



**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA
PRIVADA “ZEGEL IPAE”**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS**

**CREACIÓN DE UN APLICATIVO MÓVIL PARA ESTILISTAS
INDEPENDIENTES EN LA CIUDAD DE ICA, 2023**

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

**PAMELA OLIVERA MORON
(0009-0006-6026-4026)**

**Ica – Peru
2024**

Dedicatoria

A mi familia.

Índice General

Resumen ejecutivo

Introducción

Capítulo 1 Identificación del problema u oportunidad

Selección del problema o necesidad a resolver.....	10
Validación del problema.....	15
Descripción del cliente.....	24

Capítulo 2 Diseño del producto o servicio innovador

Aplicación de la metodología Design Thinking	26
Características del producto o servicio innovador validado	42

Capítulo 3 Elaboración del modelo de negocio

Definición de la propuesta de valor de negocio.....	49
Elaboración del lienzo modelo de negocio	51
Descripción del prototipo de lanzamiento	53

Capítulo 4 Validación del modelo de negocio

Aplicación de la metodología Lean Startup.....	60
Descripción del modelo de negocio validado	67

Capítulo 5 Validación del modelo de negocio

Estimación del tamaño del Mercado, Demanda proyectada y Proyección de ingresos.	73
Determinación de las necesidades de Inversión.....	78
Estimación de Costos, Clasificación de Costos en Fijos y Variables, Determinación del punto de Equilibrio	81
Flujo de caja proyectado	85
Evaluación económica y financiera: Calculo de VAN TIR.....	87

Conclusiones y recomendaciones.....88

Referencias bibliográficas90

Anexos91

Índice De Tablas

Tabla 1 <i>Macro Filtro</i>	13
Tabla 2 <i>Micro Filtro</i>	14
Tabla 3 <i>Tamaño del mercado</i>	20
Tabla 4 <i>Arquetipo de cliente</i>	25
Tabla 5 <i>Matriz del reto creativo</i>	28
Tabla 6 <i>Herramienta: ¿Qué?, ¿Cómo?, ¿Por qué?</i>	29
Tabla 7 <i>Modelo de negocio – descripción</i>	70
Tabla 8 <i>Cantidad de personas del Distrito de Ica</i>	73
Tabla 9 <i>Porcentaje de universo de personas</i>	73
Tabla 10 <i>Nivel socioeconómico del Distrito</i>	73
Tabla 11 <i>Total Mercado Potencial</i>	73
Tabla 11 <i>Total Mercado Disponible</i>	74
Tabla 12 <i>Total Mercado Efectivo</i>	74
Tabla 13 <i>Total Mercado Objetivo</i>	75
Tabla 14 <i>Frecuencia de asistencia</i>	75
Tabla 15 <i>Demanda del Proyecto</i>	75
Tabla 16 <i>Promedio de gasto</i>	76
Tabla 17 <i>Proyección de servicios</i>	77
Tabla 18 <i>Proyección de ventas en soles</i>	77
Tabla 19 <i>Proyección en años</i>	77
Tabla 20 <i>Inversión Total</i>	78
Tabla 21 <i>Inversión Intangible</i>	78
Tabla 22 <i>Inversión Intangible</i>	79
Tabla 23 <i>Constitución de empresa</i>	79

Tabla 24 <i>Gastos en creación del aplicativo</i>	79
Tabla 25 <i>Capital de Trabajo por 3 meses</i>	80
Tabla 26 <i>Proyección de costos mensuales</i>	81
Tabla 27 <i>Proyección de costos al año</i>	81
Tabla 28 <i>Gastos administrativos al mes</i>	82
Tabla 29 <i>Gastos administrativos al año</i>	82
Tabla 30 <i>Gastos de ventas al mes</i>	83
Tabla 31 <i>Gastos de ventas al mes</i>	83
Tabla 32 <i>Proyección de Depreciación</i>	84
Tabla 33 <i>Punto de equilibrio</i>	84
Tabla 34 <i>Flujo de caja mensual</i>	85
Tabla 35 <i>Flujo de caja proyectado</i>	86
Tabla 36 <i>WACC</i>	87
Tabla 37 <i>Indicadores de Rentabilidad</i>	87
Tabla 38 <i>Estado de Resultados Mensual</i>	91
Tabla 39 <i>Flujo de resultados proyectados</i>	92
Tabla 40 <i>Detalle del préstamo</i>	93

Índice De Figuras

Figura 1 <i>Proyección de ventas del sector belleza</i>	10
Figura 2 <i>Evidencia de Focus Group virtual</i>	17
Figura 3 <i>Presentación del Experiment Board</i>	18
Figura 4 <i>Interrogante N° 1 de encuesta</i>	21
Figura 5 <i>Interrogante N° 2 de encuesta</i>	21
Figura 6 <i>Interrogante N° 3 de encuesta</i>	22
Figura 7 <i>Interrogante N° 4 de encuesta</i>	23
Figura 8 <i>Interrogante N° 5 de encuesta</i>	23
Figura 9 <i>Mapa de Empatía</i>	27
Figura 10 <i>Método SCAMPER</i>	31
Figura 11 <i>Storyboard</i>	33
Figura 12 <i>Presentación del landing page – sección 1</i>	35
Figura 13 <i>Presentación del landing page – sección 2</i>	36
Figura 14 <i>Presentación del landing page – sección 3</i>	37
Figura 15 <i>Presentación del landing page – sección 4</i>	38
Figura 16 <i>Presentación del landing page – sección 5</i>	39
Figura 17 <i>Presentación del landing page – sección 6</i>	40
Figura 18 <i>Presentación del landing page – sección 7</i>	41
Figura 19 <i>Evaluación a estilistas</i>	42
Figura 20 <i>Malla Receptora de información – proceso de evaluación</i>	44
Figura 21 <i>Lienzo de la propuesta de valor</i>	50
Figura 22 <i>Lienzo Canvas</i>	52
Figura 23 <i>Presentación del logotipo “StyliApp”</i>	53
Figura 24 <i>Presentación del prototipo del aplicativo – primera parte</i>	55

Figura 25 <i>Presentación del prototipo del aplicativo – segunda parte</i>	56
Figura 26 <i>Presentación del prototipo del aplicativo – tercera parte</i>	57
Figura 27 <i>Medición – Mentimeter</i>	63
Figura 28 <i>Medición – Mentimeter</i>	64
Figura 29 <i>Medición – Mentimeter – Accesibilidad</i>	65
Figura 30 <i>Malla receptora de información – proceso de evaluación</i>	66
Figura 31 <i>Modelo de negocio validado</i>	67
Figura 32 <i>Evidencia de presentación del MVP</i>	68

Resumen Ejecutivo

La propuesta de negocio se enfoca en crear un aplicativo innovador que facilite la conexión entre estilistas independientes y clientes que buscan servicios de belleza a domicilio. A través de un riguroso proceso de investigación, que incluyó entrevistas, encuestas y la técnica del Focus Group, identificamos un problema común entre los estilistas: la pesadez del trabajo en centros estéticos y el deseo de trabajar de forma autónoma. Utilizando metodologías como Design Thinking, desarrollamos una solución centrada en las necesidades y deseos de los estilistas, lo que se reflejó en el éxito al aplicar herramientas como el lienzo Canvas para obtener información valiosa de primera mano. Tras completar los capítulos de Design Thinking y analizar los resultados de la investigación, elaboramos un sólido plan financiero que demostró la viabilidad y rentabilidad del proyecto. Se determinó que una inversión de S/ 79,610 soles sería necesaria para la ejecución. Los indicadores financieros revelaron un valor actual neto económico de S/ 129,488 soles y una Tasa Interna de Retorno del 75%, destacando la viabilidad y el potencial de rentabilidad del proyecto. Estos datos respaldan la solidez de la propuesta y la oportunidad de inversión en este mercado en constante evolución. Este proyecto no solo aborda una necesidad real en el sector de belleza, sino que también ofrece a los estilistas la oportunidad de potenciar su independencia laboral y la flexibilidad en su trabajo. La combinación de investigación exhaustiva, metodologías innovadoras y un enfoque financiero sólido respalda la viabilidad y sostenibilidad a largo plazo del aplicativo. Estamos emocionados por el impacto positivo que esta plataforma puede tener en la industria y en la vida de los profesionales de la belleza que desean una mayor autonomía en su carrera."

Introducción

En la era actual de la revolución tecnológica, el rubro de belleza se ha posicionado como un sector de vital importancia en la vida cotidiana de las personas. Más allá de la estética superficial, la industria de la belleza desempeña un papel fundamental en la autoestima, la confianza y el bienestar emocional de los individuos. En el contexto actual del distrito de Ica, se observa una falta de digitalización significativa en los salones de belleza locales, lo que ha generado una brecha en la oferta de servicios y la experiencia del cliente. Ante esta situación, la introducción de un aplicativo innovador que conecta estilistas independientes con clientes en busca de servicios de belleza a domicilio representa una propuesta novedosa y disruptiva en el mercado local.

Esta iniciativa no solo busca abordar esta carencia tecnológica en el sector, sino que también promete revolucionar la forma en que los servicios de belleza son accesibles y personalizados en la comunidad de Ica. La solución planteada no solo busca cubrir una necesidad latente en el mercado, sino que también presenta una serie de ventajas y beneficios significativos. Al proporcionar acceso a una red de estilistas altamente calificados y experimentados, la plataforma garantiza un servicio profesional y adaptado a las necesidades individuales de cada cliente.

La comodidad, la personalización y la conveniencia son pilares fundamentales de esta propuesta, permitiendo a los usuarios disfrutar de servicios de belleza de alta calidad desde la comodidad de su hogar o cualquier lugar de su elección. Asimismo, la generación de ingresos se plantea desde una perspectiva estratégica, basada en un análisis detallado a nivel nacional y local que ha identificado la creciente demanda de servicios de belleza a domicilio y las oportunidades de monetización a través de modelos de suscripción, comisiones por servicios prestados y otras estrategias innovadoras.

Capítulo 1

Identificación del problema u oportunidad

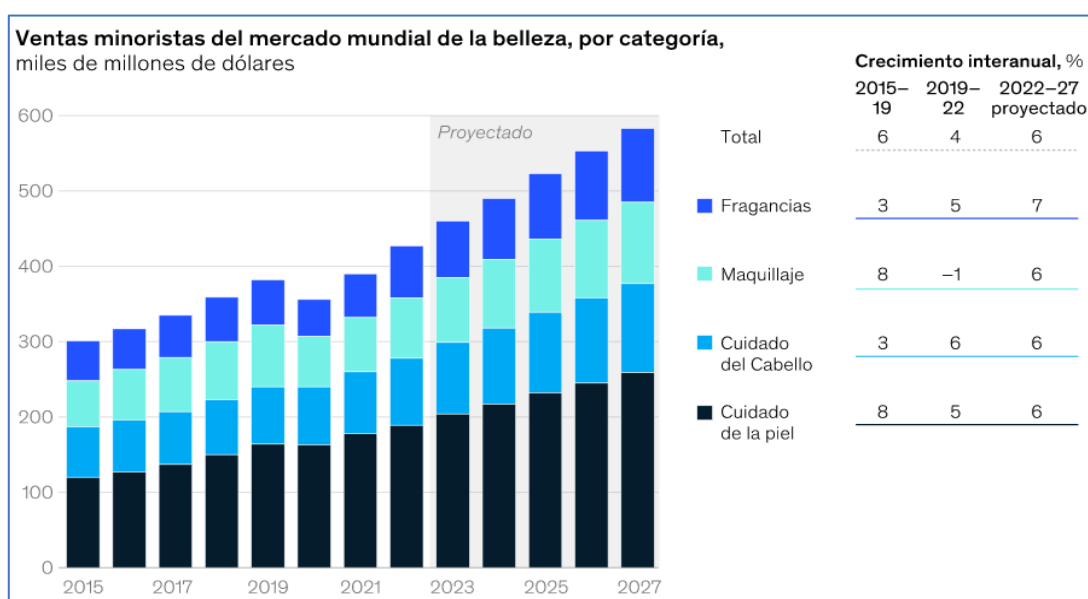
Selección del problema o necesidad a resolver

Nivel Internacional

La Industria de belleza o definida como el cuidado de la piel, sea en temas de maquillaje, fragancias o cuidado del cabello, ha ido creciendo a un ritmo acelerado, logrando generar alrededor de \$430 mil millones de dólares en el mundo como ingresos, según informa la compañía McKinsey, este crecimiento se debe al aumento de personas que destinan parte de sus ingresos en productos y servicios de belleza, luego de la recuperación de la pandemia del Covid-19, este mercado ha ido incrementando su industria, donde diversidad de personas acceden sin ninguna distinción, sean para obtener o brindar el servicio. McKinsey & Company (2023)

Figura 1

Proyección de ventas del sector belleza



Nota. Adaptado de. El mercado de la belleza en 2023. Por McKinsey, 2023
<https://www.mckinsey.com/featured-insights/destacados/el-mercado-de-la-belleza-en-2023-un-informe-especial-sobre-el-estado-de-la-moda/es>

Según la información de Spalopia Business (s.f), acerca del crecimiento de los centros de spa en el mundo, esta industria ha generado más de 119 billones de dólares, incluyendo los servicios por spa propios y servicios externos como asesorías, tomando como referencia del año 2017 al 2020, hubo un incremento de centros estéticos de 121 595 a 149 252, creando a su vez mas de 3 millones de puestos de trabajo para los estilistas dependientes e independientes.

Nivel Nacional

La Cámara de Comercio de Lima (2023), respecto al sector cosmético, que abarca desde maquillaje hasta peluquería, indica que ha ido recuperándose a raíz de los diversos cambios que se han vivido en el país, para término del 2023, prevé ventas por más de S/ 8,520 millones, también considera que estas cifras elevadas se deben a diversos aspectos, como el alza del aumento de precios de productos utilizados en los procesos de belleza, por ejemplo, la cadena de salones de belleza Soho Color, ha reportado en su último informe un creciendo del 18% y el gerente general estima un crecimiento del 35% a finales del año 2024.

Teniendo en cuenta el crecimiento de los centros estéticos, que generan gran cantidad de ingresos, también está el aumento de los profesionales dedicados a brindar el servicio de atención a los consumidores, este último segmento, enfocado en destinar parte de su presupuesto mensual al consumo de productos de belleza o asistencia frecuente a los spa, si se analiza esta información de manera general, se visualiza que genera un gran impacto en la sociedad, pues apoya a la economía local y la generación de puestos de trabajo, pero al llegar más a fondo existe una desconformidad por parte de los estilistas que brindan sus servicios.

Esta situación que viven los estilistas no viene a ser ajena, pues también las este parte de personas que laboran en estos lugares cobran solo un porcentaje por los servicios que realizan, lo cual les parece injusto, muy aparte que para obtener más ingresos suelen

promocionar sus servicios de belleza por medio de las plataformas virtuales, generando en diversas ocasiones la pérdida de tiempo en brindar información y no llegar a un acuerdo en conjunto.

Macro y Micro Filtro de Selección del Problema.

A continuación, se presentará una lista de 5 situaciones problemáticas que se dan en la sociedad, las cuales por medio del macro y micro filtro, se podrán puntualizar y optar por el problema más conveniente al cual enfocarse.

- Problema N° 1: Las personas que requieran un servicio de car Wash tienden a esperar un tiempo prolongado por el servicio y en ocasiones no obtienen una solución rápida.
- Problema N° 2: Las personas que realizan diversas compras virtuales, no cuentan con una plataforma que les permita ver las calificaciones de las tiendas o saber las guías de referencia.
- Problema N° 3: Los (as) estilistas que laboran en los centros estéticos, cobran solo un porcentaje por los servicios que realizan, lo cual les parece injusto por el tiempo de trabajo que demoran.
- Problema N° 4: Las Mypes no cuentan con una plataforma virtual donde puedan realizar sus temas contables de forma rápida y segura.
- Problema N° 5: Hay una gran cantidad de personas independientes que no cuentan con el alquiler de espacios de trabajos.

El macro filtro se emplea tomando en consideración interrogantes acerca de la situación actual, donde el problema N° 1, 3 Y 4, serían los más sobresalientes y mediante el micro filtro se optará por la situación más conveniente.

Tabla 1*Macro Filtro*

INTERROGANTES ORIENTADORAS	PROBLEMA N° 1		PROBLEMA N° 2		PROBLEMA N° 3		PROBLEMA N° 4		PROBLEMA N° 5	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
¿Se podría saber la cantidad de personas que afecta este problema?	X		X		X		X		X	
¿Es este problema relevante o sobresaliente en las personas?	X			X	X		X			X
¿Te entusiasma poder brindar una solución rápida para el problema?	X		X		X			X		X
¿Contarías con los equipos y herramientas ideales para poner en marcha alguna solución?		X		X	X			X		X
¿Tienes la experiencia necesaria para iniciar la idea que ayude a solucionar el problema?	X			X	X		X		X	
PUNTUACION TOTAL	4		2		5		3		2	

Se presentan tres situaciones que lograron un puntaje mayor, el micro filtro sirve como ayuda para optar por el problema específico, considerando una puntuación de una escala del 1 al 5, visualizando que la opción N° 3 sería el problema a desarrollar en la investigación.

- Problema N° 1: Las personas que requieran un servicio de car Wash tienden a esperar un tiempo prolongado por el servicio y en ocasiones no obtienen una solución rápida.
- Problema N° 3: Los (as) estilistas que laboran en los centros estéticos, cobran solo un porcentaje por los servicios que realizan, lo cual les parece injusto por el tiempo de trabajo que demoran.
- Problema N° 4: Las Mypes no cuentan con una plataforma virtual donde puedan realizar sus temas contables de forma rápida y segura.

Tabla 2

Micro Filtro

Interrogantes orientadoras	Problema N° 1	Problema N° 3	Problema N° 4
Afectación total de problema (Colocar puntaje del 1 al 5, donde: 5= Bastantes; 1= Muy pocas)	5	5	4
Importancia o relevancia del problema central (Colocar puntaje del 1 al 5, donde: 5= Muy relevante; 1= Poco relevante)	2	5	3
Motivación del equipo para encontrar una propuesta rápida. (Colocar puntaje del 1 al 5, donde: 5= Mayor motivación; 1= Poca motivación)	2	3	4
Requerimientos para la propuesta (Colocar puntaje del 1 al 5, donde: 5= Bastantes; 1= Muy pocos)	2	4	3
Experiencia en teas de creación de idea (Colocar puntaje del 1 al 5, donde: 5= Mucha experiencia; 1= Poca experiencia)	3	4	4
Puntuación	14	21	18

Validación del problema

Como tema de validación se utilizó el Experiment Board, que permite por medio del Focus Group obtener información precisa del cliente, a continuación, se presentan los detalles de este proceso.

- ¿Quién sería el cliente final?

Las personas ubicadas en el Distrito de Ica, contando un rango de edad de 20 a 40 años, básicamente compuesto por hombres y mujeres, que trabajen de manera dependiente o independiente en el rubro estético, conocidos como estilistas.

- Hipótesis Problema

Los (as) estilistas si tuvieran una plataforma digital o un espacio digital lograrían captar nuevos clientes, esto aumentaría su actividad laboral y generar mayores ingresos.

- Supuestos
 - Los estilistas destinan parte de su tiempo en realizar sus trabajos en centros de belleza que solo les pagan un porcentaje de cada servicio realizado.
 - Los estilistas no cuentan con una plataforma o algún medio digital donde puedan visualizar información sobre ofrecimiento de servicios estéticos a domicilio.
 - Los centros estéticos no cuentan con una infraestructura que permita abarcar una gran cantidad de usuarios finales.

- Los centros estéticos en su mayoría no cuentan con una política de trabajo formal.
- Los estilistas tienen que anunciar sus servicios de estética y belleza por otros medios, generando varias veces la pérdida de tiempo.

- Focus Group y Revelaciones

Para el tema de validación se realizó un Focus Group, teniendo como entrevistadas a 10 estilistas del Distrito de Ica, entre las revelaciones más resaltantes se encuentran las siguientes:

- Las mujeres manifestaron que han laborado en centros estéticos y que el trabajo es pesado cuando hay gran afluencia de clientes, creándoles un escenario de impaciencia.
- Los estilistas han tenido quejas y reclamos debido a la espera de tiempo que tienen que realizar los clientes, generándoles molestias innecesarias.
- También las entrevistadas manifestaron que son muy apegadas a la tecnología, dedican tiempo en ver plataformas web, aplicativos y videos sobre recomendaciones en temas estéticos, esto deja claro que las mujeres están familiarizadas con la tecnología.
- Otros de los aspectos que se lograron visualizar, es que entre estilistas se comparten los contactos de clientes más frecuentes que asisten a los centros de belleza, motivo de tener un cliente seguro que puedan atender.
- También se le hizo mención de que pasaría si los clientes de belleza pudieran pedir que les realicen los servicios en sus domicilios, ante ello la mayoría manifestó que sería algo grandioso, puesto que podrían trabajar de

manera más pausada y enfocarse netamente en un solo cliente, además podrían obtener un pago justo sin restricciones.

