

**TECNOLÓGICO UNIVERSITARIO RUMIÑAHUI  
CARRERA MARKETING DIGITAL Y VENTAS**

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO  
A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
TÉCNICO EN MARKETING DIGITAL Y VENTAS**

**TEMA:**

Plan de negocio y marketing para el servicio de belleza y peluquería de la marca CIS Hair Studio en la ciudad de Quito parroquia de Amaguaña en el año 2024.

**Marca:** CIS Hair Studio

**Para Comercializar:** El servicio de peluquería

**Ubicación:** Ecuador

**Año:** 2024-2025

**Autor:** Tania a Aracely Navarrete Andrango

**Tutor:** Danilo Santillán Msc.

**SEPTIEMBRE 2024  
SANGOLQUÍ-ECUADOR**



**CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE  
TITULACIÓN**

**CT-ANX-2024-ISTER-6-6.1**

Sangolquí, 15 de 10 de 2024

**MSc. Elizabeth Ordoñez  
DIRECTORA DE DOCENCIA**

**MSc. Mónica Loachamín  
COORDINADORA DE TITULACIÓN**

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE  
UNIVERSITARIO**

**Presente**

Por medio de la presente, yo, Tania Aracely Navarrete Andrango declaro y acepto en forma expresa lo siguiente: Ser autor del trabajo de titulación denominado Plan de negocio y marketing para el servicio de belleza y peluquería de la marca CIS Hair Studio en la ciudad de Quito parroquia de Amaguaña en el año 2024, de la Tecnicatura Superior en MARKETING DIGITAL Y VENTAS; y a su vez manifiesto mi voluntad de ceder al Instituto Superior Tecnológico Rumiñahui con condición de Universitario, los derechos de reproducción, distribución y publicación de dicho trabajo de titulación, en cualquier formato y medio, con fines académicos y de investigación.

Esta cesión se otorga de manera no exclusiva y por un periodo indeterminado. Sin embargo, conservo los derechos morales sobre mi obra.

En fe de lo cual, firmo la presente.

Atentamente,

Tania Aracely Navarrete Andrango  
C.I.: 1723407365

**MATRIZ SANGOLQUÍ: Av. Atahualpa 1701 y 8 de Febrero**  
**Telf: 0960052734 / 023524576 / 022331628**  
**www.ister.edu.ec / Info@ister.edu.ec**

**FORMULARIO PARA ENTREGA DE PROYECTOS EN  
BIBLIOTECA INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO  
RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE UNIVERSITARIO**

**CT-ANX-2024-ISTER-1**

**CARRERA:**

**TECNICATURA SUPERIOR EN MARKETING DIGITAL Y VENTAS**

**AUTOR /ES:**

**TANIA ARACELY NAVARRETE ANDRANGO**

**TUTOR:**

**Msc. DANILO SANTILLAN**

**CONTACTO ESTUDIANTE:**

**0984622923**

**CORREO ELECTRÓNICO:**

**Tania\_0806navarrete@hotmail.com**

**TEMA:**

**PLAN DE NEGOCIO Y MARKETING PARA EL SERVICIO DE BELLEZA Y  
PELUQUERÍA DE LA MARCA CIS HAIR STUDIO EN LA CIUDAD DE QUITO  
PARROQUIA DE AMAGUAÑA EN EL AÑO 2024.**

**OPCIÓN DE TITULACIÓN:**

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE TÉCNICO EN MARKETING DIGITAL Y VENTAS**

**RESUMEN EN ESPAÑOL:**

**CIS HAIR STUDIO ES UNA PELUQUERÍA UBICADA EN AMAGUAÑA QUE  
OFRECE VARIOS SERVICIOS A SUS DISTINGUIDOS CLIENTE Y NUEVOS  
CLIENTES, BRINDANDO UNA EXPERIENCIA SENSACIONAL CON UN TRATO DE  
CALIDAD Y PERSONALIZADO. HEMOS CUMPLIDO CON NUESTROS OBJETIVOS  
EXPUESTOS. ALIVIANDO UNA NECESIDAD DE RESERVA DE CITAS PARA UNA  
MEJOR EXPERIENCIA, MEJORANDO LA CALIDAD Y CALIDEZ DEL SERVICIO,  
DE ESTA MANERA OBTUVIMOS RESULTADOS ESPERADOS, NUEVOS CLIENTES  
Y FIDELIZAR A LOS CLIENTES ANTIGUOS. CON LAS PUBLICACIONES  
ORGÁNICAS Y PAGADAS, LOGRAMOS TENER UN MEJOR POSICIONAMIENTO A  
NIVEL DE LAS PELUQUERÍAS DEL SECTOR, GENERANDO ENGAGEMENT EN  
REDES SOCIALES Y CONVIRTIENDO LEADS EN CLIENTES. EN LAS  
PUBLICACIONES OBTUVIMOS UN ROI POSITIVO, INDICANDO QUE LA  
INVERSIÓN ESTÁ GENERANDO INGRESOS. TENEMOS UN DISEÑO CREATIVO  
EN NUESTRA PÁGINA WEB QUE ESTÁ DISPONIBLE PARA NUESTROS  
CLIENTES. CONTAMOS CON UN PERSONAL CALIFICADO CUBRIENDO CADA**

**MATRIZ SANGOLQUÍ: Av. Atahualpa 1701 y 8 de Febrero**

**Telf: 0960052734 / 023524576 / 022331628**

**📞🌐📧 [www.ister.edu.ec](http://www.ister.edu.ec) / [info@ister.edu.ec](mailto:info@ister.edu.ec)**





UNA DE LAS NECESIDADES DE NUESTROS CLIENTES Y TRABAJANDO CON CALIDAD GENERANDO NUEVAS EXPERIENCIAS POSITIVAS. A FUTURO SE MANTENDRÁ UN MONITOREO Y ANÁLISIS CONSTANTE SOBRE CIS HAIR STUDIO Y SE IDENTIFICARÁ LOS PUNTOS DE MEJORA. CIS HAIR STUDIO ES UNA PELUQUERÍA MUY CONFIABLE, CON PERSONAL CAPACITADO BRINDA UN ASESORAMIENTO PERSONALIZADO LLEVANDO A OTRO NIVEL LA EXPERIENCIA.

