

Style Soft



Trabajo de Investigacion en

Ingenieria

Daniel Estiven Olaya Barrera

Corporacion Unificada de Educacion Superior

## Introduccion

Hoy en día, conforme avanza la tecnología y automatización de procesos, las empresas, entidades gubernamentales, financieras, consultorios, estéticas, entre muchos otros, buscan reducir gastos operativos y perseguir una mayor rentabilidad con el fin de ampliar su negocio.

al no poseer una solución informática, toda la información dada por sus clientes, los empleados de esta microempresa lo registran de manera manual y no tienen una base de datos que les ayude a obtener de manera fácil, rápida y eficaz la información de estos. En ese sentido, el 8% de centros de estéticas no están sistematizados de un 80% aproximadamente, un 60% pierde clientes por no contar con servicios en una plataforma digital para les ayude al mejoramiento de la estética se ven carentes de un sistema que automatice el proceso de registrar el ingreso de los datos, citas y servicios de sus clientes.

Por si fuera poco, dicha empresa también presenta dificultad con reservación de turnos, pérdida de registro de puntos de fidelidad de los clientes, además de necesitar un inventario para controlar las ventas e ingresos, sin dejar de lado, el uso de grandes cantidades de cartón, papel y plástico.

Otra de las grandes problemáticas es que al no adaptarse a estas tecnologías las empresas se transforman en un negocio tradicional, lo que evita la interacción con clientes que han incursionado en este estilo de vida lleno de tecnología cada día cambiante

**Objetivo general:**

Diseñar y desarrollar un sistema que le permita tener un control virtual de la documentación, facturación y datos para facilitar y agilizar los procesos que se lleven a cabo en dicha empresa.

**Objetivos específicos:**

1. Realizar el levantamiento de información para identificar las problemáticas que presenta la estética para poder darles solución.
2. Identificar los requerimientos funcionales y no funcionales según los parámetros que necesita el cliente.
3. Crear un proceso sobre el inventario de la estética para generar un orden y registro de los productos para conocer su disponibilidad.
4. Elaborar bases de datos para poder administrar la información de usuarios y su historial.
5. Gestionar una base de datos la cual almacene puntos de fidelidad de los clientes.
6. Diseñar un Perfil de cliente que le permita reservar, visualizar y comunicarse con su Asesor de imagen
7. Fomentar campañas de marketing mediante contenido interactivo entre la aplicación y las redes sociales

## **Claves del Éxito**

*Para tener éxito en un proyecto de software de belleza es clave:*

*Conocer al público objetivo*

*Ofrecer una experiencia de usuario excepcional*

*Mantenerse actualizado con las tendencias*

*Establecer relaciones sólidas con los clientes*

*Ser innovador*

*Utilizar estrategias de marketing efectivas.*

## Capítulo 1

### *1. Descripción del Problema*

Muchas personas luchan por encontrar productos de belleza adecuados para su tipo de piel y necesidades específicas. A menudo, esto implica probar una gran cantidad de productos costosos antes de encontrar los adecuados, lo que resulta en tiempo y dinero desperdiciados. Además, hay una gran cantidad de información en línea sobre productos de belleza, pero puede ser abrumadora y confusa para los usuarios.

### *2. Alternativas Existentes*

Hay varios sitios web y aplicaciones móviles que ofrecen revisiones de productos de belleza y recomendaciones personalizadas, pero muchos de ellos son parciales y no ofrecen una experiencia de usuario personalizada.

### *3. Solución:*

Style Soft es una solución de software de belleza todo en uno que utiliza inteligencia artificial y análisis de datos para proporcionar recomendaciones de productos de belleza personalizadas a los usuarios. Los usuarios pueden ingresar información sobre su tipo de piel, tono, textura y necesidades específicas, y se ofrecerán recomendaciones de productos de belleza específicos para ellos. Además, el software proporcionará información detallada sobre los ingredientes de los productos, incluida la seguridad y la eficacia, y las revisiones auténticas de otros usuarios para ayudar a los usuarios a tomar decisiones informadas.

### *4. Modelo de Negocio:*

Style Soft seguirá un modelo de suscripción mensual, con opciones de pago adicionales para características premium. También se asociará con fabricantes de productos de belleza para proporcionar recomendaciones y promociones exclusivas a los usuarios.

### *5.Propuesta de Valor Única:*

Style Soft ofrece recomendaciones personalizadas y detalladas de productos de belleza basadas en la ciencia y datos objetivos. Los usuarios pueden ahorrar tiempo y dinero al encontrar los productos adecuados para ellos desde el principio, mientras que los fabricantes de productos de belleza pueden llegar a un público objetivo más específico y aumentar su base de clientes.

### *6. Ventaja Desleal:*

*Style Soft cuenta* con un algoritmo avanzado de análisis de datos y un equipo de expertos en belleza para garantizar recomendaciones precisas y detalladas de productos de belleza.

