

APLICACIÓN MÓVIL PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE IMAGEN
PERSONAL EN LA CIUDAD DE NEIVA

CLEYDI TATIANA FAJARDO SANABRIA

SARA LUCIA MORALES CAQUIMBO

JOHN ALEXANDER TOLOZA RUIZ

DOCENTES ENCARGADOS

JHON GONZALEZ, RAÚL ANDRÉS VILLAMIL,
JAIDER MARTINEZ TRUJILLO, PIEDAD FRANCO.

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR CUN

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

NEIVA- HUILA

2020

TABLA DE CONTENIDO

1. DESCRIPCION IDEA DE NEGOCIO.....	4
2. MODELO DE NEGOCIO	6
2.1 Escoja un modelo de negocio de ventas por Internet.....	6
2.2 Como captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet.....	6
2.3 Cómo cerrará la venta por Internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?.....	7
3. INNOVACION SOSTENIBLE.....	8
3.1 Cuadro No 1 innovación sostenible	8
4. ANALISIS DEL SECTOR	10
4.1 Estrategia Océano azul.....	11
4.2 Análisis de PORTER.....	12
5. MARKETING MIX.....	14
5.1 Estrategias de productos para clientes.....	14
5.2 Portafolio.....	16
6. DESARROLLO DE MARCA.	17
7. LOCALIZACION DEL PROYECTO.....	18
8. INGENIERIA DEL PROYECTO.....	19
9. FICHA TECNICA DEL SERVICIO.....	21

10. STORY BOARD.....	21
11. BIBLIOGRAFIA... ..	25

1. DESCRIPCION DE LA IDEA DE NEGOCIO

Con el avance de la tecnología y de los mercados, las personas se enfrentan a una sociedad cada vez más exigente, lo cual hace que el tiempo y la toma de decisiones oportunas, se conviertan en unos de los factores más importantes para el ser humano.

Hoy en día, los asuntos laborales, académicos, cuidado del hogar y la familia, hacen un ritmo de vida estricto y limitan mucho el tiempo que las personas tienen para satisfacer sus necesidades en cuanto al cuidado personal, es por ello, que están en constante búsqueda de opciones que dinamicen su vida cotidiana en el cumplimiento de los distintos roles que asumen.

Por otro lado, el tiempo que se invierte en movilización, atención y retorno, hace cada vez más complejo acceder a los servicios de cuidado personal, por lo tanto, una alternativa que permita disfrutar de este servicio, ofreciendo ganancias en tiempo al reducir los costos de movilidad, puede ser una propuesta que genere valor e impacto en el mercado local.

En vista de lo anterior, este proyecto tiene como propósito principal el diseño y la materialización de estrategias efectivas, innovadoras y competitivas de marketing y publicidad que se utilizaran en el desarrollo de una aplicación móvil para la prestación de servicios de asesoría de imagen personal, logrando de esta manera ganar posicionamiento y participación en el mercado de la ciudad de Neiva.

Garantizaremos al usuario la información de contacto completa del oferente, que le permita solicitar un servicio que se encuentre dentro de sus necesidades.

Desarrollaremos un estudio de mercadeo que nos permita explorar las necesidades de los usuarios y los asesores de imagen, y que nos permita reconocer el interés del uso de este servicio en la ciudad de Neiva. Mediante estrategias promocionales efectivas para el público en general con el propósito de conseguir visualización de la aplicación en los diferentes sitios web.

El avance en el diseño de aplicaciones móviles, la interacción de los usuarios de la internet se incrementa con cada nuevo desarrollo que sale al público en general, las innovaciones tecnológicas en cuanto a programación e ingenio publicitario crea una interfaz atractiva para quien utiliza la APP y a diario observamos cómo estas cualidades van resaltando el trabajo de los programadores; la apertura que ofrece a los mercados regionales y globales, prácticamente la comunicación entre oferentes y demandantes se masificará, no importa el lugar de donde provenga el usuario, si él cuenta con la WEBAPP encontrará su centro de belleza apropiado y el asesor de imagen podrá hacerse acreedor a los beneficios económicos provenientes de la utilización de la Aplicación.