**PALABRAS CLAVE:**

EXPERIENCIA  
PELUQUERÍA  
SERVICIOS  
ENGAGEMENT  
CLIENTES

**ABSTRACT:**

CIS HAIR STUDIO IS A HAIR SALON LOCATED IN AMAGUAÑA THAT OFFERS VARIOUS SERVICES TO ITS DISTINGUISHED CLIENTS AND NEW CLIENTS, PROVIDING A SENSATIONAL EXPERIENCE WITH QUALITY AND PERSONALIZED TREATMENT. WE HAVE FULFILLED OUR STATED OBJECTIVES. RELIEVING A NEED TO BOOK APPOINTMENTS FOR A BETTER EXPERIENCE, IMPROVING THE QUALITY AND WARMTH OF THE SERVICE, IN THIS WAY WE OBTAINED EXPECTED RESULTS, NEW CUSTOMERS AND BUILDING LOYALTY FROM OLD CUSTOMERS. WITH ORGANIC AND PAID PUBLICATIONS, WE MANAGED TO HAVE A BETTER POSITIONING AT THE LEVEL OF THE HAIR SALONS IN THE SECTOR, GENERATING ENGAGEMENT ON SOCIAL NETWORKS AND CONVERTING LEADS INTO CUSTOMERS. IN THE PUBLICATIONS WE OBTAINED A POSITIVE ROI, INDICATING THAT THE INVESTMENT IS GENERATING INCOME. WE HAVE A CREATIVE DESIGN ON OUR WEBSITE THAT IS AVAILABLE TO OUR CUSTOMERS. WE HAVE QUALIFIED STAFF COVERING EVERY ONE OF OUR CUSTOMERS' NEEDS AND WORKING WITH QUALITY, GENERATING NEW POSITIVE EXPERIENCES. IN THE FUTURE, CONSTANT MONITORING AND ANALYSIS WILL BE MAINTAINED ON CIS HAIR STUDIO AND POINTS FOR IMPROVEMENT WILL BE IDENTIFY. CIS HAIR STUDIO IS A VERY RELIABLE HAIR SALON, WITH TRAINED STAFF, PROVIDES PERSONALIZED ADVICE, TAKING THE EXPERIENCE TO ANOTHER LEVEL.

**PALABRAS CLAVE:**

EXPERIENCE  
HAIR SALON  
SERVICES  
ENGAGEMENT  
CLIENTS

**MATRIZ SANGOLQUÍ:** Av. Atahualpa 1701 y 8 de Febrero

Telf: 0960052734 / 023524576 / 022331628

📞📧 [www.ister.edu.ec](http://www.ister.edu.ec) / [info@ister.edu.ec](mailto:info@ister.edu.ec)



## SOLICITUD DE PUBLICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2024-ISTER-2  
Sangolquí, 15 de 10 del 2024

Sres.-  
**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE  
UNIVERSITARIO**

**Presente**

A través del presente me permito aceptar la publicación del trabajo de titulación de la Unidad de Integración Curricular en el repositorio digital "DsPace" del estudiante: Tania Aracely Navarrete Andrango, con C.I.: 1723407365 alumno de la Carrera TÉCNICO SUPERIOR EN MARKETING DIGITAL Y VENTAS.

Atentamente,

  
Firma del Estudiante  
C.I.: 1723407365

Han sido revisadas las similitudes del trabajo en el software "TURNITING" y cuenta con un porcentaje de .....; motivo por el cual, el Proyecto Técnico de Titulación es publicable. (EL PORCENTAJE DE SIMILITUD DEBE SER MÁXIMO DE 15%)

\_\_\_\_\_  
MSc. Elizabeth Ordoñez  
DIRECTORA DE DOCENCIA

\_\_\_\_\_  
MSc. Mónica Loachamín  
COORDINADORA DE TITULACIÓN

Fecha del Informe \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

**MATRIZ SANGOLQUÍ:** Av. Atahualpa 1701 y 8 de Febrero  
Telf: 0960052734 / 023524576 / 022331628  
📍📞🌐 [www.ister.edu.ec](http://www.ister.edu.ec) / [Info@ister.edu.ec](mailto:Info@ister.edu.ec)



## **AGRADECIMIENTO**

**Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a las personas que han sido fundamentales en la culminación de este primer escalón.**

**Agradezco en primer lugar a DIOS por la salud y la fortaleza durante este tiempo.**

**A mi querida madre, Carmen. Tu amor incondicional, apoyo constante y sabias palabras de aliento han sido mi mayor fuente de fortaleza. Gracias por creer en mí y por estar siempre a mi lado, incluso en los momentos más difíciles.**

**A mi hermana Marianela, por tu paciencia y por estar siempre a mi lado, animándome y ayudándome a superar cada desafío.**

**A mi papito Luis, quien está en el cielo. Aunque ya no estés físicamente a mi lado, tu amor y enseñanzas siguen guiándome. Siempre te llevaré en mi corazón, y este logro es también un tributo a tu memoria. Gracias por todo lo que me diste y por el ejemplo que dejaste.**

**Y de manera especial a Gonzalo, cuyo empuje inicial para comenzar mis estudios y el apoyo incondicional durante todo este tiempo han sido esenciales para la culminación. Tu confianza y aliento han sido una fuente constante de motivación y fortaleza.**