Además, la plataforma ofrece un enfoque imparcial y basado en la ciencia para proporcionar información sobre productos de belleza.

### *7.Canales:*

Style Soft utilizará principalmente canales digitales, como un sitio web y una aplicación móvil, para llegar a los usuarios. También utilizará marketing de influencers y publicidad en línea para aumentar la conciencia de la marca.

### *8.Segmento de clientes:*

Style Soft se enfocará en mujeres y hombres de todas las edades interesados en productos de belleza. La plataforma será especialmente útil para aquellos con necesidades específicas de cuidado de la piel o aquellos que son nuevos en el cuidado de la piel y necesitan orientación.

9. *Primeros usuarios:* Los primeros usuarios de Style Soft serán principalmente aquellos que son apasionados de los productos de belleza y están dispuestos a pagar por una solución personalizada y detallada. La plataforma también apelará a aquellos que están insatisfechos con sus productos de belleza actuales y buscan una solución más efectiva.

## Capítulo 2

*Atracción:* En esta etapa, el objetivo es llamar la atención de los usuarios y hacerles saber sobre la existencia del software de belleza. Para lograr esto, se pueden utilizar diferentes estrategias de marketing digital, como publicidad en línea, marketing de influencia, contenido en redes sociales, entre otros.

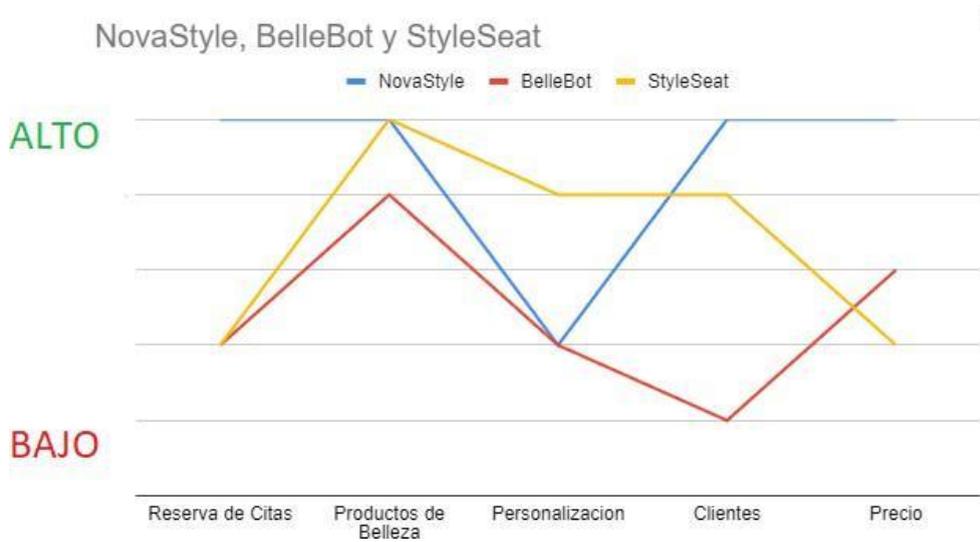
*Interacción:* Una vez que se ha captado la atención de los usuarios, se busca fomentar su interés en el software de belleza. En esta etapa, se pueden ofrecer demostraciones gratuitas, contenido educativo de alta calidad y pruebas gratuitas de la plataforma. Además, es importante enviar información detallada sobre la plataforma y su propuesta de valor única por medio de correo electrónico.

*Conversión:* En esta etapa, el objetivo es crear un fuerte deseo de utilizar el software de belleza en los usuarios. Para lograrlo, se pueden ofrecer promociones y descuentos exclusivos para nuevos usuarios, así como contenido que resalte los beneficios únicos de la plataforma. También es importante destacar las experiencias positivas de los usuarios existentes y las revisiones positivas del software de belleza.

*Fidelización:* Finalmente, el objetivo es convertir el interés y el deseo en una acción concreta, como registrarse en la plataforma o realizar una compra en la tienda en línea. Para lograrlo, se puede utilizar un llamado a la atención en todas las comunicaciones con los usuarios, así como una experiencia de usuario intuitiva y sin errores en la plataforma. Además, se puede ofrecer una garantía de satisfacción para que los usuarios se sientan seguros al probar el software de belleza.

## Capítulo 3

### 3.1 Escenario Estrategico.



En esta grafica podemos observar como NovaStyle obtiene la puntuación más alta en todas las variables excepto en personalización y productos de belleza. Esta plataforma se destaca por su facilidad de reserva de citas y su amplia variedad de productos de belleza. También cuenta con un enfoque en la atención al cliente y tiene un precio razonable. BelleBot, por otro lado, obtiene una puntuación baja en reserva de citas, personalización y clientes. Sin embargo, se destaca en la variable de productos de belleza, aunque no tanto como NovaStyle. El precio es moderado. StyleSeat se ubica en la parte media en todas las variables. Es una plataforma fuerte en la personalización y productos de belleza, y cuenta con un número sólido de clientes. El precio es moderado-alto.