La tienda de aplicaciones ofrecerá al usuario la posibilidad de hacer calificaciones tanto de la app como de los oferentes, con estos datos, se puede realizar un ranking que permitirá a los asesores de imagen que se encuentren en la parte baja diseñar un plan de mejora de la calidad de su servicio, permitiendo así a los usuarios contar con innovadoras y eficientes prácticas en los centros de belleza, el contagioso “boom” que cause la APP permitirá una difusión que hará que más usuarios deseen hacer parte de los registrados, lo que provocara la inscripción de proveedores del servicio ampliando así el portafolio y el número de asesores de imagen oferentes.

2. MODELO DE NEGOCIO

(LIENZO)

2.1 Escoja un modelo de negocio de ventas por Internet y responda estas preguntas:

COACHING ONLINE

2.2. Como captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

Para ser más enfáticos en el ejemplo, lo utilizaremos en base al proyecto, puesto que iría de la mano, ya que tendríamos tres estrategias claras para llevar a cabo. La primera es **ESPECIALIZARSE Y POSICIONARSE COMO EXPERTOS EN “EL TEMA”**, es decir, en todo lo que tendría que ver con el cuidado personal. Cuando te especializas, consigues tener una mayor credibilidad y automáticamente aumenta el voz a voz en el nicho del cuidado personal que se elija. Ser el mejor en lo que haces. Segundo, ofrecer programas individuales o grupales donde se especifique el tema que se quiera profundizar para alcanzar el objetivo que se requiera, y tercero, fidelizar esos clientes potenciales que tenemos identificados ya que en realidad esos clientes te pueden ayudar a captar más personas interesadas en el tema y al complementar los programas de cuidado personal, con profesionales idóneos se puede lograr un buen equipo de trabajo para alcanzar los objetivos propuestos.

2.3 Como y que alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

Para el desarrollo de las diferentes ofertas que se pueden hacer en las múltiples líneas para el cuidado personal, desde el cuidado de las uñas hasta los métodos para tener una sana alimentación, se contara con profesionales idóneos en el tema, ofrecer diferentes alternativas no solo en variedad de programas si no desde la identificación de la necesidad que el oferente requiera mejorar o aplicar en su vida cotidiana, ser un aliado en las estrategias que se utilicen para sostener y mejorar el objetivo que se quiera, con diferentes métodos probatorios que se ajusten a cada persona desde el sitio o lugar que lo solicite.

¿ Como cerrara la venta por Internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?

Normalmente, para cerrar cualquier tipo de negocio, desde que se haga un acuerdo de pago, y se de una inicial, queda “legalizado” y se podría llamar un contrato ya sea verbal o escrito que se de en ambas partes. Ahora en tiempos de “pandemia” se logró acelerar cualquier tipo de negocio que queramos de forma online. Hay varias formas o medio de pago que se pueden utilizar, el método más acorde y general es el PSE, plataforma de la cual diferentes bancos acceden a hacer sus consignaciones o transferencias. De igual forma se tendría una cuenta de ahorros o corriente de manera más personalizada.

3. INNOVACION SOSTENIBLE

PRODUCTO O SERVICIO	AGUA	ENERGIA	MATERIA PRIMAS	EMISIONES	RESIDUOS
Nuestro producto es la creación de un WEBAPP para la prestación de servicios del cuidado personal.	Nuestro uso de agua es muy reducido ya que la cantidad de personas y actividad es donde se requiera grandes usos de este recurso.	Para reducir el uso de energía nos ubicaremos en locaciones donde contemos la mayor parte del día con gran cantidad de luz natural, adicional instalaremos lámparas led de bajo consumo. Nuestros equipos de trabajo contarán con	Nuestras materias primas son nuestros equipos pc, servidores, Periféricos y demás elementos que nos ayudan a incluir datos a nuestra WEBAPP	Nuestras emisiones se representan en desechos electrónicos que se vuelven obsoletos o se dañan después de un tiempo de uso prudente por lo que son bajas y no se generan constantemente	Son representados por los RAEE en su gran mayoría ya que nuestro consumo de elementos de papelería es muy bajo