- Los estilistas por su parte, indicaron que les gustaría tener una propuesta donde puedan analizar comentarios, que sea rápida y este a su alcance.
- Si bien es cierto las mujeres son las más detallistas, dejaron algo importante en este proceso, pues manifestaron que esperan siempre la superación de expectativas, sea en temas de productos o servicios, ante ello es que están en constante búsqueda de nuevos cambios, hábitos y demás factores que les permita obtener tranquilidad.

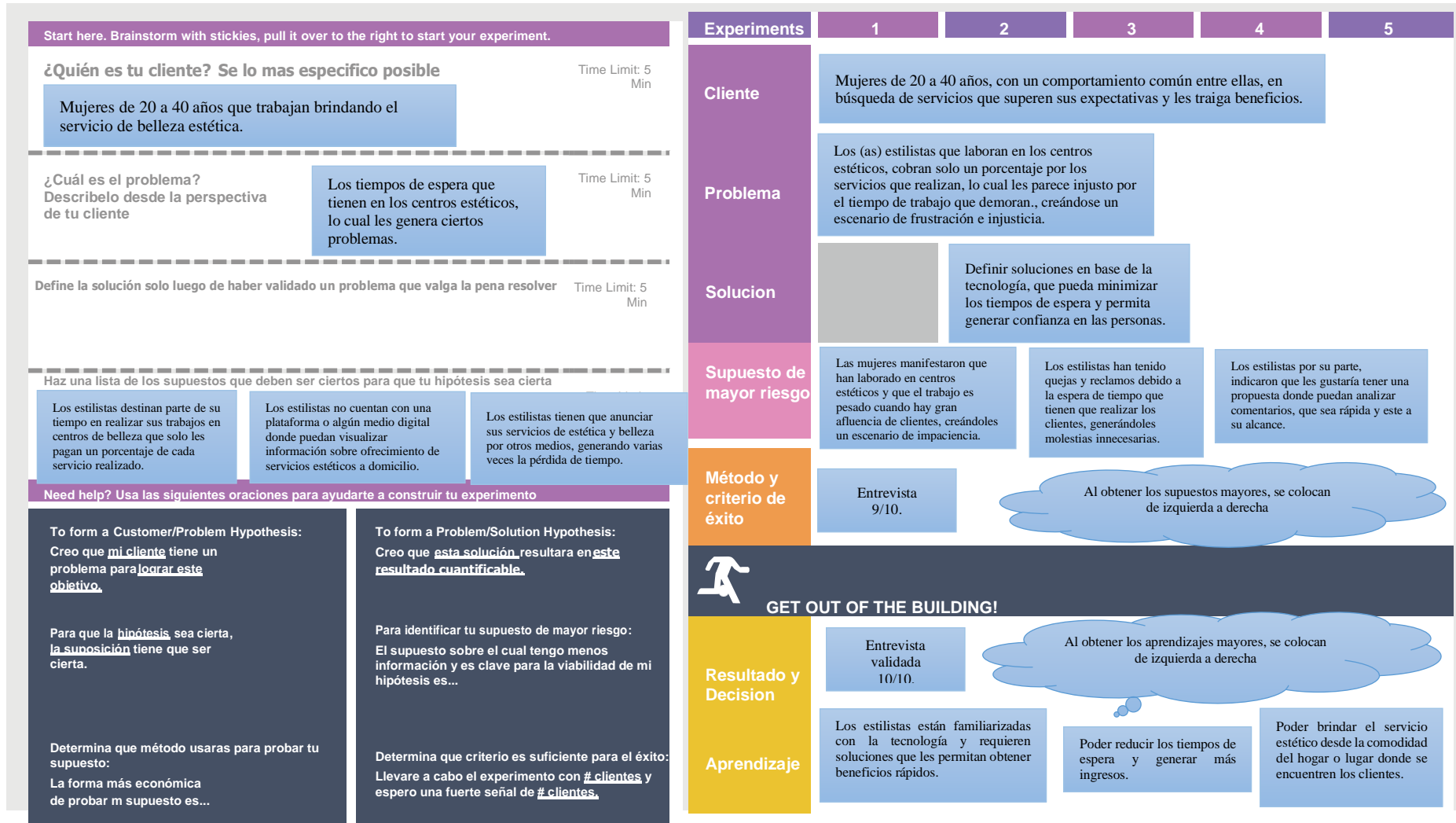
Figura 2

Evidencia de Focus Group virtual.



Figura 3

Presentación del Experiment Board



Se presenta a continuación las principales conclusiones del proceso de Experiment Board, teniendo respuestas a las siguientes interrogantes:

- ¿Se obtuvo un criterio de éxito sobre la hipótesis del problema?

Si, las estilistas entrevistadas pudieron brindar información precisa en base del problema de los tiempos de espera e ingresos por sus servicios.

- ¿La hipótesis están alineadas al problema visualizado al inicio?

Si, debido a que la mayoría de personas ha tenido problemas sobre los tiempos de atención, también manifestaron que han trabajado en centros estéticos.

- ¿Cómo se validó esta situación?

La validación se realizó por medio del Focus Group, donde se reunió a un grupo de 10 mujeres, donde se validaron los supuestos de mayor riesgo y se obtuvieron aprendizajes importantes.

- ¿Los nuevos supuestos tienen relación con la hipótesis planteada?

Si, este proceso de entrevista, pudo brindar información nueva, que no se tuvo en cuenta, como que las personas buscan nuevos hábitos, también que están más familiarizadas con la tecnología.

Tamaño de muestra

Para el proceso de tamaño de muestra se tomará como referencia a las personas de 20 a 40 años ubicadas en el Distrito de Ica, que dentro del perfil hayan trabajado o trabajen como estilistas, la función principal es analizar las diferentes situaciones que den validación relevante acerca del problema, a continuación, se presenta el cálculo de la muestra en base a la formulación de población finita.

Cálculo de datos

Se toma la totalidad de personas de 20 a 40 años, del NSE B y C, que según el APEIM, menciona que este nivel socioeconómico está representado por el 5.8% y 40.6%, que representan en su total el 45.8%, teniendo de esta manera un total de 377 personas.

Tabla 3

Tamaño del mercado

Edades 20 a 40 años	NSE B y C	Total
45 358	40.6%	18415

Calculadora de muestra

Nivel de confianza: 95% 99%

Margen de Error:

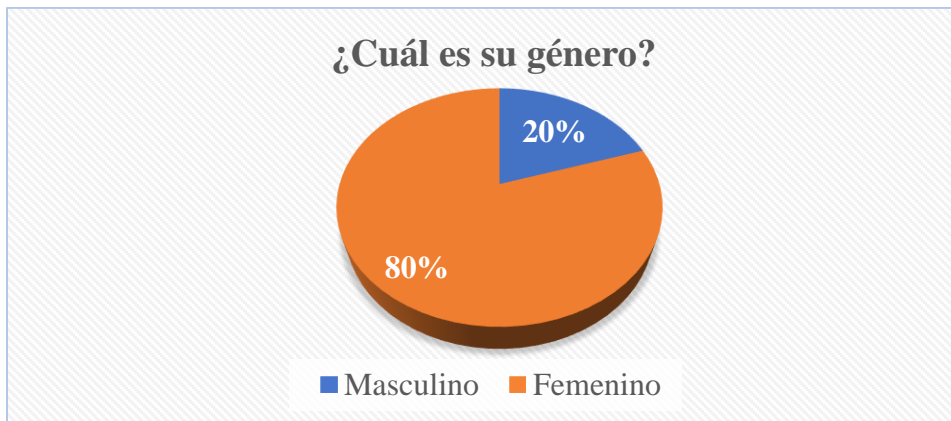
Población:

Tamaño de Muestra:

Interrogante N° 1: ¿Cuál es su género?:

Figura 4

Interrogante N° 1 de encuesta

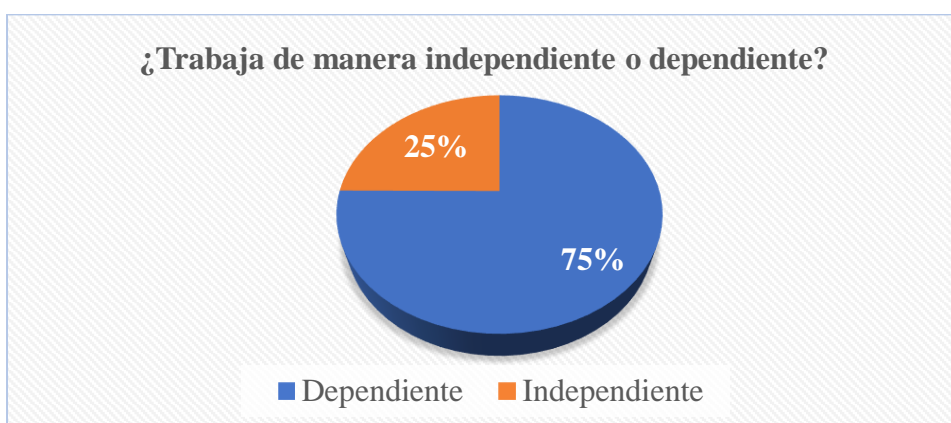


Interpretación. El género que representa la mayor cantidad de respuestas es el femenino con un 80%, claramente es un dato mayor, pues en gran cantidad son las estilistas que han ofrecido este servicio y se tomó como referencia hacer las encuestas a esta mayoría de usuarias.

Interrogante N° 2: ¿Trabaja de manera independiente o dependiente?:

Figura 5

Interrogante N° 2 de encuesta



Interpretación. Los estilistas cumplen una labor específica en sus trabajos, la mayoría está representada por el trabajo dependiente que realizan en los centros de belleza en los cuales trabajan, viendo que no tienen otras opciones más que solo brindar sus servicios para negocios formales e informales.

Interrogante N° 3: ¿Ha tenido dificultades cuando ha habido afluencia de clientes?:

Figura 6

Interrogante N° 3 de encuesta

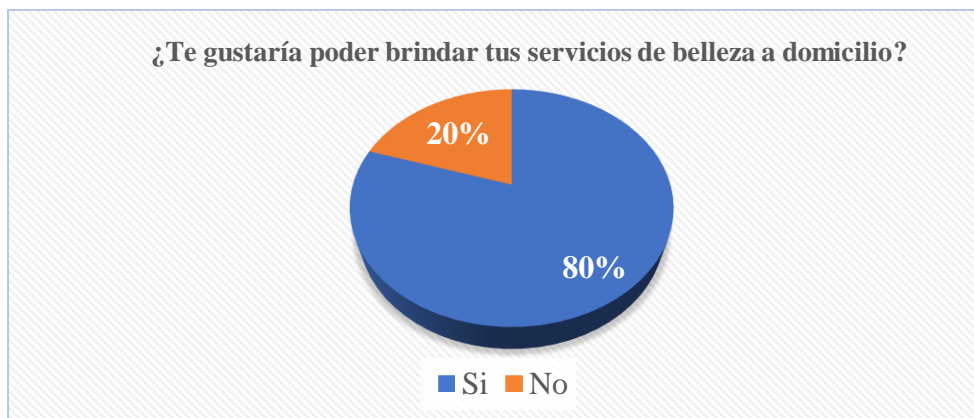


Interpretación. Una cantidad de respuestas que afirman que los estilistas han tenido dificultades cuando han brindado su servicios de belleza y han notado gran afluencia de público en el lugar, esto genera dos escenarios, uno positivo, pues se podría tener más servicios y generar más ingresos, y por otro el escenario negativo, que, radica en que no pueden atender a más de dos clientes a la vez, debido a que cada tiempo de espera es aproximadamente mayor a 30 minutos, lo cual hace que los clientes no pueden esperar la disponibilidad y terminan retirándose del lugar.

Interrogante N° 4: ¿Te gustaría poder brindar tus servicios de belleza a domicilio?:

Figura 7

Interrogante N° 4 de encuesta



Interpretación. Es importante conocer que los estilistas quieren realizar sus servicios de belleza a domicilio, esto con la finalidad de poder trabajar para ellos mismos y controlar los tiempos a su disposición.

Interrogante N° 5: ¿Te gustaría encontrar una solución alineada a la tecnología para brindar tus servicios de belleza?:

Figura 8

Interrogante N° 5 de encuesta



Interpretación. Existe un porcentaje alto de personas que requieren un servicio alineado a la tecnología, que les permita obtener mayores ingresos y no depender de terceros.

Descripción del cliente

- **Demográfico:**
 - Edad: 20 a 40 años
 - Sexo: Masculino y Femenino
 - Nacionalidad: peruanos
- **Socio-económico:**
 - Ingreso: De S/ 1,200 en adelante.
 - Ocupación: Trabajadores como estilistas.
 - Educación: Secundaria completa – profesionales técnicos
 - NSE: B y C
- **Geográfico:**
 - Ubicación: Distrito de Ica, Ica, Perú.
- **Psicográfico:**
 - Personalidad: Personas abiertas al cambio, empáticas, buscando sobresalir en la sociedad.
 - Estilos de vida: Progresistas y modernos.
 - Intereses: Trabajo constante, generar ingresos, estar a la moda.
- **Conductual:**
 - Personas leales a algunas marcas, buscan siempre la calidad al momento de realizar su trabajo, son recomendados por sus clientes.

Personas que estén ubicadas en el Distrito de Ica, contando un rango de edad de 20 a 40 años.

Tabla 4

Arquetipo de cliente

ARQUETIPO DE CLIENTE	
Nombre: Alejandra	Edad: 28
Sexo: Femenino	Estado civil: Soltera
Ocupación: Labora como estilista en un centro estético.	Ingreso mensual: De S/ 1200 a 2200 mensuales.
Frase: Quiero realizar mis trabajos de manera independiente y ser mi propia jefa.	
METAS Y VALORES	RETOS Y DOLORES
<p>Metas ¿Qué quiere lograr?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Brindar los servicios de estética y belleza de la mejor manera. • Poder obtener mayores ingresos por el trabajo que realiza. • Cuidado personal y laboral. <p>Valores ¿Con que está comprometido?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Con su entorno más cercano, su familia que es lo más valioso. • Con el orden para realizar sus actividades. • Con el aprendizaje continuo. 	<p>Retos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poder trabajar de manera rápida y práctica. • Dedicar tiempo a realizar diferentes actividades. • Desarrollar su trabajo sin presión. <p>Dolores</p> <ul style="list-style-type: none"> • Temor e inquietud por trabajar bajo presión. • No le gusta trabajar ganando porcentajes.
FUENTES DE INFORMACION	OBJECIONES Y ROL DE COMPRA
Me gusta los temas enfocados en belleza, revistas de moda, páginas reconocidas de marcas de accesorios, las redes sociales, entre otras fuentes de información que me permiten tener un crecimiento mayor.	<ul style="list-style-type: none"> • No poder trasladarme de manera rápida a otros lugares para realizar el servicio de belleza. • Las preferencias de personas en asistir exclusivamente a los spa. • No tener el tiempo suficiente

Capítulo 2

Diseño del producto o servicio innovador

Aplicación de la metodología Design Thinking

El Design Thinking o conocido como pensamiento de diseño, es un proceso que fue adoptado en la gestión de la tecnología e información, es de vital importancia esta metodología, puesto que es ideal en la resolución de problemas, permite a las empresas fomentar el pensamiento creativo y a su vez conectar mejor con las expectativas que tienen los usuarios, la finalidad recae también con la superación de expectativas.

El pensamiento de diseño resulta beneficioso en las empresas, pues es un proceso que se adapta rápido a cualquier escenario, debido a la fase de experimentación, ensayos y creación de prototipos, ha sido un recambio clave en las empresas que han simplificado y mejorado sus métodos debido al enfoque práctico y flexible que brinda el Design Thinking.

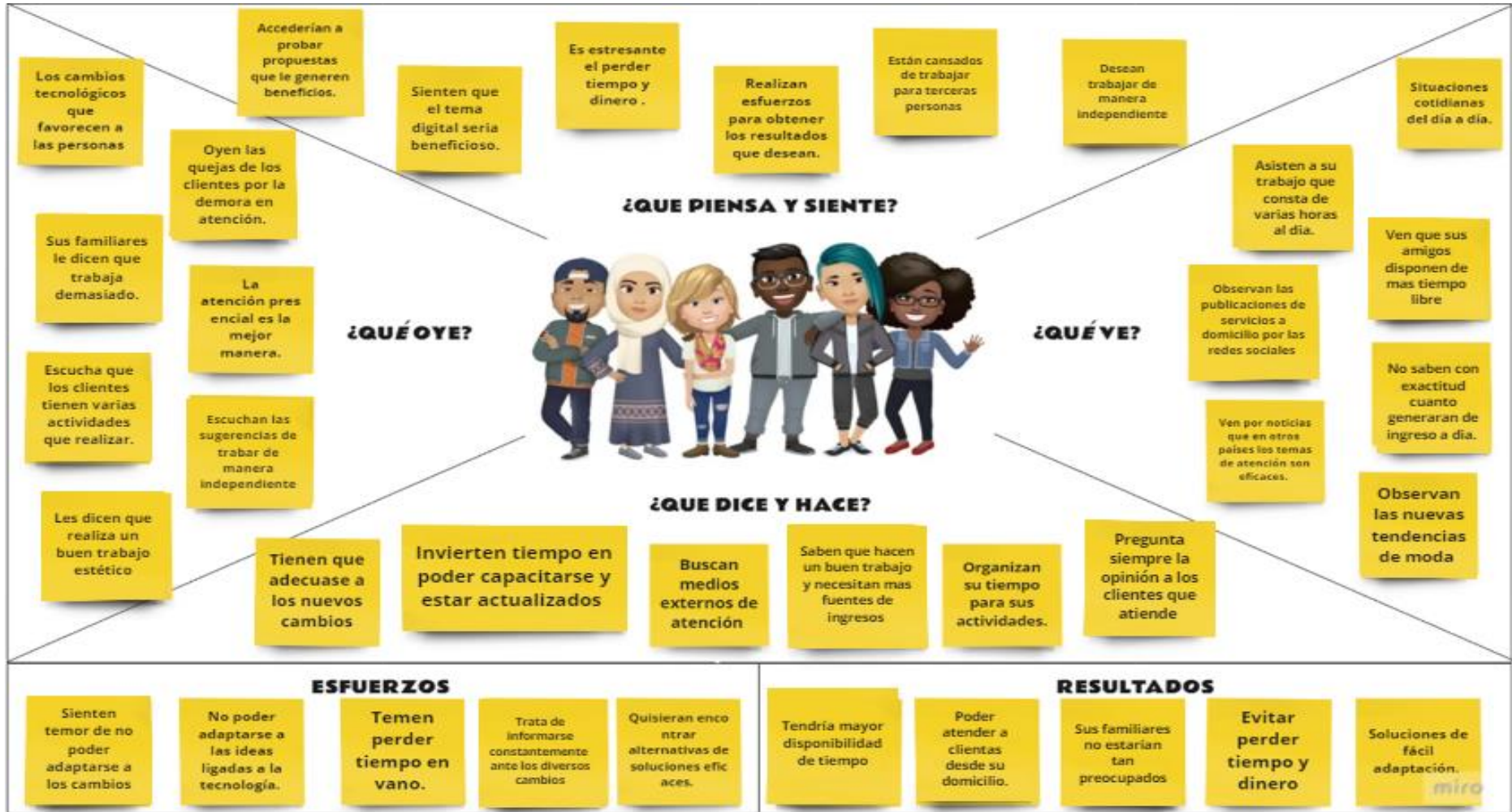
Empatía:

La empatía está relacionada con la persona, poder comprenderlo y ver las perspectivas desde su entorno, es el primer paso del Design Thinking, que permite involucrarse con el público objetivo, es de importancia este proceso debido a que ayuda a tener una idea más clara y precisa de quien es el cliente objetivo y que desafíos tiene.

Para el mapa de empatía se utilizó la herramienta de entrevista, teniendo en cuenta los deseos y necesidades, se entrevistaron a 8 estilistas del Distrito de Ica, donde se le formularon interrogantes referentes a la situación actual de trabajo, inconvenientes internos y preguntas personales referentes a características, hábitos y preferencias.

