

TABLA DE CONTENIDO

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 ANTECEDENTES GENERALES.....	1
1.2 OBJETIVOS.....	6
1.2.1 <i>Objetivo General</i>	6
1.2.2 <i>Objetivos Específicos</i>	6
1.3 ALCANCES.....	6
1.4 MARCO TEÓRICO.....	7
1.4.1 <i>Investigación de mercado</i>	7
1.4.2 <i>Análisis FODA</i>	11
1.4.3 <i>Análisis de Conglomerados con método K-means</i>	12
1.4.4 <i>Lean Canvas</i>	13
1.4.5 <i>Modelo de difusión de Bass</i>	15
1.4.6 <i>Benchmarking</i>	15
1.5 METODOLOGÍA.....	18
CAPÍTULO 2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	20
2.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	20
2.2 ENFOQUE DEL PROBLEMA.....	20
2.3 FORMULACIÓN DEL DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	20
2.4 RECOPIACIÓN DE DATOS.....	20
2.5 PREPARACIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS.....	21
2.6 ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD A PROFESIONALES DEL ÁMBITO DE LA BELLEZA	27
CAPÍTULO 3. LÍNEAS DE ACCIÓN.....	29
3.1 ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN	29
3.1.1 <i>“BeYa!”</i>	29
3.1.2 <i>Academia de belleza Online</i>	29
3.1.3 <i>Salon Locator</i>	29
3.2 LEAN CANVAS PRELIMINAR.....	30
3.3 BENCHMARKING.....	31
CAPÍTULO 4. PROTOTIPO.....	33
4.1 PROCESO DE PROTOTIPEO	33
4.1.1 <i>Construcción del prototipo</i>	33
4.1.2 <i>Manejo del negocio</i>	35
4.1.3 <i>Resultados</i>	38
4.2 CANVAS FINAL.....	40
4.3 ANÁLISIS FODA.....	41
CAPITULO 5. EVALUACIÓN ECONÓMICA.....	43
5.1 INVERSIÓN INICIAL.....	43
5.2 FLUJO DE INGRESOS.....	43
5.2.1 <i>Precios</i>	43
5.2.2 <i>Demanda</i>	44
5.2.3 <i>Profesionales Necesarios para el Funcionamiento del Negocio</i>	47
5.2.4 <i>Ingresos</i>	48
5.3 ESTRUCTURA DE COSTOS	49
5.4 CAPITAL DE TRABAJO.....	51
5.5 FLUJO DE CAJA.....	52
5.6 EVALUACIÓN ECONÓMICA.....	53
5.7 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	54
5.7.1 <i>Coficiente de imitación</i>	54