**Gracias por estar siempre ahí y por todo lo que has hecho para ayudarme a llegar hasta aquí.**

**A mis maestros por toda la pasión entregada en cada enseñanza, el compartir su sabiduría con mucho amor y profesionalismo.**

**A cada uno de ustedes, mi más profundo agradecimiento. Sin su apoyo y confianza, este logro no habría sido posible.**

## ÍNDICE GENERAL

<b>CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO DIGITAL .....</b>	<b>9</b>
<b>1.1 Antecedentes</b>	
<b>1.1.1 Marketing Digital</b>	
<b>1.2 Problema</b>	
<b>1.3 Contexto</b>	
<b>1.4 Justificación</b>	
<b>1.5 Objetivos</b>	
<b>1.6 Impacto</b>	
<b>1.7 Modelo de Negocio Digital: B2C</b>	
<b>CAPÍTULO II: PROCESO CREATIVO .....</b>	<b>14</b>
<b>2.1 Logotipo</b>	
<b>2.2 Isotipo</b>	
<b>2.3 Slogan</b>	
<b>2.4 Colores Institucionales, Positivo Negativo, Usabilidad, Aplicaciones</b>	
<b>2.5 Historia de la Marca</b>	
<b>2.6 Quienes somos</b>	
<b>2.7 Core Business</b>	
<b>2.8 Filosofía empresarial: Misión, Visión, Valores</b>	
<b>2.9 Mapa de percepción o posicionamiento: Definición y gráfica</b>	
<b>2.10 Propuesta de Valor Digital.</b>	
<b>2.11 Segmentación y Microsegmentación.</b>	
<b>CAPÍTULO III: PROCESO ESTRATÉGICO ORGANIZACIONAL.....</b>	<b>23</b>
<b>3.1 Análisis del entorno/ pestel</b>	
<b>3.2 Análisis de la Competencia/ 5 fuerzas de porter</b>	
<b>3.3 Identificación de Oportunidades</b>	
<b>3.4 Identificación de Amenazas</b>	
<b>3.5 Análisis Interno de la Empresa/ cadena de valor</b>	
<b>3.6 Identificación Fortalezas</b>	
<b>3.7 Identificación Debilidades</b>	
<b>3.8 Matriz foda inicial</b>	
<b>CAPÍTULO IV: PROCESO ESTRATÉGICO COMERCIAL.....</b>	<b>31</b>
<b>4.1 Marketing Mix 4Ps</b>	
<b>4.2 Marca/producto</b>	
<b>4.2.2 Reconocimiento de marca</b>	
<b>4.2.3 Personalidad de marca</b>	
<b>4.2.4 Categoría de productos</b>	
<b>4.2.5 Mezcla de productos</b>	
<b>4.2.6 Matriz de Ansof</b>	
<b>4.2.7 Matriz BCG</b>	
<b>4.3 Precio</b>	
<b>4.3.1 Cálculo del Margen del portafolio del emprendimiento por categoría</b>	
<b>4.3.2 Estrategia de fijación de precios por cada producto o servicio</b>	

- 4.3.3 Punto de Equilibrio de cada producto o servicio
- 4.3.4 Catálogo de Productos: Características, Beneficios, Precio
- 4.3.5 Budget en unidades
- 4.3.6 Budget en dólares

#### 4.4 PLAZA O CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

- 4.4.1 Estructura del canal total
- 4.4.2 Estructura del canal digital
- 4.4.3 Nichos de mercado por cada canal y su número de potenciales clientes

#### 4.5 PROMOCIÓN

- 4.5.1 Plan de Medios: Tradicional y Digital; ATL & BTL
- 4.5.2 Promoción de Marca: Top of Mind & Dirección estratégica y Plan de Acción
- 4.5.3 Promociones por Canales: Dirección estratégica y Plan de Acción
- 4.5.4 Promoción Canal Digital:
- 4.5.5 Trade Marketing: Merchandising, Impulsación, Vitrinismo

### CAPÍTULO V: PROCESO ESTUDIO DE MERCADO .....64

#### 5.1 Investigaciones de Mercado

- 5.1.1 Resumen del estudio de Mercado: Metodología, Muestra, Encuesta, Entrevista, Focus Group, Investigación en web
- 5.1.2 Presentación de resultados gráficos
- 5.1.3 Análisis de Resultados y Estadística Descriptiva
- 5.1.4 Conclusiones de cada pregunta del estudio
- 5.1.5 Foda Final
  - 5.1.6.1 Perfil del consumidor
  - 5.1.6.2 Gustos, preferencias e intereses
  - 5.1.6.3 Segmento de mercado
  - 5.1.6.4 Producto o servicio
  - 5.1.6.5 Promoción y Comunicación
  - 5.1.6.6 Precios
  - 5.1.6.7 Forma de compra en el canal de distribución
  - 5.1.6.8 Hábitos de consumo y decisión de compra
  - 5.1.6.9 Forma de pago y logística de entrega
- 5.1.7 Planificación estratégica: Objetivos, Estrategias, Metas, Plan de acción, responsables, presupuesto

### CAPÍTULO VI: PROCESO LEGAL, ORGANIZACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE MARKETING DIGITAL Y CONTENIDO..... 82

- 6.1 Normativa del Comercio electrónico en Ecuador y Ley Consumidor
- 6.2 Normativa Tributaria para tiendas en línea en Ecuador
- 6.3 Organización del Departamento de Inbound Marketing
- 6.4 Puestos claves del Departamento
- 6.5 Funciones del Departamento
- 6.6 Organigrama Orgánico-Funcional
- 6.7 Implementar campañas con Inbound Marketing: Metodología
  - 6.7.1 Buyer Persona
  - 6.7.2 Buyer's Journey
  - 6.7.3 Sales Process
- 6.8 Técnica lluvia de ideas para Promociones
- 6.9 Técnica lluvia de ideas para Contenido