		<p>pantallas led de bajo consumo, y solo trabajaremo s en horario diurno.</p>			
--	--	---	--	--	--

3.1 Cuadro No 1 Innovacion Sostenible.

4. ANÁLISIS DEL SECTOR

4.1 Estrategia océano azul:

4.1.1. Identifique quien es su competencia

4.2.1. Defina las variables importantes para su idea de negocio

4.3.1. Dele un valor de (1 a 5)

4.4.1. Desarrolle la estrategia con su explicación de (incrementar, reducir, eliminar o mantener).

Desarrolle estrategias claras con respecto a las variables importante que van a diferenciarlo con su competencia:

WEBAPP: Para la intermediación de servicios de belleza	COM PRA	ENTR EGA	US O	COMPLEM ENTO	MANTENI MIETO	ELIMINA CION
PRODUCTI VIDAD DEL CLIENTE	4	3	5	5	1	1
SIMPLICID AD	5	5	5	5	1	1

COMODIDAD	5	5	5	5	5	5
RIESGO	1	1	1	1	1	1
DIVERSION O IMAGEN	5	3	5	5	5	5
AMABILIDAD CON EL MEDIO AMBIENTE	5	5	5	5	5	5

Cuadro No 02 Analisis del Sector

OCEANO AZUL:



4.2 ANÁLISIS DE PORTER

Las cinco fuerzas pueden ayudar a su idea a comprender la estructura del sector en el cual compete y elaborar una posición que sea más rentable y menos vulnerable a los ataques. Para resolver realice la lectura "CINCO FUERZAS DE PORTER"

Genera la estrategia para cada uno:

PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS CLIENTES.

PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES.

AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.

AMENAZA DE PRODUCTOS ENTRANTES.

RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES.



5. MARKETING MIX

5.1 Estrategias de productos para clientes

Núcleo: El éxito de la aplicación móvil para la prestación de servicios de imagen personal, no es directamente proporcional a lo compleja que sea la aplicación. Todo lo contrario. Los usuarios demandan un interfaz simple e intuitivo. Una navegación fácil basada en las pautas de diseño para la WebApp. Cualquiera que sea la funcionalidad, cuanto más fácil se entregue, mejor, y no perderemos usuarios. Lo cual hace que sea una de las cualidades esenciales que ayuda a reunir y mantener un público fiel. La WebApp contará con todas las leyes establecidas para su funcionamiento, de igual manera será divulgada para cualquier cliente que lo requiera. Un tema importante como la confidencialidad de los datos, está protegida en el nivel legal pero también existen otros aspectos que atienden a la importancia de la seguridad como puede ser el acceso a información sensible de cada usuario.

Se dictarán capacitaciones para los asesores de imagen que requieran prestar sus servicios y así mismo contar con profesionales idóneos en cualquier segmento de los servicios y/o productos que requieran. Se aprovechará las alianzas que realizaremos con las marcas, para así beneficiarnos mutuamente en calidad y precios.

Calidad: Como lo habíamos indicado previamente nuestro principal objetivo es la optimización del tiempo, la búsqueda de asesores de imagen desde su teléfono móvil nos permitirá reconocer rápidamente cual es el sitio adecuado según la necesidad presentada. Igualmente permitirá el registro de todos los proveedores de servicio

posibles, así como el de todos los probables clientes, el registro de los proveedores tendrá un valor el cual será designado de acuerdo a las políticas establecidas por los desarrolladores del proyecto. También contaremos con los mas altos estandares de calidad en cada uno de los procesos y las líneas de segmentación del mercado, para ofrecerles la mayor confianza y asi mismo obtener la credibilidad a nuestros posibles clientes. La eficiencia y la eficacia en la prestación del servicio serán parte del objetivo principal, los mismos clientes serán los que alimenten nuestra base de datos y argumenten la calidad del servicio. También se evitara trasladarse hasta el centro de belleza ahorrando tiempo y dinero beneficiados del servicio a domicilio.

