

UNIVERSIDAD ESAN



**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
APLICACIÓN MÓVIL PARA EL OFRECIMIENTO DE SERVICIOS DE
BELLEZA A TRAVÉS DE LA GEOLOCALIZACIÓN”**

**Tesis presentada en satisfacción de los requerimientos para obtener el grado de
Magister en Marketing por:**

Sandy Patricia Laurencio Luna

Andrés Macara-Chvili Helguero

María José Rozas Peralta

María del Pilar Yong Berrú

Programa de la Maestría de Marketing

Lima, 12 de octubre de 2016

RESUMEN:

El plan de negocio para la implementación de una aplicación móvil donde se oferten servicios de belleza a través de la herramienta de geolocalización tiene como objetivo general el determinar la viabilidad económica y financiera de dicho proyecto. Asimismo, plantea como objetivos específicos analizar el entorno para la identificación de oportunidades de negocio y de la competencia, entender el comportamiento y las necesidades del público objetivo, identificar el mercado potencial así como la demanda.

Se propone un modelo de negocio innovador y de valor, estableciendo los planes de marketing, operaciones, administrativo, económico y de recursos humanos; y evaluando la rentabilidad de la propuesta de negocio.

La propuesta que se plantea, consiste en desarrollar una empresa facilitadora de servicios de belleza a domicilio soportada en una aplicación móvil de geolocalización. El cliente puede solicitar un estilista para la realización de servicios de belleza dentro de los distritos de San Isidro, Miraflores, San Borja, Surco, Magdalena del Mar y Barranco.

Siendo el ratio de acción amplio se debe contar con estilistas en diferentes puntos de los distritos mencionados para llevar al cliente una propuesta de valor basada en la rapidez, calidad y disponibilidad del servicio. Ante esta necesidad, Beauty Service propone utilizar la geolocalización para conectar a clientes con los prestadores del servicio.

En tal sentido, se debe trabajar en base a dos públicos, por un lado los clientes finales definidos como mujeres de 25 a 45 años de los NSE A y B que habiten o trabajen en los distritos previamente mencionados; y por otro lado, a los estilistas independientes o pequeños salones de belleza que deseen asociarse a la empresa para optimizar sus tiempos y generar ingresos.

A través del análisis estratégico, se observa que el entorno actual favorece el óptimo desarrollo del negocio en el mercado, contándose con una serie de características que benefician el mismo, como por ejemplo la estabilidad económica y política, el desarrollo social, el crecimiento del uso de herramientas tecnológicas y la penetración de las tarjetas de crédito. Si bien el entorno actual contribuye positivamente al plan, se debe tener especial cuidado con el poder de negociación de los clientes y estilistas cuyo equilibrio determinará la viabilidad del negocio.

En los estudios realizados, tanto de carácter cualitativo y cuantitativo, se identifica un importante interés en el uso del servicio así como la relevancia del mismo, valorándose que sean las prestaciones las que se adapten a sus tiempos y requerimientos. En lo que respecta a los estilistas, los más interesados en participar son los independientes o quienes están iniciando su propio negocio pues les estaría brindando cierto reconocimiento y evitando tiempos muertos en sus negocios.

En el plan de marketing se busca posicionar a la aplicación como un salón de belleza a domicilio, o donde se requiera, a cargo de profesionales que logran que el cliente esté siempre impecable para cualquier ocasión, brindando servicios de peinado, maquillaje, manicure y pedicure, de calidad, sin colas y de manera segura. Para ello, se desarrollan diversas estrategias de marketing, apoyadas por el plan de operaciones en donde se optimizaran los recursos de la empresa para el desarrollo del servicio. Del mismo modo, considerando que el plan se soporta en una aplicación, se desarrolla el plan de tecnología donde se detalla cómo se transforma el modelo y los requerimientos del negocio en un sistema integrado utilizando tecnologías de información.

Adicionalmente, se trabaja el plan de administración y recursos humanos con el fin de proporcionar un organigrama eficiente y definir claramente las funciones de trabajo para lograr los objetivos del servicio así como captar y retener al personal idóneo.

Finalmente, se aterriza la viabilidad del proyecto en el análisis económico, en donde se determina la inversión inicial de S/ 300,000 para la implementación, obteniendo un VAN económico de S/ 215,752 con una TIR de 41% superando el costo de oportunidad calculado de 19%.