- 6.10 Plan de Contenidos
- 6.11 Cronograma de anuncios

## **CAPÍTULO VII: PROCESO TÉCNICO LOGÍSTICO E IMPLEMENTACIÓN DE TODO EL ECOSISTEMA DIGITAL..... 97**

- 7.1 Presentación Sitios Web actuales: Sitio web con Wordpress, Landing Page, Perfil del Negocio
- 7.2 Presentación e integración de todas las redes sociales
- 7.3 Ventaja competitiva de la presencia en Internet
- 7.4 Tienda OnLine
  - 7.4.1 Creación de la tienda online por: Woocommerce ó Ecwid u otro
  - 7.4.2 Diseño del sitio
  - 7.4.3 Datos básicos de la tienda virtual
  - 7.4.4 Catálogo de Productos: Características y Beneficios
  - 7.4.5 Precios
  - 7.4.6 Palabras claves
  - 7.4.7 Carrito de compra
  - 7.4.8 Pasarela de pagos y medio de pagos: Tarjeta crédito, manual, Pay pal, Payphone, ...
  - 7.4.9 Botón de pagos
  - 7.4.10 Proceso Logístico
  - 7.4.11 Presentación de la tienda on line en la web
  - 7.4.12 Presentar transacciones reales o simuladas

## **CAPÍTULO VIII: PROCESO ESTUDIO FINANCIERO E INVERSIÓN.....105**

- 8.1 Gastos de Promoción
- 8.2 Asignación de presupuesto mensual y anual
- 8.3 Plan de Inversión en plataformas digitales
- 8.4 Plan de Inversión en Marketing Tradicional
- 8.5 Campañas pagadas #1 en Redes Sociales por Ads (Meta BS, Twitter, Tik Tok, LinkedIn)
- 8.6 Campañas pagadas #1 en Motores de búsqueda por: GoogleAds 1 y Youtube Ads 1

## **CAPÍTULO IX: PROCESO INTEGRACIÓN DE LA TIENDA ONLINE, EVALUACIÓN DE CAMPAÑAS.....108**

- 9.1 Resumen de links de todo el ecosistema digital: SitioWeb+Tienda en línea, Maps, LP, RRSS Fanpage, Instagram, Tik Tok, Canal Youtube.
- 9.2 ROI DIGITAL: Concepto y Análisis
- 9.3 Conclusiones
- 9.4 Referencias

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1-</b> Mapa de posicionamiento de peluquerías en el sector de Amaguaña .....	20
---	----

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> - Segmentación de CIS Hair Studio .....	22
<b>Tabla 2</b> – Microsegmentación de CIS Hair Studio .....	22
<b>Tabla 3</b> – Matriz FODA de CIS Hair Studio .....	30



## CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO DIGITAL

### 1.1 Antecedentes

En los últimos cinco años, el sector de peluquería en Ecuador ha crecido significativamente, con un incremento anual promedio del 5%. Este crecimiento se ha impulsado por la mayor demanda de servicios especializados, la influencia de las redes sociales, y un aumento en la profesionalización de los estilistas.

La economía nacional y la urbanización han jugado un papel crucial en este desarrollo, mientras que la pandemia de COVID-19 inicialmente afectó negativamente al sector, pero resultó en una rápida recuperación. La competencia es intensa, y las estrategias de marketing se centran en la presencia digital y la fidelización del cliente.

#### 1.1.1 Marketing Digital

En los últimos cinco años, las peluquerías en Ecuador han adoptado estrategias de marketing digital para crecer y competir eficazmente. La presencia en redes sociales como Instagram, Facebook y TikTok ha sido fundamental para mostrar trabajos, promocionar ofertas y conectar con clientes. Colaborar con influencers locales ha aumentado la visibilidad y la confianza en las peluquerías. La publicidad pagada en redes sociales y Google Ads ha permitido segmentar y atraer a un público específico, mientras que el marketing de contenidos a través de blogs y videos educativos ha posicionado a las peluquerías como expertos y mejorado su SEO. Además, la gestión de reseñas en plataformas como Google y Facebook ha sido crucial para la reputación online.

El uso de herramientas de análisis digital ha permitido a las peluquerías ajustar sus estrategias en tiempo real. En conjunto, estas acciones han revolucionado la promoción y conexión de las peluquerías con sus clientes, asegurando un crecimiento sostenido y mejorando la competitividad en el mercado.

En la era digital actual, es fundamental que las empresas cuenten con una sólida presencia en línea para llegar a su público objetivo y generar negocios. " CIS Hair Studio ", una peluquería que busca destacarse en el mercado, puede beneficiarse enormemente de implementar una estrategia de marketing digital efectiva.

#### Objetivos del marketing digital

- **Aumentar el conocimiento de la marca:** " CIS Hair Studio " debe trabajar para que más personas conozcan su marca y lo que ofrece.
- **Atraer nuevos clientes:** La estrategia de marketing digital debe enfocarse en atraer nuevos clientes a la peluquería.
- **Fidelizar a los clientes existentes:** Es importante mantener a los clientes actuales satisfechos y fomentar su regreso.
- **Promocionar productos y servicios:** La estrategia debe destacar las ofertas únicas de " CIS Hair Studio " y generar interés en ellas.
- **Generar ventas:** El objetivo final del marketing digital es aumentar las ventas y la rentabilidad de la peluquería.

## Canales de marketing digital

- **Sitio web:** " CIS Hair Studio " debe tener un sitio web atractivo e informativo que muestre sus servicios, productos, ubicación y horario de atención.
- **Redes sociales:** Es importante que la peluquería tenga presencia en las redes sociales más populares, como Facebook, Instagram y TikTok. Estas plataformas pueden ser utilizadas para compartir contenido atractivo, promocionar ofertas especiales e interactuar con los clientes.
- **Correo electrónico:** El marketing por correo electrónico es una excelente manera de mantenerse en contacto con los clientes existentes y promocionar nuevos productos y servicios.
- **Publicidad digital:** " CIS Hair Studio " puede utilizar plataformas de publicidad digital como Google Ads y Facebook Ads para llegar a un público objetivo más amplio.
- **Marketing de influencers:** Colaborar con influencers de la industria de la belleza puede ayudar a " CIS Hair Studio " a llegar a una nueva audiencia y generar credibilidad.