Diseño: Nuestra WEBAPP, contara con un diseño adaptado a las pantallas para tener una comodidad a la hora de navegar y no tener que usar zoom, tendrá contenido directo a todas las necesidades de los clientes para tener un mayor impacto visual.

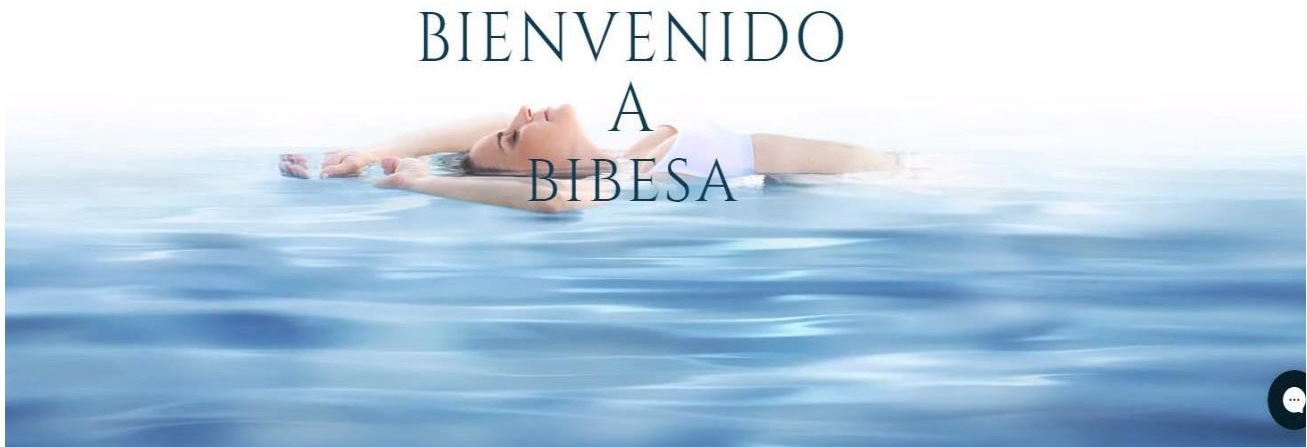
Servicio: Para el desarrollo de las diferentes ofertas que se pueden hacer en las múltiples líneas para el cuidado personal, desde el cuidado de las uñas hasta los métodos para tener una sana alimentación, se contará con profesionales idóneos en el tema, ofrecer diferentes alternativas no solo en variedad de programas si no desde la identificación de la necesidad que el oferente requiera mejorar o aplicar en su vida cotidiana, ser un aliado en las estrategias que se utilicen para sostener y mejorar el objetivo que se quiera, con diferentes métodos probatorios que se ajusten a cada persona desde el sitio o lugar que lo solicite contando con la programación a los

servicios a domicilio, teniendo flexibilidad en el horario que el cliente lo requiera y aplicar el Feedback del servicio a través de nuestra WEBAPP.

5.2 Portafolio



INICIO NOSOTROS TRATAMIENTOS CONTACTO



6. DESARROLLO DE MARCA

MATRIZ DE DESARROLLO DE MARCA

Nombre de la idea:

APLICACIÓN MOVIL PARA LA PRESTACION DE SERVICIOS DE IMAGEN PERSONAL EN LA CIUDAD DE NEIVA

PASOS	OBJETIVOS	RESULTADO
<p>Primer paso: Diagnostico del mercado</p>	<p>A. Identificación del sector:</p>	<p>Cada día ven el mercado con una mayor actividad comercial, lo que ha generado cambios en la manera de promocionar sus productos y/o servicios. Es por ello que nuestro potencial tecnológico hace que nuestro nicho de mer</p>
	<p>B. Identificar marcas de competencia:</p>	<p>Nuestra idea es generar una idea de negocio que hasta el momento no existe , por lo que todo nuestra propuesta es innovadora y cada servicio ofrecido puede ser mejorado de acuerdo al comportamiento del mercado.</p>
	<p>C. soluciones:</p>	<p>Con el avance de la tecnología y de los mercados, las personas se enfrentan a una sociedad cada vez más exigente, lo cual hace que el tiempo y la toma de decisiones oportunas, se conviertan en unos de los factores más importantes para el ser humano.</p>
	<p>D. tendencias del mercado</p>	<p>Una App para Smartphone, que le permita al usuario conocer la ubicación del centro de</p>

		belleza más cercano, según la información y el servicio que requiera.
Segundo paso: Realidad psicológica de la marca	A. Percepción de la marca de las competencias	Principalmente las siguientes variables de congruencia, credibilidad, confianza, actitudes y equidad hacia la marca.
	B. Identificar variables de neuromarketing.	Variables: fácil manejo, alcance del cliente desde cualquier destino, una orientación visual que esté al alcance del cliente.

Cuadro No 3 Desarrollo de marca

7. LOCALIZACION DEL PROYECTO

7.1 Macro localización:

País: Colombia

Departamento: Huila

Ciudad: Neiva capital del departamento, nos permite mantener transporte a bajo costo distancias cortas entre lugares que facilitan el desplazamiento, esta ciudad cuenta con servicios públicos incluido servicios de energía eléctrica y de comunicación.

Barrio: La quinta



7.2 Micro localización:

Se encuentra ubicado en el edificio Séptima Avenida, del barrio La quinta

Dirección: Crr 7 No 7 -06

Cerca de la zona central de la ciudad

Rodeada por 5 centros de estética a menos de 4 cuadras, los cuales son nuestro centro de negocio.

8. INGENIERIA DEL PROYECTO

Cuál es el proceso que se debe seguir para la producción del bien o prestación del servicio?

Como primera medida se realiza un diagnostico que permita evidenciar los movimientos de la empresa junto con todos los lineamientos que se deben implementar,

seguido un análisis de clima laboral, motivación y participación de todos los integrantes, de este modo nos permitirá tener una visión y un control de calidad.

Actividad del proceso:

- Contiene mayor viabilidad de servicios para mejoramiento y alcance a nuestros usuarios, tiene como prioridad estar al alcance de servicios de belleza personal en cualquier ciudad de origen del cliente.
- Generar la información adecuada y diferenciada para que los distintos clientes puedan adquirir su servicio de forma más efectiva.

Tiempo estimado de realización:

Para llevar a cabo el proceso se estima un determinado tiempo de por lo menos un año, dado que no tiene límites físicos por su carácter inmaterial puede existir una dimensión ilimitada.

Cargos que participan en la actividad

Al tratarse de una WEBAPP el número de cargos varía según la funcionalidad de las actividades, detallaremos unos de los cargos que participa:

1. Administrador de la WEBAPP
2. Personal de mantenimiento
3. Diseñador de software
4. Ideales para ofrecer publicidad y servicios de atención al cliente.

Número de personas que intervienen por cargo

Se estima 1 solo número de personas por cargo y según puntos de atención a nivel local.

Equipos y maquinas que se utilizan:

Nuestras materias primas son nuestros equipos pc, servidores, Periféricos y demás elementos que nos ayudan a incluir datos a nuestra WEBAPP.