Figura 9

Mapa de Empatía



Definir:

Se define diferentes situaciones teniendo como referencia el proceso anterior del Design Thinking, para este proceso se trabajará con la herramienta del reto creativo, el cual permite hallar las necesidades y deseos relevantes que tiene el usuario, entender las razones y áreas de mejora que permitan generar ideas que den un valor específico.

Tabla 5*Matriz del reto creativo*

USUARIO	+	NECESIDAD	+	INSIGHT
Estilistas Independientes	Necesita	Obtener un servicio alineado a la tecnología	¿Por qué?	“Porque le permitirá organizar mejor sus tiempo”
Estilistas Independientes	Necesita	Obtener mayores ingresos	¿Por qué?	“Al trabajar de forma independiente, podrán tener ingresos propios de ellos al realizar sus servicios”
Estilistas Independientes	Necesita	Brindar sus servicios por medio de un aplicativo	¿Por qué?	“Pueden comunicarse y brindar información mediante el uso del teléfono móvil”
Estilistas Independientes	Necesita	Compartir momentos	¿Por qué?	“Los momentos en familia o amigos son importantes, no todo es trabajo”

Preguntas en base a los Insights

- ¿Cómo se podría hacer que los usuarios organicen mejor sus tiempos?
- ¿Cómo se podría influir en que los usuarios accedan a tener más ingresos al momento de realizar sus servicios de belleza?
- ¿Cómo poder crear una comunicación efectiva mediante un aplicativo?
- ¿Cómo se podría emplear una propuesta que permita optimizar mejor los tiempos de los usuarios?

Herramienta ¿Qué?, ¿Cómo?, ¿Por qué?

Tabla 6

Herramienta: ¿Qué?, ¿Cómo?, ¿Por qué?



¿Qué?

¿Qué está sucediendo con las personas que aparecen en la imagen?

Se observa primeramente que las personas están reunidas en un centro de belleza, tanto trabajadores como clientes, se observa que hay personas que están siendo atendidas, se igual forma hay dos personas que se están retirando del lugar, sea por esperar un tiempo prolongado o porque tienen otras cosas que realizar.

¿Cómo?

¿Cómo enfrentan la situación los trabajadores?

Los trabajadores no pueden realizar mucho, pues están atendiendo a personas con un servicio y no pueden dejarlas por realizar otro servicio.

¿Por qué?

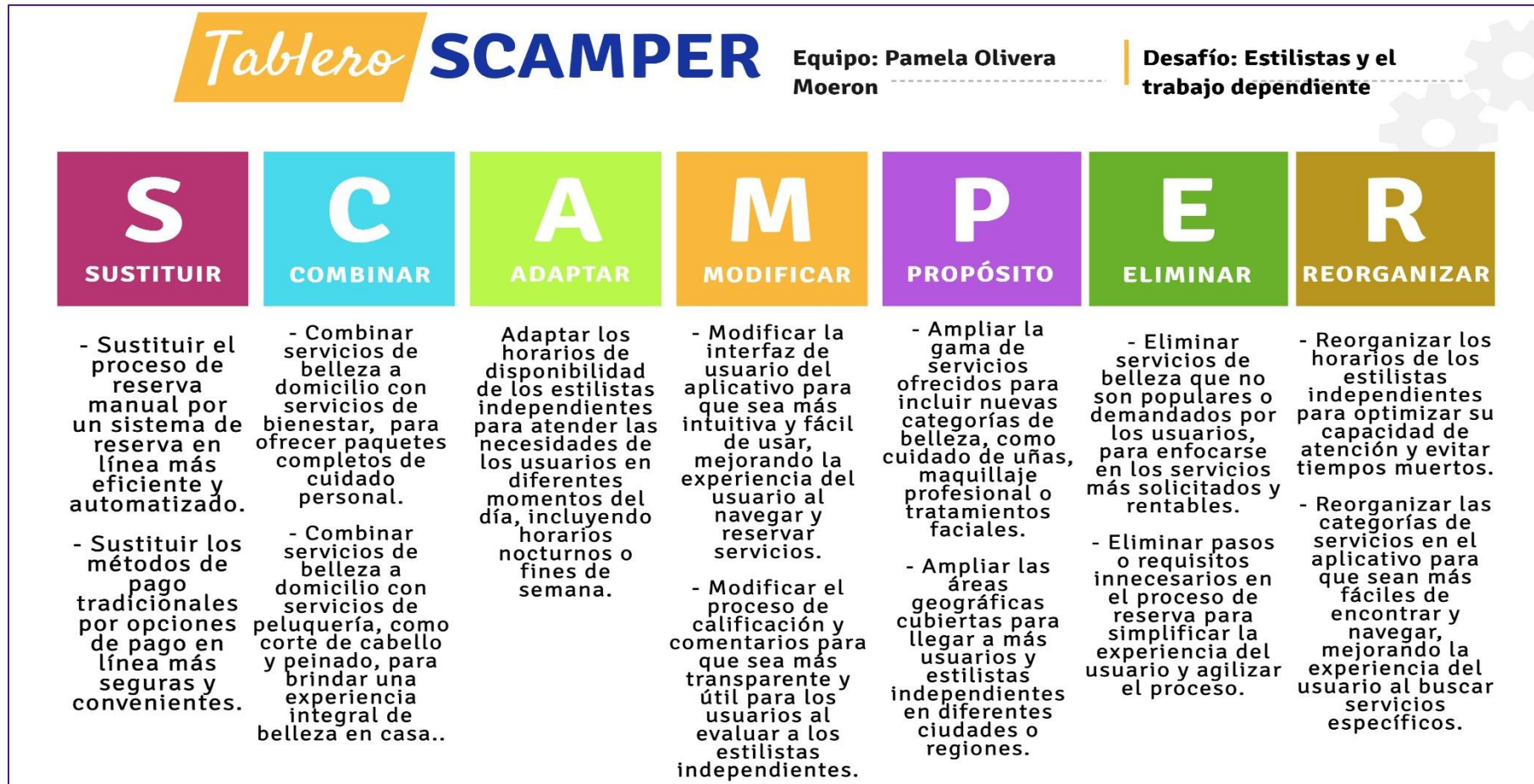
¿Por qué las personas se están retirando?

Las personas se retiran del lugar debido a que han tenido un tiempo de espera prologando, desean obtener un servicio más rápido

Idear: S.C.A.M.P.E.R

Figura 10

Método SCAMPER



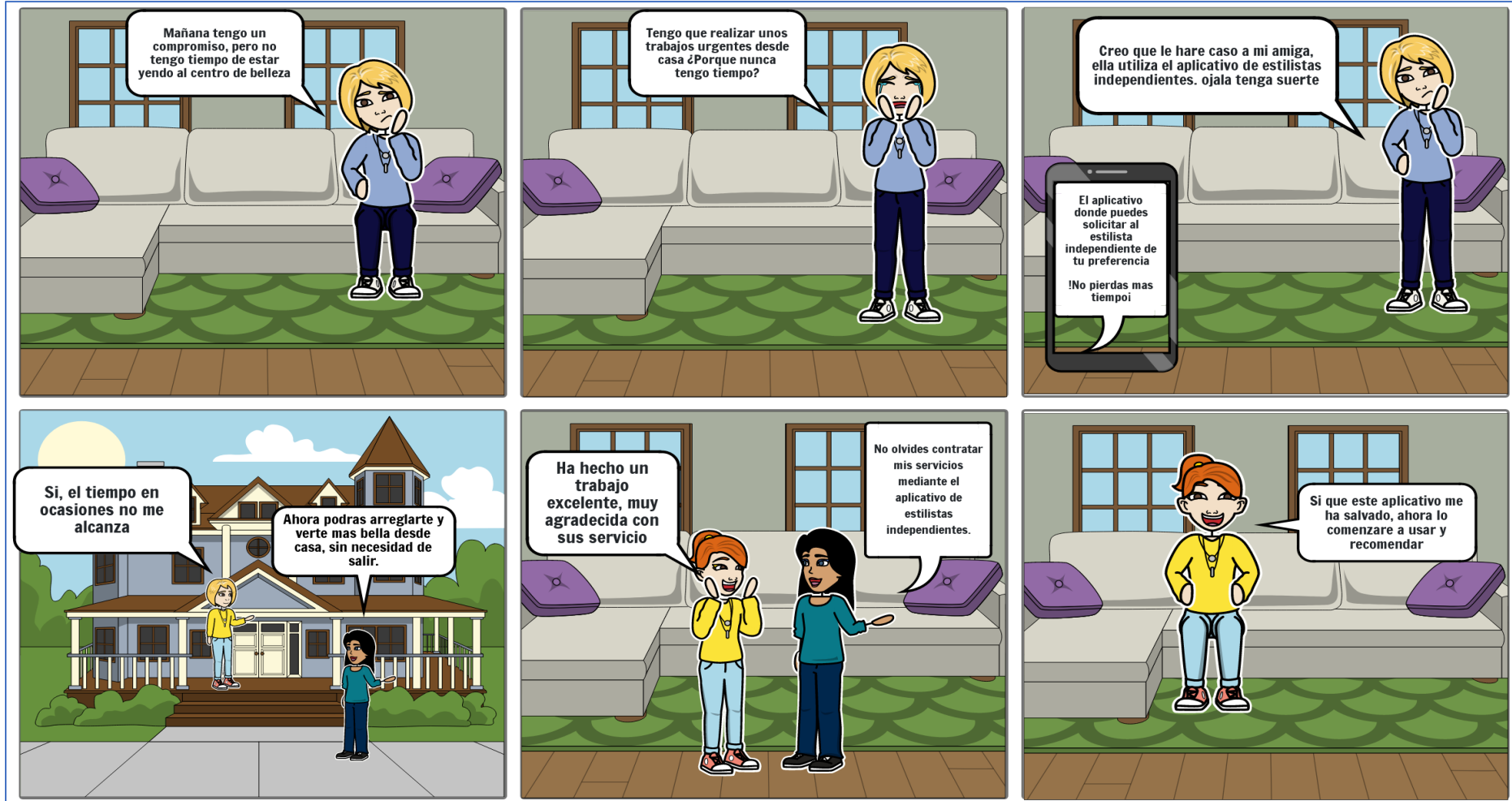
Prototipar

El storyboard es una herramienta esencial en el proceso de Design Thinking, ya que permite visualizar de manera clara y concisa la narrativa de un proyecto o idea. Al plasmar la secuencia de eventos, interacciones y emociones en un formato gráfico, el storyboard facilita la comunicación y el entendimiento entre los miembros del equipo, stakeholders y usuarios. Esta representación visual ayuda a identificar posibles problemas, oportunidades de mejora y puntos clave en la experiencia del usuario, permitiendo iterar y definir el concepto de forma efectiva. Además, el storyboard fomenta la creatividad y la innovación al brindar una plataforma para explorar diferentes escenarios, soluciones y enfoques de manera iterativa y colaborativa.

En un contexto de diseño centrado en el usuario, el storyboard cobra aún más relevancia al poner el foco en las necesidades, deseos y emociones de los usuarios. Al capturar las interacciones y experiencias desde la perspectiva del usuario, el storyboard se convierte en una herramienta poderosa para diseñar soluciones que realmente resuenen con la audiencia objetivo. La visualización de la historia a través del storyboard ayuda a empatizar con los usuarios, identificar puntos de fricción y diseñar soluciones que generen un impacto positivo y significativo en la experiencia del usuario. En definitiva, el storyboard no solo es una representación visual de la narrativa de un proyecto, sino que también es una herramienta clave para impulsar la innovación, la colaboración y la excelencia en el diseño de soluciones centradas en las personas.

Figura 11

Storyboard



Landing Page

El landing Page viene a ser una página de destino muy utilizado en las empresas de marketing digital, tiene como finalidad la persuasión de los visitantes donde pueden realizar diferentes acciones específicas, suscribirse, comprar, informarse o descargar algún recurso, es de suma importancia pues permite convertir a los visitantes en potenciales clientes en base de la presentación del producto o servicio.

Una de los aspectos importantes para la creación del landing page es ofrecer una claridad en el mensaje que se brinda a los visitantes, textos claros, concretos y de fácil recordación, mostrar los beneficios y ventajas, que tenga una presentación atractiva y contar con diferentes recursos, así el diseño sea simple, debe de contar con las características antes mencionadas.

Se presenta a continuación el Landing Page de “StyliApp”, el aplicativo enfocado en ser intermediario entre estilistas independientes y personas que requieran un servicio de belleza, la presentación es en un tono de color negro que denota elegancia y poder, acompañado de un mensaje referencial “Deja tu belleza en mis manos”, cuenta a su vez con diferentes opciones para que los usuarios puedan ver la información sea en temas de servicios o conocer el giro empresarial.

La finalidad de esta creación es poder recopilar la información necesaria de los visitantes, saber sus opiniones de mejora o críticas para tomar las mejores decisiones al momento de presentar el modelo en su versión final.