### 3.3 Los *NO* Clientes

**Nivel 1:** son aquellas personas que aún no conocen la existencia del software de belleza.

**Atracción:** Se realizarán estrategias de marketing como publicidad en línea, marketing de influencia, contenido en redes sociales y campañas de correo electrónico dirigidas a públicos específicos.

**Nivel 2:** son aquellos que conocen el software de belleza, pero aún no están interesados en utilizarlo.

**Atracción:** Se ofrecerán demostraciones gratuitas, contenido educativo de alta calidad, pruebas gratuitas de la plataforma y descuentos exclusivos para nuevos usuarios.

**Nivel 3:** son aquellos que están interesados en el software de belleza, pero no han desarrollado un fuerte deseo por utilizarlo.

**Atracción:** Se ofrecerán promociones y descuentos exclusivos para nuevos usuarios, contenido que resalte los beneficios únicos de la plataforma, y destacar las experiencias positivas de los usuarios existentes y las revisiones positivas del software de belleza.

### 3.4 Matriz Eric

---



## ELIMINAR

Eliminación de requisitos técnicos complicados, como la necesidad de conocimientos avanzados en programación o tecnología, para hacer el software accesible para peluquerías de distintos niveles de experiencia y habilidades tecnológicas.



## IMPLEMENTAR

Experiencia al usuario, a través de interfaces intuitivas, diseños atractivos y opciones de personalización que se ajusten a las necesidades y preferencias de las peluquerías.

---

# OCEANO AZUL



## REDUCIR

- Contaminación ambiental
- Desfases de dinero
- Pérdida de Documentación o puntos de los Clientes



## CREAR

Creación de herramientas de gestión de citas y reservas  
Creación de funcionalidades de seguimiento de clientes  
Creación de opciones de marketing digital, como campañas de correo electrónico, promociones especiales y programas de lealtad

---

## Capítulo 4 Marketing Mix

### 4.2 Estrategia Producto:

- Innovar y agregar nuevas funciones al software de belleza para destacarlo de la competencia.
- Atraer usuarios ofreciendo una versión gratuita del software con funciones limitadas que puedan convertirse en clientes.
- Identificar las necesidades de los clientes a través de pruebas y encuestas de satisfacción para realizar mejoras en el software.

### 4.3 Estrategia Precio:

- Ofrecer diferentes paquetes de servicios con precios diferenciados dentro del software de belleza.
- Implementar un modelo de suscripción flexible que permita a los usuarios elegir el plan que mejor se adapte a sus necesidades.
- Ofrecer descuentos a los clientes que renuevan su suscripción o invitan a nuevos usuarios a unirse al software.

### 4.4 Estrategia Plaza:

- Disponer el software de belleza en diferentes plataformas como aplicaciones móviles o versiones de escritorio.
- Establecer alianzas con negocios relacionados como salones de belleza o spas para promocionar el software.
- Ofrecer soporte técnico localizado en diferentes regiones o países donde se use el software.

#### 4.5 *Estrategia Promocion:*

- Utilizar el marketing de influencia a través de bloggers, youtubers o influencers de belleza para promocionar el software en las redes sociales.
- Atraer nuevos usuarios mediante concursos o sorteos en las redes sociales.
- Informar a los usuarios existentes sobre las nuevas características o actualizaciones del software a través de correo electrónico y ofrecer promociones especiales.