9. FICHA TECNICA DEL SERVICIO

BIENVENIDO A BIBESA	"BIBESA"		
	CODIGO: 50101	VERSIÓN	FECHA
FICHA TECNICA DEL SERVICIO			
A. NOMBRE DEL SERVICIO			
BIBESA es una aplicación móvil que presta servicios de asesoría de imagen personal en la ciudad de Neiva.			
B. OBJETIVO			
Garantizar al usuario mediante una webapp un amplio portafolio de servicios que puedan contratar desde sus casas o lugar de trabajo, satisfaciendo la necesidad de tener más tiempo libre para sus ocupaciones y/o actividades prioritarias, permitiéndoles conocer la ubicación del centro de belleza más cercano, o así mismo si desean servicio a domicilio, según la información y el servicio que requiera.			
C. METODOLOGIA			
Cada día el mercado contiene una mayor actividad comercial y el ser humano por naturaleza se adapta cada vez mas rápido a los cambios, lo que ha generado la innovación de distintos métodos tecnológicos que nos permiten promocionar cualquier tipo de producto y/o servicio. De acuerdo con estos avances nos enfrentamos a una sociedad bastante exigente lo cual hace que el tiempo y la toma de decisiones oportunas se conviertan en uno de los factores más importantes para los usuarios, mediante esta webapp se facilitará la consecución de servicios de asesores expertos y profesionales en estética corporal, siendo diseñada para que pueda identificar cualquier tipo de servicio y el centro de belleza más cercano, indicando ciertos parámetros, como por ejemplo, una base de datos que se irá alimentando con la información personal de los demandantes, generando confiabilidad en la credibilidad de los datos, teniendo un fácil acceso para el alcance del público, ahorrando tiempo y dinero.			
D. DESCRIPCIÓN GENERAL			
Bibesa ofrecerá al usuario la posibilidad de hacer calificaciones tanto de la app como de los oferentes, con estos datos, se puede realizar un ranking que permitirá a los asesores de imagen que se encuentren en la parte baja diseñar un plan de mejora de la calidad de su servicio, permitiendo así a los usuarios contar con innovadoras y eficientes prácticas en los centros de belleza, el contagioso "boom" que cause la Webapp permitirá una difusión que hará que más usuarios deseen hacer parte de los registrados, lo que provocará la inscripción de proveedores del servicio ampliando así el portafolio y el número de asesores de imagen oferentes. Igualmente la webapp satisficará cualquier tipo de servicio para cumplir con las expectativas, ahorrando tiempo programando su servicio a domicilio, con horarios flexibles adecuados a cada cliente, siendo nuestro diferenciador la eficiencia en cada práctica realizada.			
D. DURACION			
La duración que estimamos para el desarrollo de los procesos en la creación de la webapp y así mismo darlo a conocer al público, es de un año aproximadamente. Teniendo mucha perseverancia, creatividad, pasión, liderazgo y trabajo en equipo.			
E. PERFIL DEL CLIENTE			
Nuestro proyecto está dirigido a todo tipo de usuarios, ¿Quién no toma un corte de cabello?, sin embargo no está lejos de la realidad que en un 90% se encuentran las mujeres como usuarias de los servicios de belleza, el cuidado de la piel y además adicionando a esto, que dos de cada cinco mayores de edad utiliza celular, minimizando la brecha de la no utilización del servicio.			
F. PERFIL DE QUIEN ENTREGA EL SERVICIO			
<p>Segun sea el servicio, se establece una tabla de %</p> <p>ASESORES DE IMAGEN PERSONAL</p> <p>Tempo completo</p> <p>Medio tiempo</p> <p>Horas</p> <p>Salario mínimo</p> <p>Dedicación y remuneración</p> <p>Nombre del cargo</p> <p>Funciones principales</p> <p>REQUISITOS DE CONTRATACIÓN</p> <p>Indefinido</p> <p>Tiempo parcial</p> <p>Prestación de servicios</p> <p>Tipo de contratación</p> <p>Perfil requerido</p> <p>Formación</p> <p>Experiencia general</p> <p>Experiencia específico</p> <p>PRESTACION DE SERVICIOS</p> <p>PROFESIONALES DE LA BELLEZA Y SALUD</p>			
Firma del responsable del servicio:		REPRESENTANTE LEGAL	
Nombre del servicio	del Responsable del servicio	CLEYDI T.FAJARDO S. SARA L. MORALES C. JOHN A.TOLORZA R.	Firma: CLEYDI T.FAJARDO S. SARA L. MORALES C. JOHN A.TOLORZA R.