Figura 12

Presentación del landing page – sección 1

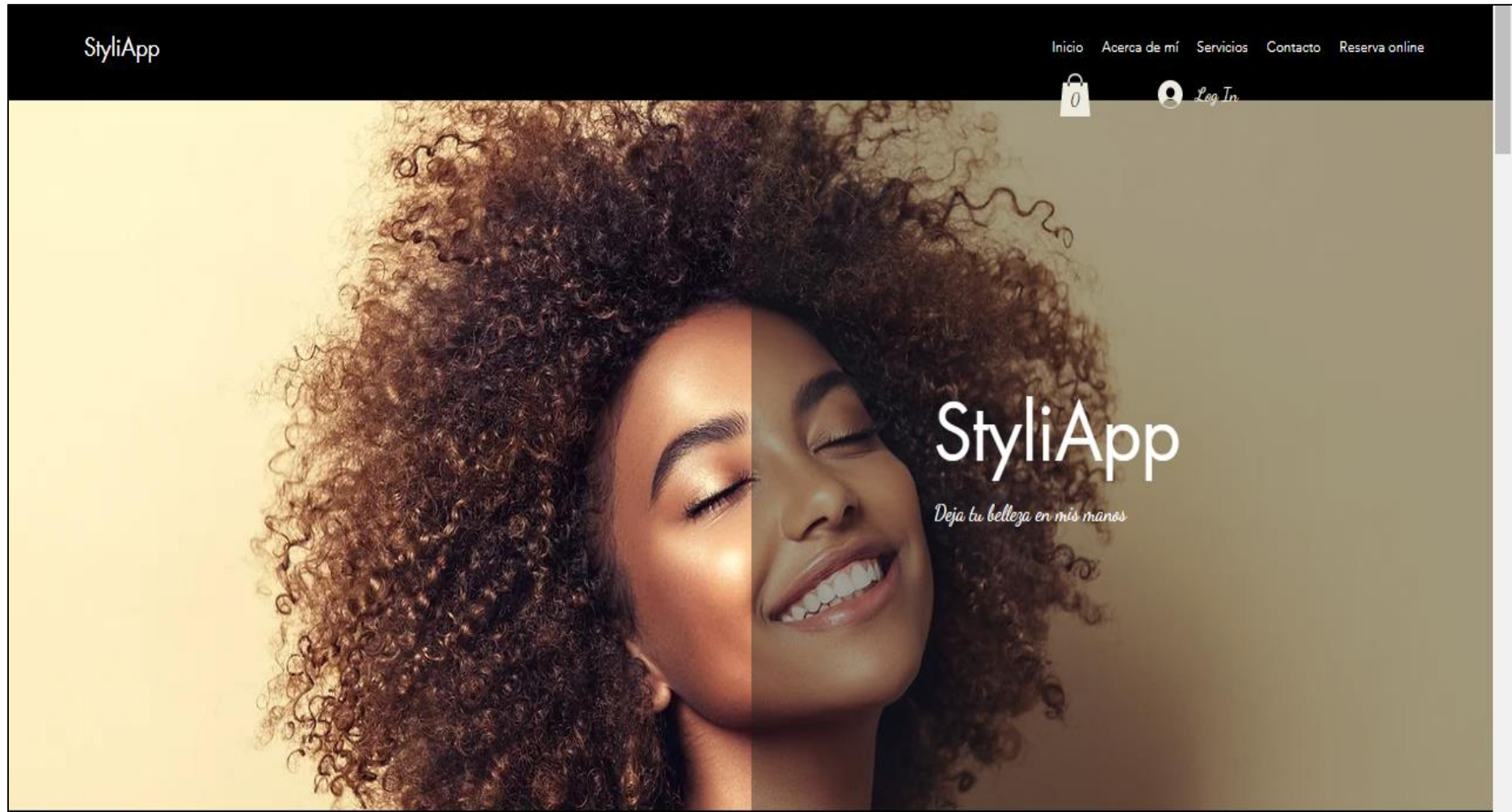


Figura 13

Presentación del landing page – sección 2

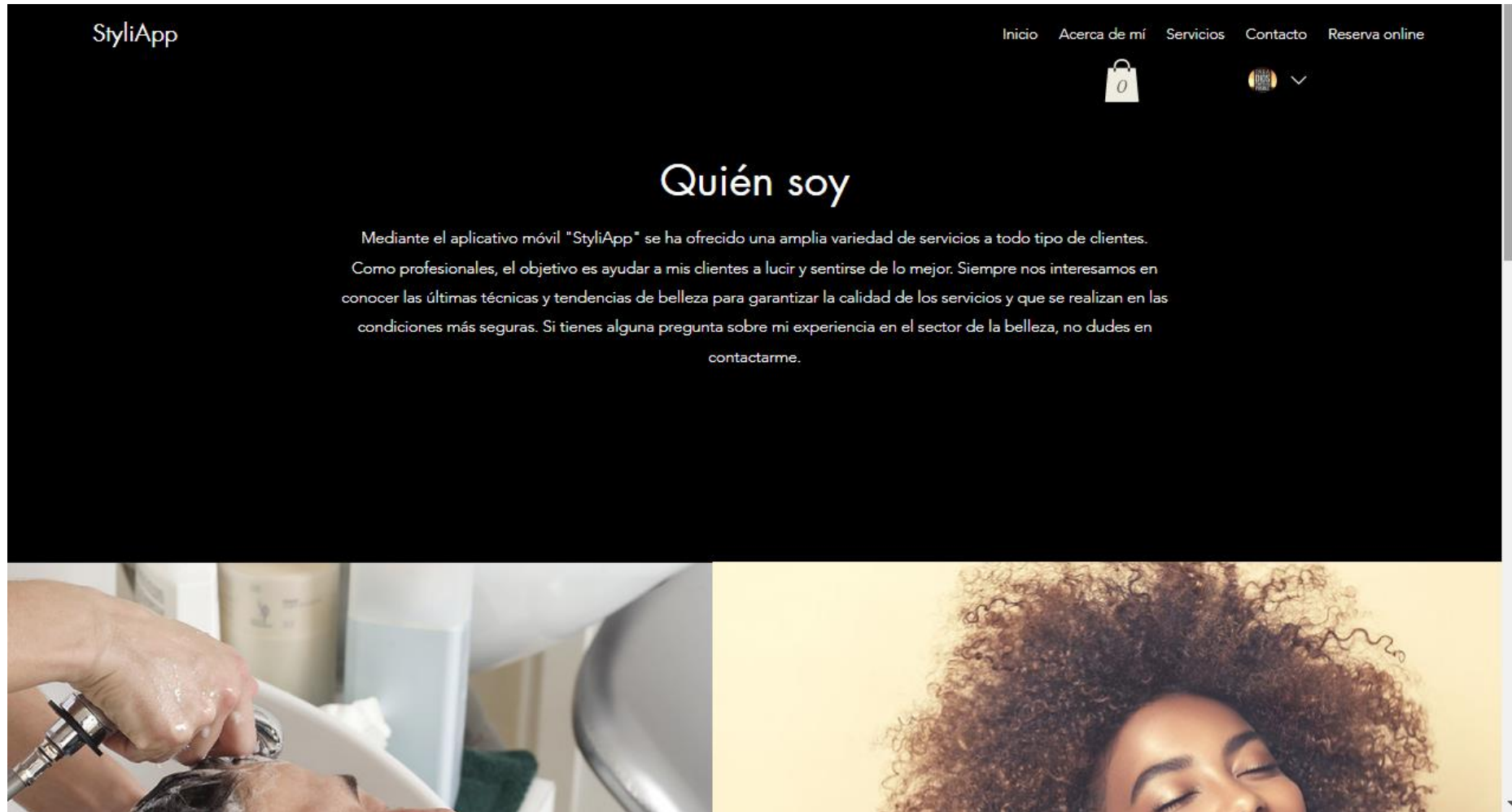


Figura 14

Presentación del landing page – sección 3

Nuestros servicios


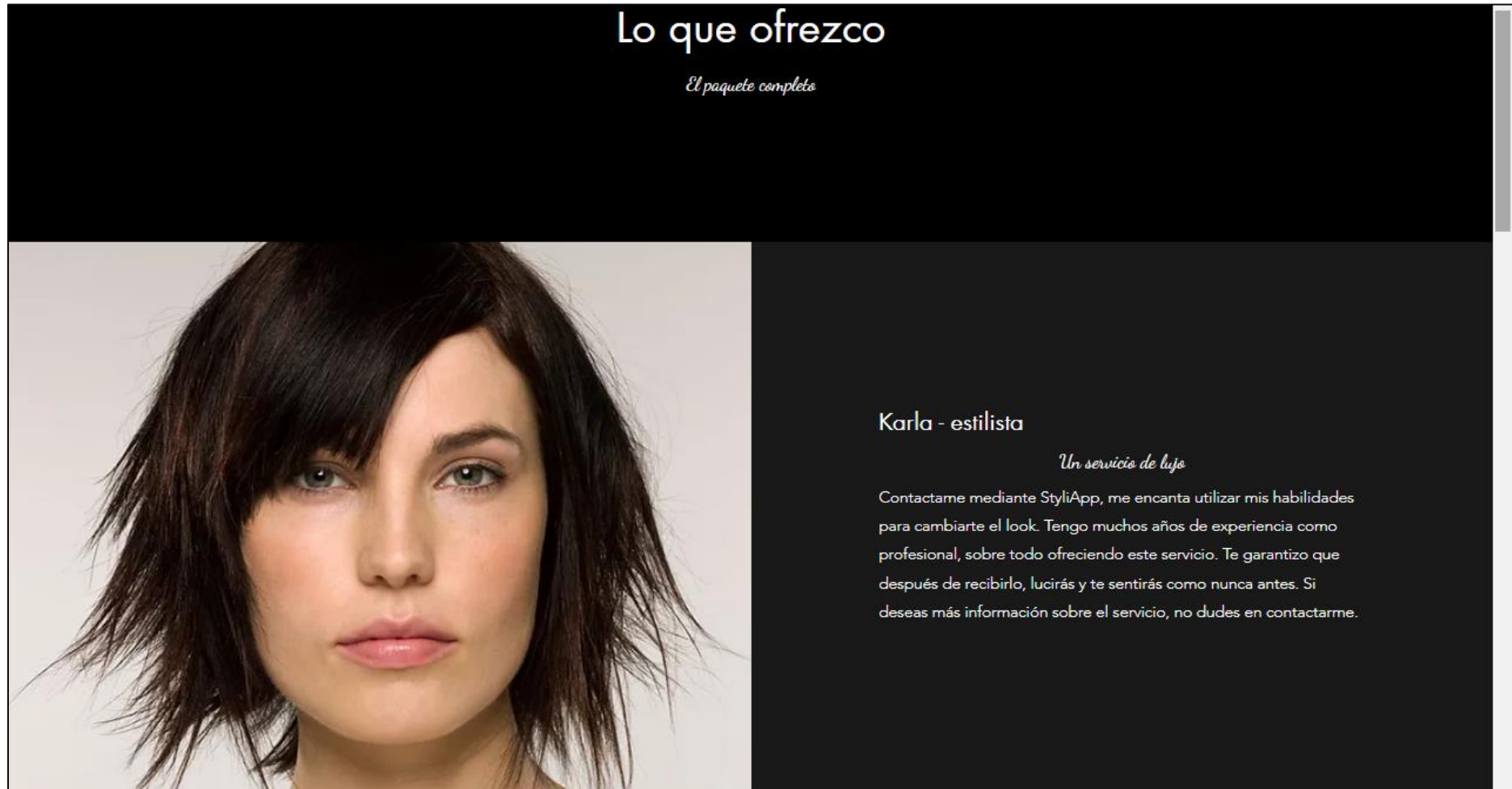
		
Peinado de novia de ensueño	Diseño avanzado de uñas	Pedicura con gel
1 h S/ 1	1 h S/ 1	1 h S/ 1
Reservar ahora	Reservar ahora	Reservar ahora


Figura 15

Presentación del landing page – sección 4



Lo que ofrezco

El paquete completo



Karla - estilista

Un servicio de lujo

Contactame mediante StyliApp, me encanta utilizar mis habilidades para cambiarte el look. Tengo muchos años de experiencia como profesional, sobre todo ofreciendo este servicio. Te garantizo que después de recibirlo, lucirás y te sentirás como nunca antes. Si deseas más información sobre el servicio, no dudes en contactarme.

Figura 16

Presentación del landing page – sección 5

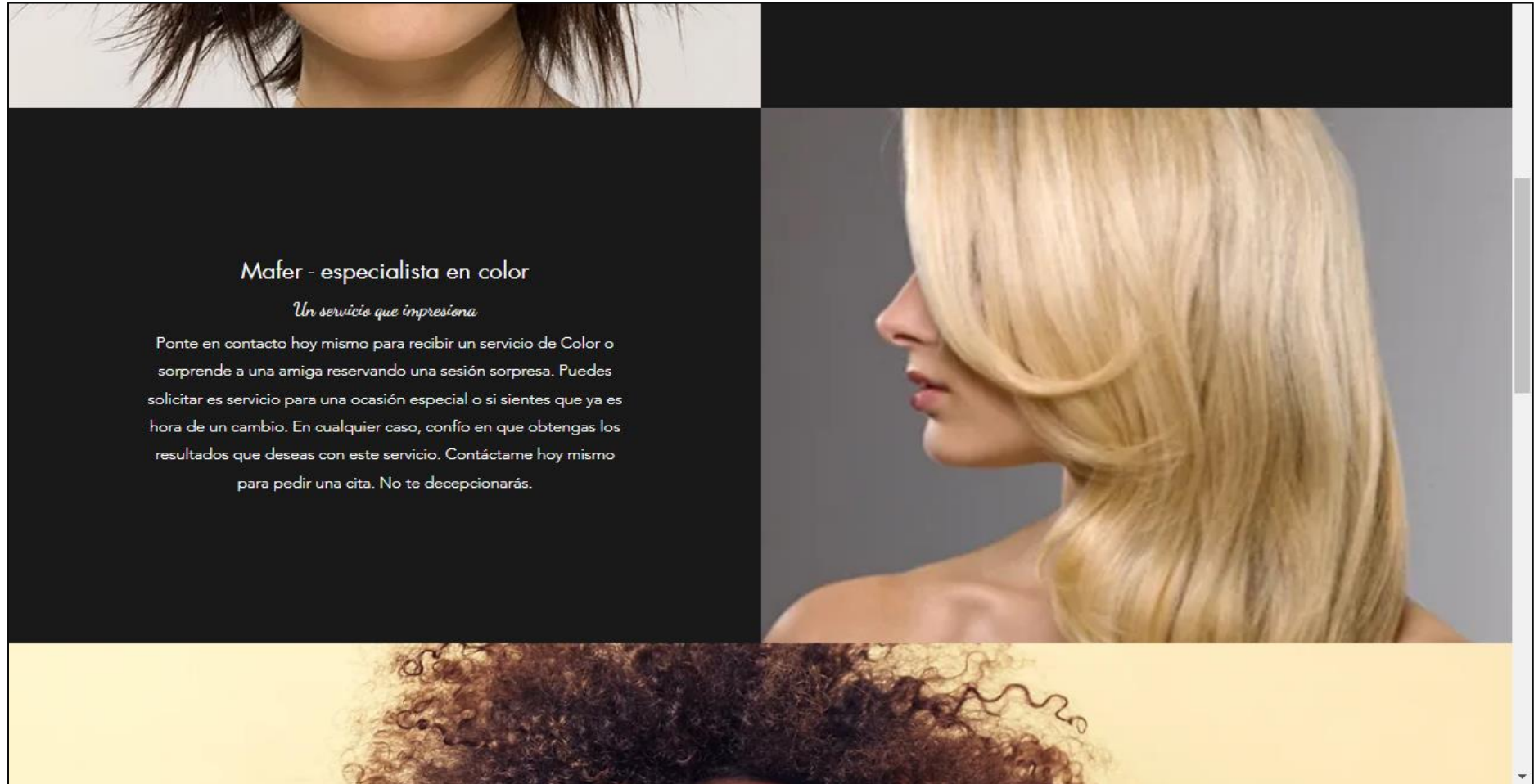


Figura 17

Presentación del landing page – sección 6

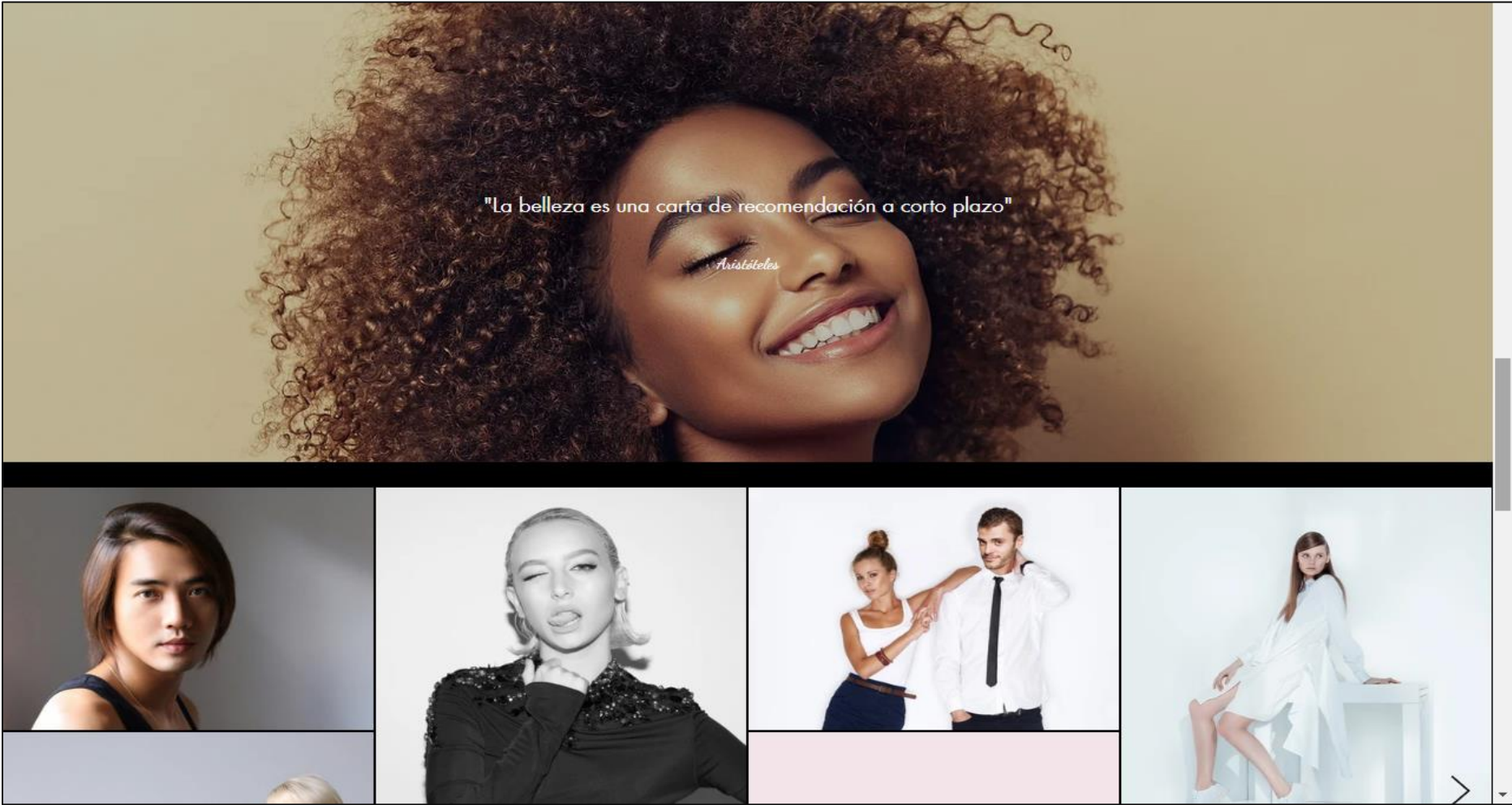
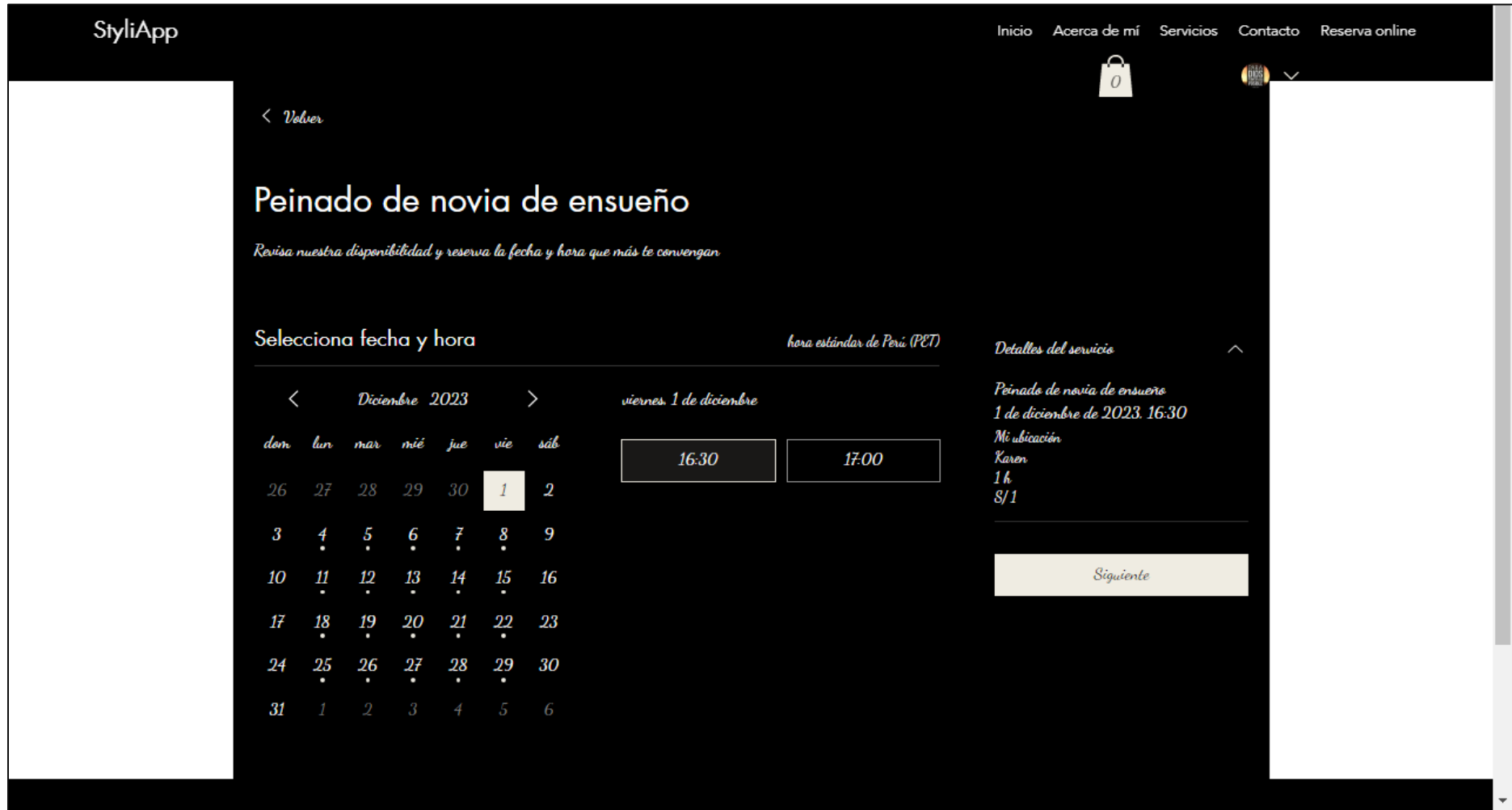


Figura 18

Presentación del landing page – sección 7



Testear

En la fase de prototipo se realizará el método de observación y entrevista, presentando la primera instancia el prototipo de los usuarios, obtener la mayor información que permita tomar las mejores decisiones, se presenta a continuación las imágenes de la entrevista hacia los estilistas que brindan sus servicios en los establecimientos de belleza, haciéndoles la presentación de la propuesta del aplicativo.

Figura 19

Evaluación a estilistas



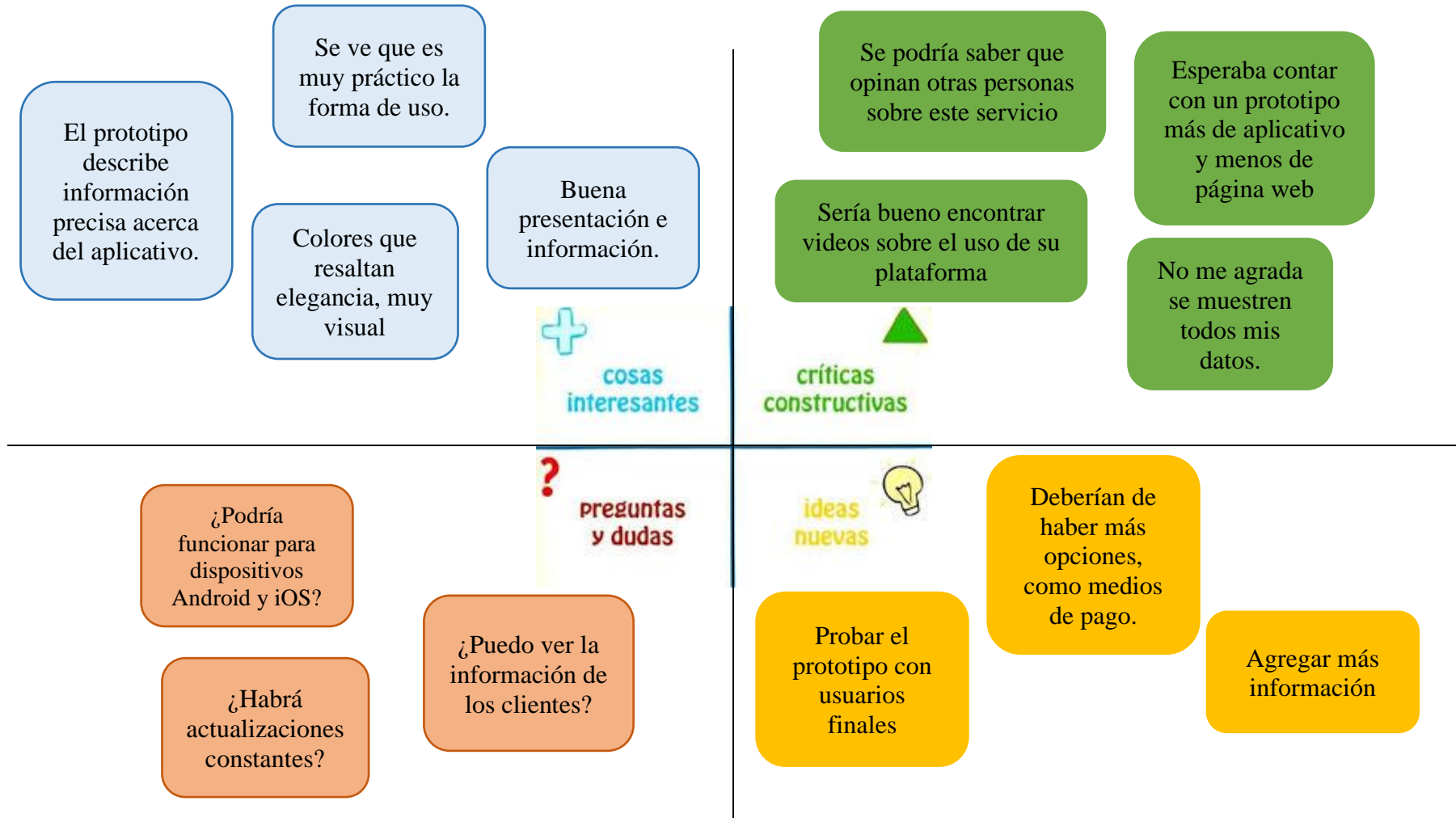
Nota: Peluquería “Bella Spa”, ubicada en la Av. San Martín, la persona entrevistada es una estilista de nombre María Cárdenas



Nota: Peluquería "Amparo SPA", ubicada en la Calle Lima, la persona entrevistada es una estilista de nombre Rosa Alvites.