### 1.2 Problema

- El problema que deseamos abordar y solucionar se centra en la optimización del flujo de clientes en una peluquería, específicamente en el contexto de mejorar la eficiencia operativa y la experiencia general del cliente.
- También implica mejorar la coordinación entre el equipo para garantizar una atención oportuna y de calidad para cada cliente, desde el momento de la reserva hasta la finalización del servicio.

Al abordar este problema de manera efectiva, buscamos fortalecer nuestra posición en el mercado y consolidar nuestra reputación como un destino confiable y de calidad en el mundo de la belleza y el cuidado personal.

### 1.3 Contexto

CIS Hair Studio , se desarrolla dentro de un entorno dinámico y competitivo en el centro de la Parroquia de Amaguaña. Nuestra Peluquería se encuentra rodeada de otras tiendas, restaurantes, lo que nos brinda una ubicación céntrica. Donde la capacidad de adaptación, la calidad del servicio y la eficiencia operativa son fundamentales para el éxito continuo. Al comprender y abordar los desafíos específicos del entorno, buscamos elevar los estándares de excelencia y consolidar nuestra posición como líderes en la industria de la belleza en la ciudad y a nivel nacional.

### 1.4 Justificación

CIS Hair Studio, fue una iniciativa clave que busca mejorar significativamente la eficiencia operativa y la experiencia del cliente.

CIS Hair Studio, beneficia directamente a clientes y al equipo de trabajo. Al mejorar la eficiencia operativa y la calidad del servicio, estaremos posicionando a CIS Hair Studio como un referente en la industria de la belleza, brindando experiencias excepcionales y duraderas a todos los clientes.

## 1.5 Objetivos

### Objetivo general

Establecer una peluquería que se distinga por ofrecer servicios de alta calidad, satisfaciendo las necesidades del cliente en un ambiente profesional y acogedor, mientras se impulsa la innovación en el cuidado capilar y se promueve el bienestar.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Garantizar la calidad del servicio
  - Establecer estándares de calidad claros para cada servicio ofrecido.
  - Capacitar al personal regularmente en las últimas técnicas y tendencias de peluquería.
  - Obtener retroalimentación constante de los clientes para mejorar continuamente la calidad del servicio.
2. Mejorar la experiencia del cliente.
  - Implementar un sistema de gestión de citas eficiente para minimizar los tiempos de espera.
  - Personalizar los servicios según las necesidades y preferencias individuales de los clientes.
  - Diseñar un ambiente acogedor y profesional que promueva la comodidad y la confianza.
3. Impulsar la innovación en el cuidado capilar.
  - Ofrecer tratamientos capilares innovadores y de última generación.
  - Mantenerse al día con las tendencias en coloración, técnicas de corte y cuidado del cabello.
  - Colaborar con marcas y proveedores de productos.

## 1.6 Impacto

CIS Hair Studio, beneficiará a sus clientes en la Parroquia de Amaguaña, impulsando el desarrollo económico local, ofreciendo servicios de vanguardia respaldados por un sólido conocimiento.

### Social

- **Impacto:** Mejora de la autoestima y confianza de los clientes al recibir servicios de calidad en un ambiente acogedor.
- **Beneficiario:** Clientes locales y residentes de la comunidad.

### Económico

- **Impacto:** Generación de empleo, aumento de ingresos y contribución al crecimiento económico regional.
- **Beneficiario:** Propietarios del negocio, empleados y proveedores locales.



### **Ambiental**

- **Impacto:** Uso responsable de productos y prácticas sostenibles, minimizando el impacto ambiental.
- **Beneficiario:** Comunidad en general.

### **Técnico**

- **Impacto:** Implementación de tecnologías modernas para optimizar los servicios y la gestión del negocio.
- **Beneficiario:** Empleados y clientes.

### **Científico**

- **Impacto:** Aplicación de conocimientos especializados en peluquería y tendencias de belleza, ofreciendo servicios innovadores y de calidad.
- **Beneficiario:** Empleados y clientes interesados en el cuidado capilar.

### **BENEFICIARIOS DIRECTOS:**

- Los clientes que utilizan los servicios de la peluquería son beneficiarios directos al recibir tratamientos capilares de calidad y mejorar su apariencia personal.
- El personal contratado para trabajar en la peluquería se beneficia directamente al recibir empleo y oportunidades de desarrollo profesional.
- Los propietarios de la peluquería son beneficiarios directos al establecer un negocio exitoso que genera ingresos y rentabilidad.
- Los proveedores locales de productos de peluquería y equipos se benefician al obtener ventas regulares de la peluquería

### **BENEFICIARIOS INDIRECTOS:**

- Las personas cercanas a los clientes, como familiares y amigos, pueden verse beneficiadas indirectamente al notar la mejora en la apariencia y confianza de los clientes después de visitar la peluquería.
- La comunidad en general se beneficia indirectamente de un nuevo negocio que contribuye al desarrollo económico local y al aumento de la oferta de servicios de cuidado personal.
- Otros negocios y proveedores de servicios relacionados con la industria de la belleza y el cuidado personal pueden experimentar un aumento en la demanda como resultado del crecimiento general del sector.
- Los inversionistas y socios comerciales que apoyan el proyecto pueden obtener retornos financieros y oportunidades de crecimiento a largo plazo.
- Los medios de comunicación locales y empresas de marketing pueden beneficiarse indirectamente al colaborar con la peluquería en actividades promocionales y campañas publicitarias.