10. STORY BOARD

What problem are you trying to solve?

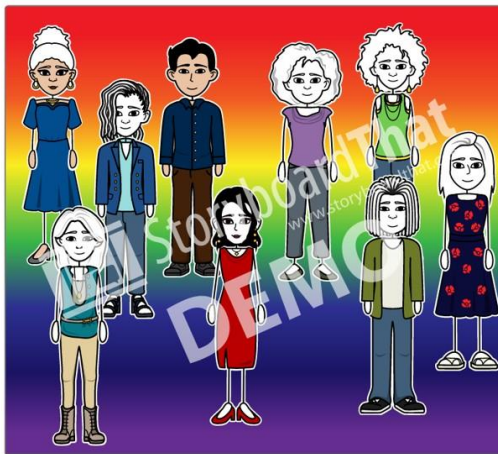


- El mantener una imagen personal adecuada, que permita mantener un aspecto agradable y de correcta higiene en todo momento.

Imagen No 01 Story board

Imagen No 02 Story board

Who is your target audience?



- El publico objetivo, son niños, niñas, mujeres y hombres adolescentes y todas de todos los estratos que vivan en la ciudad de Neiva y puedan contratar los servicios de un estilista.

How will you solve this problem?



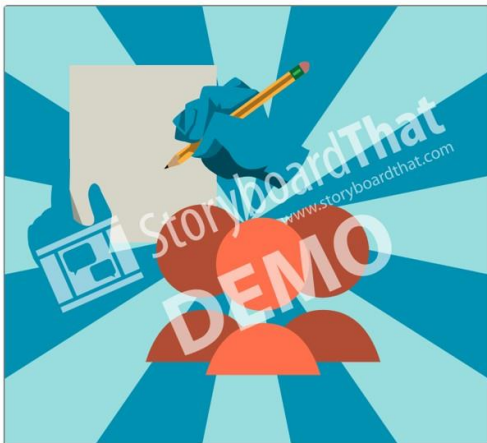
- Se desarrollara un WEBAPP que nos permita encontrar y contratar los servicios, de estilistas profesionales, con tarifas regulares de acuerdo a su presupuesto, esta nos permitirá encontrar el Local, escoger el estilista ver los servicios, que presta y escoger la modalidad entre presencial en sala o domicilio.

 StoryboardThat

Imagen No 03 Story board

Imagen No 04 Story board

What is the first step?



- El primer plasmar la idea, y socializarlo con publico en general y medir el nivel de interés de este desarrollo.

 StoryboardThat

11. BIBLIOGRAFÍA

1. Coba, J. R. (abril de 2016). Obtenido de_
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/13466/1/UPS-GT001820.pdf>
2. Cobiruto. (7 de Marzo de 2014). *Slideshare*. Obtenido de Slideshare:_
<https://es.slideshare.net/cobiruto/historia-de-las-aplicaciones-moviles>
3. DINERO, R. (29 de JUNIO de 2014). *Industria de la belleza mueve \$600.000 millones*. Obtenido de <https://www.dinero.com/empresas/articulo/inversiones-del-mercado-belleza/198024>
4. PINEDA, K. M. (07 de DICIEMBRE de 2015). *ACADEMIA*. Obtenido de ACADEMIA:_
[https://www.academia.edu/19546698/APLICACIONES MOVILES F D.I](https://www.academia.edu/19546698/APLICACIONES_MOVILES_F_D.I)
5. Ruíz, V. L.-J. (2017). Obtenido de_
<https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/1627/TG00470.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
6. WordPress.com., B. d. (s.f.). *Aplicaciones móviles*. Obtenido de Blog de WordPress.com.: <https://appsmovilescavucm.wordpress.com/>
7. YO, U. S. (17 de SEPTIEMBRE de 2013). *UPSA SOY YO*. Obtenido de_
<https://upsasoyyo.wordpress.com/2013/09/17/aplicaciones-moviles-la-evolucion/>