



**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA
PRIVADA “ZEGEL IPAE”
PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS**

PLAN DE NEGOCIO DE VENTA DE PELUCAS DE KANEKALON

**Proyecto de innovación Empresarial para optar el Grado Académico de Bachiller en
Administración de Negocios**

JULIO ERICK BARRUETO JOAQUIN

(0009-0008-2278-0147)

Lima – Perú

2023

Índice General

	Pág.
Resumen ejecutivo	9
Índice General	2
Introducción	9
Capítulo I: Identificación del Problema u Oportunidad.....	12
Problema o necesidad por resolver	12
Validación del problema.....	12
Entrevista	14
Las causas	17
Las Consecuencias.	18
Hipótesis del problema	19
Descripción del cliente	26
Arquetipo de Cliente.....	27
Características demográficas	27
Capítulo II: Diseño del Producto o Servicio Innovador.....	29
Aplicación de la metodología Design Thinking	29
Descripción del reto	33
Pasos para ejecutar el reto	33

Método SCAMPER.....	35
Lluvia de ideas.....	35
Selección y Priorización de las ideas	35
Características del Producto Innovador	37
Carrito de compras	41
Introducción	43
Problema.....	43
Análisis de la información	45
Experiencia de uso	45
Preferencias de estilo y color.....	45
Necesidades y características específicas	45
Sugerencias de mejora	46
Capítulo III: Elaboración del Modelo de Negocio.....	48
Definición de la propuesta de valor del negocio	48
Lienzo de Propuesta de Valor	48
Propuesta de valor de una tienda de pelucas.....	48
Capitulo IV: Validación del Modelo de Negocio	53
MVP y Medición	58

Aprendizaje y Ajustes	58
Fase del Pivoteo	60
Capitulo V: Análisis de la Rentabilidad.....	62
Cuadros de indicadores de Rentabilidad el negocio	66
Conclusiones	68
Recomendaciones	69

Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1 <i>¿En qué rango de edad te encuentras?</i>	22
Tabla 2 <i>¿Has utilizado alguna vez una peluca?</i>	22
Tabla 3 <i>¿Para qué ocasiones utilizas pelucas?</i>	23
Tabla 4 <i>¿Qué tipo de pelucas te interesaría comprar?</i>	24
Tabla 5 <i>¿Qué factores consideras más importantes al comprar una peluca?.....</i>	25
Tabla 6 <i>¿Con qué frecuencia comprarías una nueva peluca?.....</i>	25
Tabla 7 <i>¿Dónde preferirías comprar pelucas?</i>	26
Tabla 8 <i>Análisis de la Rentabilidad</i>	62
Tabla 9 <i>Inversión en equipos</i>	62
Tabla 10 <i>Inversión para muebles de oficina y almacén.....</i>	63
Tabla 11 <i>Inversion de enseres.....</i>	63
Tabla 12 <i>Gastos para la constitución de la empresa.....</i>	63
Tabla 13 <i>Gastos de constitución</i>	64
Tabla 14 <i>Gastos de certificación</i>	64
Tabla 15 <i>Gastos de estudios de mercado</i>	64
Tabla 16 <i>Los gastos de los servicios básicos</i>	64
Tabla 17 <i>Gastos por publicidad.....</i>	65
Tabla 18 <i>Gastos administrativos fijos.....</i>	65
Tabla 19 <i>Proyección de ventas</i>	65

Tabla 20 <i>Estructura de financiamiento del proyecto</i>	65
Tabla 21 <i>Resumen de los gastos y costos totales</i>	66
Tabla 22 <i>Estado de ganancias y pérdidas proyectado</i>	66
Tabla 23 <i>KPIS</i>	67
Tabla 24 <i>Tasa interna</i>	67
Tabla 25 <i>Beneficio /costo</i>	67
Tabla 26 <i>Valor actual neto económico</i>	67
Tabla 27 <i>Explicación y sustento</i>	67

Índice de figuras

	Pág.
Figura 1 <i>Árbol de problemas</i>	16
Figura 2 <i>¿En qué rango de edad te encuentras?</i>	22
Figura 3 <i>¿Has utilizado alguna vez una peluca?</i>	23
Figura 4 <i>¿Para qué ocasiones utilizas pelucas?</i>	23
Figura 5 <i>¿Qué tipo de pelucas te interesaría comprar?</i>	24
Figura 6 <i>¿Qué factores consideras más importantes al comprar una peluca?</i>	25
Figura 7 <i>¿Con qué frecuencia comprarías una nueva peluca?</i>	25
Figura 8 <i>¿Dónde preferirías comprar pelucas?</i>	26
Figura 9 <i>Arquetipo de Cliente</i>	27
Figura 10 <i>Empatizar</i>	29
Figura 11 <i>Mapa de empatía</i>	30
Figura 12 <i>Reto creativo</i>	32
Figura 13 <i>Método SCAMPER</i>	35
Figura 14 <i>Lluvia de ideas</i>	35
Figura 15 <i>Story Board</i>	38
Figura 16 <i>Tipo de prototipo</i>	40
Figura 17 <i>Página web</i>	42
Figura 18 <i>Malla Receptora</i>	46
Figura 19 <i>Lienzo de Propuesta de Valor</i>	48

Figura 20 <i>Imagen número14</i>	50
Figura 21 <i>Liso y suave al tacto</i>	55
Figura 22 <i>Simulación de Cuero Cabelludo</i>	55
Figura 23 <i>Malla transpirable</i>	56
Figura 24 <i>Pasos para ponerte la peluca</i>	56
Figura 25 <i>Empaque básico</i>	57
Figura 26 <i>Secado al aire natural</i>	57
Figura 27 <i>MVP y Medición</i>	58
Figura 28 <i>Producto mínimo viable</i>	59
Figura 29 <i>Primera publicación de ventas</i>	59
Figura 30 <i>Fase del Pivoteo</i>	60
Figura 31 <i>Descripción del Modelo de Negocio Validado</i>	61

Resumen ejecutivo

El objetivo de este proyecto es crear una tienda online de pelucas sintéticas que ofrezca una amplia gama de modelos, colores y estilos a precios asequibles, la tienda online está dirigida a un público femenino de edades entre los 16 a los 60 años, quienes muchas veces tienen la necesidad de cambiar su imagen por motivos de salud, cambio de look y/o también para expresar su personalidad a través de su cabello.

La empresa se llamará “Glamora” y se centrará en el comercio electrónico, aprovechando la creciente demanda de pelucas sintéticas entre los consumidores que buscan alternativas de cabello natural, ya sea por razones cosméticas, médicas o recreativas, que a diferencia de la competencia ofreceremos pelucas sintéticas de alta calidad a un precio justo, con diseños innovadores y con un servicio al cliente eficiente y cercano.

El mercado de las pelucas sintéticas está en auge en el Perú, además si tenemos en cuenta que se estima que tendremos un crecimiento de 4.5 % en el periodo multianual 2022-2024*, siendo Perú, uno de los países sobresalientes en comparación con los países de la región, por lo que estamos en un país que, pese a los cambios y temas externos, se mantiene dinámico y ofrece oportunidades para el emprendimiento.

Es así como, Glamora lanzará su tienda en línea en el primer trimestre de 2024 con una oferta inicial de 20 modelos de pelucas sintéticas para combinar con el color, el corte y el peinado, utilizaremos una estrategia de marketing digital basada en redes sociales, influencers, posicionamiento SEO y campañas de publicidad online; también participaremos en eventos y ferias relacionados con la moda y la belleza para promocionar nuestra marca y productos.

En la parte financiera se requiere una inversión inicial de S/. 17,743.15 soles, para cubrir el primer lote de pelucas, creación de sitio web, el marketing e iniciar operaciones;

Glamora espera alcanzar el punto de equilibrio en su primer año de funcionamiento y una ganancia neta deen su segundo año y se prevé un fuerte crecimiento de los ingresos y los márgenes en los próximos años.

En conclusión, Glamora es un proyecto innovador y rentable que ofrece una solución atractiva para un mercado en crecimiento, cuenta con un equipo capacitado, una propuesta de valor diferenciada y una estrategia bien definida para lograr sus objetivos.

*Fuente Ministerio de Economía y Finanzas (MEF)

Introducción

En la actualidad vivimos en un mundo en el cual el look y/o apariencia y moda es muy valorado en nuestra sociedad, y muy específicamente en el sexo femenino; por esta razón muchas mujeres optan por pintarse el cabello; para dar un ejemplo con respecto a nuestro país, podemos decir que (09) nueve de cada (10) mujeres se tiñen el cabello, asimismo existe un sector del mercado que tienen problemas de salud, entre las principales están personas que sufren la pérdida parcial o total de cabello a causa de enfermedades como la alopecia y personas que padecen por quimioterapias a causa del cáncer, sin embargo, en el caso de las personas que se tiñen el cabello, los productos que se usan para el pintado del cabello mayormente tienen más perjuicios que beneficios a largo plazo, por lo tanto, es importante tener alternativas que resuelvan este importante problema.

Por esta razón les presentamos las pelucas de “Apariencia Natural”, este producto innovador tiene como característica principal, que son de fibra kanekalon, esta es una fibra sintética de alta calidad (pelucas que resisten altas temperaturas de hasta 120° de temperatura, significa que te permite poderlas lacear así como también ondular), el beneficio principal es que puedes cambiar de apariencia fácilmente sin recurrir a cambios drásticos, tales como los tintes químicos y tiene la ventaja que no dañas tu cabello, asimismo tiene la ventaja que no se decolora, ahorras dinero, tiempo y cambias de look con facilidad sin necesidad de ir a la peluquería y en el caso de las personas que las usan por salud, les permite cubrir o disimular su problema.

Capítulo I:

Identificación del Problema u Oportunidad

Problema o necesidad por resolver

Existe una gran necesidad de personas de sexo femenino de tener un producto que dé solución a los problemas con su cabello, dicho producto debe ser de fácil uso, económico y que estén a su alcance, la razón es evitar el daño de su cabello, por salud (personas que sufren de alopecia, pacientes oncológicos), por razones estéticas, por diversión o para ocasiones en específico (festividades, disfraz, etc.); por lo tanto, necesitamos desarrollar un producto para dar solución hasta esta necesidad.

Validación del problema

Caso 1.- Validación del problema mediante una entrevista a profundidad a una persona que es compradora habitual de pelucas sintéticas en la ciudad de Lima en el distrito de Miraflores.

Entrevistador: Buenos días la siguiente entrevista es para hablar sobre las pelucas sintéticas. ¿Estás lista para comenzar?

Compradora Habitual: Sí, estoy lista para hablar sobre las pelucas sintéticas. Adelante.

Entrevistador: Bien. Para empezar, me gustaría conocer tus necesidades específicas para adquirir las pelucas sintéticas. ¿Por qué te interesa en adquirir una y qué buscas en una peluca sintética?

Compradora Habitual: Estoy interesada en adquirir una peluca sintética porque quiero cambiar mi apariencia de vez en cuando sin hacer cambios permanentes en mi cabello. También quiero usarla para ocasiones especiales. Normalmente al comprar busco encontrar una peluca que se vea natural, sea fácil de cuidar y cómoda de llevar.

Entrevistador: Excelente. La naturalidad, facilidad de cuidado y comodidad son aspectos importantes y hablando de naturalidad, ¿tienes alguna preferencia en cuanto al tipo de fibra sintética utilizada en la peluca?

Compradora Habitual: Me gustaría que la fibra sintética se asemeje lo más posible al cabello humano real. Además, quisiera que sea suave, con una textura natural y que tenga un aspecto realista y algo muy importante es que la peluca mantenga su forma y estilo durante todo el día.

Entrevistador: Entiendo. La apariencia y la durabilidad son esenciales. En cuanto al estilo y el color, ¿tienes alguna preferencia específica? ¿Te gustaría una peluca de cabello liso, ondulado o rizado? ¿Y en cuanto al color, tienes alguna idea en mente?

Compradora Habitual: Me gustaría tener opciones para elegir. Sería ideal que la peluca pueda adaptarse a diferentes estilos, ya sea lisa, ondulada o rizada. En cuanto al color, me gustaría un tono similar al de mi cabello natural, para que se vea lo más auténtico posible. También podría considerar colores diferentes para experimentar y divertirme.

Entrevistador: Entonces la versatilidad es clave. Hablando de adaptabilidad, ¿qué tan importante es para ti el ajuste de la peluca? ¿Prefieres una peluca con un tamaño estándar o una opción personalizable?

Compradora Habitual: Me gustaría que la peluca se ajuste de manera segura y cómoda a mi cabeza.