## Capítulo 5

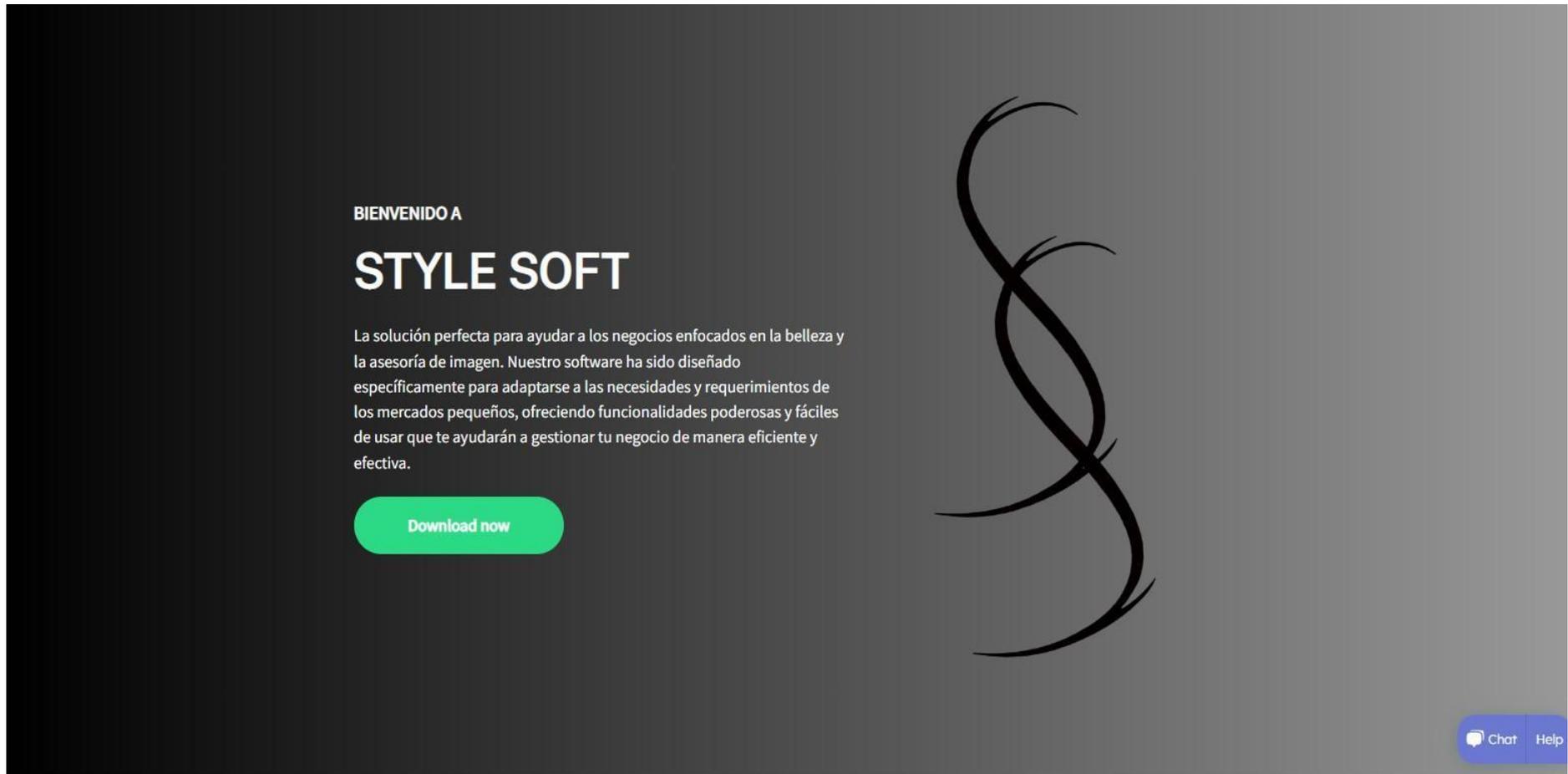
### 5.1 Boceto de Redes Sociales y Perfil:



En nuestras redes sociales nos centraremos en:

- Contenido generado por los usuarios, como reseñas y testimonios, que demuestren la efectividad y la utilidad del software.
- Ofertas especiales, descuentos y promociones que incentiven a los usuarios a descargar o suscribirse al software.
- Contenido educativo sobre tendencias de belleza, cuidado personal y productos relacionados con el software de belleza.

## 5.2 Landing Page



Nuestra Landing Page se caracteriza por tener una imagen atractiva y moderna, representa la marca y su concepto de la Belleza, en la pagina destaca un botón verde que permite descargar la aplicación de manera gratuita para que los usuarios puedan probar las funcionalidades sin ningún costo alguno.



## BENEFICIOS DESTACADOS

- ✓ Personalización: se puede personalizar según tus necesidades específicas, permitiéndote adaptarlo a tu negocio y mercado.
- ✓ Fácil de usar: Nuestra interfaz intuitiva y amigable hace que sea fácil comenzar a utilizar nuestro software sin complicaciones.
- ✓ Soporte localizado: Nuestro equipo de atención al cliente está disponible en tu idioma y en tu horario local para brindarte el mejor servicio.

[Download now](#)

## Capítulo 6

### *6.1 Historia de la Empresa*

Style Software es una aplicación que ha estado en Desarrollo continuo desde el año 2022, surgió de un salon de belleza el cual contaba con dificultades al momento de procesar la información de sus Clientes, Empleados, Productos y Servicios que se ofrecían, en base a la experiencia y la colaboración de múltiples salones de belleza, se empezó a desarrollar una solución para esta problemática.