## 1.7 Modelo de negocio digital

CIS Hair Studio, una peluquería que busca prosperar en el competitivo mercado de la belleza, opera bajo un modelo de negocio B2C (Business to Consumer). Este enfoque implica la venta directa de servicios a consumidores individuales, sin intermediarios.

### Características del modelo de negocio B2C

- CIS Hair Studio, puede establecer una relación directa y personalizada con cada cliente, comprendiendo mejor sus necesidades y preferencias.
- CIS Hair Studio tiene un control total sobre la experiencia del cliente, desde la reserva de citas hasta el servicio en sí y el seguimiento posterior.
- CIS Hair Studio, puede recopilar datos valiosos de los clientes, como sus preferencias, historial de servicios y comentarios, para mejorar sus ofertas y servicios.
- El modelo B2C permite a CIS Hair Studio adaptarse rápidamente a las tendencias del mercado y las demandas de los clientes.
- Al eliminar intermediarios, la empresa puede reducir costos y ofrecer precios más competitivos a los clientes.

### Beneficios del modelo B2C para CIS Hair Studio

- La relación directa con los clientes permite a CIS Hair Studio construir relaciones más sólidas y fidelizarlos a largo plazo.
- La experiencia positiva del cliente genera un boca a boca favorable y mejora la reputación de la peluquería.
- CIS Hair Studio controla la forma en que se presenta su marca a los clientes.
- CIS Hair Studio puede ofrecer productos o servicios complementarios a sus clientes existentes, aumentando sus ingresos.
- La empresa puede responder rápidamente a los comentarios de los clientes y tomar medidas para mejorar sus servicios.

## **CAPÍTULO II: PROCESO CREATIVO**

### **2.1 Logotipo**

Se inicio escogiendo el nombre, nos basamos en los nombres de la propietaria Carmen Imelda Andrango Socasi. sacamos las iniciales C.I.S

Colocamos HAIR STUDIO ya que es experta en el cabello siendo una peluquería.

Se modifiko la letra C coloca un círculo y un corte dando un toque carismático que transmite el personal de CIS

Se añade un rostro dentro de un rectángulo en vertical el cual refleja elegancia y confianza al mostrarse relajado. el rectángulo representa crecimiento, enfoque, soporte, inspiración, vitalidad, igualdad, justicia, ciencia y poder. Reflejando un logo con elegancia, confianza y empoderamiento.

como objetivo al momento de crear el logo fue transmitir la elegancia, frescura, satisfacción y confort. de esta manera el logotipo sea fácil de reconocer







## 2.2 Isotipo

Un símbolo elegante que enmarca el profesionalismo, la calidad y la creatividad de CIS Hair Studio. El isotipo de CIS Hair Studio, servirá como un identificador de marca poderoso, fortaleciendo su presencia en el mercado y conectando de manera efectiva con su público objetivo.





### 2.3 Slogan

Creamos un slogan pensando en dar un mensaje claro y conciso.

**Motivador:** Invita a las personas a sentirse seguros y confiados de sí mismos.

**Positivo:** Transmite un mensaje optimista y esperanzador.

**Conciso:** Es corto y fácil de recordar.

**Invita a la acción:** Anima a las personas a visitar CIS Hair Studio para obtener un cambio de imagen.

**DEJA QUE TE PONGAMOS RADIANTE, SIENTE LA CONFIANZA.  
SE TU MEJOR VERSIÓN**

### 2.4 Colores Institucionales



**Usabilidad**



## 2.5 Historia de la Marca

La historia de la peluquería " CIS Hair Studio " es un relato fascinante de cómo la pasión por el arte del cabello y el compromiso con la excelencia han llevado a una evolución significativa a lo largo de los años. Desde sus humildes comienzos hasta convertirse en un referente en la industria local, " CIS Hair Studio " ha enfrentado diversos desafíos que han moldeado su trayectoria hasta la actualidad.

La historia de " CIS Hair Studio " se remonta hace dos décadas, cuando Carmen Andrango ahora propietaria, una joven con visión de futuro, decidió estudiar el arte de la belleza hasta convertirse en MAESTRA DE BELLEZA. En estos años fue ganando experiencia en los distintos lugares donde pudo ejercer su profesión, luego de trabajar con servicio a domicilio por 6 años, fue hasta el año 2020 que decide abrir su propio salón de belleza en el corazón del centro de Amaguaña. Carmen se propuso ofrecer un servicio personalizado y de alta calidad que destacará entre la competencia. Durante su primer año, se centró en perfeccionar sus habilidades, asistiendo a cursos y talleres para mantenerse al tanto de las últimas tendencias y técnicas en el mundo de la peluquería.

A medida que " CIS Hair Studio " ganaba popularidad en la parroquia de Amaguaña, Carmen comenzó a mejorar la experiencia del cliente y expandir sus servicios. Se asoció con marcas de renombre para ofrecer productos de alta calidad y seguros para el cabello. Sin embargo, no todo fue un camino fácil; enfrentó desafíos como las tendencias de la moda capilar y la competencia creciente en la industria.

Con el tiempo, " CIS Hair Studio " se consolidó como un destino de confianza para aquellos que buscaban un estilo único y personalizado. Carmen y su equipo se mantienen en actualización constante de nuevas tendencias, explorando nuevas formas de mejorar los servicios y satisfacer las necesidades cambiantes de los clientes.

## 2.6 Quienes somos

En CIS Hair Studio, somos un equipo apasionado de profesionales del cuidado del cabello y la belleza dedicados a brindar una experiencia excepcional a cada uno de nuestros clientes. Ubicados en la Parroquia de Amaguaña, combinamos nuestro conocimiento experto con un ambiente acogedor y moderno para ofrecer una amplia gama de servicios, desde cortes y peinados hasta tratamientos de color y cuidado especializado. Nos enorgullecemos de utilizar productos de alta calidad y de mantenernos al día con las últimas tendencias y técnicas del sector.

