

# PLAN DE EMPRESA

## PELUQUERÍA MICEA



CELIA DE JUAN LUCAS

MILAGROS CAMINERO HIDALGO

ANDREA FERNANDEZ HEREDIA

AIDA GONZALEZ HERNANDEZ

### Plan de empresa

**Presentación del proyecto:** nuestra empresa será una peluquería de alto standing que estará enfocada a ofrecer y vender productos exclusivos con una gran variedad de ofertas que no están disponible en el mercado en el que nos vamos a instalar.

**Los motivos:** los motivos que nos lleva a crear esta empresa son las ganas de superarnos a nosotras mismas, poder tener la libertad de innovar en nuestro sector, llevar a nuestra ciudad servicios que hasta ahora no están disponibles en ella.

El grado de ilusión que tenemos para crear esta empresa es muy alto porque vamos a arriesgar mucho para así tener un mejor futuro.

En cuanto al riesgo nos gusta la seguridad de tener un sueldo fijo, pero también queremos tener la libertad de ser nuestro propio jefe.

El entorno familiar nos ayuda a que asumamos riesgos ya que nos apoyan y contamos con su respaldo económico para empezar la empresa.

Capital de momento no tenemos capital disponible ya que tendremos que pedir ayuda ya sea de familiares o pedir un préstamo.

La tecnología es una gran baza que nos va ayudar porque conocemos las novedades tecnológicas y estamos al tanto de lo último en el sector.

De momento no conocemos el negocio porque no hemos trabajado de ello, pero tenemos la practica en la empresa y la formación que es lo primor dial para no cometer errores.

Conocimientos de gestión no tenemos, pero podemos aprender y también recibir ayuda de una empresa especifica para ello como es una gestoría.

En cuanto a las habilidades sociales tenemos muchas habilidades sociales ya que somos chicas amables, conciliadoras, con paciencia y sabemos atender bien a nuestros clientes.

ACTIVIDAD	CLIENTES	PROBLEMAS O NECESIDAD QUE CUBRE	PROPUESTA DE VALOR	OBJETIVO A UN AÑO
La actividad que vamos a realizar es un servicio de imagen personal donde vamos a vender tanto productos como servicios todo envuelto en una experiencia relajante y renovadora.	Nuestra peluquería estará dirigida a clientes de alto poder adquisitivo que quieran obtener un servicio exclusivo, así como una experiencia, ofreceremos un plus de lo que ofrecen normalmente otras peluquerías de nuestra zona	La necesidad de verse guapa, de relajarse y de desconectar.	Nuestra empresa no ofrece un lavado sin más por ejemplo ofrece una experiencia de relajación con nuestros masajes, nuestro sillón de cronoterapia, ofrecemos un servicio de calidad que no encontrarán en otro lugar y esto nos diferenciara de nuestros competidores	Darnos a conocer en nuestra ciudad e ir ganando clientes fieles a nuestro servicio.

#### **Cuotas de mercado:**

**¿Crees que existe alguna o algunas empresas que tienen mayor cuota de mercado que las demás? ¿Cuáles son?** Si, serían las grandes cadenas de peluquerías, las franquicias, las cadenas de supermercado.

**¿o crees que existen muchas pequeñas empresas que se reparten mas o menos igual el mercado?** No, las grandes pequeñas empresas no se reparten igual el mercado porque las grandes empresas tienen mas porcentaje de venta.

**¿A que cuota de mercado aspirarías en tu primer año de proyecto empresarial?** En el primer año la cuota de mercado será baja ya que todavía no seremos reconocidos en nuestra ciudad tenemos que ir ganando cuota de mercado poco a poco.

#### **Estructura del mercado:**

**¿Cómo es la estructura del mercado a donde se dirige tu plan de empresa?** Las ventas suelen estar desproporcionadas entre una empresa y otra ya que hay empresas que destacan más que las demás y por este motivo tienen más ventas.

**¿hay intermediarios: ¿mayoristas, minoristas?** Tenemos a los fabricantes de bienes y empresas de servicios.

Intermediarios o canal de distribución ya que compramos al distribuidor y se lo vendemos a nuestros clientes.

**¿hay prescriptores que influyen en la decisión de compra, aunque lo consume y pague otra persona?** Si, los comerciales de nuestra empresa.