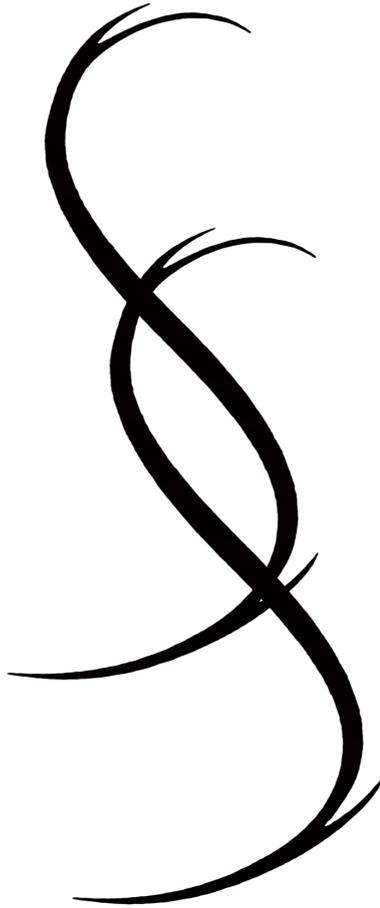
### *6.2 Objetivos de la marca*

El objetivo de la compañía es ser el principal referente en el mercado de software de belleza, brindando soluciones innovadoras y personalizadas para satisfacer las necesidades de sus clientes a nivel global. Su visión consiste en ayudar a los salones de belleza a mejorar su eficiencia, incrementar la satisfacción de sus clientes y ampliar su presencia, mediante el uso de tecnología avanzada, un servicio al cliente excepcional y una estrategia de crecimiento sólida y sostenible.

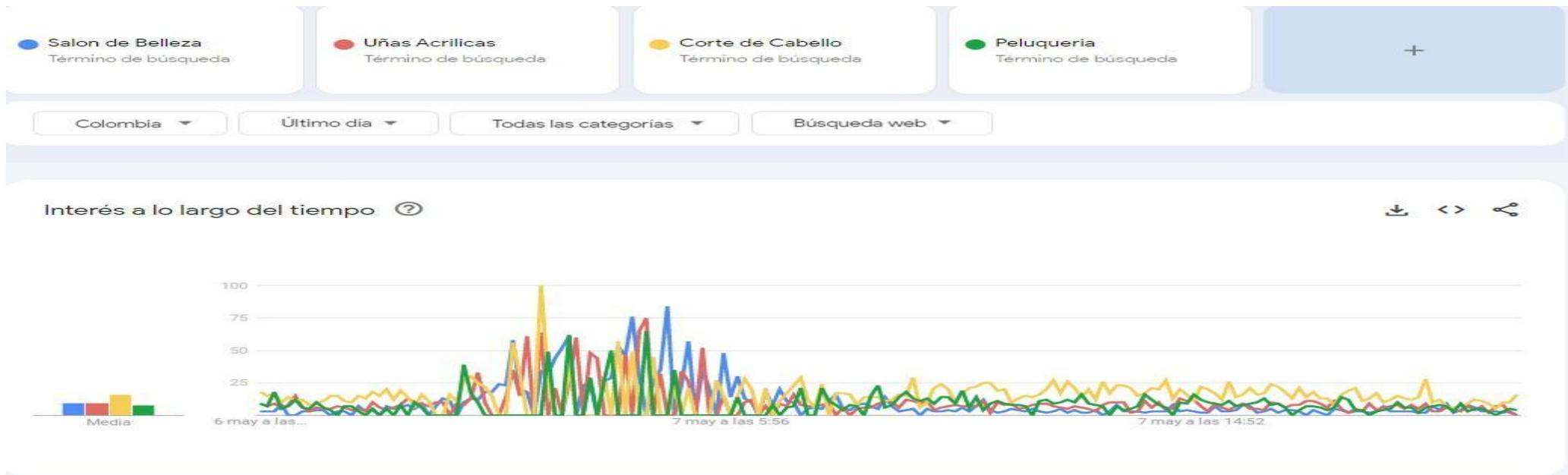
### *6.3 Promesa de la marca*

Nuestro Software es la herramienta perfecta para impulsar tu negocio en mercados pequeños, brindándote una solución eficiente, fácil de usar y asequible. Con características innovadoras y un soporte dedicado, te ayudaremos a optimizar tus operaciones, mejorar tu productividad, y obtener ventaja competitiva en el mercado local. Descubre el potencial de nuestro Software y empieza a crecer con confianza.

## 6.4 Logo



## Capítulo 7. Métricas Clave



### 7.1 Planea Una Campaña Digital

Se plantearon las siguientes métricas clave con el objetivo de difundir una campaña de Marketing Digital ya que son las palabras relacionadas a la belleza que están en tendencia, a continuación su explicación:

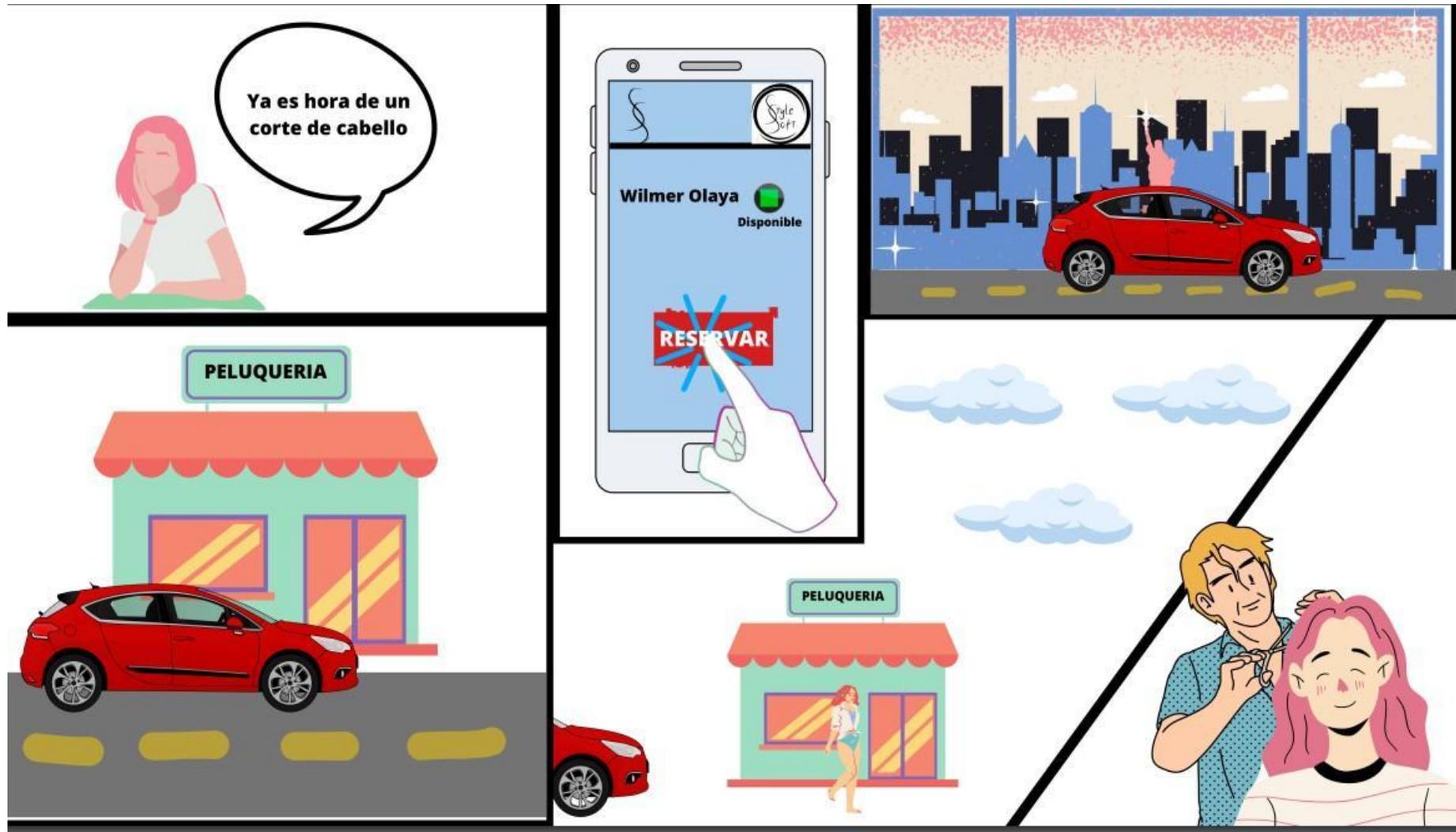
**1.Salón de Belleza:** Métrica general para servicios de belleza en salones, incluyendo peinados, cuidado de piel, depilación, maquillaje, etc. Relevante para comprender tendencias y necesidades generales de clientes en la industria de la belleza.

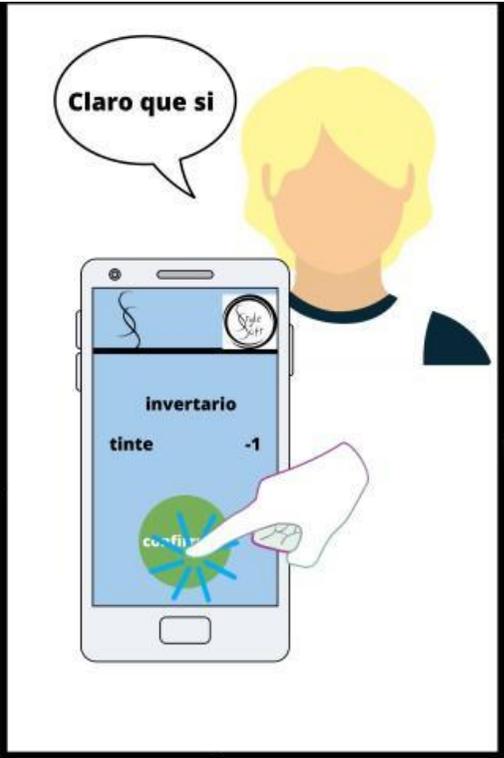
**2.Uñas Acrílicas:** Métrica enfocada en técnica de uñas acrílicas. Relevante para comprender tendencias y necesidades de clientes en cuidado de uñas y servicios relacionados.