Figura 20

Malla Receptora de información – proceso de evaluación



Características del producto o servicio innovador validado

Como resultado de la culminación de la metodología Design Thinking, se presentó el landing page informando acerca del aplicativo donde las personas pueden solicitar el servicio de belleza mediante el uso de su teléfono móvil, podrán encontrar información detallada del estilista, experiencia, precios y demás opciones que puedan hacer el servicio único e interesante, a continuación, se presentarán los principales atributos que se tendrán en el aplicativo:

- Rapidez: En la reserva y atención que solicite la persona, además se presentara la variedad de estilistas que conforman el app y brindan sus servicios de manera presencial.
- Comodidad: Los usuarios finales ya no tendrán que ir hasta un salón de belleza para poder arreglarse, lo pueden realizar mediante su hogar o un lugar específico, haciendo uso del aplicativo.
- Seguridad: Los estilistas que formen parte de “StyliApp” deberán pasar por un control de selección, teniendo su documentación en regla.
- Calidad: Estar al pendiente del servicio que realicen los estilistas, contando con opciones donde el usuario pueda evaluar la atención que le brindaron, buscando mejorar constantemente.

El aplicativo buscará poder posicionarse de manera rápida en el mercado local, como el servicio online de belleza más rápido, seguro y confiable que las personas puedan recibir en el hogar, será una alternativa de mejora ante los diversos casos de demora en espera en los centros de belleza.

Características del Proyecto:

- Propuesta de negocio interesante de manera virtual.
- Landing Page amigable y de fácil acceso.
- Aplicativo con información precisa.
- Idea novedosa.
- Enfoque en clientes y consumidores.
- Prototipo visual.

Beneficios que se ofrecen:

- Que la participación sea continua con los clientes.
- Brindar actualizaciones de mejora.
- Opciones de puntuación a los estilistas.
- Comodidad al recibir el servicio desde su hogar.
- Contacto con los consumidores para saber su experiencia en cuanto al servicio.
- Ahorrar tiempo y dinero.
- Poder realizar otras actividades mientras recibe el servicio de belleza.

Ventajas sobre otras opciones:

- Preocupación por los clientes y consumidores.
- Aplicativo didáctico.
- Se muestra de forma clara el modelo de negocio.
- Se protegen los datos de los usuarios.
- Enfoque hacia lo tecnológico.

Técnica del Golden Circle:

El Golden Circle es una metodología que ayuda a las empresas a poder generar un impacto positivo en base a un propósito, este concepto está relacionado con el pensar, actuar y comunicarse desde la parte de adentro hacia fuera.

¿Por qué existe el aplicativo “StyliApp”?

Para brindar una experiencia única a los usuarios, tranquilidad, comodidad, rapidez y confianza, poder ejercer un servicio de belleza desde la comodidad de su hogar, sin necesidad de estar yendo a los centros estéticos.

Visión. Ser el servicio de belleza a domicilio más usado por las personas por medio de un aplicativo móvil, buscando satisfacer la necesidad del verse y sentirse bien.

Misión. Somos un aplicativo que sirve de intermediario entre estilistas independientes y personas que requieren un servicio de belleza, contando con estilistas profesionales en temas de atención, generando un ambiente de confianza y seguridad.

Valores. Como empresa se busca el hacer respetar los valores organizaciones, los cuales son:

Seguridad. Aplicativo que brinda la información al detalle de los estilistas, foto de perfil e información privada.

Compromiso. De que el servicio se de en los tiempos pactados, siguiendo un control a detalle de los estilistas.

Respeto. Promover un respeto mutuo entre los clientes y consumidores

Profesionalismo. Contar con los mejores profesionales para brindar un servicio de excelencia al público.

¿Cómo se hace?

Se realiza un aplicativo que sea de fácil uso, que no tenga trabas al momento de la descarga y registro, contando con proveedores certificados para su creación, con un buen diseño, visualización y elegante.

Propuesta de valor hacia el cliente. El beneficio que obtienen los clientes (estilistas) es de poder ofrecer sus servicios de peinado, maquillaje y demás opciones mediante la libertad de su tiempo, programar sus horarios de atención, generar más ingresos y trabajar para ellos mismos, en otras palabras, ser su propio jefe, pueden estar en contacto con el usuario por medio del aplicativo.

¿Qué hace?

Se realizan servicios de belleza a domicilio por medio de un aplicativo móvil interactivo, ofreciendo diversas opciones de información para los usuarios.

Capítulo 3

Elaboración del modelo de negocio

Definición de la propuesta de valor de negocio

El lienzo de la propuesta de valor es una herramienta esencial en el ámbito empresarial. Es de importancia tener en cuenta los dos bloques que componen la estructura, pues ofrece la posibilidad de crear valor enfocado en las necesidades de los usuarios. Esta herramienta se emplea con el objetivo de ser una guía que se relacione con los deseos y necesidades que tienen las personas, en base a ello, se pueden emplear soluciones rápidas y de mejora.

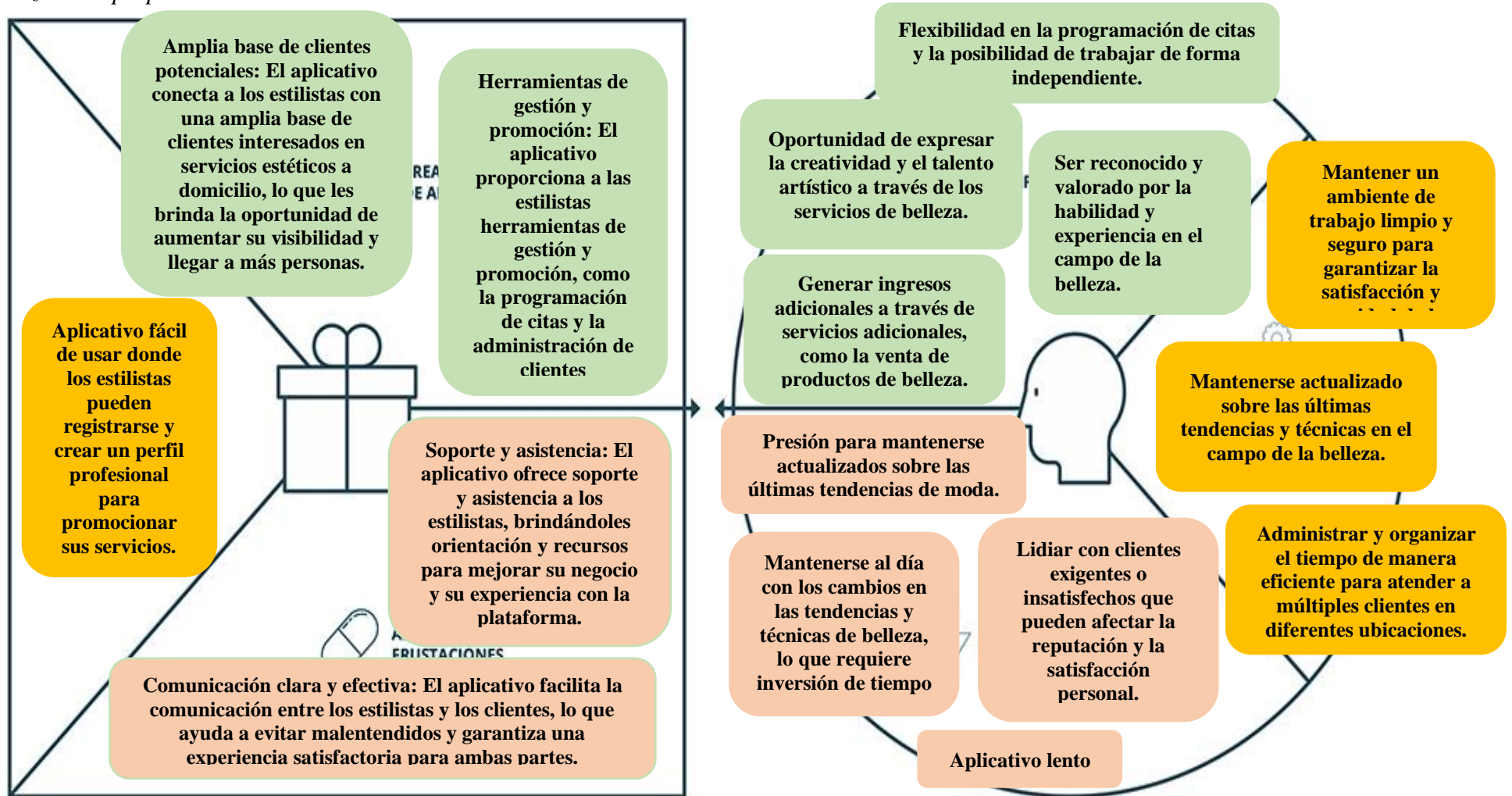
Para la utilización del lienzo, primeramente, las empresas tienen que analizar al segmento de cliente al cual se están enfocando, así como identificar las necesidades específicas de dichos segmentos. Esto permitirá que se creen oportunidades de desarrollo de nuevos productos o servicios en el mercado, creando de esta forma un valor específico para cada usuario.

En conclusión, el lienzo de la propuesta de valor es una pieza fundamental que permite destacar una empresa de otra en un mercado competitivo. Su utilización permite conocer los deseos y necesidades de los usuarios y ante ello permite la creación de valor específico que desea, lo que a su vez les ayuda a diferenciarse de la competencia y a construir relaciones sólidas y duraderas con sus clientes.

A continuación, se realiza la presentación del lienzo teniendo en cuenta los procesos de recolección de datos plasmados anteriormente.

Figura 21

Lienzo de la propuesta de valor



Elaboración del lienzo modelo de negocio

El lienzo Canvas, creado por Alexander Osterwalder, es una herramienta que desempeña un rol importante en la creación de nuevas empresas, pues esto permitirá su éxito constante. Este modelo de negocio permite a su vez visualizar y analizar de manera integral los aspectos que dan origen a la propuesta inicial.

La importancia de esta herramienta es que permite comprender de manera clara y precisa los competentes esenciales de toda empresa, el poder identificar a quien se dirige como público objetivo, saber sus deseos y necesidades, y ante ello, permite plasmar las diferentes soluciones que sean beneficiosas para los usuarios, creando una propuesta única y de agrada para su utilización.

Por otra parte, el lienzo Canvas permite definir las diferentes actividades a realizar para la operatividad, a su vez permite analizar con qué recursos se deben contar para que el negocio se lleve a la realidad, sean tecnológicos, humanos o financieros, también aporta en la definición de los socios estratégicos, culminando con el análisis de los costos y la formulación de los ingresos.

En resumen, esta herramienta es imprescindible en cualquier negocio, y no es la excepción para el proyecto de “StyliApp”, pues permitirá tener una visión más panorámica y clara de los aspectos esenciales que deberá tener el negocio en un futuro, identificando las oportunidades de mejora y destacando en la diferenciación.

Figura 22

Lienzo Canvas



Descripción del prototipo de lanzamiento

Teniendo en cuenta el proceso de evaluación que se realizó en la metodología Design Thinking, se obtuvieron respuestas negativas y positivas respecto a la presentación de prototipo, donde los usuarios manifestaron que les hubiera gustado ver más la presentación de un aplicativo en vez de una plataforma web, ante ello es que se presenta la creación del App denominado “StyliApp”, teniendo el siguiente logotipo.

Figura 23

Presentación del logotipo “StyliApp”



Presentación del prototipo del aplicativo:

"¡Te damos la bienvenida a “StyliApp”, el aplicativo que permite la conexión de estilistas independientes con usuarios que buscan el servicio de belleza a domicilio! El aplicativo está diseñado con la finalidad de brindarte una experiencia única e inolvidable relacionado al mundo de la belleza estéticas, destacando por la puntualidad y estilo.

En un mundo más globalizado, se sabe que es de importancia encontrar un servicio de calidad, un servicio que genere confianza y se ajuste a las necesidades y preferencias que el usuario requiera. Es por esta razón que se crea este aplicativo, el objetivo es facilitar la búsqueda y conexión de usuarios con especialistas estéticos que brinden el servicio mediante el uso del app, buscando sentir mejor al usuario.

Con este aplicativo, los usuarios podrán explorar una amplia gama de estilistas reconocidos en su trabajo. El app tendrá a su disposición estilistas enfocados en diferentes servicios como, cortes de cabello, peinados, maquillaje, tratamientos de belleza y demás servicios, todo esto se brindara mediante un servicio a domicilio, teniendo un previo acuerdo entre ambas partes. La comunidad de estilistas que formaran parte de “StyliApp” están compuestos por personas apasionadas y capacitadas en temas de belleza, teniendo como objetivo brindar un servicio excepcional.

Una de las ventajas que tendrán los usuarios es que podrán ver los perfiles de los estilistas y acceder a información que le genere confianza. También podrán visualizar los comentarios de clientes que han solicitado el servicio, ver el antes y después de las transformaciones de belleza y tener una idea más clara y concreta de servicio que obtendrán. A continuación, se presenta un prototipo enfocado en el aplicativo de intermediación entre estilistas independientes y usuarios finales.

Figura 24



Presentación del prototipo del aplicativo – primera parte



Figura 25

Presentación del prototipo del aplicativo – segunda parte

← REGISTRO

O

NOMBRE


APELLIDO

CORREO

NÚMERO DE CELULAR

CONTRASEÑA

← VERIFICACIÓN



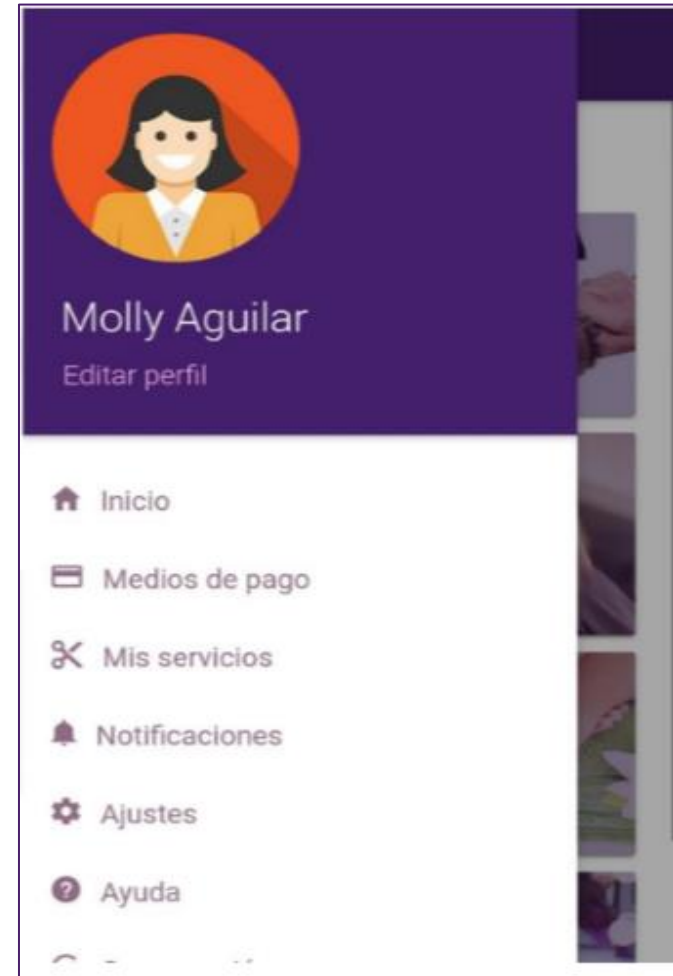
Por favor ingrese el código de verificación que se le envió en un mensaje de texto al celular registrado

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN

INGRESAR

Figura 26

Presentación del prototipo del aplicativo – tercera parte



El usuario al encontrar al estilista de su preferencia, podrá contactarse por medio del aplicativo. Una vez que se haya visualizado la disponibilidad del cliente por medio de su horario de atención. Podrán acceder a interactuar con el especialista, visualizar sus servicios, hacer preguntas y programar una cita con anticipación. En “StyliApp” podrás efectuar un servicio desde la comodidad de tu hogar, sin tener que estar yendo hacia un centro de belleza y evitando pasar malos ratos.

El objetivo principal es brindar una experiencia de servicio que satisfaga las necesidades de los clientes y usuarios, enfocados en poder brindar una atención personalizada y sin complicaciones a casa persona. Es por ello que se tiene como finalidad brindar un escenario de tranquilidad, seguro y pleno hacia el publico

Por otra parte, el aplicativo ni sirve solo como intermediario entre estilistas y usuarios finales, también está diseñado para promover la comunidad y el intercambio de información, se plasmarán opciones de aprendizaje continuo, donde los estilistas estén más actualizados con los temas de belleza y en donde los usuarios puedan conocer más sobre los servicios estéticos. El objetivo es ser un aplicativo que fomente el trabajo y el conocimiento continuo.

En conclusión, el aplicativo “StyliApp” se ha diseñado para hacerles la vida más fácil y hermosa a los estilistas y los usuarios. ¡No esperes en contactarse con el estilista de tu preferencia, descubre un mundo de posibilidades a hacer uso de este aplicativo de fácil uso y acceso, evita perder el tiempo en los centros de belleza tradicionales, Estamos emocionados de que te unas y pruebes el servicio de manera rápida!

Atracción y retención de estilistas:

En la aplicación, los usuarios que descargarán la aplicación serán tanto los estilistas independientes como las personas que buscan sus servicios. Para atraer y retener a los estilistas en la plataforma, es importante considerar algunas estrategias y políticas que puedan incentivar su participación. Como las siguientes:

- ***Perfil y Portafolio:*** Permite a los estilistas crear perfiles atractivos con información detallada sobre sus servicios, experiencia, y fotos de trabajos anteriores. Esto les ayudará a destacarse y atraer clientes.
- ***Sistema de Calificaciones y Reseñas:*** Implementar un sistema de calificaciones y reseñas donde los clientes puedan evaluar el trabajo de los estilistas. Esto fomentará la transparencia y la calidad del servicio.
- ***Comisiones Justas:*** Establecer un modelo de comisiones justo para los estilistas, de modo que se sientan motivados a ofrecer sus servicios a través de tu plataforma.
- ***Promoción y Marketing:*** Ofrecer herramientas de promoción y marketing dentro de la aplicación para que los estilistas puedan llegar a más clientes y aumentar su visibilidad.
- ***Soporte y Atención al Cliente:*** Brinda un buen servicio de atención al cliente y soporte técnico a los estilistas para resolver cualquier problema o duda que puedan tener.
- ***Políticas Claras:*** Definir claramente las políticas de la plataforma en cuanto a pagos, cancelaciones, horarios, y cualquier otra información relevante para los estilistas. La transparencia y claridad son clave para mantener una relación positiva con ellos.

Capítulo 4

Validación del modelo de negocio

Aplicación de la metodología Lean Startup

La metodología Lean Startup, creada por Eric Ries, es una herramienta fundamental para las nuevas empresas que están en la búsqueda de nuevas oportunidades de ingresar al mercado con un servicio o producto que sea eficiente y cumpla con las expectativas de los usuarios. El enfoque de esta propuesta está relacionado con el aprendizaje rápido y la adaptación constante que tienen las empresas en el entorno, aplicar la metodología permite a su vez validar las ideas de negocio a través de pruebas específicas que brinden una retroalimentación rápida, que ajuste el servicio a las necesidades de los usuarios.

Hipótesis

La hipótesis planteada en base al problema identificado es la siguiente: "Al proporcionar a las estilistas una plataforma digital que les permita ofrecer servicios de belleza de forma independiente y establecer sus propias tarifas, se incrementará su satisfacción laboral"

Indicadores clave de éxito

Los Indicadores clave de éxito son un conjunto de métricas cuantitativas que muestra como una empresa progresa en cuanto al logro de sus objetivos en un periodo determinado, es por ello que su utilización es indispensable si se quiere logra una mayor participación y sobrevivencia en el mercado, para el presente proyecto se utilizarán los siguientes KPI.

Adquisición: Al ser un servicio nuevo por medio de un aplicativo, es normal que haya usuarios atraídos por esta propuesta, este indicador permite saber con exactitud en qué porcentaje se han adquirido clientes nuevos.

Retención de Clientes: La empresa deberá buscar retener al menos un 60% de clientes, esto se medirá teniendo en cuenta la cantidad de clientes que seguirían como registrados en el aplicativo y que solicitarían el servicio de belleza a domicilio, es recomendable que la medición se realice de manera mensual o bimestral.

Rotación de Clientes: Para este indicador la medición de clientes que dejan de usar el aplicativo no debe ser mayor al 15%, para ello las acciones a emplear deben estar enfocadas en las necesidades de los usuarios.

