

## Tabla de Contenido

1	Introducción .....	1
2	Descripción del tema a abordar y las preguntas claves a responder .....	2
2.1	Descripción del tema a abordar .....	2
2.2	Preguntas claves a responder.....	4
3	Alcance del tema a abordar.....	5
4	Objetivos y resultados esperados.....	6
4.1	Objetivo general .....	6
4.2	Objetivos específicos .....	6
4.3	Resultados esperados.....	6
5	Marco conceptual .....	7
6	Elaboración del diagnóstico.....	9
6.1	Análisis del mercado potencial respecto de los clientes.....	9
6.1.1	Mercado potencial y caracterización de los clientes en Iquique .....	9
6.1.2	Benchmarking con modelo de negocio Shortcut .....	17
6.1.3	Benchmarking con modelo de negocio Lupe.....	18
6.1.4	Benchmarking con modelo de negocio Ameiz.....	19
6.2	Análisis del mercado potencial respecto de los asociados.....	21
6.2.1	Mercado potencial y caracterización del rubro en Iquique.....	21
6.2.2	Benchmarking con modelo de negocio Shortcut .....	22
6.2.3	Benchmarking con modelo de negocio Lupe.....	23
6.2.4	Benchmarking con modelo de negocio Ameiz.....	24
6.3	Análisis del mercado de plataformas digitales .....	26
6.3.1	Tarifas y comisiones.....	26
6.3.2	Monitorización online.....	26
6.3.3	Benchmarking de los modelos colaborativos en estudio .....	27
6.4	Análisis de la competencia de peluquerías en Iquique .....	28
6.4.1	Caracterización de empresas.....	28
6.4.2	Características de los tipos de servicios de peluquería.....	29
6.4.3	Descripción de los tipos de profesionales que prestan servicios.....	30
6.5	Análisis de los clientes .....	31
6.5.1	Análisis demográfico de la población de Iquique .....	31
6.5.1	Segmentación de mercado.....	32

6.5.2	Perfil de clientes según el tipo de servicio de peluquería .....	32
6.5.3	Necesidades e intereses de los clientes.....	33
6.5.4	Decisiones y hábitos de compra.....	35
6.6	Análisis de los asociados prestadores de servicios .....	36
6.6.1	Catastro y niveles de preparación técnica profesional .....	36
6.6.2	Segmentación de mercado.....	37
6.6.3	Perfil de peluqueros según el tipo de servicio .....	38
6.6.4	Necesidades e intereses de los prestadores de servicios .....	40
6.6.5	Jornadas y horarios de trabajo .....	42
6.7	Análisis de los proveedores de plataformas digitales.....	42
6.7.1	Proveedores nacionales e internacionales .....	43
6.7.2	Tipos de contratos .....	48
6.8	Análisis del entorno legal .....	48
7	Síntesis del diagnóstico .....	49
7.1	FODA por segmento .....	52
7.2	Matriz de priorización por segmento .....	54
8	Elaboración de la estrategia .....	56
8.1	Seleccionar el segmento objetivo.....	56
8.2	Modelo de negocio en base a método Canvas para clientes y asociados .....	56
8.2.1	Método Canvas para los clientes .....	56
8.2.2	Método Canvas para los asociados .....	57
8.3	Diseñar la propuesta de valor en base al método Value Proposition Canvas ...	57
8.4	Estrategia .....	58
8.5	Diseño del plan de marketing digital para los clientes.....	58
8.5.1	Misión y objetivos .....	58
8.5.2	Marketing Mix .....	59
8.5.3	Estrategia online.....	59
8.5.4	Estrategia de medios y soportes .....	60
8.5.5	Posicionamiento estratégico online .....	60
8.6	Diseño del plan de marketing digital para los asociados.....	61
8.6.1	Misión y objetivos .....	61
8.6.2	Marketing Mix .....	61
8.6.3	Estrategia online.....	62

8.6.4	Estrategia de medios y soportes .....	62
8.6.5	Posicionamiento estratégico online .....	62
8.7	Selección de la estructura organizacional del negocio .....	63
8.7.1	Organigrama .....	63
8.7.2	Descripción de cargo.....	63
8.7.3	Criterios de contratación de peluqueros asociados.....	63
8.7.4	Derechos y obligaciones de clientes y asociados .....	64
9	Evaluación de la factibilidad económica .....	64
9.1	Inversión inicial.....	64
9.2	Presupuesto de Ingresos y gastos .....	65
9.3	Financiamiento .....	67
9.4	Flujo de caja.....	67
9.5	Tasa de descuento.....	67
9.6	Resultados VAN y TIR .....	68
9.7	Análisis de sensibilidad de los resultados .....	68
9.8	Conclusión a la evaluación económica .....	68
10	Conclusiones y recomendaciones .....	69
10.1	Conclusiones.....	69
10.2	Recomendaciones.....	70
11	Bibliografía.....	71
12	Anexos .....	75