Entrevistador: Perfecto. Ahora hablemos del presupuesto. ¿Tienes un rango de precios en mente para tu compra de pelucas sintéticas?

Compradora Habitual: Me gustaría obtener una buena relación calidad-precio. No tengo un rango de precios específico, pero estoy dispuesta a invertir en una peluca sintética de calidad que cumpla con mis requisitos.

Entrevistador: Entendido. Por último, ¿tienes alguna otra preferencia o requisito especial que quieras mencionar antes de que te brinde recomendaciones de pelucas sintéticas?

Compradora Habitual: No tengo ningún requisito especial adicional en este momento. Solo quiero asegurarme de que la peluca sea duradera y de calidad.

Entrevistador: Muchas gracias por su tiempo y esperamos en un futuro poder ofrecerle un producto que cumplan con todas las especificaciones según los datos obtenidos en esta entrevista.

Caso 2: Mediante una entrevista a profundidad a una microempresa que se dedica a la importación llamada Buenas Ideas, que dentro de su catálogo venden Pelucas Sintéticas de Kanekalon de Aspecto Natural.

Entrevista

¿Cuál es la historia detrás de su negocio y cómo se especializan en la venta de pelucas?

Inicialmente estuvimos buscando diferentes productos por la plataforma de Alibaba en diferentes rubros, probamos suerte con productos tecnológicos, maquillaje, accesorios para mujeres, en los cuales no tuvimos la acogida que pensamos, buscando otras alternativas nos apareció recomendaciones de pelucas en el aplicativo y lo que hicimos fue buscar el producto dentro de las páginas de Perú, averiguar si se vendían y si es que había competencia, entonces para probar suerte, hicimos el primer lote de pelucas de un solo color y modelo, la elección fue a gusto personal, cuando llegó el producto lo publicamos en varios sitios web y plataforma de venta, teniendo buena acogida y en un corto plazo se vendió todas las pelucas.

¿Cuál es su objetivo principal al ofrecer pelucas a tus clientes? ¿Qué tipo de necesidades o deseos intentan satisfacer?

Por experiencia al importar productos para la venta, nos dimos cuenta de que el público femenino realizaba mayores consumos en su cuidado personal, pero más tarde nos

dimos cuenta de que las pelucas también cubrían otro tipo de necesidades, como por ejemplo por salud, ocasiones puntuales tales como malas experiencias en los centros de estética y diversión.

¿Cuáles son los diferentes tipos de pelucas que ofrecen? ¿Podría describir brevemente las características y ventajas de cada tipo?

Tenemos una amplia variedad de pelucas, modelos, colores, formas y estilos para diferentes tipos de personalidades y gustos de los clientes.

¿Qué criterios consideran al seleccionar las pelucas que venden en su negocio?

Calidad del cabello, proveedor confiable, tendencias para tener una ventaja competitiva frente a la competencia.

¿Cómo abordan las preocupaciones de los clientes en cuanto al ajuste y comodidad de las pelucas? ¿Ofrecen servicios de personalización o adaptación?

En este caso se les detalla los cuidados, colocación y manejo de la peluca con instrucciones tanto en video como en imágenes vía WhatsApp, y con respecto al ajuste de las pelucas, estas tienen una banda ajustable de acuerdo con la circunferencia standard de cualquier persona.

¿Qué servicios adicionales ofrecen aparte de la venta de pelucas? ¿Realizan mantenimiento, reparaciones o ajustes?

No realizamos este tipo de servicios actualmente.

¿Trabajan con pelucas de cabello natural, sintéticas o ambas? ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de cada opción?

Trabajamos con pelucas de fibra sintética Kanekalon de aspecto natural.

La ventaja de las pelucas Sinteticas de Kanekalon es que son económicas, accesibles, fácil

uso, mantenimiento y resistentes al calor.

¿Cómo se mantiene actualizada su empresa con las últimas tendencias en pelucas y estilos de cabello? ¿Ofrecen pelucas que reflejen las últimas modas y preferencias?

Constantemente estamos revisando el catálogo de pelucas de nuestro proveedor, esto nos ayuda a variar nuestra oferta de pelucas y ofrecer novedades.

¿Cuál es su política de devolución o garantía en caso de que un cliente no esté satisfecho con su compra? ¿Qué medidas toman para asegurar la satisfacción del cliente?

Solo ofrecemos garantía por falla de fabrica en casos específicos.

¿Cuál ha sido la experiencia más memorable o satisfactoria que han tenido al ayudar a un cliente a encontrar la peluca perfecta? ¿Podrían compartir esa historia con nosotros?

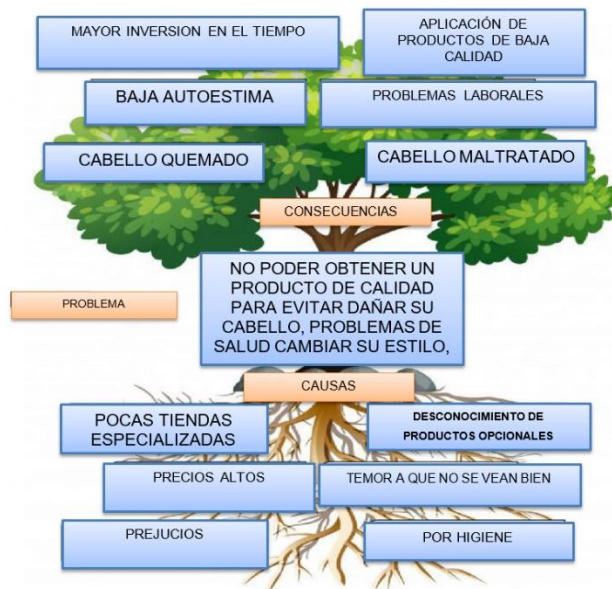
La experiencia satisfactoria es cuando una clienta joven de aproximadamente 20 años nos compró una peluca y al momento de hacerle la entrega nos dimos con la sorpresa que padecía de cáncer, luego nos mandó una foto muy contenta donde lucia la peluca agradeciéndonos.

¿Cuáles son sus planes futuros para la empresa? ¿Tienen la intención de ampliar su gama de productos o servicios en el futuro cercano?

El plan es ampliar la nuestra cadena de venta online, mediante páginas con mayor exposición, tales como Linio y la nueva página de Saga Falabella.

Figura 1

Árbol de problemas



Nota: *Elaboración propia*

Se utilizó esta herramienta, la matriz del árbol del problema, para poder conocer las causas y las consecuencias del problema seleccionado “no poder obtener una peluca de asequible y de calidad para evitar dañar su cabello, por salud y para cambiar de look”.

Las causas

Pocas tiendas especializadas

En la ciudad de Lima no hay variedad de tiendas que vendan pelucas, la mayoría de las tiendas son de pelucas de cabello natural, estas pelucas tienen un valor alto, por lo tanto, son inaccesibles para la mayoría de las personas.

Desconocimiento de Productos Opcionales

No hay mucha exposición y/o promoción de estos productos, lo que origina que las personas desconozcan que existen productos opcionales; por ejemplo, tienen la idea que las pelucas tienen que ser reales y/o que las pelucas son solamente para artistas, payasos o para un disfraz.

Precios Altos

Hicimos una breve indagación del mercado peruano vía Internet, de empresas que ofrecen pelucas de cabello natural, por ejemplo, preguntamos a “Pelucas Gisela Mayer y Pelucas Golden Rose”, ubicadas en Surco y San Borja respectivamente, y en ambos casos los precios más económicos de una peluca natural son de S/. 800.00 soles y un máximo de S/. 3000.00 soles, dependiendo el modelo, color, etc.

Miedo a que no se vea Bien

En este punto podemos decir que, por experiencia propia, normalmente se piensa que las pelucas no se ven bien, por lo tanto, dudan en adquirirlas.

Prejuicios

Se tiene la creencia que si usas pelucas lo usan personas de dudosa reputación, o que las pelucas solo lo usan artistas, para disfraz o solo para fines recreativos.

Por Higiene

Personas tienen la idea de que las pelucas naturales al ser cabello de otras personas, estas pueden contagiarse de alguna enfermedad o ponérsela es antigénico.

Las Consecuencias.

Cabello quemado. Es común escuchar que personas que han acudido a teñirse el cabello por algún descuido, por malas prácticas o desconocimiento de la operadora, les quemaron el cabello.

Cabello maltratado. El cabello se maltrata a causa del uso continuo de químicos para el teñido del cabello y las altas temperaturas.

Baja autoestima. Tanto el cabello maltratado, quemado, así como problemas de salud como la alopecia y la caída de cabello a causa de la quimioterapia por cáncer, afecta la salud emocional de la persona que lo padece.

Problemas laborales. Existen casos en que algunas personas desean teñirse de colores llamativos, fosforescentes o colores poco comunes como el azul, rojo, etc., sin embargo, existen trabajos o sectores empresariales donde sus trabajadores deben mantener un código de vestimenta y un aspecto personal específico.

Mayor inversión en el tiempo. Cada cierto periodo de tiempo, las personas deben acudir al centro de belleza a retocarse o teñirse nuevamente el cabello, lo que significa que deben invertir una cantidad de dinero mensual, trimestral o semestralmente fijos a su Presupuesto.

Aplicación de productos químicos de baja calidad. La simple aplicación de productos químicos que penetran las fibras capilares, tarde o temprano causaran daños a nuestra cabellera y si a esto le sumamos que sean de baja calidad, pues mucho peor.

Selección del Problema que resolver

Hemos indagado en el mercado peruano y hemos concluido que en nuestro país existe un gran porcentaje de Mujeres de entre 16 a 60 años, quienes asisten periódicamente a teñirse el cabello, quienes a largo plazo terminan dañando, resecaando, y en ciertas ocasiones quemando su cabello, asimismo hay personas que sufren de alopecia y personas que están en el proceso de quimioterapias y necesitan esconder o disimular la pérdida de cabello; por otro lado hay pocas tiendas especializadas que se dediquen a la venta de productos alternativos y de manera On-line, solamente existen tiendas de pelucas de cabello natural, las cuales tienen un costo muy elevado.

Hipótesis del problema

Planteamiento de la hipótesis cliente problema

Actualmente hay personas de sexo femenino que buscan pelucas de distintos estilos, colores y cortes para fines distintos, tales como moda y lo más importante, que estas sean económicas, de tal modo eviten el daño de su cabello al teñirse, enfermedad (alopecia, Cáncer), o para uso

en ciertas ocasiones, sin embargo, en el mercado local solamente se encuentran opciones caras como son las pelucas de cabello natural, lo que al no poder ser adquiridas fácilmente, las lleva a enfrentar una serie de desafíos emocionales, psicológicos y sociales debido a su condición, tales como:

La pérdida de cabello puede afectar significativamente la percepción que una persona tiene de sí misma, lo que puede llevar a una disminución de la autoestima y la autoconfianza.

La aparición de una condición que afecta la apariencia física puede desencadenar sentimientos de ansiedad, depresión y aislamiento social.

Las personas que sufren de pérdida de cabello a menudo enfrentan el estigma social y pueden ser objeto de burlas o discriminación debido a su apariencia.

Algunas personas pueden sentirse incómodas o avergonzadas por su condición, lo que puede llevar a evitar situaciones sociales y aislarse de amigos y familiares.

En ciertos trabajos o entornos profesionales, la apariencia física puede tener un impacto en las oportunidades laborales, lo que puede generar estrés adicional para las personas que enfrentan problemas de cabello.

Las personas pueden sentirse inseguras acerca de cómo sus seres queridos o parejas responderán a su condición y pueden tener dificultades para hablar abiertamente sobre su situación.

Algunos tratamientos para la pérdida de cabello pueden ser costosos, lo que puede generar preocupaciones financieras adicionales.

Validación de la Hipótesis

Validaremos la hipótesis mediante una encuesta, para lo cual hemos elaborado una encuesta con 7 preguntas abiertas, a 42 personas de la Ciudad de Lima, en el rango de edades

de 16 a 60 años del sexo femenino, el cuestionario con el cual se realizó la encuesta es la que se presentan a continuación:

CUESTIONARIO

Esta encuesta fue realizada para determinar si están dispuestos a usar pelucas y las características de estas, detalles y requisitos que deben cumplir.

1. ¿En qué rango de edad te encuentras?

- A) 16-29 B) 30-39 C) 40-49 D) 50 a mas

2. ¿Has utilizado alguna vez una peluca?

- A) Si B) No

3. ¿Para qué ocasiones utilizas pelucas?