Referencia: Sobre este indicador, se relaciona para saber con exactitud cuántos clientes nuevos están ingresando al aplicativo por medio de la recomendación de otros usuarios.

Atributos de Aplicativo:

El aplicativo propuesto para la intermediación entre estilistas independientes y clientes en el sector de servicios de belleza presenta una serie de atributos clave que lo distinguen y lo hacen atractivo tanto para los usuarios como para los profesionales del sector. En primer lugar, la aplicación contará con un sistema de búsqueda avanzada que permitirá a los usuarios encontrar estilistas según criterios específicos como ubicación, especialidad, valoraciones y disponibilidad, facilitando así la elección del profesional más adecuado para sus necesidades.

Además, se incorporará un sistema de reservas y citas en línea que agilizará el proceso de programación de servicios, permitiendo a los clientes seleccionar fechas y horarios disponibles, recibir confirmaciones instantáneas y recordatorios automáticos, lo que mejorará la experiencia del usuario y la eficiencia en la gestión de citas para los estilistas. Asimismo, se incluirá un sistema de pagos integrado que ofrecerá opciones seguras y convenientes para realizar transacciones dentro de la aplicación, brindando comodidad tanto a los clientes como a los estilistas.

Otro atributo destacado del aplicativo será la funcionalidad de calificaciones y reseñas, que permitirá a los usuarios evaluar y dejar comentarios sobre la calidad de los servicios prestados por los estilistas. Esta característica no solo fomentará la transparencia y la confianza en la plataforma, sino que también servirá como una herramienta valiosa para que los estilistas mejoren continuamente su desempeño y reputación en el mercado. Por último, se integrarán herramientas de comunicación y notificaciones push para mantener a los usuarios informados sobre promociones, novedades y actualizaciones relevantes, garantizando una interacción constante y una experiencia personalizada en la aplicación.

Técnicas de medición

Para la técnica de medición se ha utilizado como medio a la herramienta del Mentimeter e investigación exploratoria, el cual permite tener una información precisa de manera rápida y concisa.

Figura 27

Medición – Mentimeter

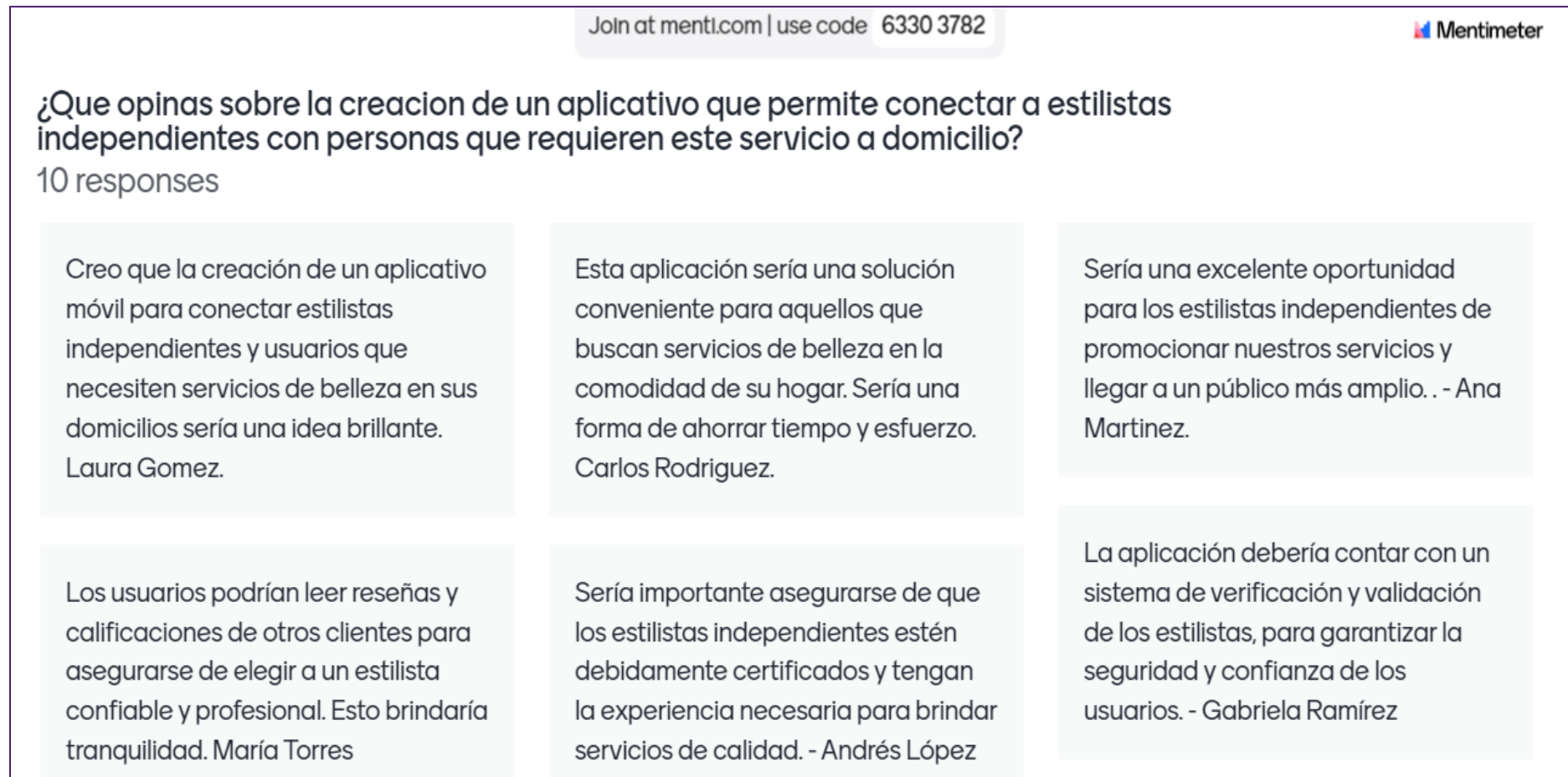


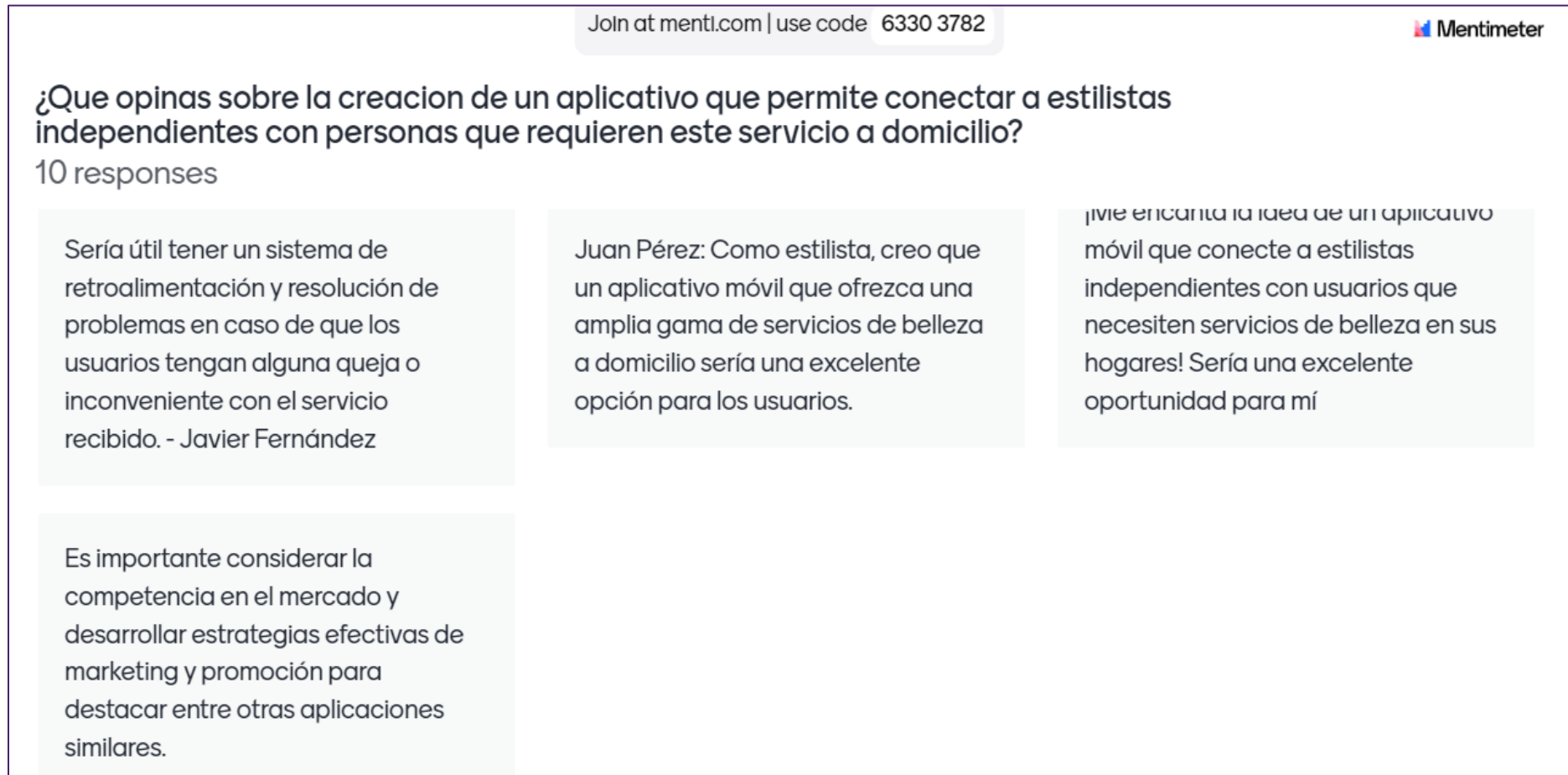
Figura 28*Medición – Mentimeter*

Figura 29

Medición – Mentimeter – Accesibilidad

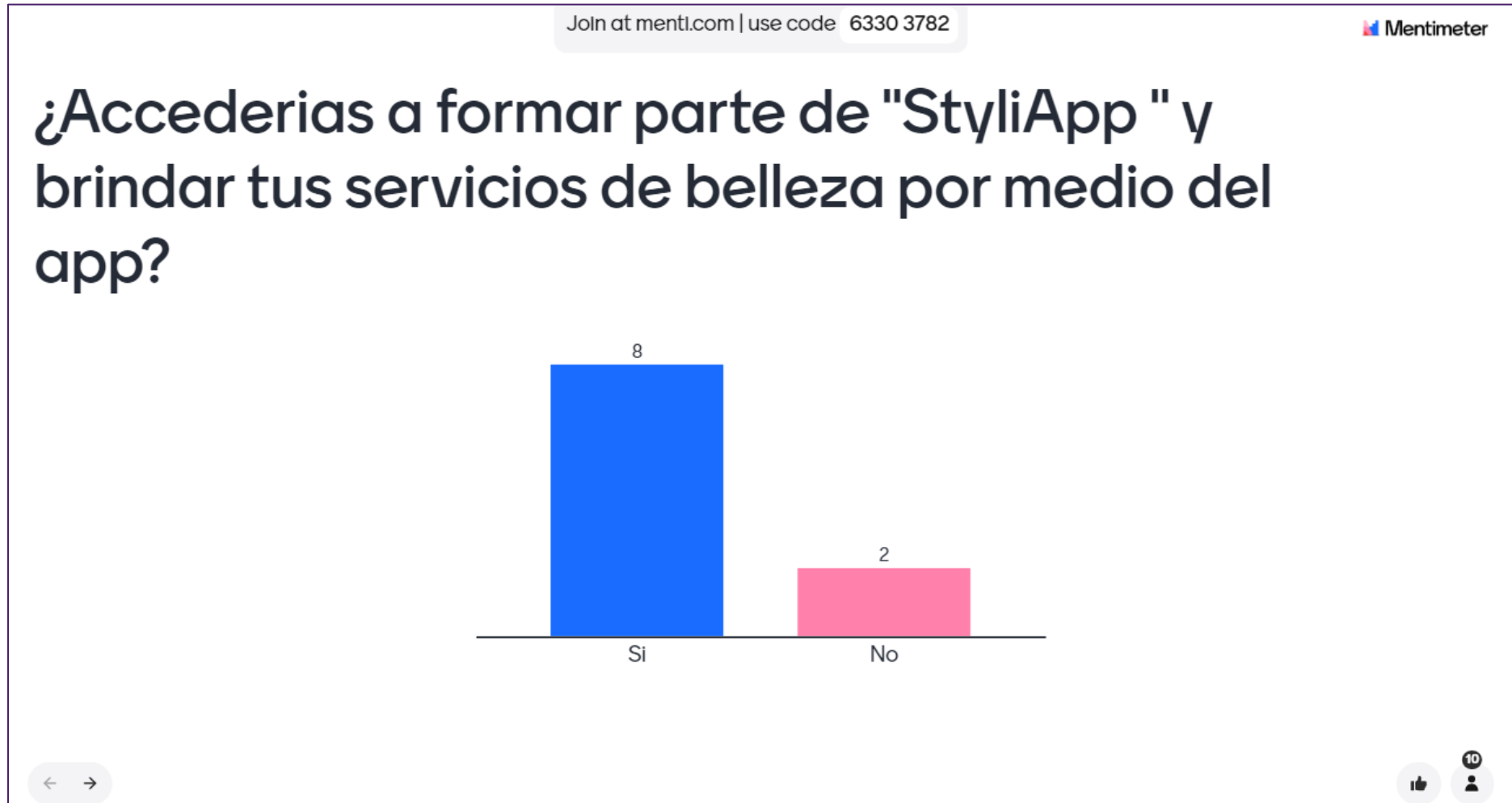
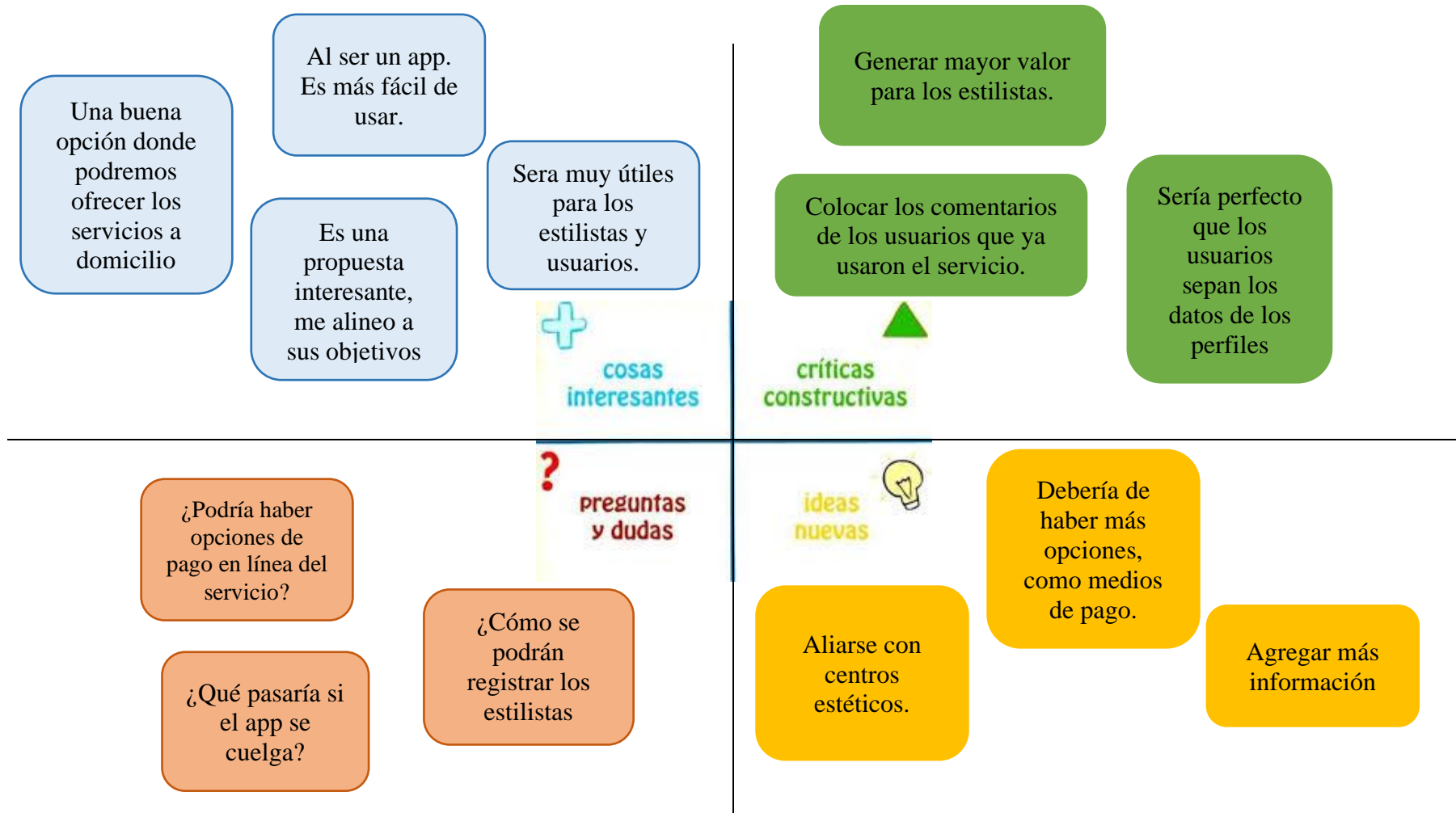


Figura 30

Malla receptora de información – proceso de evaluación.



Descripción del modelo de negocio validado

Figura 31

Modelo de negocio validado

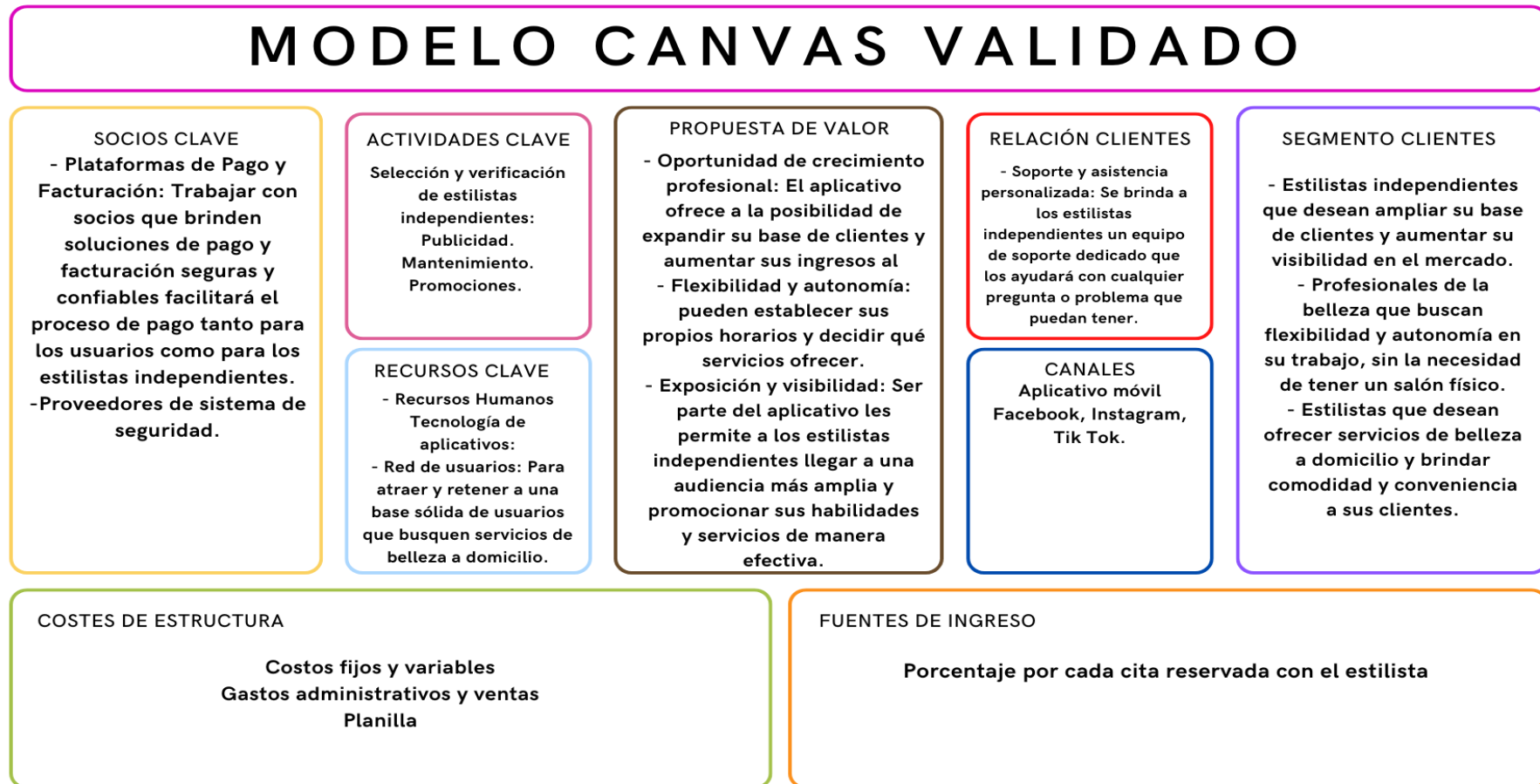


Figura 32

Evidencia de presentación del MVP



Resumen de respuestas de la presentación del MVP:

1. Los estilistas expresaron su entusiasmo por la posibilidad de visualizar perfiles detallados de otros profesionales del sector, lo cual les permitiría conocer su experiencia, habilidades y estilo de trabajo, facilitando así la colaboración y el intercambio de conocimientos en la comunidad.