**3.Corte de Cabello:** Métrica enfocada en servicio de corte de cabello. Relevante para comprender tendencias y necesidades de clientes en cuanto a estilos y cuidado de cabello.

**4.Peluquería:** Métrica amplia que incluye servicios como corte de cabello, peinados, cuidado de piel, depilación, maquillaje, etc. Relevante para comprender tendencias y necesidades generales de clientes en la industria de la belleza, con enfoque en servicios de peluquería.

## Capitulo 8. Propuesta de Valor Unica





## Capítulo 9 Estudio Técnico I

9.1

PROYECTO CREACIÓN DE EMPRESAS 2
ESTUDIO TÉCNICO I

<b>Principales consideraciones del negocio:</b>
Style Software es un Aplicativo diseñado para todo el sector de estética, nuestro enfoque es conocer las necesidades de nuestros clientes con el fin de que se cumplan todos sus requisitos necesarios para brindar un buen servicio, brindamos un sistema fácil de usar, compatible con todos los dispositivos que cuenten con un navegador web, ofreciendo precios accesibles y competitivos ante el mercado laboral, garantizamos seguridad, confianza, rendimiento y calidad; mediante la retroalimentación de nuestros clientes ofreceremos actualizaciones con el fin de mejorar nuestro servicio

<b>DEFINICIONES ESTRATÉGICAS</b>					
<b>MACROLOCALIZACIÓN Y MICROLOCALIZACIÓN</b>					
<b>Criterio</b>	<b>Aspectos a considerar</b>	<b>Descripción</b>	<b>Alternativa 1</b>	<b>Alternativa 2</b>	<b>Alternativa 3</b>
			<b>MEDELLÍN - SUR</b>	<b>BOGOTÁ - NORTE</b>	<b>CALI - OCCIDENTE</b>
<b>GEOGRÁFICOS</b>	<b>Ubicación de los consumidores</b>	Público objetivo concentrado en ciudades grandes, donde no es posible hacer tantos desplazamientos. No hay grandes dificultades con los ingredientes ya que hacen parte del suministro agrícola de la ciudad.	4	5	4
	<b>Ubicación de los insumos</b>				
	<b>Vías de comunicación</b>				
	<b>Medios de transporte</b>				
<b>ECONÓMICOS</b>	<b>Perspectivas de desarrollo</b>	Considerar una ubicación con altos niveles de desembolso de acuerdo a la propuesta de valor, preferiblemente ciudades con altos niveles de ingreso per cápita y zonas de desarrollo empresarial.	4	5	3
	<b>Actividades empresariales</b>				
	<b>Servicios auxiliares</b>				
	<b>Costo terreno - arrendamiento</b>				
<b>Costo de mano de obra</b>					
<b>INFRAESTRUCTURA</b>	<b>Energía eléctrica</b>	Determinante tener todos los suministros de servicios básicos. Es importante revisar las tarifas integradas de servicio para reducir costos operativos.	4	5	4
	<b>Suministro de gas</b>				
	<b>Acueducto</b>				
	<b>Facilidades de comunicación</b>				
<b>INSTITUCIONALES</b>	<b>Regulaciones de impuestos</b>	Validar ciudades/zonas con incentivos para emprendimientos y generación de	5	5	3
	<b>Estímulos fiscales</b>				
	<b>Regulaciones ambientales</b>				

puestos de trabajo.

	<b>Actitud de la comunidad</b>				
<b>OTROS ASPECTOS</b>	<b>Costos de transporte</b>	Lugar con posibilidad de zonas outdoor, necesidad de espacio de parqueo y facilidad de acceso a pie o en transporte público. Espacio que permita ubicar zonas de clientes, cocina, almacenamiento y espacios administrativos.	4	3	4
	<b>Vías de acceso</b>				
	<b>Seguridad</b>				
	<b>Tamaño del sitio</b>				
	<b>Flujo de personas</b>				
			<b>21</b>	<b>23</b>	<b>18</b>