### **Respecto al tipo de mercado**

#### **Monopolio y oligopolio:**

**¿existe alguna empresa claramente líder que llega a actuar casi como monopolio, por ejemplo, marcando los precios a seguir?** Si, por ejemplo, Iberdrola, y de nuestro sector, aunque no sea un monopolio las grandes franquicias de peluquería marcan los precios a seguir las demás como por ejemplo Marco aldany, llongueras.

**¿Existen algunas empresas líderes que hacen de oligopolio en el mercado? ¿pactan precios o no lo hacen?** Si algunas pactan precios como por ejemplo las gasolineras y otras no pactan los precios como las empresas que venden tarifas de telecomunicaciones.

#### **Competencia perfecta y monopolística**

**¿existen muchas empresas pequeñas y el producto es muy parecido? ¿debes aceptar el precio que te viene por el mercado?** Si, si quieres estar en la competencia tienes que adaptarte a los precios de tu mercado ya que si son precios muy desorbitados en comparación con la competencia no vas a conseguir tener mucho volumen de clientes.

**¿tu mercado se distingue por marca y debes diferenciarte también por marca de la competencia?** Si, ya que cada salón de peluquería trabaja con unas marcas específicas y por ende el precio del servicio que vamos a ofrecer también variara. Tenemos que diferenciarnos en las marcas que utilicemos en nuestro salón ya que esto nos proporcionará mayor calidad en nuestros servicios y nos dará un plus de exclusividad.

**¿Qué criterios son los que realmente te ayudan a segmentar o clasificar a los clientes?** Tendremos en cuenta los siguientes criterios los económicos, demográficos, los gustos de nuestros clientes y su profesión.

## **Define tu segmento de mercado**

**Geográficos:** es importante porque es fundamental conocer que tipos de clientes viven en nuestra zona.

**Económicos:** necesitamos saber que economía tienen nuestros clientes para saber el rango de precio con el que podemos jugar.

**Gustos:** son necesarios para conocer sus necesidades, y lo que realmente van a demandar en nuestro salón de peluquería.

Nuestros primeros clientes a lo que nuestro proyecto se dirige será sobre todo gente conocida que tiene confianza en nosotros y que con el boca a boca nos traerá nuevos clientes a la empresa.

## **Lienzo de propuesta de valor y Early Adopters**

### **Paso 1: Early Adopter, pasos básicos**

Localización, m<sup>2</sup> de la empresa, números de contacto y redes sociales.  
Económicos como precio de los servicios y el dinero del que disponemos.  
Los gustos como que nuestros clientes se vean bien y preferencias a la gente citada que a la gente sin citar, el trato imprescindible

### **Paso 2 : Empatía con tus clientes**

Los objetivos y necesidades como verse guapos, subir autoestima y tener su tiempo de relax. Ofrecemos distintos servicios para todo tipo de público.

Como problemas, nuestros servicios pueden ser demasiado caros para algunas personas ya que nuestros servicios de mas calidad que los demás de nuestra ciudad.

### **Paso 3: la propuesta de valor**

Se podrá tener un horario flexible a la primera hora del trabajo así como al finalizarlo para aquellas personas que lo necesiten, siempre con causa justificada, como beneficio de esto sacamos un mejor rendimiento y la cercanía de la empresa con sus trabajadores.

## **Políticos**

**¿Hay estabilidad política y social? ¿Hay subvenciones?**

Cumplimos correctamente la normativa y las subvenciones que nos pueden proporcionar son las de para menores de 30 años al montar una empresa.

### **Económicos**

#### **¿Afecta la crisis a tu sector? ¿Hay desempleo?**

Sí mucho, en el sector hay mucho desempleo.

### **Sociales**

Las modas van cambiando y necesitamos saber sobre todas las tendencias y las modas para poder ofrecer lo último a nuestros clientes y que estos se vayan satisfechos

### **Tecnológicos**

Cuando sacan nuevos aparatos los necesitamos para nuestro negocio para estar a la última.

### **Estabilidad**

En nuestro sector no se suelen producir cambios porque la peluquería es algo muy tradicional que cambia poco

### **Complejidad**

Para nuestros servicios es muy importante tener unos conocimientos previos sobre lo que se va a trabajar.