- A) Moda y estilo personal B) Cosplay o disfraces
C) Pérdida de cabello por enfermedad o tratamiento médico
D) Teatro o actuación E) Otro (especificar)

4. ¿Qué tipo de pelucas te interesaría comprar?

- A) Pelucas sintéticas B) Pelucas de cabello humano C) Pelucas de colores o estilos llamativos
D) Pelucas con cabello corto E) Pelucas con cabello largo F) Pelucas con estilo específico (ondulado, liso, rizado, etc.)
H) No estoy interesado en comprar pelucas

5. ¿Qué factores consideras más importantes al comprar una peluca?

- A) Calidad del material y aspecto natural B) Comodidad y ajuste adecuado
C) Variedad de estilos y colores disponibles D) Precio asequible
E) Recomendaciones de otros clientes F) Servicio al cliente y asesoramiento personalizado

6. ¿Con qué frecuencia comprarías una nueva peluca?

Mensualmente B) Cada 3 meses C) Cada 6 meses D) Una vez al año E) Solo en ocasiones especiales F) No estoy interesado en comprar pelucas regularmente

7. ¿Dónde preferirías comprar pelucas?

A) Tienda física B) Tienda en línea C) Peluquería o salón de belleza

D) Eventos o convenciones especializadas E) Otro (especificar) _____

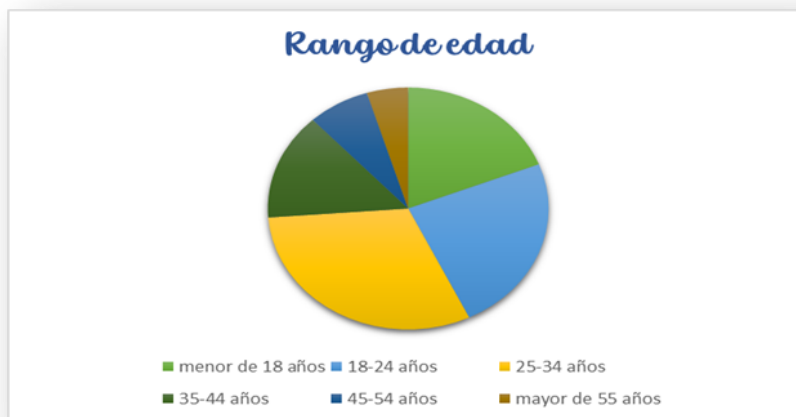
Tabla 1

¿En qué rango de edad te encuentras?

Rango de edad	Frec.	F Acum	%	% Acum
menor de 18 años	8	8	19%	19%
18-24 años	10	18	24%	43%
25-34 años	13	31	31%	74%
35-44 años	6	37	14%	88%
45-54 años	3	40	7%	95%
mayor de 55 años	2	42	5%	100%
	42			

Figura 2

¿En qué rango de edad te encuentras?



Podemos observar que el mayor porcentaje de los encuestados se encuentran en el rango de 18 años a 34 años.

Tabla 2

¿Has utilizado alguna vez una peluca?

EXPERIENCIA DE USO	Frec.	F Acum	%	% Acum
SI	32	32	76%	76%
NO	10	42	24%	100%
	42			

Figura 3

¿Has utilizado alguna vez una peluca?



Un porcentaje de 76% de los encuestados, alguna vez han usado peluca.

Tabla 3

¿Para qué ocasiones utilizas pelucas?

OCASIONES DE USO	Frec.	F Acum	%	% Acum
MODA Y ESTILO	18	18	43%	43%
COSPLAY	13	31	31%	74%
PERDIDA DE CABELLO	6	37	14%	88%
TEATRO	2	39	5%	93%
OTROS	3	42	7%	100%
	42			

Figura 4

¿Para qué ocasiones utilizas pelucas?



El mayor porcentaje (43%), de los encuestados usan o han usado pelucas por moda y estilo (look).

Tabla 4

¿Qué tipo de pelucas te interesaría comprar?

TIPO DE PELUCA	Frec.	F Acum	%	% Acum
SINTETICA	16	16	38%	38%
CABELLO HUMANO	8	24	19%	57%
COLORES Y ESTILO	4	28	10%	67%
CABELLO CORTO	5	33	12%	79%
CABELLO LARGO	7	40	17%	95%
ESTILO ESPECIFICO	1	34	2%	98%
NO INTERESADO	1	41	2%	100%
	42			

Figura 5

¿Qué tipo de pelucas te interesaría comprar?



Mayormente las pelucas sintéticas son las con mayor preferencia dentro de los encuestados.

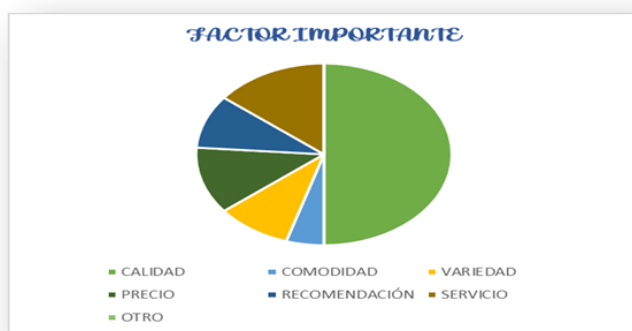
Tabla 5

¿Qué factores consideras más importantes al comprar una peluca?

FACTOR IMPORTANTE	Frec.	F Acum	%	% Acum
CALIDAD	21	21	50%	50%
COMODIDAD	2	23	5%	55%
VARIEDAD	4	27	10%	64%
PRECIO	5	32	12%	76%
RECOMENDACIÓN	4	36	10%	86%
SERVICIO	6	42	14%	100%
OTRO	0	42	0%	100%
	42			

Figura 6

¿Qué factores consideras más importantes al comprar una peluca?



Con respecto al factor determinante al momento de elegir una peluca, es la calidad la que predomina entre todas.

Tabla 6

¿Con qué frecuencia comprarías una nueva peluca?

FRECUENCIA DE COMPRA	Frec.	F Acum	%	% Acum
MENSUAL	0	0	0%	0%
3 MESES	2	2	5%	5%
6 MESES	14	16	33%	38%
AL AÑO	10	26	24%	62%
OCASIÓN ESPECIAL	11	37	26%	88%
NO ESTOY INTERESADO	5	42	12%	100%
	42			

Figura 7

¿Con qué frecuencia comprarías una nueva peluca?



El mayor porcentaje de los encuestados compran 1 vez cada 6 meses.

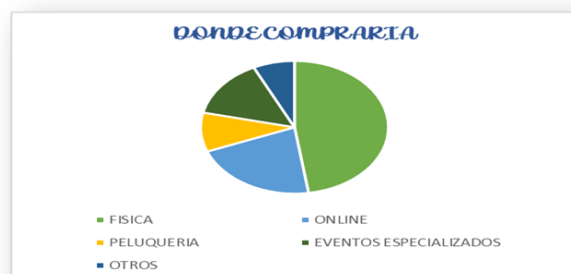
Tabla 7

¿Dónde preferirías comprar pelucas?

DONDE COMPRA/IA	Frec.	F Acum	%	% Acum
FISICA	20	20	48%	48%
ONLINE	9	29	21%	69%
PELUQUERIA	4	33	10%	79%
EVENTOS ESPECIALIZADOS	6	39	14%	93%
OTROS	3	42	7%	100%
	42			

Figura 8

¿Dónde preferirías comprar pelucas?



El mayor porcentaje de personas (48%), prefieren comprar en una tienda física, en teoría es porque prefieren verse o probarse la peluca antes de decidir su compra.

Descripción del cliente

Nuestro cliente objetivo es una persona que busca soluciones relacionadas con la pérdida de cabello o que desea cambiar su apariencia por motivos estéticos.

Personas con pérdida de cabello debido a condiciones médicas, incluye a personas

que experimentan la pérdida de cabello como resultado de condiciones médicas como la alopecia, el cáncer, enfermedades autoinmunes u otros problemas de salud. Estas personas buscan pelucas como una solución para cubrir la pérdida de cabello y restaurar su confianza y apariencia.

Personas que desean cambiar su apariencia y que están interesados en pelucas como una opción para cambiar su estilo de cabello y apariencia de forma temporal. Pueden buscar pelucas de diferentes colores, longitudes y estilos para experimentar con un nuevo look sin alterar su cabello natural.

Por diversión y/o para disfraz, quienes buscan pelucas realistas y de alta calidad que se ajusten a las necesidades, por ejemplo, del personaje que están interpretando.

Arquetipo de Cliente

Figura 9

Arquetipo de Cliente



Nota: Elaboración propia

Características demográficas

Nuestro producto está dirigido al público del sexo femenino de 16 a 60 años, estado civil y ocupación indistinto, del sector económico A, B y C.

Metas

Nuestros clientes al comprar nuestros productos, buscaran mejorar su apariencia física, levantar su autoestima, cambiando de estilo fácilmente, al mismo tiempo protegen su cabello;

en lo laboral cuidan los códigos de vestimenta y en tema de salud buscan sentirse bien consigo mismos, anímica y físicamente.

Valores

La confianza es una no los principales valores que busca un cliente, que el producto sea de calidad, realistas y que se ajusten a sus necesidades.

Retos

Las personas al no tener soluciones a los problemas de su cabello buscan dar solución con cambios radicales como cortarse el cabello y esperar a que le vuelva a crecer y/o tienden a cubrirse con gorros, pañoletas etc.

Dolores

Las personas que tienen problemas con su cabello tienden a deprimirse, les causa inseguridades y tienden a evitar que las personas vean el aspecto de su cabellera por lo que optan por alejarse de su entorno cercano.

Fuentes de información

Nuestros clientes buscan información en páginas web, Facebook, mercado libre o acuden tiendas especializadas en la venta de pelucas naturales.

Objeciones

Mayormente las mujeres que tienen problemas capilares o desean cambiar su apariencia, desconocen que tienen opciones fáciles y cómodas de ocultar sus problemas o cambiar de estilo fácilmente, por otro lado, en algunos casos es por cuestiones económicas, ya que una peluca natural tiene un costo elevado.

Capítulo II: Diseño del Producto o Servicio Innovador

Aplicación de la metodología Design Thinking

Empatizar.

Para esta etapa realizaremos una investigación exploratoria para definir cuáles son las necesidades de nuestros clientes y aplicaremos la técnica del Speed Boat y el árbol de problemas y analizaremos la información obtenida.

Figura 10

Empatizar



Nota: Elaboración propia

Obtuvimos estas respuestas, utilizando la herramienta del Speed Boat, entre los aspectos positivos y negativos del producto en estudio según las inquietudes y preguntas de clientes, entre los que tenemos:

Positivos

Variedad de colores, estilos y tamaños: las pelucas sintéticas de Kanekalon tienen la característica que vienen en diferentes colores, estilos y tamaños por lo que pueden satisfacer al público en general.

Aspecto natural: las pelucas sintéticas de Kanekalon tienen la característica que tienen un aspecto muy realista y no proyectan ningún brillo, asemejándose mucho al cabello natural.

Soportan temperaturas altas: estas pelucas pueden soportar el calor de las alisadoras sin sufrir daños, esta característica es muy valorado por los clientes.

Bajo mantenimiento y precios económicos: este es un punto a favor en comparación con las pelucas cabello natural

Negativos

Entre los aspectos negativos tenemos que si bien es cierto es una peluca de buena calidad tiene algunos detalles que la diferencian de una peluca de cabello humano, que, si lo vemos desde un punto de vista económico, comparándolos son detalles que no pesan al final de decidirse entre una y otra.

Por otro lado, la durabilidad entre una sintética y una natural es 6 meses a un año, según el uso y de 5 a 6 año, respectivamente.

Mapa de Empatía

A continuación, mostraremos el mapa de empatía que nos muestra con relación a nuestro público la forma de ver las cosas, lo que puede sentir, hacer y decir en tales aspectos.

Figura 11

Mapa de empatía



Nota: Elaboración Propia en Canva

Definir

Insights

Los clientes buscan pelucas que les brinden confianza al lucir natural y se ajusten cómodamente. Quieren asegurarse de que la peluca no se desplace o se vea artificial, ya que esto afectaría su autoestima y seguridad al usarla.

Necesitan asesoramiento personalizado, los clientes buscan asesoramiento experto al elegir una peluca, para recibir recomendaciones basadas en su tipo de rostro, estilo personal y preferencias individuales. Un asesoramiento personalizado les ayuda a tomar decisiones más informadas y a encontrar la peluca adecuada para sus necesidades.

Desean de variedad, opciones y una amplia gama de estilos, colores y longitudes de pelucas para poder experimentar y adaptarse a diferentes ocasiones y preferencias de estilo. La disponibilidad de explorar diferentes looks.