En CIS Hair Studio, nuestra prioridad es realzar la belleza natural de nuestros clientes y hacer que cada visita sea un momento de lujo y renovación.

## 2.7 Core Business

El core business de CIS Hair Studio se centra en la comercialización de servicios de peluquería. Esto incluye una variedad de servicios como cortes de cabello, peinados, tratamientos de color, alisados, permanentes, tratamientos capilares especializados y otros servicios complementarios como maquillaje y cuidado de uñas. Su enfoque principal es proporcionar una experiencia personalizada y profesional que realce la belleza natural de cada cliente, utilizando productos de alta calidad y técnicas avanzadas para asegurar resultados excepcionales.

## 2.8 Filosofía empresarial: Misión, Visión, Valores

### Misión

Nuestra misión en CIS Hair Studio es proporcionar servicios de cuidado del cabello y belleza de la más alta calidad, para satisfacer las necesidades únicas de cada cliente. Nos comprometemos a crear un ambiente acogedor y profesional, donde cada visita sea una experiencia rejuvenecedora y satisfactoria. Valoramos la formación continua de nuestro equipo para estar a la vanguardia de las tendencias y técnicas del sector, garantizando que cada cliente salga sintiéndose seguro, bello y empoderado.

### Visión

Nuestra visión en CIS Hair Studio es ser reconocidos como el salón de belleza líder en nuestra comunidad, conocido por nuestra excelencia en el servicio al cliente, innovación en tratamientos y un compromiso inquebrantable con la calidad. Aspiramos a expandir nuestra presencia, estableciendo nuevos estándares en el cuidado del cabello y la belleza, convirtiéndonos en el destino preferido para quienes buscan transformar y realzar su imagen personal.

### Valores

**Calidad:** Comprometidos con ofrecer servicios de la más alta calidad utilizando los mejores productos y técnicas disponibles.

**Profesionalismo:** Mantener un comportamiento profesional y ético en todas las interacciones con los clientes y el equipo.

**Innovación:** Estar a la vanguardia de las tendencias y tecnologías del sector, buscando constantemente nuevas formas de mejorar y ofrecer servicios de vanguardia.

**Atención al Cliente:** Priorizar la satisfacción del cliente mediante un servicio personalizado y atento, escuchando y adaptándonos a sus necesidades y deseos.

**Creatividad:** Valorar y promover la creatividad en todos los aspectos del trabajo, desde el diseño de estilos únicos hasta la solución de problemas innovadora.

**Inclusividad:** Crear un ambiente acogedor y respetuoso para todos los clientes, independientemente de su origen, género o estilo personal.

**Integridad:** Actuar con honestidad y transparencia en todas nuestras relaciones comerciales y decisiones.



## 2.9 Mapa de percepción o posicionamiento: Definición y gráfica

En CIS Hair Studio brindamos servicios de Peluquería personalizados que se adaptan a las necesidades y aspiraciones únicas de cada cliente, fomentando un sentido de auto empoderamiento y transformación personal.

CIS Hair Studio se dirige a clientes exigentes que valoran la calidad, el servicio personalizado y el poder transformador. Nuestra clientela incluye mujeres, hombres, adolescentes, niños, niñas. Priorizamos comprender el tipo de cabello único de cada cliente, las preferencias de estilo y el estilo de vida para crear un plan de cuidado del cabello personalizado que se alinee con sus objetivos.

Fomentamos un ambiente acogedor y de apoyo donde cada cliente se sienta valorado, respetado y animado a abrazar su yo auténtico.

Al brindar constantemente servicios de calidad excepcionales, fomentamos un entorno de confianza y acogedor.