2. Asimismo, destacaron la importancia de poder leer y compartir comentarios y valoraciones de otros estilistas, lo que les brindaría una perspectiva objetiva sobre la calidad de los servicios ofrecidos y les ayudaría a tomar decisiones informadas al seleccionar colaboradores para proyectos específicos.

3. Los estilistas también manifestaron su interés en la función de reservación integrada en el aplicativo, que les permitiría gestionar su agenda de manera eficiente y coordinar fácilmente con los clientes, optimizando así su tiempo y recursos de manera efectiva.

4. Por último, la opción de chat fue recibida con entusiasmo, ya que les ofrecería una vía de comunicación directa y rápida con sus clientes potenciales, lo que les brindaría la oportunidad de responder a consultas, aclarar dudas y establecer una conexión personalizada que fortalecería su relación con la clientela.

Tabla 7

Modelo de negocio – descripción

Título del Servicio	Características	Beneficios	Información de garantía	Imagen
<p>“StyliApp” un aplicativo enfocado en ser intermediario entre estilistas independientes y usuarios que requieran un servicio de belleza a domicilio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Poder visualizar el perfil de los estilistas independientes. • Visualizar los comentarios y calificaciones de los estilistas. • Poder reservar un servicio de belleza a domicilio. • Tener la opción de chat y mensajería instantánea. • Notificaciones y recordatorio. • Opción de ver la transformación de otros usuarios. • Opción de pagos para los usuarios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ahorrar tiempo al tener el servicio desde su hogar. • Visualizar la variedad de servicios que ofrecen los estilistas. • Poder contratar los servicios de estilistas profesionales, seleccionados y verificados. • Tener la opción de flexibilidad para los estilistas. • Obtener mayores fuentes de ingresos. • Oportunidad de mejora y crecimiento continuo. • Comunicación constante. • Atención personalizada. 	<ul style="list-style-type: none"> • Verificar y cerciorar la información de los estilistas. • Garantía enfocada en la satisfacción. • Protección de datos. 	 <p>The logo for STYLIP INDEPENDENT STYLIS features a central illustration of a woman's face with her eyes closed, surrounded by a dense arrangement of blue and white flowers, leaves, and hair styling tools like a hairbrush and curlers. Below the illustration, the text 'STYLIP' is written in a bold, sans-serif font, with 'INDEPENDENT STYLIS' in a smaller font underneath.</p>

Control de la Operatividad:

La propuesta consiste en que la empresa sea responsable de manejar y controlar directamente la base de datos que respalda la aplicación. Esto implica establecer protocolos de seguridad sólidos, realizar copias de seguridad periódicas y cumplir con las regulaciones de protección de datos para garantizar la confidencialidad y la integridad de la información de los usuarios.

Además, al asumir el control de la operatividad, la empresa tendrá la capacidad de personalizar la aplicación según sus necesidades específicas y las demandas del mercado. Esto incluye la posibilidad de implementar actualizaciones, agregar nuevas funcionalidades y realizar ajustes en tiempo real para mejorar la experiencia del usuario y la eficiencia operativa de la plataforma.

La gestión interna de la operatividad también implica la formación y capacitación del personal de la empresa para garantizar un manejo efectivo de la aplicación en términos de resolución de problemas técnicos, optimización del rendimiento y adaptación a las necesidades cambiantes del mercado.

En términos de sostenibilidad a largo plazo, la propuesta de que la empresa maneje internamente la operatividad de la aplicación permitirá un mayor control sobre el producto, una mayor flexibilidad para adaptarse a las demandas del mercado y una ventaja competitiva sostenible. Sin embargo, se requerirá un compromiso sólido de recursos humanos y tecnológicos para garantizar el éxito continuo de la aplicación y su evolución acorde a las necesidades del negocio y los usuarios.

Control ante la caída de aplicativo:

En caso de que se produzca una caída del aplicativo, el ingeniero de operaciones designado será el encargado de identificar la causa raíz del problema y tomar las medidas correctivas necesarias para restablecer el funcionamiento normal de la aplicación en el menor tiempo posible. Esto incluirá la supervisión constante de la infraestructura tecnológica, la realización de pruebas de rendimiento y la implementación de soluciones efectivas para minimizar el impacto en los usuarios y estilistas.

Para agilizar el proceso de resolución de problemas, se establecerá un protocolo de respuesta rápida que permita al ingeniero de operaciones actuar de manera proactiva ante cualquier incidencia. Esto implicará mantener una comunicación fluida con el equipo de desarrollo, los proveedores de servicios de alojamiento web y otros actores clave para coordinar acciones y restablecer la operatividad de la aplicación de manera eficiente.

Además, se implementará un sistema de monitoreo continuo que permita detectar y prevenir posibles fallos antes de que afecten significativamente la experiencia de los usuarios. El ingeniero de operaciones estará a cargo de supervisar este sistema, analizar los datos recopilados y tomar medidas preventivas para garantizar la estabilidad y el rendimiento óptimo de la aplicación en todo momento.

Capítulo 5

Análisis Financiero

Estimación del tamaño del Mercado, Demanda proyectada y Proyección de ingresos

Mercado Potencial

El mercado potencial abarca a las personas de edad de 20 a 40 años del Distrito de Ica, pertenecientes al Nivel socioeconómico AB y C, lo cual está representado por un total de 20,366 usuarios, estas personas serán quienes pedirán en servicio de belleza a los estilistas por medio del aplicativo.

Tabla 8

Cantidad de personas del Distrito de Ica

DISTRITO	Poblac. TOTAL	20-40 años
Ica	179,706	45,358
total	179,706	45,358

Tabla 9

Porcentaje de universo de personas

TOTAL UNIVERSO	179,706
segmento (20-40 años)	45,358
% universo	25.24%

Tabla 10

Nivel socioeconómico del Distrito

NSE "A"	3.60%
NSE "B"	6.20%
NSE "C"	35.10%
NSE "D"	35.50%
NSE "E"	19.60%

Tabla 11

Total Mercado Potencial

MERCADO POTENCIAL	
Fórmula	= Universo + criterio de segmentación
Universo	179,706 habitantes
% del universo	25.24%
NSE "AB y C"	44.90%
	MP 20,366 Usuarios

Mercado Disponible

El mercado disponible está compuesto por las personas que asisten de manera frecuente a los centros de belleza, representado por un total de 16293 usuarios.

Tabla 11

Total Mercado Disponible

MERCADO DISPONIBLE (MD)		
¿Asistes de manera frecuente a los centros de belleza?		
Fórmula	MD	= MP * pregunta filtro
MP		20,366
A) Si		80%
B) No		20%
MD		MD 16,293 Usuarios

Mercado Efectivo

El mercado efectivo está compuesto por las personas que accederían a solicitar el servicio de belleza a domicilio por medio de un aplicativo, compuesto por 13849 usuarios.

Tabla 12

Total Mercado Efectivo

MERCADO EFECTIVO (ME)		
¿Accedería a solicitar los servicios de belleza a domicilio por medio de un aplicativo?		
Fórmula	ME	= MD * Pregunta de aceptación
MD		16,293
A)Si		85%
B)No		15%
		ME= 13,849 Usuarios

Mercado Objetivo

Para el mercado objetivo se ha tomado un 3% del mercado total, debido a que el aplicativo es una propuesta nueva y no se tienen la capacidad de atención de toda la demanda, obteniendo así un mercado objetivo de 415 personas.

Tabla 13*Total Mercado Objetivo*

MERCADO OBJETIVO (MO)			
Para hallar el mercado Objetivo, debemos definir cuál será nuestra participación de mercado que queremos: por ejemplo, podemos alcanzar una cuota de participación del 3%.			
Fórmula	MO	= ME * participación de mercado	
Captación de mercado		3.0%	
Estimación de ventas M.	MO =	415	Usuarios

Frecuencia de asistencia

Al realizar la interrogante ¿Con que frecuencia asistes donde un especialista de belleza?, se obtuvo un promedio de 5.1 veces, este dato se usara para realizar el cálculo de demanda del primer mes.

Tabla 14*Frecuencia de asistencia*

Pregunta	marca de clase (1)	porcentaje (2)	consumo percapita (3) = (1) * (2)
De 1 a 2 veces	1.5	10%	0.15
De 3 a 4 veces	3.5	15%	0.53
De 5 a 6 veces	5.5	60%	3.30
De 7 a 8 veces	7.5	15%	1.13
TOTAL		100.00%	5.1

Demanda Mensual

La demanda mensual de servicios para el primer mes asciende a 2117 servicios.

Tabla 15*Demanda del Proyecto*

DEMANDA DEL PROYECTO		
Demanda (D)	= MO * CPC	
MO =	415	
CPC =	5.1	
D=	2,117	Servicios al mes

Precio por comisión

Al realizar la interrogante ¿Cuánto gastas por cada visita a un centro de belleza?, se visualiza que las personas en promedio gastan S/ 111.50 soles por cada servicio, para el concepto de ingresos, se tomara un 7% de comisión por cada servicio, que sería de S/ 7.81 soles con IGV, descontando el IGV, el valor neto por comisión de cada servicio es de S/ 6.61 soles, que sería el ingreso neto de ventas.

Tabla 16*Promedio de gasto*

Pregunta	marca de clase (1)	porcentaje (2)	consumo percapita (3) = (1) * (2)
De 50 a 80 soles	65	10%	6.50
De 81 a 110 soles	95	35%	33.25
De 111 a 140 soles	125	45%	56.25
De 141 a 170 soles	155	10%	15.50
TOTAL		100.00%	111.5

Ventas proyectadas

Las ventas al mes y al año tendrán un crecimiento del 3%, teniendo en cuenta el crecimiento del comercio electrónico que se situó en un 60% al término del año 2022, multiplicando los servicios del mes, por el valor de venta S/ 6.61, se obtienen los ingresos en soles.

Tabla 17

Proyección de servicios

INGRESOS	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre
Comisiones	2117	2159	2202	2246	2291	2337	2384	2431	2480	2529	2580	2632
TOTAL INGRESOS	2117	2159	2202	2246	2291	2337	2384	2431	2480	2529	2580	2632

Tabla 18

Proyección de ventas en soles

SERVICIOS	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	TOTAL
Comisiones	S/. 13,999	S/. 14,279	S/. 14,565	S/. 14,856	S/. 15,153	S/. 15,456	S/. 15,766	S/. 16,081	S/. 16,403	S/. 16,731	S/. 17,065	S/. 17,406	S/. 187,761
TOTAL INGRESO	S/. 13,999	S/. 14,279	S/. 14,565	S/. 14,856	S/. 15,153	S/. 15,456	S/. 15,766	S/. 16,081	S/. 16,403	S/. 16,731	S/. 17,065	S/. 17,406	S/. 187,761

Tabla 19

Proyección en años

años	Año 2025	Año 2026	Año 2027	Año 2028	Año 2029
ventas en soles	S/. 187,761	S/. 193,394	S/. 199,196	S/. 205,172	S/. 211,327

Determinación de las necesidades de Inversión

Inversión Total

La inversión que se necesita es de S/ 79,610 soles, lo cual estará conformado por el aporte de la socia y mediante un préstamo bancario por la suma de S/ S/ 35,000 soles.

Tabla 20

Inversión Total

ESTRUCTURA DE INVERSIONES		
RUBROS	MONTO	PORCENTAJE
Activos Fijos Tangibles	S/14,190	17.82%
Activos Fijos Intangibles	S/54,923	68.99%
Capital de Trabajo	S/10,497	13.19%
TOTAL INVERSION	S/79,610	100%

Inversión Tangible

La inversión tangible es de S/ 14,190 soles, este gasto se ve reflejado en la compra de equipos y muebles para la implementación de la oficina.

Tabla 21

Inversión Intangible

EQUIPOS	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Computadoras	3	S/2,500	S/7,500
Impresora multifuncional	1	S/900	S/900
Teléfono	1	S/200	S/200
Otros equipos	1	S/1,000	S/1,000
TOTAL			S/9,600
MUEBLES Y ENSERES	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Sillas de oficina	3	S/400	S/1,200
Archiveros	3	S/150	S/450
Estante	1	S/120	S/120
Repisa	1	S/250	S/250
Escritorio	3	S/550	S/1,650
Sillones	1	S/600	S/600
Otros	1	S/320	S/320
TOTAL			S/4,590
TOTAL INVERSION			S/14,190

Inversión Intangible

La inversión intangible es de S/ 54,923 soles, gastos conformados para constituir la empresa y la creación del aplicativo móvil.

Tabla 22

Inversión Intangible

INVERSIÓN INTANGIBLE	
Constitución de empresa	S/1,111
Creación del aplicativo	S/53,812
TOTAL	S/54,923

Tabla 23

Constitución de empresa

(Constitución de empresa)	Costo
Búsqueda y reserva del nombre	S/. 30
Elaboración del acto constitutivo	S/. 350
Elevación del acto constitutivo	S/. 250
Inscripción	S/. 50
RUC	S/. 0
Escritura publica	S/. 150
Licencia	S/. 180
Sub Total	S/. 1,010
Imprevistos (10%)	S/. 101
Total	S/. 1,111

Tabla 24

Gastos en creación del aplicativo

(Costo del Aplicativo)	Costo
Creación del aplicativo	S/. 48,000
Situar app en Play Store	S/. 120
Situar en App Store	S/. 300
Painas web - creación	S/. 500
Sub Total	S/. 48,920
Imprevistos (10%)	S/. 4,892
Total	S/. 53,812

Capital de Trabajo

El capital de trabajo asciende a la suma de S/ 10,497 soles, el cual está compuesto para el respaldo de costos y gastos del primer mes de operaciones.

Tabla 25

Capital de Trabajo por 3 meses

CAPITAL DE TRABAJO	PRIMER MES
Costos Directos	
Costo de mantenimiento	S/. 440
Total costos directos	S/. 440
Costos Indirectos	
Administrador	S/. 3,549
Ingeniero de sistemas	S/. 1,901
Contador	S/. 450
Alquiler de oficina	S/. 800
Servicios básicos	S/. 180
Internet	S/. 200
Útiles de oficina	S/. 50
Útiles de Limpieza	S/. 25
Otros	S/. 200
Community Manager	S/. 1,901
Publicidad y promoción	S/. 600
Otros	S/. 200
Total Costos Indirectos	S/. 10,057
TOTAL	S/. 10,497

Estimación de Costos, Clasificación de Costos en Fijos y Variables, Determinación del punto de Equilibrio

Costos de Mantenimiento

El costo de mantenimiento mensual será de S/ 440.00 soles, el cual incluye el costo de servidores notificaciones, pasarelas de pago y actualizaciones.

Tabla 26

Proyección de costos mensuales

PRONÓSTICO DE COSTOS													
COSTOS	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	TOTAL
Servidores	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 2,400
Notificaciones Push	S/. 35	S/. 35	S/. 35	S/. 35	S/. 35	S/. 35	S/. 35	S/. 35	S/. 35	S/. 35	S/. 35	S/. 35	S/. 420
Pasarelas de pago	S/. 85	S/. 85	S/. 85	S/. 85	S/. 85	S/. 85	S/. 85	S/. 85	S/. 85	S/. 85	S/. 85	S/. 85	S/. 1,020
Actualizaciones	S/. 120	S/. 120	S/. 120	S/. 120	S/. 120	S/. 120	S/. 120	S/. 120	S/. 120	S/. 120	S/. 120	S/. 120	S/. 1,440
TOTAL COSTOS	S/. 440	S/. 440	S/. 440	S/. 440	S/. 440	S/. 440	S/. 440	S/. 440	S/. 440	S/. 440	S/. 440	S/. 440	S/. 5,280

Sobre la proyección de costos, de igual forma el crecimiento será del 3%, similar al crecimiento de las ventas.

Tabla 27

Proyección de costos al año

Años	Año 2025	Año 2026	Año 2027	Año 2028	Año 2029
Costos	S/. 5,280	S/. 5,438	S/. 5,602	S/. 5,770	S/. 5,943

Gastos administrativos

Los gastos administrativos al mes ascienden a S/ 7,356 soles y al año a S/ 88,270 soles.

Tabla 28

Gastos administrativos al mes

CONCEPTO/AÑOS	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Administrador	S/. 3,549	S/. 3,549	S/. 3,549	S/. 3,549	S/. 3,549	S/. 3,549	S/. 3,549	S/. 3,549	S/. 3,549	S/. 3,549	S/. 3,549	S/. 3,549
Ingeniero de sistemas	S/. 1,901	S/. 1,901	S/. 1,901	S/. 1,901	S/. 1,901	S/. 1,901	S/. 1,901	S/. 1,901	S/. 1,901	S/. 1,901	S/. 1,901	S/. 1,901
Contador	S/. 450	S/. 450	S/. 450	S/. 450	S/. 450	S/. 450	S/. 450	S/. 450	S/. 450	S/. 450	S/. 450	S/. 450
Alquiler de oficina	S/. 800	S/. 800	S/. 800	S/. 800	S/. 800	S/. 800	S/. 800	S/. 800	S/. 800	S/. 800	S/. 800	S/. 800
Servicios básicos	S/. 180	S/. 180	S/. 180	S/. 180	S/. 180	S/. 180	S/. 180	S/. 180	S/. 180	S/. 180	S/. 180	S/. 180
Internet	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200
Útiles de oficina	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50
Útiles de Limpieza	S/. 25	S/. 25	S/. 25	S/. 25	S/. 25	S/. 25	S/. 25	S/. 25	S/. 25	S/. 25	S/. 25	S/. 25
Otros	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200
TOTAL GASTO	S/. 7,356	S/. 7,356	S/. 7,356	S/. 7,356	S/. 7,356	S/. 7,356	S/. 7,356	S/. 7,356	S/. 7,356	S/. 7,356	S/. 7,356	S/. 7,356

Tabla 29

Gastos administrativos al año

CONCEPTO/AÑOS	Año 2025	Año 2026	Año 2027	Año 2028	Año 2029
Administrador	S/. 42,593	S/. 42,593	S/. 42,593	S/. 42,593	S/. 42,593
Ingeniero de sistemas	S/. 22,818	S/. 22,818	S/. 22,818	S/. 22,818	S/. 22,818
Contador	S/. 5,400	S/. 5,400	S/. 5,400	S/. 5,400	S/. 5,400
Alquiler de oficina	S/. 9,600	S/. 9,600	S/. 9,600	S/. 9,600	S/. 9,600
Servicios básicos	S/. 2,160	S/. 2,160	S/. 2,160	S/. 2,160	S/. 2,160

Internet	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400
Útiles de oficina	S/. 600	S/. 600	S/. 600	S/. 600	S/. 600
Útiles de Limpieza	S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 300
Otros	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400
TOTAL GASTO	S/. 88,270	S/. 88,270	S/. 88,270	S/. 88,270	S/. 88,270

Gastos de Ventas

Los gastos de ventas al mes ascienden a S/ 2,701 soles y al año a S/ 32,418 soles.