Los clientes valoran la información detallada sobre las características de las pelucas, como el tipo de fibra sintética utilizada, la capacidad de resistir el calor y las instrucciones de cuidado. La transparencia en la información les brinda confianza en la calidad y durabilidad del producto.

Los clientes tienen diferentes presupuestos y están atentos a los precios de las pelucas. Desean obtener un producto de alta calidad a un precio justo y pueden comparar precios en diferentes tiendas antes de tomar una decisión de compra.

Los clientes valoran una experiencia de compra en línea o en tienda que sea fácil, conveniente y segura. Esto incluye un proceso de compra sin complicaciones, opciones de pago flexibles y un servicio al cliente receptivo en caso de tener consultas o problemas con su compra.

Los clientes aprecian el apoyo posterior a la compra, como instrucciones claras sobre

cómo usar y cuidar la peluca, recomendaciones de productos de mantenimiento y acceso a servicios de ajuste o estilismo si es necesario. El apoyo continuo refuerza la satisfacción del cliente y promueve la fidelidad a la tienda.

Figura 12

Reto creativo

USUARIO		NECESIDAD		INSIGHT
Miriam, es una mujer de 35 años de edad que vive en Lima, de nivel socioeconómico medio, que periódicamente acude a realizarse tintes y tratamientos capilares	Necesita	una solución para no maltratar su cabello, toda vez que últimamente acudió a un centro estético y le quemaron el cabello, por lo tanto, solamente a optado por esconder su cabello, menciona que le han recomendado que se corte todo el el cabello dañado, sin embargo ella se niega a utilizar ese último recurso	Porque	quiere pelucas que les brinden confianza al lucir natural y se ajusten cómodamente
				desea asesoramiento experto al elegir una peluca
				opciones y una amplia gama de estilos, colores y longitudes de pelucas
				obtener características de las pelucas, como el tipo de fibra sintética utilizada, la capacidad de resistir el calor y las instrucciones de cuidado
				obtener un producto de alta calidad a un precio justo
				tener una experiencia de compra en línea o en tienda que sea fácil
				apoyo posterior a la compra usar y cuidar la peluca, recomendaciones de productos de mantenimiento

Nota: Elaboración propia

¿cómo podríamos hacer para que Miriam obtenga una peluca que tenga aspecto natural y se ajuste cómodamente?

¿cómo podríamos hacer para que reciba un buen asesoramiento y/o servicio al cliente satisfactorio?

¿Cómo podríamos ofrecerle variedad de modelos, estilos y colores de pelucas?

¿Cómo podríamos ofrecerle un producto de calidad a un precio razonable?

¿Cómo podríamos hacer una página de fácil uso?

Reto Creativo: "Cambia tu estilo, cambia tu mundo"

Descripción del reto

Mi reto consiste en crear una campaña creativa y atractiva para promover la venta de mis pelucas sintéticas en línea, resaltando la idea de que cambiar de estilo de cabello puede transformar la confianza y empoderamiento de las personas y mi objetivo es captar la atención de los clientes potenciales, generar interés en mis pelucas sintéticas y fomentar la experimentación con diferentes looks y estilos.

Pasos para ejecutar el reto

Investigaré las últimas tendencias en estilos de cabello, moda y belleza. Analizaré el mercado de pelucas sintéticas y comprenderé las necesidades, deseos y preferencias de mi público objetivo, adicionalmente identificaré los estilos de pelucas más populares y las preocupaciones comunes de los clientes con relación a la compra de pelucas sintéticas.

Definiré un mensaje claro y convincente que transmita la idea de transformación a través del cambio de estilo de cabello. Mi mensaje será algo como: "Descubre un nuevo yo con nuestras pelucas sintéticas de calidad: confianza, estilo y versatilidad en un solo producto".

Crearé una identidad visual distintiva y coherente que refleje la personalidad de mi marca y atraiga a mi público objetivo. Utilizaré colores vibrantes y atractivos que evocan confianza y alegría, junto con elementos visuales que transmitan la versatilidad y la libertad de expresión, también diseñaré un logotipo memorable que encapsule la esencia de mi marca y sea fácilmente reconocible.

Desarrollaré contenido creativo y atractivo para promocionar mis pelucas sintéticas, adicionalmente crearé imágenes y videos de alta calidad que muestren diferentes estilos de pelucas en situaciones cotidianas y especiales, resaltando cómo cada estilo puede transformar el aspecto y la actitud de una persona y compartiré historias inspiradoras de clientes reales que hayan experimentado una renovada confianza y autoestima al cambiar su estilo de cabello con mis pelucas.

Lanzaré un desafío en redes sociales invitando a las personas a compartir su transformación de estilo de cabello utilizando mis pelucas sintéticas, pidiéndoles que compartan fotos o videos antes y después, y etiqueten mi marca en sus publicaciones. Utilizaré un hashtag único y animaré a los participantes a contar cómo el cambio de estilo de cabello ha influido en su vida, adicionalmente ofreceré premios emocionantes, como un makeover completo o un set de pelucas, para incentivar la participación y generar entusiasmo en la comunidad.

Buscaré oportunidades de colaboración con estilistas y expertos en belleza, invitándolos a crear contenido exclusivo para mi marca, como tutoriales de peinado con pelucas sintéticas o recomendaciones de estilos según la forma del rostro.

Crearé una experiencia de compra en línea fluida y personalizada, optimizando mi sitio web para facilitar la navegación y búsqueda de productos. Proporcionaré descripciones detalladas y fotografías de alta calidad de cada peluca, incluyendo imágenes desde diferentes ángulos y colores disponibles.

Realizaré un seguimiento constante de los resultados de mi campaña, analizando las métricas de tráfico del sitio web, conversiones y participación en redes sociales, usando estos datos para evaluar el rendimiento de mi campaña y realizar ajustes según sea necesario, manteniendo una comunicación abierta con mis clientes para recopilar comentarios y

sugerencias, y continuaré innovando en mi oferta y servicio.

Ideación

Método SCAMPER

Figura 13

Método SCAMPER



Nota: Elaboración propia

Lluvia de ideas

Figura 14

Lluvia de ideas



Nota: Elaboración propia.

Selección y Priorización de las ideas

Luego de usar las dos herramientas para la etapa de Ideación del Design Thinking, hemos discutido y evaluado las ideas en función a nuestros objetivos y su viabilidad, es así que hemos seleccionado las ideas más prometedoras, como la venta de pelucas con materiales

sintéticos de calidad y que se asemejen a las pelucas naturales, sin embargo, antes de dar la idea ganadora queremos dar una lista de las ideas más resaltantes:

Ofrecer pelucas especialmente diseñadas para abordar las necesidades específicas de las personas que sufren de caída de cabello o alopecia, cáncer, daño de cabello o por estética, etc. Estas pelucas podrían tener características como una base de gorro suave y transpirable, materiales hipoalergénicos y un ajuste seguro etc.

Ofrecer productos y servicios especializados para el cuidado del cuero cabelludo y la salud capilar. Esto puede incluir tratamientos fortificantes, productos naturales y asesoramiento personalizado para mejorar el crecimiento y la salud del cabello.

Proporcionar extensiones de cabello natural y sistemas de volumen para dar una apariencia más llena y voluminosa a aquellos que tienen cabello fino o dañado.

Brindar consultas individuales con especialistas capilares para evaluar las necesidades y ofrecer recomendaciones personalizadas sobre productos, tratamientos y cuidado del cabello.

Crear programas de apoyo emocional y grupos de ayuda para personas que sufren de pérdida de cabello o alopecia, proporcionando un espacio seguro para compartir experiencias, consejos y brindar apoyo mutuo.

Ofrecer terapias de estimulación capilar, como masajes y tratamientos de láser de baja intensidad, que ayuden a mejorar la circulación sanguínea en el cuero cabelludo y estimulen el crecimiento del cabello.

Organizar eventos educativos y campañas de concienciación para informar a las personas sobre las causas de la caída del cabello, la alopecia y los métodos disponibles para abordar estos problemas, reduciendo el estigma asociado y fomentando la aceptación y el cuidado personal.

Ofrecer pelucas diseñadas específicamente para ayudar a las personas durante la transición capilar, brindando opciones realistas y estilizables que se ajusten a diferentes etapas del crecimiento del cabello natural

Investigar y ofrecer tratamientos y productos capilares basados en ingredientes naturales y orgánicos que promuevan la salud del cabello y minimicen el uso de productos químicos agresivos.

Establecer colaboraciones con dermatólogos, tricólogos u otros expertos médicos para proporcionar una atención integral y multidisciplinaria a las personas con problemas de caída de cabello o alopecia.

Características del Producto Innovador

Idea Ganadora

Luego de validar todas las ideas, hemos decidido ofrecer una peluca sintética de material Kanekalon, por las siguientes razones:

Aspecto y sensación natural: Las pelucas de Kanekalon están diseñadas para imitar la apariencia y la textura del cabello humano. La fibra tiene un brillo natural y una suavidad similar al cabello real.

Resistencia al calor: El Kanekalon es conocido por su resistencia al calor, lo que permite estilizar las pelucas con herramientas de calor como rizadores o planchas a bajas temperaturas. Esto brinda versatilidad en cuanto a la posibilidad de cambiar el peinado de la peluca según se desee.

Ligereza: Las pelucas de Kanekalon son ligeras y cómodas de llevar. La fibra sintética no pesa tanto como el cabello humano, lo que las hace ideales para uso prolongado sin causar molestias.

Fácil mantenimiento: Las pelucas de Kanekalon son relativamente fáciles de cuidar. La fibra sintética es resistente a la decoloración y la pérdida de forma, por lo que las pelucas conservan su apariencia por más tiempo. Además, son menos propensas a enredarse y requieren menos cuidado que las pelucas de cabello humano.

Durabilidad: El Kanekalon es una fibra duradera y resistente, lo que significa que las pelucas hechas con esta fibra son menos propensas a desgastarse o romperse con el tiempo. Esto las hace ideales para uso diario y para aquellos que buscan una opción de peluca de larga duración.

Variedad de estilos y colores: Las pelucas de Kanekalon están disponibles en una amplia variedad de estilos y colores. Desde pelucas de cabello liso y ondulado hasta pelucas de colores vibrantes, hay opciones para satisfacer diferentes gustos y necesidades

Prototipado

Story Board

Aquí podremos hacer llegar a los clientes los beneficios de nuestro servicio, de cómo puede resolver sus problemas para poder generar impacto a primera vista.

Figura 15

Story Board



Nota: Elaboración propia en Canva

A continuación, mostraremos las preguntas de los usuarios que observaron el Story Board.

¿Qué material es?

¿se puede teñir?

¿se puede lacear?

¿cuánto tiempo de duración tienen las pelucas?

¿es fácil de poner?

¿se puede cortar?

¿tiene cabello abundante?

¿se ve real o tiene brillo?

¿Cuál es el precio?

¿hay variedad de modelos y colores?

Creación de páginas en redes sociales

Para que el público sepa de nuestra propuesta de producto hemos creado una página de Facebook y una página web, como muestra adjuntamos el enlace de ambas páginas.

Tipo de prototipo: Prototipo de sitio web interactivo

Figura 16

Tipo de prototipo



Nota: Elaboración propia

Enlace: <https://www.facebook.com/glamoraperu>.

Descripción del prototipo

Página de inicio

Encabezado y logotipo e incluye el nombre de la tienda y un logotipo distintivo.

Navegación: Barra de navegación con secciones como "Inicio", "Productos", "Información", "Contacto" y "Carrito de compras".

Búsqueda y filtros: Barra de búsqueda para buscar pelucas por estilo, longitud, color, etc.

Imágenes destacadas: Carrousel o galería de imágenes con pelucas destacadas para captar la atención del visitante.

Testimonios de clientes: Sección que muestra testimonios reales de clientes satisfechos para generar confianza.

Página de productos

Listado de productos: Muestra una cuadrícula de imágenes de pelucas con su nombre, precio y calificaciones de los clientes.

Filtros de búsqueda: Permite a los usuarios refinar la búsqueda por categoría, estilo, longitud, color, etc.

Vista detallada del producto: Al hacer clic en una peluca, se muestra una página con imágenes adicionales, descripción detallada, características y opciones de personalización.

Botón de "Agregar al carrito": Permite a los usuarios agregar productos seleccionados al carrito de compras.

Carrito de compras

Resumen del pedido: Muestra una lista de los productos seleccionados, cantidad, precio unitario y subtotal.