### **Integración**

Nuestro producto solo se vende en nuestro centro o centros de igual calidad, pero en nuestra ciudad solo los podemos ofrecer nosotros.

### **Hostilidad**

Sí, hay mucha competencia, pero como hemos dicho anteriormente nosotros ofrecemos solo alta calidad por lo que no tenemos tanta competencia en la ciudad.

### **La competencia**

#### **¿Cuál crees que es el grado de competencia entre las empresas actuales?**

Hay muchas empresas de peluquería, pero ninguna como la nuestra, cada vez hay más competencia en nuestro sector pero en nuestra ciudad no

hay ninguna como la nuestra, las otras empresas si se lo proponen pueden vender mas productos de los que venden. Si tuviéramos que dejar el negocio podríamos trabajar en otra empresa o seguir estudiando cursos superiores.

### **¿Hay probabilidad de que entren nuevos competidores?**

Para competir con nuestra empresa si porque tenemos aparatología de alto coste y calidad. Pueden ofrecer un producto distinto al nuestro, acceder a canales de distribución como minorista, mayorista... y por supuesto se necesitan unas condiciones legales que todas las empresas deben cumplir.

### **¿Hay otros productos que pueden sustituir al tuyo?**

Peluqueras normales sí, pero no ofrecen el plus que ofrecemos nosotros.

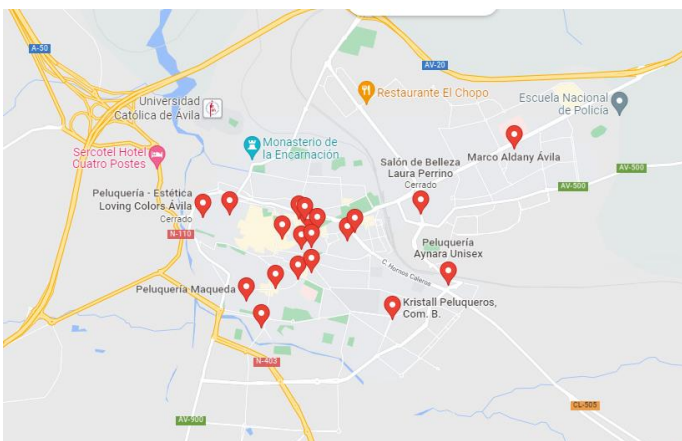
### **¿Qué poder tienen los proveedores?**

Hay proveedores, pero no muchos, si unos no nos gustan podemos cambiar a otro cuando queramos. Compramos en gran cantidad y negociamos en cuanto al precio por comprar mucho.

### **Recoger información publicada**

#### **Recorrido por la zona**

En nuestra ciudad hay alrededor de 40 empresas de nuestro sector.



Un área muerta puede ser la calle Vallespín donde no hay ninguna empresa, pasa poca gente, no pasan coches y solo hay algún bar.

#### **En una visita al local**

Hay que preguntar los ingredientes de los productos, su aplicación, así como las instrucciones de uso, precauciones y el público al que va dirigido. Se tendrá que observar la calidad-precio y la satisfacción de los clientes en cuanto a nuestro nuevo producto.

### **Las mejores de la competencia**

En Ávila las mejores peluquerías pueden ser: Carolina Somoza, Laura Perrino y Susana Bordallo. Ubicadas en un buen sitio con fácil acceso, una buena forma de distribuir su producto y su calidad

### **Competencia directa**

#### **¿Qué necesito saber de mi competencia?**

Saber si son grandes empresas y cuanto venden para saber a que nos enfrentamos a la hora de abrir nuestra empresa. Sus productos serán mas baratos pero también de menos calidad que los nuestros. Como método de publicidad utilizan mucho la radio y revistas, su estrategia de mercado es estable.

### **Análisis DAFO**

**Fortalezas:** Nuestra empresa es grande e innovadora, no ofrecemos lo mismo que los demás

**Debilidades:** Podrían ser los precios o el capital del que disponemos en estos momentos

**Oportunidades:** El título que tenemos, que nos puede servir n caso de que no nos vaya bien.

**Amenazas:** Las demás peluquerías ya son conocidas y tienen a sus clientes fieles.

### **Factores que influyen**

La competencia en la zona, la cercanía del polígono a nuestra empresa, la legislación y ayudas públicas, la demanda de producto, la facilidad de acceso a nuestro salón para todo el público que quiera venir

### **La misión**

Nosotros queremos que nuestra empresa tenga éxito y seamos reconocidos por ello.