5.7.2	Fuerza laboral.....	55
5.7.3	Servicios consumidos por cliente	56
CAPÍTULO 6. CONCLUSIONES		57
6.1	CONCLUSIONES DEL TRABAJO REALIZADO.....	57
6.2	LIMITACIONES DEL TRABAJO	59
6.3	RECOMENDACIONES Y TRABAJO FUTURO.....	60
BIBLIOGRAFÍA		61
ANEXOS		65
	ANEXO 1: FORMULARIO DE GOOGLE PARA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.	65
	ANEXO 2. DISTRIBUCIÓN VARIABLE SEXO.	71
	ANEXO 3. DISTRIBUCIÓN VARIABLE EDAD.	72
	ANEXO 4. FRECUENCIA EN CONSUMO DE SERVICIOS DE BELLEZA.	72
	ANEXO 5. COMUNAS ALCANZADAS CON LA ENCUESTA:.....	72
	ANEXO 6. DISTRIBUCIÓN VARIABLE TIPO DE TRABAJO.	73
	ANEXO 7. DISTRIBUCIÓN VARIABLE INGRESO DEL HOGAR SEGÚN ESTRATO SOCIOECONÓMICO	73
	ANEXO 8. ¿CONSIDERAS QUE TIENES EL TIEMPO SUFICIENTE PARA REALIZARTER SERVICIOS DE BELLEZA?	74
	ANEXO 9. CRITERIO DE SELECCIÓN DEL PROFESIONAL QUE BRINDA EL SERVICIO DE BELLEZA.....	74
	ANEXO 10. TIEMPO DE ANTICIPACIÓN PARA REALIZAR UNA RESERVA PARA ALGÚN SERVICIO DE BELLEZA.	75
	ANEXO 11. SERVICIOS DE BELLEZA A DOMICILIO DEMANDADOS.....	75
	ANEXO 12. FRECUENCIA DE CONSUMO EN SERVICIOS DE BELLEZA A DOMICILIO.	76
	ANEXO 13. DISPOSICIÓN A PAGAR POR UN SERVICIO DE BELLEZA A DOMICILIO EN PROMEDIO.	76
	ANEXO 14. PREFERENCIA DEL TIPO DE APLICACIÓN PARA SOLICITAR SERVICIOS DE BELLEZA A DOMICILIO.	76
	ANEXO 15. FRECUENCIA DE USO DE LA APLICACIÓN PARA PEDIR SERVICIOS DE BELLEZA A DOMICILIO	77
	ANEXO 16. MOTIVO DEL USO DE UNA APLICACIÓN PARA PEDIR SERVICIOS DE BELLEZA A DOMICILIO.	78
	ANEXO 17. CLUSTERIZACIÓN CON K=2 EN PROGRAMA STATA.....	78
	ANEXO 18. CLUSTERIZACIÓN CON K=3 EN PROGRAMA STATA	79
	ANEXO 19. CUENTA DE VARIABLE INGR EN CADA SEGMENTO CON K=3.	79
	ANEXO 20. CUENTA DE VARIABLE FRECDOM EN CADA SEGMENTO CON K=3.	79
	ANEXO 21. CUENTA DE VARIABLE DISPO EN CADA SEGMENTO CON K=3.	80
	ANEXO 22. CUENTA DE VARIABLE FRECAPP EN CADA SEGMENTO CON K=3.	80
	ANEXO 23. CLUSTERIZACIÓN CON K=4 EN PROGRAMA STATA	80
	ANEXO 24. CUENTA DE VARIABLE INGR EN CADA SEGMENTO CON K=4.	81
	ANEXO 25 CUENTA DE VARIABLE FRECDOM EN CADA SEGMENTO CON K=4.	81
	ANEXO 26. CUENTA DE VARIABLE DISPO EN CADA SEGMENTO CON K=4.	81
	ANEXO 27. CUENTA DE VARIABLE FRECAPP EN CADA SEGMENTO CON K=4.	82
	ANEXO 28. CLUSTERIZACIÓN CON K=5 EN PROGRAMA STATA.	82
	ANEXO 29. CUENTA DE VARIABLE INGR EN CADA SEGMENTO CON K=5.	83
	ANEXO 30. CUENTA DE VARIABLE FRECDOM EN CADA SEGMENTO CON K=5.	83
	ANEXO 31. CUENTA DE VARIABLE DISPO EN CADA SEGMENTO CON K=5.	84
	ANEXO 32. CUENTA DE VARIABLE FRECAPP EN CADA SEGMENTO CON K=5	84
	ANEXO 33. CUENTA DE VARIABLE SELECP EN CADA SEGMENTO CON K=5.....	84
	ANEXO 34. DISTRIBUCIÓN COMUNAS EN SEGMENTO OBJETIVO.....	85
	ANEXO 35. TIEMPO SUFICIENTE PARA CONSUMIR SERVICIOS DE BELLEZA, DENTRO DEL SEGMENTO OBJETIVO RESIDENTES DE LAS COMUNAS PROVIDENCIA Y LAS CONDES.....	85
	ANEXO 36. TIEMPO DE ANTICIPACIÓN CON EL QUE REALIZA UNA RESERVA, DENTRO DEL SEGMENTO OBJETIVO Y RESIDENTES DE LAS COMUNAS PROVIDENCIA Y LAS CONDES.....	86
	ANEXO 37. PREFERENCIA EN EL TIPO DE APLICACIÓN PARA PEDIR SERVICIOS DE BELLEZA A DOMICILIO, DENTRO DEL SEGMENTO OBJETIVO Y RESIDENTES DE LAS COMUNAS PROVIDENCIA Y LAS CONDES.....	86
	ANEXO 38. MOTIVO DE USO DE UNA APLICACIÓN PARA PEDIR SERVICIOS DE BELLEZA A DOMICILIO, DENTRO DEL SEGMENTO OBJETIVO Y RESIDENTES DE LAS COMUNAS PROVIDENCIA Y LAS CONDES.....	86
	ANEXO 39. PAUTA ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD A PROFESIONALES.....	86
	ANEXO 40. PROTOTIPO BeYA!, VISTA DEL CLIENTE	87
	ANEXO 41. PROTOTIPO BeYA!, VISTA DEL ADMINISTRADOR.	91

ANEXO 42. ESTADÍSTICAS DE INSTAGRAM.....	93
ANEXO 43. EVIDENCIA FOTOGRÁFICA DE CLIENTES.	94
ANEXO 44. COTIZACIÓN DESARROLLO SOSMARTLABS.	98
ANEXO 45. CURVA DE ADOPCIÓN DE CLIENTES SEGÚN MODELO DE BASS.....	100
ANEXO 46. ESTIMACIÓN DE DEMANDA MENSUAL DE BEYA!. MODELO DE BASS Y CRECIMIENTO LINEAL A PARTIR DEL AÑO 4.....	102
ANEXO 47. PROFESIONALES NECESARIOS PARA ATENDER LA DEMANDA.	103
ANEXO 48. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD $Q=0.08$	105
ANEXO 49. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD $Q=0.16$	105
ANEXO 50. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD, CAPACIDAD DE ATENCIÓN.	106
ANEXO 51. FLUJO DE CAJA SENSIBILIZADO POR LA CAPACIDAD DE ATENCIÓN DE CLIENTES POR PARTE DE LOS PROFESIONALES DE BELLEZA.....	107
ANEXO 52. FLUJO DE CAJA SENSIBILIZADO POR LA FRECUENCIA DE CONSUMO DE CLIENTES.	108