Opción de editar cantidad o eliminar productos: Permite a los usuarios realizar ajustes antes de finalizar la compra.

Cálculo de costos de envío: Solicita la dirección de entrega para calcular los costos de envío antes de finalizar el pedido.

Opción de aplicar códigos de descuento: Permite a los usuarios ingresar códigos promocionales para obtener descuentos adicionales.

Página de pago

Formulario de información de envío y facturación: Solicita la información necesaria para completar el proceso de pago.

Opciones de pago: Muestra diferentes métodos de pago, como tarjetas de crédito, PayPal, transferencias bancarias, etc.

Resumen final: Muestra el resumen completo del pedido, incluidos los productos, los costos

de envío y el total a pagar

Información adicional

Páginas informativas: Incluye secciones como "Sobre nosotros", "Políticas de envío y devolución", "Preguntas frecuentes" y "Guía de cuidado de pelucas".

Formulario de contacto: Permite a los usuarios enviar consultas o comentarios a través de un formulario de contacto.

Enlaces a redes sociales: Proporciona enlaces a las cuentas de redes sociales de la tienda para que los usuarios puedan seguir y compartir contenido

Objetivos del prototipo de baja resolución

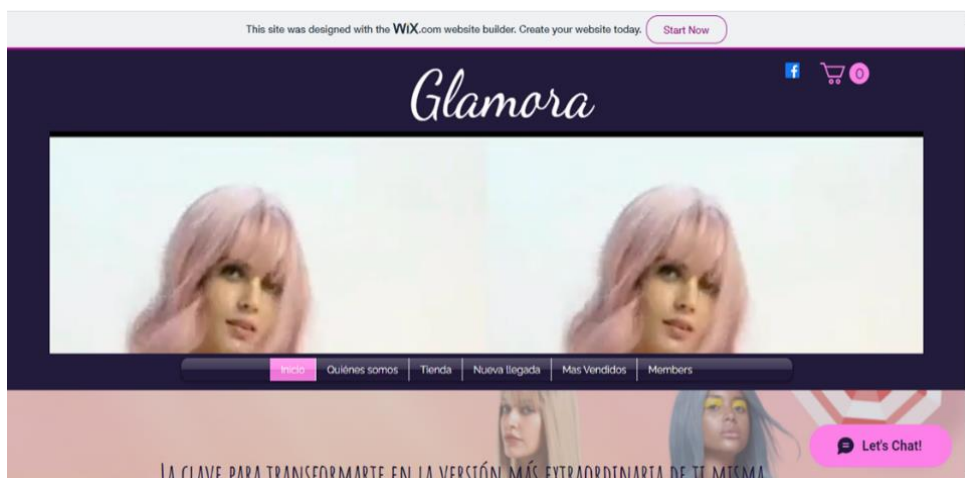
Evaluar la navegación y usabilidad del sitio web.

Obtener retroalimentación sobre la presentación de productos y la facilidad de búsqueda y filtrado.

Validar la fluidez del proceso de compra, desde la selección de productos hasta el pago.

Identificar posibles mejoras en la experiencia del usuario y en la presentación de información

Figura 17 Página web



Nota: Elaboración propia

Realizamos el envío de los enlaces de ambas páginas por correo a (30) personas, con

la siguiente información:

Introducción

Hola a todos, ¿alguna vez has deseado cambiar tu estilo de cabello de forma rápida y sencilla? Permíteme presentarte Glamora, el proyecto que te permitirá experimentar con diferentes looks y realzar tu belleza con nuestras pelucas sintéticas de calidad.

Problema

Sabemos que el cabello juega un papel crucial en nuestra apariencia y autoconfianza. Sin embargo, la pérdida de cabello, la alopecia o simplemente el deseo de probar nuevos estilos pueden ser obstáculos para lograr el look que deseas. Aquí es donde Glamora puede marcar la diferencia.

Solución

En Glamora, nos enfocamos en brindarte una solución asequible y accesible, nuestro proyecto se basa en la venta de pelucas sintéticas de calidad que se ven y se sienten como cabello natural. Nuestro objetivo es ayudarte a transformar tu estilo de manera fácil y sin complicaciones.

Ventajas competitivas

Selección cuidadosa. - Hemos seleccionado cuidadosamente una gama de estilos populares y versátiles para adaptarse a diferentes gustos y preferencias. Nuestra colección inicial de pelucas sintéticas incluye una variedad de colores y estilos modernos para que puedas encontrar la opción perfecta para ti.

Calidad garantizada. - Nos asociamos con proveedores de confianza que utilizan materiales de alta calidad para crear pelucas sintéticas duraderas y realistas. Nuestras pelucas están diseñadas para resistir el uso diario y mantener su apariencia y textura a lo largo del tiempo.

Asequibilidad. Entendemos la importancia de ofrecer opciones asequibles para que todos puedan experimentar con diferentes estilos de cabello. Nuestro enfoque en la calidad y la eficiencia nos permite mantener precios competitivos sin comprometer la experiencia del cliente.

Experiencia de compra sencilla. Queremos que tu experiencia de compra sea rápida y sencilla. A través de nuestra plataforma en línea, podrás navegar por nuestra colección, ver detalles y fotos de las pelucas, y realizar tu compra en pocos clics. Además, ofrecemos opciones de pago seguras y envío rápido para tu conveniencia.

Soporte al cliente. - Estamos comprometidos con tu satisfacción y estaremos disponibles para brindarte asistencia personalizada en cada etapa del proceso. Si tienes preguntas sobre nuestras pelucas o necesitas ayuda para elegir la mejor opción, nuestro equipo de atención al cliente estará encantado de ayudarte.

Mercado objetivo. Nuestro mercado objetivo se compone de personas que buscan una solución rápida y asequible para cambiar su estilo de cabello. Esto incluye a personas con alopecia, aquellos que desean probar diferentes looks o simplemente a quienes buscan una forma versátil de expresarse.

Conclusión

En Glamora, estamos emocionados de brindarte la oportunidad de transformar tu estilo con nuestras pelucas sintéticas de calidad. Estamos comprometidos en hacer que el proceso de compra sea sencillo y satisfactorio, proporcionando opciones asequibles y un soporte al cliente excepcional.

Únete a nosotros en esta emocionante etapa inicial de Glamora y descubre cómo nuestras pelucas sintéticas pueden ayudarte a realzar tu belleza y confianza. ¡Gracias por tu atención y esperamos poder ayudarte a encontrar la peluca perfecta para transformar tu estilo!

Resultados del Pitch del Proyecto

Luego de darles un tiempo para que revisen la información que se les mando vía correo electrónico a personas voluntarias y conocidas de trabajo, familiares, etc. Realizamos una breve encuesta, donde pudimos observar ciertos puntos y detalles que enmarca los gustos y preferencias por parte del público.

Análisis de la información

En resumen, hemos recopilado algunas de las respuestas interesantes sobre aspectos claves, entre los que tenemos:

Experiencia de uso

"He utilizado pelucas sintéticas durante años y me encanta la versatilidad que ofrecen para cambiar mi estilo de cabello sin dañarlo."

"Probé una peluca sintética una vez y me resultó incómoda. Me gustaría ver mejoras en la comodidad y ajuste de las pelucas sintéticas."

"Las pelucas sintéticas son geniales para ocasiones especiales, pero a veces siento que se ven menos naturales en comparación con el cabello real."

Preferencias de estilo y color

"Me encantaría ver más opciones de pelucas sintéticas con colores vibrantes y estilos modernos para seguir las últimas tendencias."

"Prefiero pelucas sintéticas con un aspecto más natural, como cabello ondulado o rizado."

"Sería genial tener la opción de personalizar el estilo y color de las pelucas sintéticas para que se adapten mejor a mis preferencias personales."

Necesidades y características específicas

"Me gustaría ver pelucas sintéticas que sean más transpirables y frescas, especialmente en climas cálidos."

"La durabilidad de las pelucas sintéticas es importante para mí. Quiero asegurarme de que duren mucho tiempo sin perder su aspecto original."

"Sería útil tener pelucas sintéticas que sean resistentes al calor, para poder usar herramientas de estilizado sin dañarlas."

Sugerencias de mejora

"Me gustaría tener más información sobre el cuidado y mantenimiento adecuados de las pelucas sintéticas, especialmente en lo que respecta al lavado y estilizado."

"Sería beneficioso contar con tutoriales en video o guías paso a paso sobre cómo ponerse y asegurar las pelucas sintéticas correctamente."

"Si ofrecieran una opción de compra con servicio de ajuste personalizado, sería fantástico, a veces las pelucas necesitan ser adaptadas a la forma de la cabeza para un mejor ajuste."

Malla Receptora

Figura 18

Malla Receptora



Nota: Elaboración propia en Canvas

Capítulo III: Elaboración del Modelo de Negocio

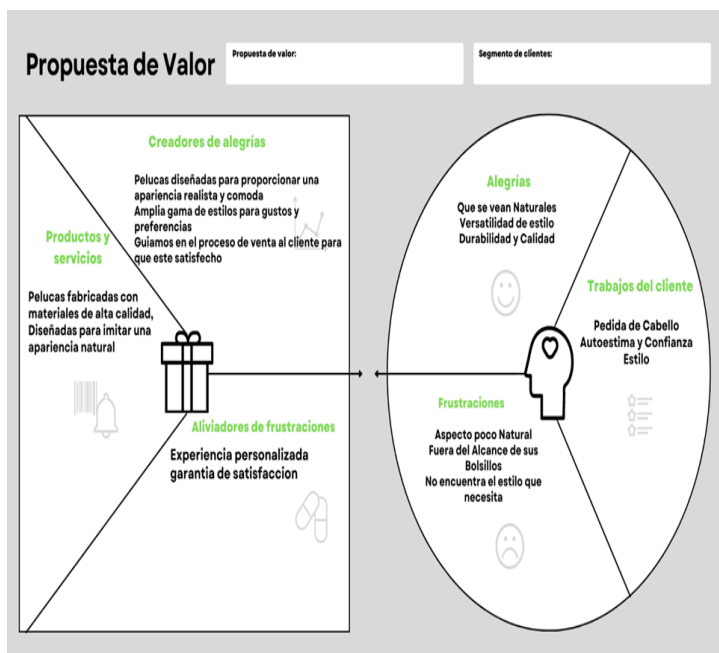
Definición de la propuesta de valor del negocio

En Glamora Perú, nuestro objetivo es brindarte una amplia gama de estilos, colores y longitudes de pelucas sintéticas. Sabemos que cada persona es única, por eso nos enorgullece ofrecer pelucas que se adaptan a tus necesidades y preferencias individuales, para que puedas expresarte y sentirte confiado en cualquier ocasión, nuestras pelucas son hipoalergénicas, transpirables, ajustables y su apariencia es natural, las encuentras en distintos modelos y colores para toda ocasión.

Elaboración del lienzo de propuesta de valor y formulación de la propuesta de valor.

Lienzo de Propuesta de Valor

Figura 19 Lienzo de Propuesta de Valor



Nota: Elaboración propia en Canva

Propuesta de valor de una tienda de pelucas

En nuestra tienda de pelucas, tenemos una propuesta de valor única y satisfactoria para nuestros clientes, nuestra tienda de pelucas se distingue por ofrecer una amplia selección,

calidad excepcional, asesoramiento personalizado, privacidad, excelente servicio al cliente, precios competitivos y opciones de pago flexibles. Nos esforzamos por brindar una experiencia completa y satisfactoria a nuestros clientes, ayudándoles a encontrar la peluca perfecta que les haga sentir confianza y comodidad en cualquier ocasión

Entre las principales características tenemos:

Amplia selección de pelucas: Contamos con una amplia gama de pelucas de diferentes estilos, colores, longitudes y texturas. Nuestro objetivo es asegurarnos de que nuestros clientes encuentren la peluca perfecta que se adapte a su estilo y personalidad.

Calidad excepcional: Trabajamos con proveedores de confianza y nos aseguramos de que todas nuestras pelucas estén fabricadas con materiales de alta calidad. Esto garantiza que nuestras pelucas sean duraderas, cómodas de usar y se vean naturales.

Asesoramiento personalizado: Nuestro equipo de expertos en pelucas está capacitado para brindar asesoramiento personalizado a cada cliente. Comprendemos que elegir una peluca puede ser una experiencia delicada, especialmente para aquellos que la necesitan debido a razones médicas. Estamos comprometidos en escuchar y entender las necesidades individuales de nuestros clientes, brindando orientación y apoyo en todo momento.