## Visión

Espero que mi empresa tenga éxito y podamos llegar lejos con ella.

Nuestro deber es hacer una normativa de régimen interno para nuestros trabajadores y un plan de evacuación. Otro de higiene postural y curso de prevención de riesgos.

En cuanto al medioambiente poner cubos de reciclaje tanto de plástico, como de cuchillas, orgánico....

Tanto nuestros productos y servicios van a ser de gran calidad y el precio al que los vamos a vender va a ser alto y nosotras como empresarias queremos que el valor que perciban nuestros clientes en nuestro producto sea alto.

El producto básico es la necesidad que tienen de verse guapas. La cantidad de producto en este caso servicio será la que nos demanden y de alta calidad

Aparte del servicio de peluquería también tenemos tratamientos .aparte también ofrecemos garantía y otras ventajas. .

Nuestro producto es un servicio. Por supuesto que existen productos sustitutivos pero son de menor calidad

Es un producto incógnita porque se esconde en el champús. Asumimos el riesgo de que no triunfe.

No es un producto que tenga todo el mundo debemos hacer buena publicidad del producto para que tenga éxito y muchas ventas

Si que va a ser nuestro producto estrella

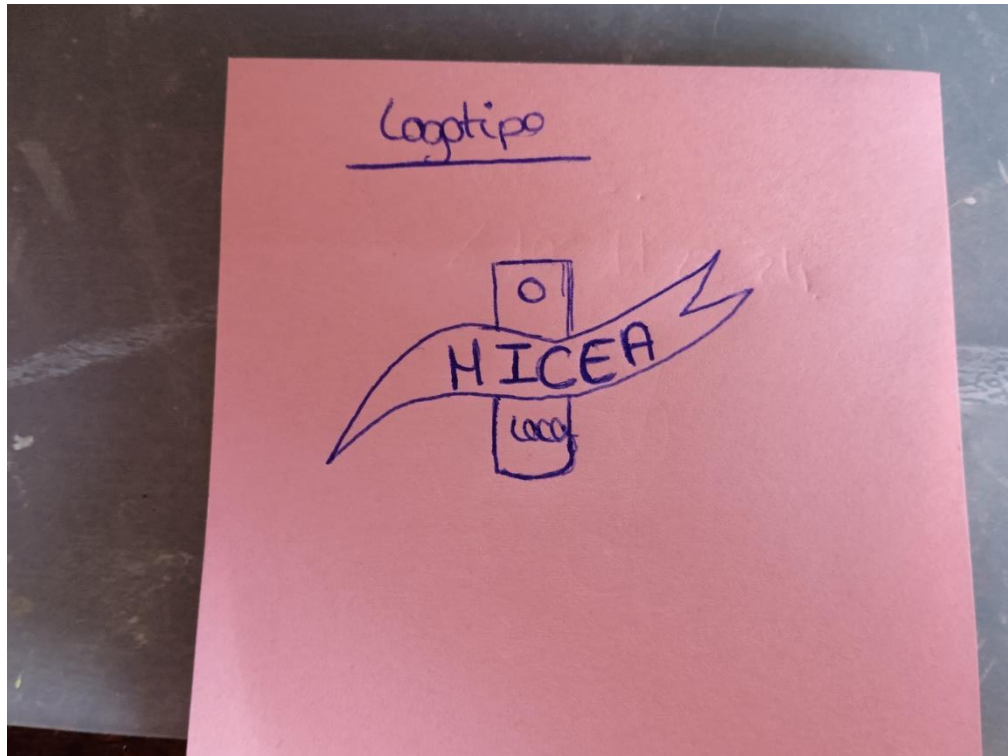
Tenemos que seguir vendiéndole y no dejar que entre en fase de declive para seguir obteniendo beneficio de sus ventas.

Nuestro producto se va a diferenciar de los demás porque es de mayor calidad.

Nuestra marca de productos va a ser productos midea. Ya que ese es el nombre de nuestra empresa

Y nuestro eslogan es: **“la vida es demasiado corta para llevar un pelo aburrido”**

El servicio adicional incorporado con el producto es de lavado y peinado . y el alargamiento de vida del producto va a ser hacer packs ahorro y diferentes promociones.