Tabla 30

Gastos de ventas al mes

CONCEPTO/AÑOS	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Community Manager	S/. 1,901	S/. 1,901	S/. 1,901	S/. 1,901	S/. 1,901	S/. 1,901	S/. 1,901	S/. 1,901	S/. 1,901	S/. 1,901	S/. 1,901	S/. 1,901
Publicidad y promoción	S/. 600	S/. 600	S/. 600	S/. 600	S/. 600	S/. 600	S/. 600	S/. 600	S/. 600	S/. 600	S/. 600	S/. 600
Otros	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200
TOTAL GASTO	S/. 2,701	S/. 2,701	S/. 2,701	S/. 2,701	S/. 2,701	S/. 2,701	S/. 2,701	S/. 2,701	S/. 2,701	S/. 2,701	S/. 2,701	S/. 2,701

Tabla 31

Gastos de ventas al mes

CONCEPTO / AÑOS	Año 2025	Año 2026	Año 2027	Año 2028	Año 2029
Community Manager	S/. 22,818	S/. 22,818	S/. 22,818	S/. 22,818	S/. 22,818
Publicidad y promoción	S/. 7,200	S/. 7,200	S/. 7,200	S/. 7,200	S/. 7,200
Otros	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400
TOTAL GASTO	S/. 32,418	S/. 32,418	S/. 32,418	S/. 32,418	S/. 32,418

Depreciación

La Depreciación para el primer año asciende a S/ 2,859 soles.

Tabla 32

Proyección de Depreciación

ACTIVOS FIJOS	Depreciación anual	Costo Activo Fijo	Dep/anual	Dep/mensual	DEPRECIACIÓN POR AÑOS				
					Año 2025	Año 2026	Año 2027	Año 2028	Año 2029
	SUNAT LIR								
INMUEBLES	5.00%	S/.0	S/.0	S/.0	S/.0	S/.0	S/.0	S/.0	S/.0
MUEBLES Y ENSERES	10.00%	S/.4,590	S/.459	S/.38	S/.459	S/.459	S/.459	S/.459	S/.459
MAQUINARIAS	10.00%	S/.0	S/.0	S/.0	S/.0	S/.0	S/.0	S/.0	S/.0
COMPUTADORAS	25.00%	S/.9,600	S/.2,400	S/.200	S/.2,400	S/.2,400	S/.2,400	S/.2,400	S/.0
VEHÍCULOS	20.00%	S/.0	S/.0	S/.0	S/.0	S/.0	S/.0	S/.0	S/.0
TOTAL COSTOS		S/.14,190	S/.2,859	S/.238	S/.2,859	S/.2,859	S/.2,859	S/.2,859	S/.459

Punto de equilibrio

Sobre el punto de equilibrio, se tiene un total de 1841 servicios para cubrir los costos y gastos.

Tabla 33

Punto de equilibrio

Producto	Costo de Venta (S/)	Margen de Ganancia (%)	Margen de Ganancia (S/)	Precio de Venta (S/)	% Participación	COSTOS FIJOS	PUNTO DE EQUILIBRIO	P.E. (S/.)
						S/ 10,057.31		
Servicio	S/ 2.34	233%	S/ 5.46	S/ 7.81	100%	S/ 10,057.31	1840.8	S/ 10,057.31

Flujo de caja proyectado

El flujo de caja es un estado financiero que permite el análisis de ingresos y egresos de dinero en tiempos determinados.

Flujo de caja mensual

Tabla 34

Flujo de caja mensual

PERIODO	Mes 00	Mes 01	Mes 02	Mes 03	Mes 04	Mes 05	Mes 06	Mes 07	Mes 08	Mes 09	Mes 10	Mes 11	Mes 12
INGRESOS													
Ingreso por Ventas		S/. 13,999	S/. 14,279	S/. 14,565	S/. 14,856	S/. 15,153	S/. 15,456	S/. 15,766	S/. 16,081	S/. 16,403	S/. 16,731	S/. 17,065	S/. 17,406
TOTAL INGRESOS	S/. 0	S/. 13,999	S/. 14,279	S/. 14,565	S/. 14,856	S/. 15,153	S/. 15,456	S/. 15,766	S/. 16,081	S/. 16,403	S/. 16,731	S/. 17,065	S/. 17,406
EGRESOS													
(-) Inversión Inicial	-S/. 79,610												
(-)Costo de Producción (MP o Adquisición)		-S/. 440	-S/. 440	-S/. 440	-S/. 440	-S/. 440	-S/. 440	-S/. 440	-S/. 440	-S/. 440	-S/. 440	-S/. 440	-S/. 440
(-)Gasto Administrativo		-S/. 7,356	-S/. 7,356	-S/. 7,356	-S/. 7,356	-S/. 7,356	-S/. 7,356	-S/. 7,356	-S/. 7,356	-S/. 7,356	-S/. 7,356	-S/. 7,356	-S/. 7,356
(-)Gasto de Ventas		-S/. 2,701	-S/. 2,701	-S/. 2,701	-S/. 2,701	-S/. 2,701	-S/. 2,701	-S/. 2,701	-S/. 2,701	-S/. 2,701	-S/. 2,701	-S/. 2,701	-S/. 2,701
(-)Impuesto a la Renta		-S/. 420	-S/. 420	-S/. 420	-S/. 420	-S/. 420	-S/. 420	-S/. 420	-S/. 420	-S/. 420	-S/. 420	-S/. 420	-S/. 420
TOTAL EGRESOS	-S/. 79,610	-S/. 10,917	-S/. 10,917	-S/. 10,917	-S/. 10,917	-S/. 10,917	-S/. 10,917	-S/. 10,917	-S/. 10,917	-S/. 10,917	-S/. 10,917	-S/. 10,917	-S/. 10,917
FC ECONÓMICO FINANCIAMINETO NETO	-S/. 79,610	S/. 3,082	S/. 3,362	S/. 3,648	S/. 3,939	S/. 4,236	S/. 4,539	S/. 4,848	S/. 5,163	S/. 5,485	S/. 5,813	S/. 6,148	S/. 6,489
Préstamo	S/. 0												
(-)Amortización de capital		-S/. 638	-S/. 653	-S/. 668	-S/. 683	-S/. 698	-S/. 714	-S/. 730	-S/. 747	-S/. 764	-S/. 781	-S/. 799	-S/. 817
(-)Intereses y otros		-S/. 797	-S/. 782	-S/. 767	-S/. 752	-S/. 736	-S/. 721	-S/. 704	-S/. 688	-S/. 671	-S/. 653	-S/. 635	-S/. 617
FC FINANCIERO		S/. 1,647	S/. 1,927	S/. 2,213	S/. 2,504	S/. 2,801	S/. 3,104	S/. 3,414	S/. 3,729	S/. 4,050	S/. 4,378	S/. 4,713	S/. 5,054

*Flujo de caja mensual***Tabla 35***Flujo de caja proyectado*

AÑO	0	1	2	3	4	5
INGRESOS						
Ingreso por Ventas		S/ 187,761	S/ 193,394	S/ 199,196	S/ 205,172	S/ 211,327
TOTAL INGRESOS	S/ 0	S/ 187,761	S/ 193,394	S/ 199,196	S/ 205,172	S/ 211,327
EGRESOS						
<u>Inversión Total</u>	-S/ 79,610					
(-)Activo Fijo Tangible	-S/ 14,190					
(-) Equipos	-S/ 9,600					
(-) Muebles y Enseres	-S/ 4,590					
(-)Activo Fijo Intangible	-S/ 54,923					
(-) Constitución de empresa	-S/ 1,111					
(-) Creación del App	-S/ 53,812					
(-) Capital de Trabajo	-S/ 10,497					
(-)Costo de Producción (MP o Adquisición)		-S/ 5,280	-S/ 5,438	-S/ 5,602	-S/ 5,770	-S/ 5,943
(-)Gasto Administrativo		-S/ 88,270	-S/ 88,270	-S/ 88,270	-S/ 88,270	-S/ 88,270
(-)Gasto de Ventas		-S/ 32,418	-S/ 32,418	-S/ 32,418	-S/ 32,418	-S/ 32,418
(-)Impuesto a la Renta		-S/ 5,041	-S/ 5,858	-S/ 6,775	-S/ 7,586	-S/ 8,424
TOTAL EGRESOS	-S/ 79,610	-S/ 131,009	-S/ 131,984	-S/ 133,064	-S/ 134,043	-S/ 135,054
FC ECONÓMICO	-S/ 79,610	S/ 56,752	S/ 61,410	S/ 66,132	S/ 71,129	S/ 76,273
FINANCIAMINETO NETO						
Préstamo	S/ 35,000					
(-)Amortización de capital		-S/ 8,693	-S/ 11,388	-S/ 14,919		
(-)Intereses y otros		-S/ 8,523	-S/ 5,828	-S/ 2,298		
FC FINANCIERO	-S/ 44,610	S/ 39,536	S/ 44,194	S/ 48,915	S/ 71,129	S/ 76,273

Evaluación económica y financiera: Calculo de VAN TIR

WACC

El WACC para el presente proyecto es de 17.87%, lo cual indica que vendría a ser la rentabilidad mínima que se espera ganar por la inversión total.

Tabla 36

WACC

IR	10%
Endeudamiento (D)	44%
Fondos propios (K)	56%
Cuotas anuales	36
kd	31%
COK	10.00%
WACC	17.87%

Indicadores de rentabilidad

El VAN es de S/ 129,488 soles, lo cual indica que el proyecto es viable, al ser el resultado mayor que cero.

La TIR es del 75.95%, lo cual indica que el proyecto es rentable, al ser el resultado mayor que el WACC (17.87%)

Tabla 37

Indicadores de Rentabilidad

INDICADORES	TIRE	VANE	
FC ECONÓMICO	75.95%	S/.	129,488

INDICADORES	TIRF	VANF	
FC FINANCIERO	98.14%	S/.	160,547

Conclusiones

Conclusión 1:

En base al objetivo de la propuesta, se concluye que el aplicativo para conectar estilistas independientes con usuarios que requieran servicios de belleza desde su hogar o cualquier lugar de su comodidad es una solución innovadora y efectiva para satisfacer las necesidades cambiantes de los usuarios en el ámbito de la belleza.

Conclusión 2:

La necesidad de esta propuesta se evidencia en la creciente demanda de servicios de belleza a domicilio y la búsqueda de comodidad por parte de los usuarios. La propuesta satisface esta necesidad al ofrecer una plataforma que conecta a los usuarios con estilistas independientes altamente calificados, brindando servicios personalizados y adaptados a las preferencias y horarios de cada usuario.

Conclusión 3:

La idea de este aplicativo es novedosa e impactante, ya que aprovecha las nuevas tendencias tecnológicas y el cambio en el estilo de vida de los usuarios. Al ofrecer una experiencia de belleza personalizada y conveniente, la propuesta se destaca en el mercado y tiene el potencial de revolucionar la forma en que las personas acceden a servicios de belleza.

Conclusión 4:

La viabilidad y rentabilidad de esta propuesta se sustenta en la creciente demanda de servicios de belleza a domicilio y la posibilidad de generar ingresos tanto para los estilistas independientes como para la plataforma. La propuesta ofrece una oportunidad de negocio sólida y escalable, con potencial para generar ganancias a largo plazo.

Recomendaciones

Recomendación 1:

Para maximizar el impacto y el alcance de la propuesta, se recomienda implementar una estrategia de marketing digital sólida que incluya la promoción en redes sociales, colaboraciones con influencers y la creación de contenido relevante y atractivo para captar la atención de los usuarios.

Recomendación 2:

Para garantizar la satisfacción de los usuarios, se recomienda establecer un sistema de evaluación y retroalimentación transparente, donde los usuarios puedan calificar y dejar reseñas sobre los servicios recibidos. Esto ayudará a mantener altos estándares de calidad y a generar confianza en la comunidad de usuarios.

Recomendación 3:

Para mantenerse a la vanguardia de las tendencias y seguir siendo una propuesta innovadora, se recomienda estar al tanto de las últimas tecnologías y tendencias en el sector de la belleza. Esto incluye la incorporación de nuevas técnicas, productos y servicios que puedan agregar valor a la experiencia de los usuarios.

Recomendación 4:

Para garantizar la rentabilidad de la propuesta, se recomienda establecer una estructura de precios competitiva y justa, que refleje el valor de los servicios ofrecidos. Además, se sugiere explorar oportunidades de colaboración con marcas de belleza y establecer alianzas estratégicas que puedan generar ingresos adicionales.

Referencias bibliográficas

Spalopia (s.f) Crecimiento de la industria spa. Recuperado de <https://spalopiabusiness.com/blog/industria-spa/>

McKinsey & Company (2023) Informe del mercado de la belleza. Recuperado de <https://www.mckinsey.com/featured-insights/destacados/el-mercado-de-la-belleza-en-2023-un-informe-especial-sobre-el-estado-de-la-moda/es>

Tu salario (s.f) Especialistas en tratamientos de belleza. Recuperado de <https://tusalarario.org/peru/carrera-profesional/peru-salario-y-ocupacion/peru-esteticistas-o-estilistas#:~:text=La%20mayor%C3%ADa%20de%20Especialistas%20en,%2F%20958%20y%20S%2F%202%2C099.>

InfoMercado (2023) Crecimiento del sector cosmético. Recuperado de <https://infomercado.pe/sector-cosmetico-preve-generar-s-8520-millones-y-crecer-mas-de-5-este-2023/>

Anexos

Estado de Resultados mensual

Tabla 38

Estado de Resultados Mensual

PERIODO	MES 01	MES 02	MES 03	MES 04	MES 05	MES 06	MES 07	MES 08	MES 09	MES 10	MES 11	MES 12
Ventas	S/. 13,999	S/. 14,279	S/. 14,565	S/. 14,856	S/. 15,153	S/. 15,456	S/. 15,766	S/. 16,081	S/. 16,403	S/. 16,731	S/. 17,065	S/. 17,406
Costo de Ventas	-S/ 440	-S/ 440	-S/ 440	-S/ 440	-S/ 440	-S/ 440	-S/ 440	-S/ 440	-S/ 440	-S/ 440	-S/ 440	-S/ 440
UTILIDAD BRUTA	S/ 13,559	S/ 13,839	S/ 14,125	S/ 14,416	S/ 14,713	S/ 15,016	S/ 15,326	S/ 15,641	S/ 15,963	S/ 16,291	S/ 16,625	S/ 16,966
(-)Gasto Administrativo	-S/ 7,356	-S/ 7,356	-S/ 7,356	-S/ 7,356	-S/ 7,356	-S/ 7,356	-S/ 7,356	-S/ 7,356	-S/ 7,356	-S/ 7,356	-S/ 7,356	-S/ 7,356
(-)Gasto de Ventas	-S/ 2,701	-S/ 2,701	-S/ 2,701	-S/ 2,701	-S/ 2,701	-S/ 2,701	-S/ 2,701	-S/ 2,701	-S/ 2,701	-S/ 2,701	-S/ 2,701	-S/ 2,701
(-)Gasto por depreciación	-S/ 238	-S/ 238	-S/ 238	-S/ 238	-S/ 238	-S/ 238	-S/ 238	-S/ 238	-S/ 238	-S/ 238	-S/ 238	-S/ 238
UTILIDAD OPERATIVA	S/ 3,264	S/ 3,544	S/ 3,829	S/ 4,121	S/ 4,418	S/ 4,721	S/ 5,030	S/ 5,345	S/ 5,667	S/ 5,995	S/ 6,330	S/ 6,671
(-)Gastos financieros	-S/ 797	-S/ 782	-S/ 767	-S/ 752	-S/ 736	-S/ 721	-S/ 704	-S/ 688	-S/ 671	-S/ 653	-S/ 635	-S/ 617
UTILIDAD ANTES DEL IR	S/ 2,467	S/ 2,762	S/ 3,062	S/ 3,369	S/ 3,681	S/ 4,000	S/ 4,326	S/ 4,658	S/ 4,996	S/ 5,342	S/ 5,694	S/ 6,054
(-)Impuesto a la Renta (10%)	-S/ 420	-S/ 420	-S/ 420	-S/ 420	-S/ 420	-S/ 420	-S/ 420	-S/ 420	-S/ 420	-S/ 420	-S/ 420	-S/ 420
UTILIDAD NETA	S/ 2,047	S/ 2,342	S/ 2,642	S/ 2,949	S/ 3,261	S/ 3,580	S/ 3,906	S/ 4,238	S/ 4,576	S/ 4,922	S/ 5,274	S/ 5,634

*Estado de Resultados proyectados***Tabla 39***Flujo de resultados proyectados*

AÑO	1	2	3	4	5
Ventas	S/ 187,761	S/ 193,394	S/ 199,196	S/ 205,172	S/ 211,327
Costo de Ventas	-S/ 5,280	-S/ 5,438	-S/ 5,602	-S/ 5,770	-S/ 5,943
UTILIDAD BRUTA	S/ 182,481	S/ 187,956	S/ 193,594	S/ 199,402	S/ 205,384
(-)Gasto Administrativo	-S/ 88,270	-S/ 88,270	-S/ 88,270	-S/ 88,270	-S/ 88,270
(-)Gasto de Ventas	-S/ 32,418	-S/ 32,418	-S/ 32,418	-S/ 32,418	-S/ 32,418
(-)Gasto por depreciación	-S/ 2,859	-S/ 2,859	-S/ 2,859	-S/ 2,859	-S/ 459
UTILIDAD OPERATIVA	S/ 58,934	S/ 64,409	S/ 70,048	S/ 75,855	S/ 84,237
(-)Gastos financieros	-S/ 8,523	-S/ 5,828	-S/ 2,298	S/ 0	S/ 0
UTILIDAD ANTES DEL IR	S/ 50,411	S/ 58,581	S/ 67,750	S/ 75,855	S/ 84,237
(-)Impuesto a la Renta (10%)	-S/ 5,041	-S/ 5,858	-S/ 6,775	-S/ 7,586	-S/ 8,424
UTILIDAD NETA	S/ 45,370	S/ 52,723	S/ 60,975	S/ 68,270	S/ 75,814

*Detalle de préstamo***Tabla 40***Detalle del préstamo*

N °	SALDO			CUOTA
		AMORTIZACION	INTERES	
0	35,000.00		31.00	ANUAL
			2.28	MENSUAL
1	34,362	638	797	1,435
2	33,709	653	782	1,435
3	33,042	668	767	1,435
4	32,359	683	752	1,435
5	31,661	698	736	1,435
6	30,946	714	721	1,435
7	30,216	730	704	1,435
8	29,469	747	688	1,435
9	28,705	764	671	1,435
10	27,923	781	653	1,435
11	27,124	799	635	1,435
12	26,307	817	617	1,435
13	25,471	836	599	1,435
14	24,616	855	580	1,435
15	23,741	875	560	1,435
16	22,847	894	540	1,435
17	21,932	915	520	1,435
18	20,996	936	499	1,435
19	20,040	957	478	1,435
20	19,061	979	456	1,435
21	18,060	1,001	434	1,435
22	17,036	1,024	411	1,435
23	15,989	1,047	388	1,435
24	14,919	1,071	364	1,435
25	13,823	1,095	340	1,435
26	12,703	1,120	315	1,435
27	11,558	1,146	289	1,435
28	10,386	1,172	263	1,435
29	9,188	1,198	236	1,435
30	7,962	1,226	209	1,435
31	6,709	1,253	181	1,435
32	5,427	1,282	153	1,435
33	4,115	1,311	123	1,435
34	2,774	1,341	94	1,435
35	1,403	1,372	63	1,435
36	0	1,403	32	1,435
		35,000	16,649	51,649

Planilla

DATOS DE LA PLANILLA (COSTO) DE LOS TRABAJADORES POR REGÍMENES LABORALES										
Relacionar el Organigrama con el cuadro de la Planilla del Personal			9%		9%	VENTAS	hasta	150 UIT	5150	S/.772,500.00
Micro Empresa	Sueldo	SUB TOTAL	ESSALUD	SUB TOTAL	Gratificación	Bon Excepcional	CTS	Vacaciones	TOTAL/MES	TOTAL ANUAL
Costo Operativo	S/.1,500	S/.1,500	S/.135	S/.1,635	S/.125	S/.11	S/.68	S/.63	S/.1,901	S/.22,818
Ingeniero de sistemas	S/.1,500	S/.1,500	S/.135	S/.1,635	S/.125	S/.11	S/.68	S/.63	S/.1,901	S/.22,818
Gasto Administrativo	S/.2,800	S/.2,800	S/.252	S/.3,052	S/.233	S/.21	S/.126	S/.117	S/.3,549	S/.42,593
Administrador	S/.2,800	S/.2,800	S/.252	S/.3,052	S/.233	S/.21	S/.126	S/.117	S/.3,549	S/.42,593
Gasto de Ventas	S/.1,500	S/.1,500	S/.135	S/.1,635	S/.125	S/.11	S/.68	S/.63	S/.1,901	S/.22,818
Community Manager	S/.1,500	S/.1,500	S/.135	S/.1,635	S/.125	S/.11	S/.68	S/.63	S/.1,901	S/.22,818
TOTAL PLANILLA	S/.5,800	S/.5,800	S/.522	S/.6,322	S/.483	S/.44	S/.262	S/.242	S/.7,352	S/.88,228