Discreción y privacidad: Valoramos la privacidad de nuestros clientes y nos aseguramos de brindar un ambiente seguro y discreto. Reconocemos que la compra de una peluca puede ser una experiencia personal y sensible, por lo que nos esforzamos por crear un entorno cómodo y confidencial para todos nuestros clientes.

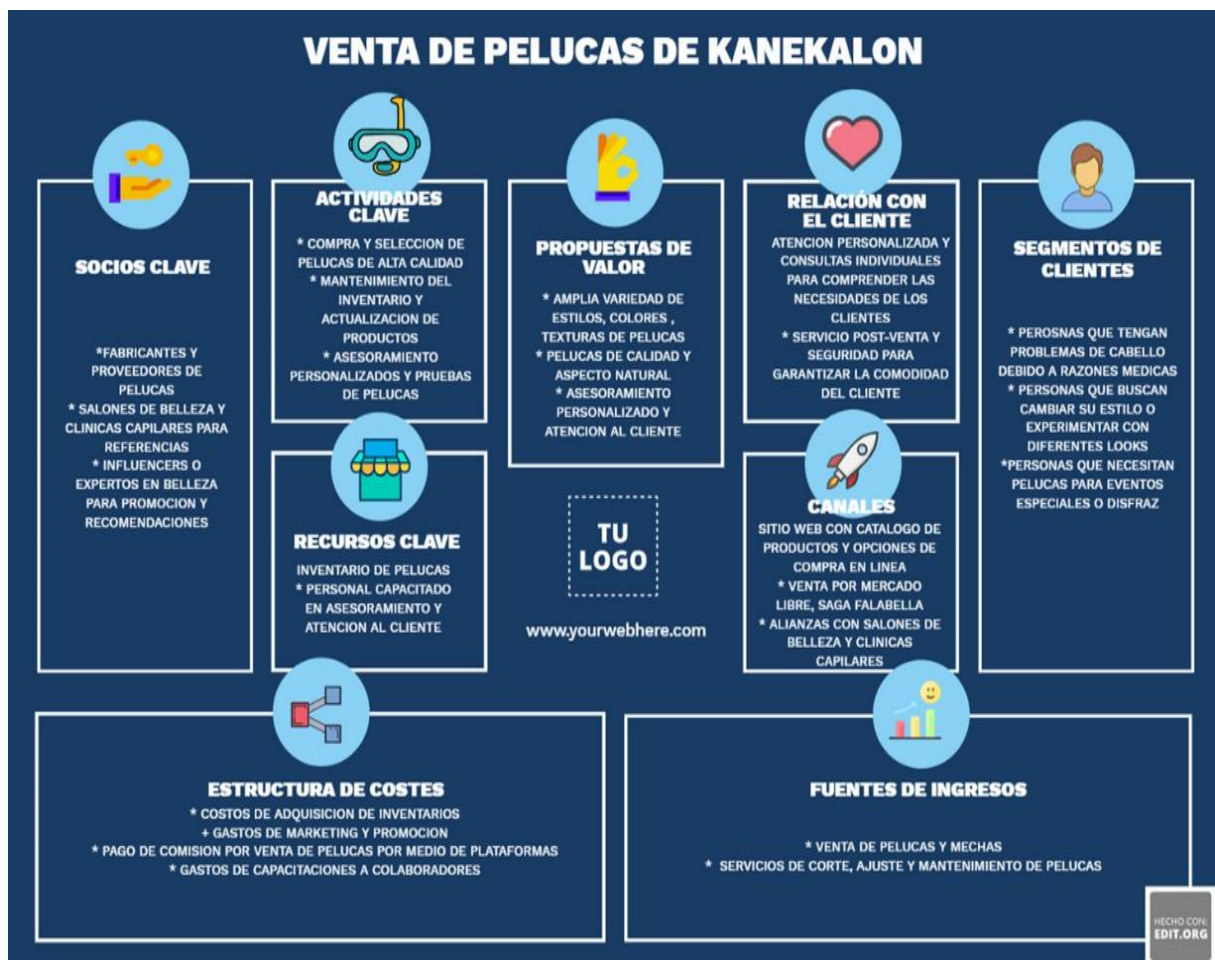
Servicio al cliente excepcional: Nos enorgullece brindar un excelente servicio al cliente en cada interacción. Nuestro objetivo es garantizar la satisfacción de nuestros clientes, ya sea a través de la compra de una peluca, consultas o servicios adicionales. Estamos comprometidos en superar las expectativas y asegurarnos de que cada cliente se sienta valorado y atendido.

Precios competitivos y opciones de pago flexibles: Ofrecemos precios competitivos en todas nuestras pelucas, proporcionando una excelente relación calidad-precio. Además, entendemos que algunas pelucas pueden ser una inversión significativa, por lo que ofrecemos opciones de pago flexibles y financiamiento para que nuestros clientes puedan obtener la peluca que desean sin preocupaciones económico.

Lienzo del Modelo de Negocios Inicial

Figura 20

Imagen número14



Elaboración propia en Canva

Descripción del prototipo de lanzamiento.

Nombre del producto

Peluca sintética “Glamora Perú” de fibra de Kanekalon de aspecto Natural de Alta Calidad

Descripción del producto:

La Peluca sintética “Glamora” de fibra de Kanekalon de aspecto Natural de Alta Calidad, es una opción de calidad premium para aquellos que buscan una solución versátil y de aspecto natural para cambiar su estilo de cabello. Está fabricada con fibras sintéticas de última generación que imitan la apariencia y la textura del cabello humano. La peluca proporciona una apariencia realista y se mantiene fácilmente con un cuidado mínimo.

Características destacadas

Fibras sintéticas de alta calidad, son resistentes al calor y tienen una apariencia y textura similar al cabello humano, lo que proporciona un aspecto natural y realista.

Construcción duradera y cómoda, diseñada con una base transpirable y ligera que garantiza una comodidad duradera, incluso durante un uso prolongado. Además, tiene una banda ajustable para un ajuste seguro y personalizado.

Versatilidad de estilos, ofrecemos en una amplia variedad de estilos, desde cabello liso y ondulado hasta rizos definidos, lo que permite a los clientes encontrar el estilo que mejor se adapte a su gusto y personalidad.

Colores y tonos diversos para satisfacer las preferencias individuales de los clientes, incluyendo tonos naturales como negro, castaño, rubio y pelirrojo, así como colores más atrevidos y modernos.

Fácil mantenimiento de bajo mantenimiento y se puede lavar y peinar con facilidad. No requiere de productos o herramientas especiales para su cuidado.

Estilo ajustable, también pueden cortarla, estilizarla o adaptarla a su gusto y preferencias personales.

Otros Aspectos Importantes del Lanzamiento

Página de producto en línea, con imágenes de alta calidad que muestran la peluca desde diferentes ángulos. También se proporciona una descripción detallada de las características, estilos, colores y cuidado del producto.

Se lanza una campaña de marketing para dar a conocer la nueva peluca, la campaña puede incluir anuncios en línea, promociones en redes sociales y colaboraciones con influencers o expertos en belleza para generar interés y aumentar la visibilidad del producto.

Como parte del lanzamiento, se pueden ofrecer ofertas promocionales, como descuentos especiales, envío gratuito o regalos adicionales con la compra de la peluca, esto ayuda a generar entusiasmo y atraer a los clientes para que prueben el producto.

Capítulo IV: Validación del Modelo de Negocio

Aplicación de la metodología Lean Startup

Nombre del Emprendimiento: “Glamora”

Idea de negocio: “Glamora” es una tienda en línea que ofrece una amplia gama de pelucas sintéticas de alta calidad para personas que desean cambiar temporalmente su estilo o necesitan soluciones para el cabello.

Para descubrir los elementos claves que nos llevaran a tener aceptación dentro de nuestro público objetivo, hemos escogido (03) hipótesis, entre las cuales tenemos:

Hipótesis 1: existe una demanda insatisfecha de pelucas sintéticas de alta calidad en Internet, especialmente entre las personas que buscan cambios de estilo temporales.

Hipótesis 2: Los canales de marketing de las redes sociales serán efectivos para atraer clientes interesados en pelucas sintéticas.

Hipótesis 3: Un primer catálogo con 20 estilos de pelucas es suficiente para empezar.

Elevator Pitch del Proyecto

Hola, Mi nombre es Julio Barrueto y soy el fundador de “Glamora”, Permítanme presentarles un negocio que está cambiando la forma en que las personas expresan su estilo y confianza.

En Glamora, hemos creado una tienda online que ofrece una increíble selección de pelucas sintéticas de alta calidad para todas las ocasiones. Sabemos que tu cabello es una parte integral de tu personalidad, y nuestra misión es ayudarte a descubrir nuevas versiones de ti mismo y expresar tu individualidad sin límites.

¿En qué se diferencia Glamora? Primero, nos enorgullecemos de la calidad de nuestras pelucas. Están fabricados con los materiales sintéticos más avanzados, lo que les da un aspecto muy natural. Además, son cómodos de llevar y fáciles de cuidar, permitiéndote

disfrutar de un look espectacular sin preocupaciones.

En segundo lugar, nuestra tienda en línea está diseñada para que usted pueda usarla cómodamente, navegar por nuestro catálogo es rápido y fácil, y contamos con herramientas de recomendación personalizadas para ayudarlo a encontrar la peluca perfecta para sus preferencias y estilo.

Entonces, ya sea que esté buscando cambiar su apariencia, explorar un nuevo lado de su personalidad o necesita una solución confiable para el cabello, Glamora es su mejor aliado.

Únase a nuestra comunidad de clientes satisfechos y descubra las posibilidades para expresar su estilo y aumentar su confianza.

¡Te invitamos a visitar [Glamorawix.com](https://www.glamorawix.com) y descubrir cómo nuestras pelucas sintéticas pueden realzar tu belleza y empoderarte para enfrentar cada día con confianza y coraje!

Glamora: tu estilo, tu poder".

Producto Mínimo Viable (MVP), del Proyecto

Nuestro Producto Mínimo Viable tiene las siguientes características:

Descripción del Producto

Realidad natural

Estilo de cabello largo ondeado

Color Marrón miel

Liso y suave al tacto

Figura 21*Liso y suave al tacto*



PRODUCT DESCRIPTION

- Naturally realistic
- Retouch your face
- Long wavy hairstyle
- Honey Brown color
- Soft and smooth hair




Length	Color	Style	Material	Heat resistance
26inch	Brown	Long curly	Synthetic fiber	≤150°C

Nota: Elaboración Propia

Detalles:

Simulación de Cuero Cabelludo

Figura 22*Simulación de Cuero Cabelludo**Nota: Elaboración Propia*

ancho de ajuste

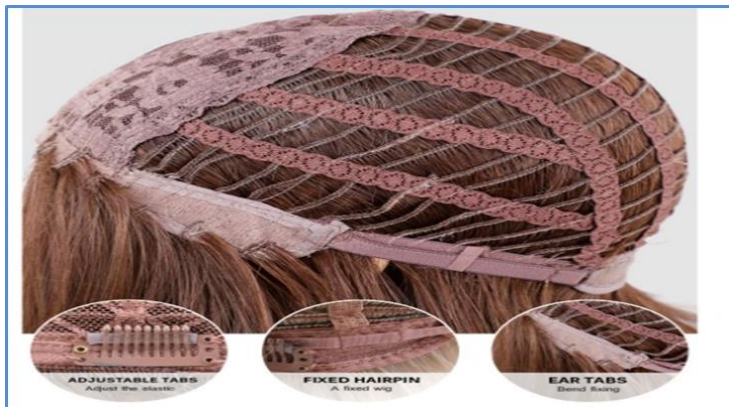
Banda ajustable

Malla transpirable

Imagen N° 17

Figura 23

Malla transpirable



Nota: Elaboración propia

Pasos para ponerte la peluca

Imagen N° 18

Figura 24

Pasos para ponerte la peluca



Nota: Elaboración propia

Empaque básico

Figura 25

Empaque básico



Elaboración propia

Cuidados

Resistencia al calor de hasta 120 °C

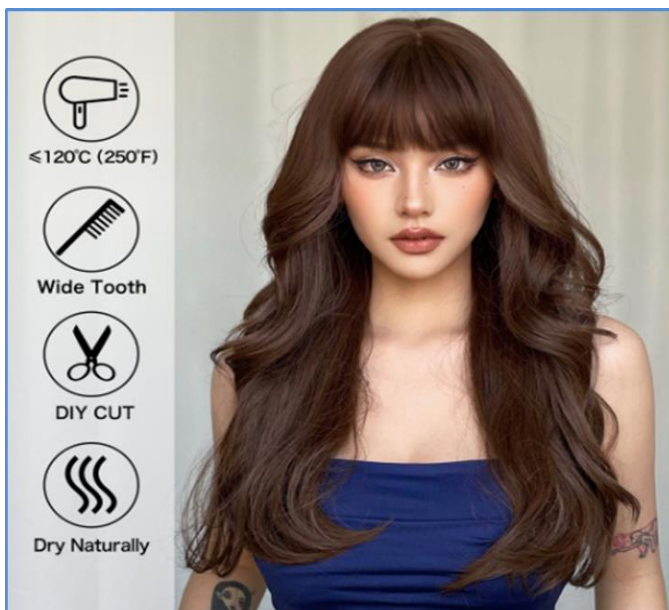
Peinado con cepillo grueso

Se puede cortar con tijera

Secado al aire natural

Figura 26

Secado al aire natural



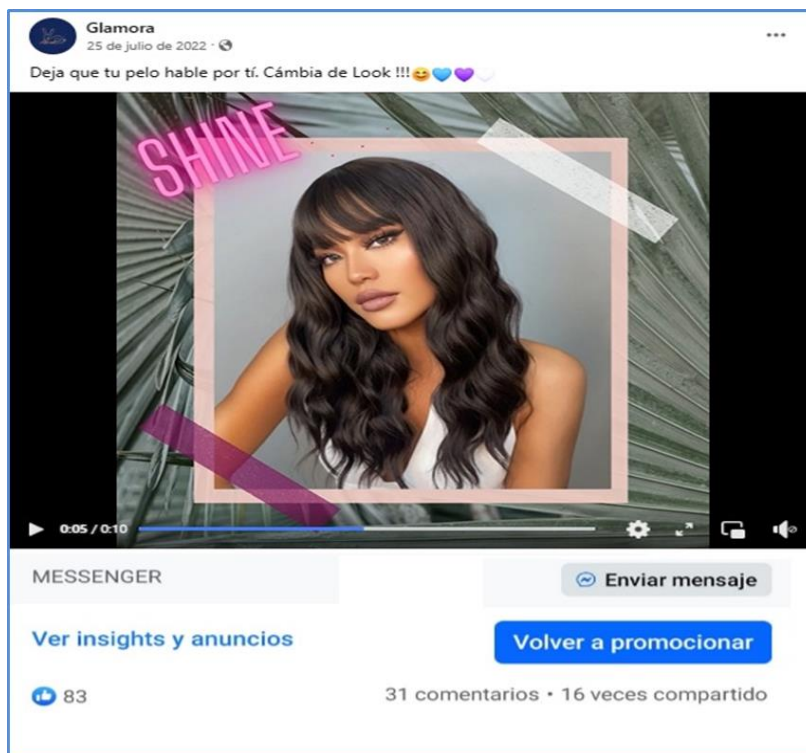
Nota: Elaboración propia

MVP y Medición

Desarrollamos una página en Facebook con una selección de 3 tipos de pelucas básicas de colores naturales, invertimos en Facebook Ads, un monto total de S/. 4.00 soles por un tiempo de 24 horas, los resultados se muestran a continuación:

Figura 27

MVP y Medición



Nota: Elaboración propia

Aprendizaje y Ajustes

Después de un mes de funcionamiento, se analizaron los datos recopilados.

Algunos estilos de pelucas han demostrado ser más populares que otros, y algunos canales de marketing han tenido un mejor desempeño en términos de conversiones.

Se han recibido comentarios de los clientes sobre la necesidad de ofrecer más opciones de color y longitud para las pelucas, etc.

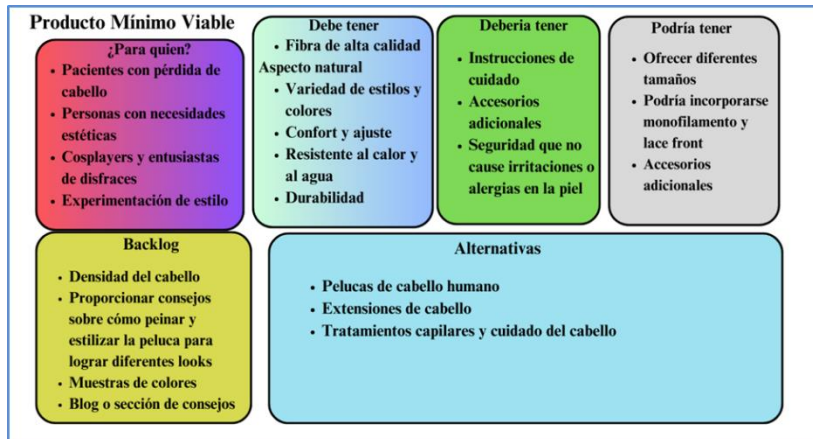
En algunos casos quieren probársela antes de comprar, pero en relación con el total de

comentarios, son el 30% de personas.

Entre todos los comentarios hemos graficado los siguientes aprendizajes:

Figura 28

Producto mínimo viable



Nota: Elaboración propia

Asimismo, obtuvimos ventas en nuestra primera publicación las cuales fueron (03) ventas, el cual se muestra un ejemplo a continuación:

Figura 29

Primera publicación de ventas

Cantidad	Unidad Medida	Código	Descripción	Valor Unitario(*)	Descuento(*)	Importe de Venta(**)
1.00	UNIDAD	002	PELLUCA MORADA M	185.99		185.2422
						Otros Cargos : 0.00
						Otros Tributos : 0.00
						Importe Total : S/185.25

SON: CIENTO OCHENTA Y CINCO Y 25/100 SOLES	
(*) Sin impuestos.	Op. Gravada : S/185.99
(**) Incluye impuestos, de ser Op. Gravada.	Op. Exonerada : S/0.00
	Op. Inafecta : S/0.00
	ISC : S/0.00
	IGV : S/0.00
	Otros Cargos : S/0.00
	Otros Tributos : S/0.00
	Monto de Redondeo : S/0.00
	Importe Total : S/ 185.25

Este es una representación impresa de la Boleta de Venta Electrónica, generada en el Sistema de la SUNAT. El Emisor Electrónico puede verificarla utilizando su clave DCL, el Adquirente o Usuario puede consultar su validez en SUNAT Virtual: www.sunat.gob.pe en Opciones sin Clave DCL. Consulte de Validez del CPE.

Fase del Pivoteo

Tras analizar los resultados de nuestra primera fase del método Lean Startup, obtuvimos retroalimentación (feedback), con dicha información vamos a mejorar nuestro prototipado, para ajustar nuestro producto de acuerdo a las nuevas necesidades identificadas, entre las cuales tenemos lo siguiente:

Figura 30

Fase del Pivoteo

Antes	Despues del Feedback
pelucas de aspecto natural	incluir pelucas de colores de fantasia
pelucas largas	incluir pelucas cortas
pagina en facebook	adicionar una pagina web con catalogo de productos y opcion de carrito de compras
envio despues de 24 horas	opcion de envio el mismo dia
costo de envio dependiendo del distrito	envio incluido en el precio
pelucas en el bolsa ziplock para envio	opcion de envio en caja tipo caja de zapatos para regalo
pago con transferencia, Plim Yape	pago con POS

La industria de las pelucas sintéticas es competitiva y en constante evolución, por este motivo, mediante el pivote, se pudo ajustar el enfoque para atender directamente a las necesidades emergentes de un segmento específico de clientes: personas que usan pelucas por diversión, pelucas de tamaño corto, temas de envío, medios de pago, etc., esto permitió que el negocio se alinear de manera más efectiva con las demandas cambiantes del mercado.

También nos permitió, centrarnos en la comodidad y el diseño de pelucas para personas con pérdida de cabello, mejorando la experiencia del cliente; las personas que atraviesan momentos difíciles necesitan soluciones que les brinden confianza y comodidad, dicho esto, el pivote nos ofrece exactamente eso, lo que aumenta la satisfacción del cliente.

Figura 31

Descripción del Modelo de Negocio Validado



Nota: Elaboración propia.

Capítulo V: Análisis de la Rentabilidad

Tabla 8

Análisis de la Rentabilidad

Cuadro N° 8 Planilla del Personal								
Micro Empresa	Sueldo	SUB TOTAL	SIS	ESSALUD	SUB TOTAL	Vacaciones	TOTAL/MES	TOTAL ANUAL
Costo Operativo	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. 30.00	S/. 0.00	S/. 430.00	S/. 16.67	S/. 446.67	S/5,360.00
Encargado de Redes So	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. 15.00	S/. 0.00	S/. 415.00	S/. 16.67	S/. 431.67	S/5,180.00
Gasto Administrativo	S/. 2,900.00	S/. 2,900.00	S/. 15.00	S/. 0.00	S/. 2,915.00	S/. 104.17	S/. 3,019.17	S/31,430.00
Administrador	S/. 2,500.00	S/. 2,500.00	S/. 15.00	S/. 0.00	S/. 2,515.00	S/. 104.17	S/. 2,619.17	S/31,430.00
Contador	S/. 400.00	S/. 400.00		S/. 1.00		S/. 16.67	S/. 16.67	S/200.00
TOTAL PLANILLA	S/. 3,300.00	S/. 3,300.00	S/. 45.00	S/. 0.00	S/. 3,345.00	S/. 120.83	S/. 3,465.83	S/36,790.00

Costos operativos y gastos administrativos, los cuales corresponden a un administrador, contador Part-time y un encargado de las redes sociales.

Inversión inicial para equipos básicos para iniciar operaciones, los cuales constan en (01) computadora portátil, (01) Impresora, (01) equipo para fotografía y (01) POS.

Tabla 9

Inversión en equipos

Cuadro N° 9 Inversion en Equipos			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL S/
	UNIDADES		
Computadora	1	S/ 2,300.00	S/ 2,300.00
Impresora	1	S/ 350.00	S/ 350.00
Equipo de Fotografía (Celular Alta Gama)	1	S/ 1,200.00	S/ 1,200.00
Sistema de punto de venta (POS)	1	S/ 199.00	S/ 199.00
Total Equipos			S/ 4,049.00

En el siguiente cuadro se muestra la inversión para muebles de oficina y almacén.

Tabla 10

Inversión para muebles de oficina y almacén

Cuadro N° 10 Inversion en Muebles			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL S/
	UNIDADES		
Escritorio	1	S/ 700.00	S/ 700.00
Silla de escritorio	1	S/ 800.00	S/ 800.00
Estante para almacen	1	S/ 500.00	S/ 500.00
Mesa de Embalaje	1	S/ 150.00	S/ 150.00
Total Muebles			S/2,150.00

En el siguiente cuadro encontramos el detalle de los enseres necesarios para oficina y empaque de los productos:

Tabla 11

Inversion de enseres

Cuadro N° 11 Inversion en Enseres			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL S/
	UNIDADES		
cepillos	2	S/ 10.00	S/ 20.00
Lapiceros (caja)	10	S/ 0.50	S/ 5.00
Papel Film	1	S/ 18.00	S/ 18.00
cajas de carton	100	S/ 2.20	S/ 220.00
hojas bond	500	S/ 0.03	S/ 13.00
Engrapador	1	S/ 12.00	S/ 12.00
Grapas	1000	S/ 0.01	S/ 5.00
cinta de embalaje	5	S/ 5.00	S/ 25.00
tijera	2	S/ 5.00	S/ 10.00
plum on indeleble	5	S/ 3.00	S/ 15.00
otros	5	S/ 20.00	S/ 100.00
Total Enseres			S/ 443.00

Detalle de gastos para la constitución de la empresa:

Tabla 12

Gastos para la constitución de la empresa

Cuadro N° 12 Gastos de Constitucion		
DESCRIPCIÓN	COSTO	TOTAL S/
Gastos de constitución		S/1,075.00
Búsqueda del nombre	5	S/ 5.00
Reserva del nombre	20	S/ 20.00
Elaboración de la minuta	350	S/ 350.00
Estudios de pre inversión	700	S/ 700.00

Tabla 13*Gastos de constitución*

Cuadro N° 13 Gastos de Inscripción		
DESCRIPCIÓN	COSTO	TOTAL S/
Gastos de Inscripción		S/ 385.00
Escritura publica ante el notario	300	S/ 300.00
Partida registral certificada (Copia literal)	25	S/ 25.00
Inscripción en registros de personas juridicas	60	S/ 60.00

Tabla 14*Gastos de certificación*

Cuadro N° 14 Gastos de Certificación		
DESCRIPCIÓN	COSTO	TOTAL S/
Gastos de Certificación		S/ 450.00
Registro de la marca (Indecopi)	450	S/ 450.00

Tabla 15*Gastos de estudios de mercado*

Cuadro N° 15 Gastos de Estudios de Mercado		
DESCRIPCIÓN	COSTO	TOTAL S/
Gastos de estudios de mercado & organización		S/ 103.00
Copias	3	S/ 3.00
Encuestas	50	S/ 50.00
Movilidad	50	S/ 50.00

A continuación, mostramos los gastos de los servicios básicos de manera mensualizado.