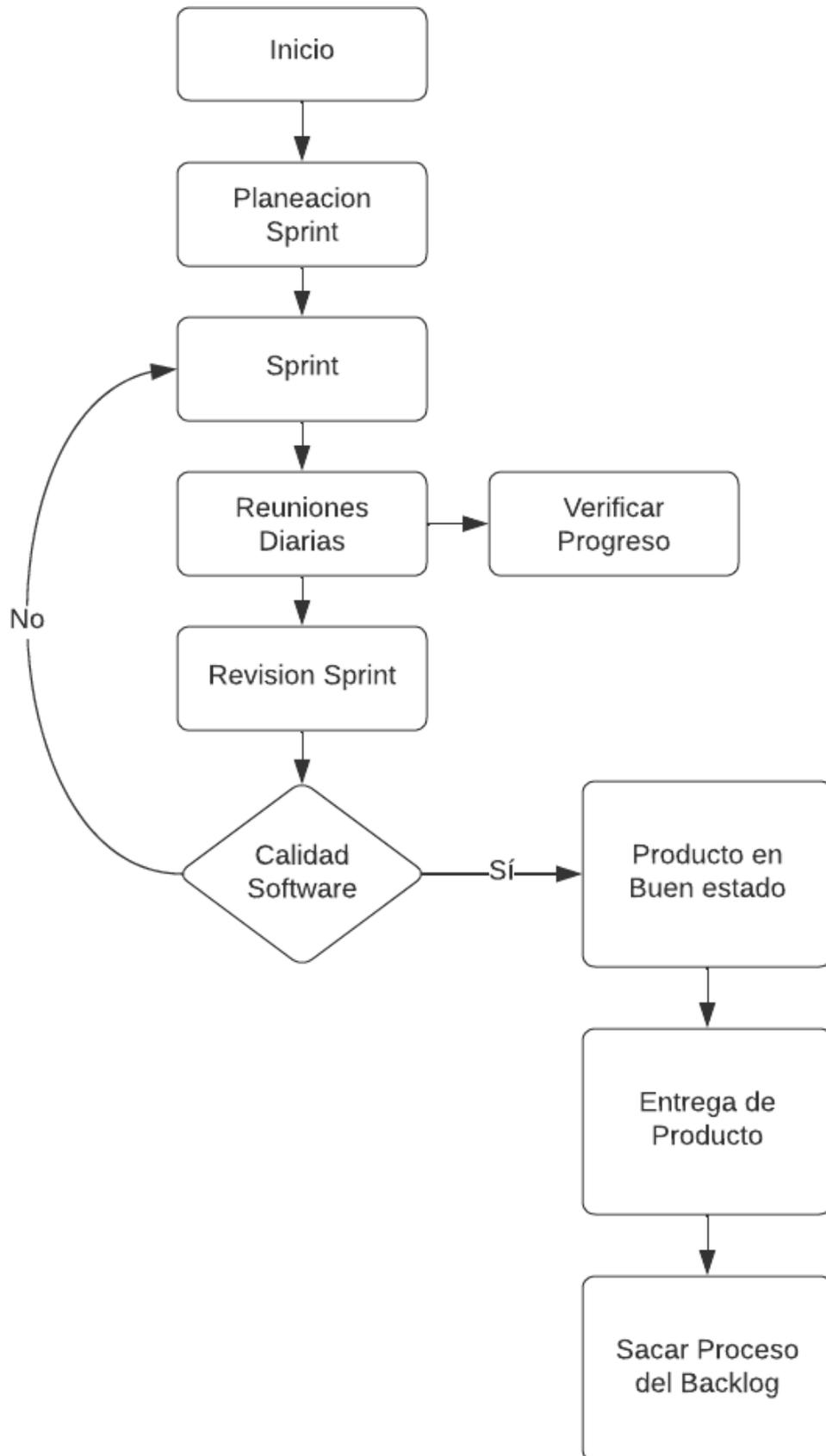
9.3

**DISTRIBUCIÓN GENERAL DEL PUNTO DE VENTA (TAMBIÉN APLICA PARA PUNTO DE SERVICIO O PRODUCCIÓN)**



MAQUINARIA Y EQUIPO			
ÁREA	EQUIPO	CANTIDAD	VALOR
Administrativa	Software	1	\$ 5.000.000
	Computador	4	\$ 18.000.000
	Escritorio	4	\$ 3.500.000
	Papelería	4	\$ 80.000
	Impresora	4	\$ 1.800.000
Producción	Cocina industrial	1	\$ -
	Uniformes	6	\$ -
	Campana	2	\$ -
	Equipo especializado	3	\$ -
	Neveras	3	\$ -
Comercial	Mesas y sillas	4	\$ 3.500.000
	Computador	4	\$ 12.000.000
	Papelera	1	\$ 80.000
	Telefonos	1	\$ 1.000.000
	Impresoras	1	\$ 1.800.000
Logística	Mesas y sillas	1	\$ 3.000.000
	TV	1	\$ 2.500.000
	Computador	1	\$ 2.000.000
	Impresora	2	\$ 600.000
	Papelera	1	\$ 60.000
			<b>\$ 54.920.000</b>

## Capítulo 10. Flujograma



### **Bibliografía:**

González, V. J. L., Álvarez, J. C. E., Zurita, C. I. N., & Muñoz, J. B. S. (2019). Marketing mix de servicios de valor agregado de última milla. Valor y trascendencia de las 4 P. *Visionario digital*, 3(2.2), 145-172.

Farro, T. M. (2013). La estrategia del océano azul para emprendedores. *Apuntes de Ciencia & Sociedad*, 3(1).