El criterio de fijación de precios será diferente en la calidad/ precio

La estrategia de gancho será: champú y mascarilla 14,99€ pack ahorro/  
producto barato champú 7,99€

El producto de menor precio será en este caso la gomina porque está en declive

Y el precio psicológico será 7,25

Y si es posible dar distintos precios

Como nuestro negocio es de alta calidad usaremos productos de gran calidad pero tendremos diferentes productos.

En el Black Friday tendremos -descuentos

En el cybermonday

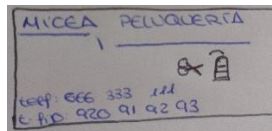
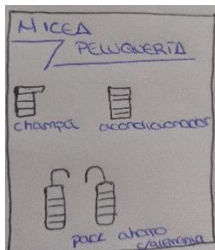
Nuestros productos se pueden vender en packs y también en individual.

Por ejemplo: champú+ acondicionador

## La publicidad

**¿Qué medios de publicidad crees que son los adecuados para tu empresa?** A través de la página web, internet, también a través de redes sociales etc...

## Folleto y tarjeta de visita MICEA



## Merchandising

### Vendes en tienda o local

Local adjunto con la peluquería

### Promoción de ventas

**¿Puedes realizar promociones de corta duración como muestras, regalos, participación de sorteos, etc?** Realizamos pack ahorro, champú + mascarilla

### Fidelización

**¿Qué piensas hacer para conservar a tus clientes?** Descuentos, tarjetas clientes, eventos especiales solo para clientes

### Relaciones públicas

**¿Puedes patrocinar alguna actividad que genere buena imagen para tu empresa?**

Si, puede funcionar para el buen funcionamiento de la empresa

### Venta directa

**¿Quién va a vender en tu empresa?** Las profesionales que trabajamos en el salón de belleza ya que consideramos que otra persona no tiene la misma capacidad que nosotras las profesionales a la hora de vender los productos

### **Canal directo**

**¿Eres fabricante y vendes directamente a los clientes?** No

**¿Vendes a través de internet, pagina web ..?** si, también a tienda física

### **Canal indirecto**

**¿Vendes tus productos a mayoristas o minoristas?** Vendemos los productos a minoristas

**¿Eres un minorista que vende al cliente?** Si

### **Nuevas formas de distribución**

**¿Has pensado en abrir una franquicia?** No, a lo mejor mas adelante

**¿O vender, además, mediante comercio electrónico o por venta telefónica?** Electrónica

### **Organización de la atención al cliente**

**¿Qué personas son las que se van a encargar de atender a los clientes en caso de que lo requieran?** Las peluqueras

**¿En qué horario?** 10:00h- 14:00h y 17:00h-20:30h

**¿Habrá teléfono específico de atención al cliente?** Si, el teléfono es: 920919293

**¿Cómo quedan registradas las llamadas o correos de clientes?** En el teléfono en el buzón de voz.

**¿La página web dispone de una pestaña de atención al cliente para recibir sus reclamaciones y sugerencias?** Si, lo habrá

### **Gestión de reclamaciones y sugerencias**

**¿Cómo se van a gestionar las reclamaciones?** Los clientes irán a recepción a pedir la hoja de reclamaciones y lo recogerá la recepcionista o la jefa

**¿Cómo se contesta al cliente?** Con respeto y educación

**¿Cómo se registran las sugerencias?** En el buzón de sugerencias y la leerá la jefa

### **Servicio post-venta y garantía**

**¿Cómo se organizan las devoluciones?** Siempre y cuando no estén abiertas, por un vale

### **Encuestas de satisfacción**

**¿Qué deberá de incluir en la encuesta de satisfacción del cliente?**

Puntuación del 1-10 y si está descontento con nuestro producto/servicio

**¿Quién lo elabora?** La jefa **¿A qué clientes se les debe enviar?** A todos

**¿La página web dispone de alguna encuesta voluntaria?** Si

### **Orientación hacia el cliente**

**¿Cómo se transmite la fisiología de orientación hacia el cliente al equipo de trabajo de la empresa? ¿Quién se encarga de transmitirla?** Se transmite con educación y respeto, nos encargamos de transmitirla las profesionales