Tabla 16*Los gastos de los servicios básicos*

Cuadro N° 16 Gastos por Servicios Basicos			
Servicios			S/ 894.90
Servicio de energia	S/ 70.00	1	S/ 70.00
Servicio de agua potable	S/ 40.00	1	S/ 40.00
Telefonia fija + internet	S/ 84.90	1	S/ 84.90
Almacén	S/ 700.00	1	S/ 700.00

Gastos de publicidad para la publicación de nuestros productos en las diferentes plataformas, como son Mercado Libre, Facebook, Pagina web, etc.

Tabla 17*Gastos por publicidad*

Cuadro N° 17 Gastos por Publicidad			
Publicidad			S/ 970.00
Tarjetas	S/ 0.06	1000	S/ 60.00
Sitio web (wix - vip)	S/ 250.00	1	S/ 250.00
Publicidad en fan page	S/ 60.00	1	S/ 60.00
Publicidad facebook	S/ 100.00	1	S/ 100.00
Publicidad Mercado Libre	S/ 500.00	1	S/ 500.00

Tabla 18*Gastos administrativos fijos*

Cuadro N° 18 Gastos Administrativos			
Gastos administrativos			S/ 3,330
Utiles de oficina.	S/ 30.00	1	S/ 30.00
Remuneracion del personal	S/ 3,300.00	1	S/ 3,300.00

Cuadro de la Proyección de Ventas para el primer año de operaciones, de manera mensualizada:

Tabla 19*Proyección de ventas*

Cuadro N° 19 Proyección de Ventas Año 1													
Proyección de Ventas Año 1													
Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Producto	La proyección mensual se realiza en base a la demanda media. Mas demanda mayor cantidad de productos a vender en el mes.												
peluca corta	3500.00	3659.91	3807.82	3921.73	4035.64	4149.55	4263.45	4377.36	4491.27	4605.18	4719.09	4833.00	50,470.00
peluca larga	2065.00	2733.82	2782.64	2831.45	2880.27	2929.09	2977.91	3026.73	3075.55	3124.36	3173.18	3222.00	35,440.00
Total venta mensual	6265.00	6427.73	6590.45	6753.18	6915.91	7078.64	7241.36	7404.09	7566.82	7729.55	7892.27	8055.00	85,910.00
IGV	1,127.70	1,156.89	1,186.28	1,215.67	1,244.86	1,274.15	1,303.45	1,332.74	1,362.03	1,391.32	1,420.61	1,449.90	15,465.00
Precio de Venta mensual	S/7,392.70	S/7,584.72	S/7,776.74	S/7,968.75	S/8,160.77	S/8,352.79	S/8,544.81	S/8,736.83	S/8,928.85	S/9,120.86	S/9,312.88	S/9,504.90	S/101,935.00

A continuación, se presenta el financiamiento total para realizar el proyecto de venta de pelucas sintéticas de kanekalon entre el aporte de los socios y el capital de terceros (bancos)

Tabla 20*Estructura de financiamiento del proyecto*

Cuadro N° 20 ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO Y EN PORCENTAJE DEL PROYECTO.			
RUBROS	SOCIOS	CAPITALES	TOTAL
	APORTE	DE TERCEROS	
INVERSION TOTAL	S/. 7,743.15	S/. 10,000.00	S/. 17,743.15
ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO	43.64%	56.36%	100.00%

Resumen de los gastos y costos totales

Tabla 21

Resumen de los gastos y costos totales

Cuadro N° 21 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS						
RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
COSTOS OPERATIVOS	S/. 36,656.85	S/. 39,053.52	S/. 41,695.49	S/. 44,564.31	S/. 47,680.09	S/. 209,650.26
Materia Prima	S/25,134.00	S/27,396.06	S/29,861.71	S/32,549.26	S/35,478.69	S/150,419.72
Tercerización	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Mano de Obra	S/5,360.00	S/5,360.00	S/5,360.00	S/5,360.00	S/5,360.00	S/26,800.00
Costos Indirectos	S/6,162.85	S/6,297.46	S/6,473.79	S/6,655.05	S/6,841.40	S/32,430.55
GASTOS ADMINISTRATIVOS	S/. 35,974.10	S/. 35,911.67	S/. 36,037.16	S/. 36,166.16	S/. 36,298.77	S/. 180,387.85
Personal en planilla	S/. 31,430.00	S/. 31,430.00	S/. 31,430.00	S/. 31,430.00	S/. 31,430.00	
Bienes	S/. 664.50	S/. 493.44	S/. 507.26	S/. 521.46	S/. 536.06	
Servicios	S/. 3,879.60	S/. 3,988.23	S/. 4,099.90	S/. 4,214.70	S/. 4,332.71	
Depreciación y Amortización	S/. 2,227.85	S/. 2,227.85	S/. 2,227.85	S/. 2,227.85	S/. 690.35	S/. 9,601.75
Luz	S/. 10,393.60	S/. 4,049.91	S/. 4,163.31	S/. 4,279.88	S/. 4,399.72	S/. 27,286.41
Luz	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	
Agua	S/. 2,574.00	S/. 370.08	S/. 380.44	S/. 391.09	S/. 402.05	
	S/. 7,819.60	S/. 3,679.83	S/. 3,782.86	S/. 3,888.78	S/. 3,997.67	
Gastos Financieros	S/. 2,509.00	S/. 1,056.01	-S/. 891.00			
Intereses de préstamo	S/. 2,509.00	S/. 1,056.01	-S/. 891.00			
TOTAL COSTOS MAS GASTOS	S/. 87,761.40	S/. 82,298.96	S/. 83,232.81	S/. 87,238.20	S/. 89,068.92	429,600.29

Cuadros de indicadores de Rentabilidad el negocio

Tabla 22

Estado de ganancias y pérdidas proyectado

Cuadro N° 22 ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS PROYECTADO						TOTAL
RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Ventas totales	S/.85,920	S/.93,653	S/.102,082	S/.111,269	S/.121,283	S/.514,206
(-) Costos totales	S/.36,657	S/.39,054	S/.41,695	S/.44,564	S/.47,680	S/.209,650
UTILIDAD BRUTA	S/.49,263	S/.54,599	S/.60,386	S/.66,705	S/.73,603	S/.304,556
Gastos administrativos	S/.35,974	S/.35,912	S/.36,037	S/.36,166	S/.36,299	S/.180,388
Gastos de ventas	S/.10,394	S/.4,050	S/.4,163	S/.4,280	S/.4,400	S/.27,286
Depreciación y Amortización acumulada	S/.2,228	S/.2,228	S/.2,228	S/.2,228	S/.690	S/.9,602
UTILIDAD OPERATIVA	S/.668	S/.12,410	S/.17,958	S/.24,031	S/.32,214	S/.87,280
Intereses de préstamo	S/.2,509	S/.1,056	-S/.891	S/.0	S/.0	S/.2,674
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-S/.1,841	S/.11,354	S/.18,849	S/.24,031	S/.32,214	S/.84,606
Impuesto a la Renta	-S/.184	-S/.9,228	-S/.7,017	-S/.5,488	-S/.3,074	-S/.24,992
UTILIDAD NETA	-S/.1,657	S/.20,582	S/.25,866	S/.29,519	S/.35,288	S/.109,598

Tabla 23*KPIS*

Cuadro N°23 KPIS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD BRUTA	57.34%	58.30%	59.15%	59.95%	60.69%
UTILIDAD OPERATIVA	0.78%	13.25%	17.59%	21.60%	26.56%
UTILIDAD NETA	-1.93%	21.98%	25.34%	26.53%	29.10%

Tabla 24*Tasa interna*

Cuadro N° 25	
TASA INTERNA DE RETORNO ECONÓMICO	83.33%
TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERO	102.49%

Tabla 25*Beneficio /costo*

Cuadro N° 26		
BENEFICIO/COSTO	BENEFICIO	
	ECONÓMICO	FINANCIERO
BENEFICIO	S/. 34,584.36	S/. 34,193.16
COSTO	S/. 17,743.15	S/. 17,743
RELACION BENEFICIO/COSTO	1.95	1.93

Tabla 26*Valor actual neto económico*

Cuadro N° 24	
VALOR ACTUAL NETO ECONÓMICO (VANE)	S/.34,584.36
VALOR ACTUAL NETO FINANCIERO (VANF)	S/.34,193.16

Tabla 27*Explicación y sustento*

EXPLICACIÓN Y SUSTENTO ECONÓMICO	Por cada sol invertido, la empresa ha ganado	S/ 0.95
EXPLICACIÓN Y SUSTENTO FINANCIERO	Por cada sol invertido, la empresa ha ganado	S/ 0.93

Conclusiones

Después de investigar y desarrollar mi proyecto de pelucas sintéticas, se pueden sacar las siguientes conclusiones:

Conclusión 1

El Proyecto de Innovación demostró que existe una creciente demanda en el mercado de pelucas sintéticas y la oferta de venta online se presenta como una opción viable para satisfacer esta demanda, y los resultados obtenidos de la investigación de mercado muestran que el mercado de pelucas sintéticas tiene un gran potencial de crecimiento.

La diversificación del catálogo y la incorporación de herramientas de personalización serán claves para aumentar la satisfacción del cliente.

Conclusión 2

Por otro lado, la calidad del servicio al cliente y la experiencia de compra online son factores fundamentales para el éxito empresarial, haciendo el uso de estrategias de marketing digital, como las redes sociales, la optimización de motores de búsqueda (SEO) y la publicidad en línea, ha demostrado ser importante para dirigir el tráfico a las tiendas virtuales y generar ventas.

Conclusión 3

Por lo tanto, un proyecto de pelucas sintéticas en línea muestra un alto potencial de crecimiento y éxito si se enfoca en la satisfacción del cliente, ofrece una experiencia de compra positiva y se mantiene al día con las tendencias y estrategias del mercado en línea.

Recomendaciones

Recomendación 1

La investigación de mercado debe ser un proceso continuo para mantenerse al tanto de las tendencias del mercado, las preferencias de los clientes y las acciones de la competencia, esto de la mano con ofrecer una amplia gama de estilos, colores y longitudes de pelucas para satisfacer los diferentes gustos y necesidades de los clientes y que se implemente herramientas que permitan a los clientes personalizar sus pelucas y simuladores de peinado o colores.

Recomendación 2

También sería importante desarrollar una sólida estrategia de marketing digital para aumentar la visibilidad de su tienda en línea y establecer políticas de devolución claras y justas y garantías de satisfacción para generar confianza en el cliente y reducir la fricción en el proceso de compra, esto puede ayudar a aumentar la visibilidad de su marca y generar recomendaciones confiables.

Recomendación 3

Asimismo, implementar herramientas de analítica para medir el desempeño de la tienda online y campañas de marketing y con el tiempo implementar una tienda física que es nuestro objetivo a mediano plazo.

Referencias Bibliográficas

- Fernández, J. (2020). Tecnología de fibras sintéticas en la industria de las pelucas. En M. Gómez (Ed.), *Avances en la tecnología textil* (pp. 75-92). Bogotá: Ediciones Textil.
- Gómez, R. (2020). *Pelucas sintéticas: Historia, tecnología y moda*. Barcelona: Editorial Estilo.
- González, F. (2018). Materiales sintéticos en la moda actual. En L. Pérez (Ed.), *Tendencias en el diseño de moda* (pp. 101-118). Madrid: Editorial Diseño y Moda.
- López, J. (2022). Evaluación de la durabilidad de las pelucas sintéticas. *Revista de Ciencia de Materiales*, 28(2), 201-215.
- Martínez, L. (2019). *El futuro de las pelucas: Fibras sintéticas y su impacto en la moda*. Ciudad de México: Editorial Innovación Textil.
- Rodríguez, L., & García, P. (2020). Avances en fibras sintéticas para la fabricación de pelucas. *Revista de Innovación en Textiles*, 15(2), 85-97.
- Ruiz, M. (2019). *Impacto de las pelucas sintéticas en la autoestima de los pacientes oncológicos*. Tesis doctoral, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Sánchez, J. (2019). Fibras sintéticas en la moda contemporánea. En M. López (Ed.), *Nuevas tecnologías en el diseño de moda* (pp. 123-140). Barcelona: Ediciones Moda.