que ofrece servicios de maquillaje y cosmetología en la ciudad de San Lorenzo, Paraguay. La ubicación estratégica en San Lorenzo proporciona acceso a un mercado diverso y en constante crecimiento, lo que lo convierte en un lugar ideal para ofrecer servicios de belleza y cuidado personal.

La situación económica actual presenta una favorable tendencia al crecimiento en la región de San Lorenzo, con un aumento en la demanda de servicios de belleza y cuidado personal. Sin embargo, la competencia en este sector es alta, y se requiere una estrategia sólida para destacar en el mercado.

En línea con las sugerencias de las estrategias genéricas de Michael Porter, este plan de negocio se centrará en la diferenciación. Ofreceremos una gama de servicios de maquillaje y cosmetología de alta calidad, junto con un enfoque en la atención al cliente excepcional, para destacarnos en un mercado competitivo.

La principal innovación de nuestro servicio de Beauty Bar radica en la aplicación de estrategias de marketing digital. Utilizaremos las redes sociales, marketing de influencia y publicidad en línea para atraer y retener a nuestra clientela. Esto nos permitirá llegar a un público más amplio y establecer una presencia en línea sólida.

El objetivo principal de este plan de negocio es consolidar nuestra posición como un destino de belleza de referencia en San Lorenzo y sus alrededores. La inversión inicial requerida es de Gs 67.883.386 de los cuales el 36% se destinará a la adquisición de equipos de última generación y mejoras en nuestras instalaciones, el 45% se utilizará para la formación de nuestro personal y el resto se invertirá en marketing, promoción y adquisición de suministros.

Para la determinación de los ingresos y gastos, se han utilizado precios de mercado vigentes, calculándose un incremento del 4,53% respecto al año anterior. Esto se basa en un análisis del mercado y una estrategia de precios competitiva.