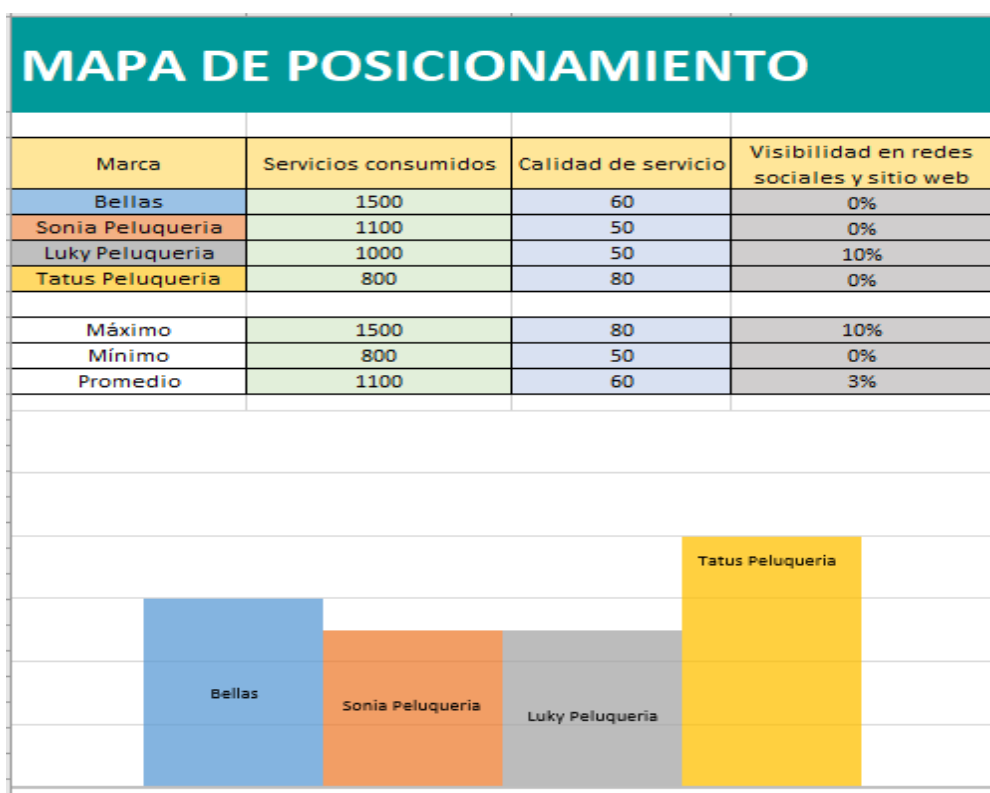


Gráfico 1 mapa de posicionamiento de peluquerías en el sector de Amagaña

## 2.10 Propuesta de Valor Digital.

En CIS Hair Studio, transformamos tu estilo, con servicios de peluquería y cuidado personal excepcionales. Nuestro equipo de estilistas expertos está comprometido a brindar una experiencia única y personalizada, utilizando productos de alta calidad y técnicas innovadoras para garantizar resultados deslumbrantes en cada visita. Con un ambiente acogedor y profesional, nos aseguramos de que cada cliente se sienta valorado y revitalizado.

Cada cliente recibe un enfoque individualizado que se adapta a sus necesidades y deseos específicos.

- Atención al cliente excepcional, asegurando que cada persona se sienta valorada y especial.
- Sistema de reserva en línea que permite seleccionar horarios específicos y recibir confirmaciones inmediatas.
- Recordatorios automáticos por correo electrónico o SMS para reducir cancelaciones y ausencias.
- Un ambiente acogedor, relajante y profesional que hace que cada visita sea un momento de lujo y renovación.
- El equipo está compuesto por estilistas altamente capacitados y apasionados, que están al tanto de las últimas tendencias y técnicas del sector.
- Ofrecemos productos exclusivos para el cuidado personal.
- Una excelente relación calidad-precio, asegurando que nuestros servicios de alta calidad sean accesibles para una amplia gama de clientes.
- Paquetes y promociones especiales para atraer y fidelizar a los clientes.

## 2.11 Segmentación y Microsegmentación.

Al segmentar y microsegmentar nuestro mercado objetivo, podemos desarrollar campañas de marketing más específicas que tengan más probabilidades de resonar con cada grupo de clientes. Esto puede conducir a un mayor compromiso del cliente, lealtad a la marca y ventas.

**Tabla 1.** Segmentación de CIS Hair Studio

Segmentación	
Demográfica	Edad, género, ingresos, educación, ocupación
Geográfica	Ubicación (ciudad, región, país)
Psicográfica	Estilo de vida, intereses, valores, personalidad
Conductual	Hábitos de cuidado del cabello, uso de productos, lealtad a la marca

FUENTE: Elaboración Propia

**Tabla 2.** Microsegmentación de CIS Hair Studio

Microsegmentación		
Segmento	Subsegmento	Descripción
Demográfica	Edad	Niños (1-10) - Adolescentes (13-19) - Adultos jóvenes (20-34) - Adultos (35-54) - Personas mayores (55+)
	Género	Mujeres - Hombres
	Ingresos	Bajos ingresos - Ingresos medios - Altos ingresos
	Educación	Jardín - Escuela - Colegio - Algunos estudios universitarios - Licenciatura - Posgrado - Personas sin estudio
	Ocupación	Bebés - Profesionales - Amas de casa - Estudiantes - Jubilados
Geográfica	Ubicación	Urbano - Rural
	Región	Nivel Nacional
	País	Ecuador
Psicográfica	Estilo de vida	Activo - A la moda - Orientado a la familia - Centrado en la carrera, todo estilo de vida
	Intereses	Belleza y moda - Salud y estado físico - Viajes y aventura - Arte y cultura
	Valores	Calidad - Autenticidad - Sostenibilidad - Comunidad
	Personalidad	Extrovertido - Introverso - Analítico - Creativo
Conductual	Hábitos del cuidado del cabello	Todo tipo de cuidado del cabello
	Uso de productos	Champú - Acondicionador - crema de peinar - Mascarillas para el cabello - Tratamientos
	Lealtad a la marca	Fiel a CIS Hair Studio - Fiel a otras marcas - No es fiel a ninguna marca

FUENTE: Elaboración Propia

## CAPÍTULO III: PROCESO ESTRATÉGICO ORGANIZACIONAL

### 3.1 Análisis del Entorno

Este análisis PESTEL proporciona una visión integral del entorno externo que puede afectar a CIS Hair Studio, permitiendo identificar oportunidades y amenazas potenciales, así como adaptar estrategias para maximizar el éxito del negocio

#### **Político:**

Cumplir con las regulaciones locales y estatales es crucial, especialmente en el contexto de la pandemia de COVID-19, asegurando medidas sanitarias adecuadas en la peluquería.

Cumplimiento de leyes laborales sobre contratos, salarios y derechos de los empleados.

Las políticas fiscales pueden afectar los impuestos sobre las ventas y los ingresos, influyendo en los costos y la rentabilidad del negocio.

#### **Económico:**

La demanda de servicios de belleza puede variar según la situación económica. Durante períodos de recesión, los consumidores pueden reducir el gasto en servicios no esenciales.

Cambios en los patrones de gasto del consumidor pueden afectar la demanda de servicios específicos. Por ejemplo, la preferencia por servicios de bajo mantenimiento durante tiempos económicos difíciles.

#### **Social:**

Cambios en las preferencias y tendencias de belleza pueden influir en la demanda de servicios específicos. Es importante estar al tanto de las últimas tendencias para satisfacer las necesidades de los clientes.

Adaptarse a las necesidades y preferencias de una base de clientes diversa en cuanto a etnia, cultura y edad es esencial para atraer y retener clientes.

Creciente preocupación por la sostenibilidad puede influir en la elección de productos.

#### **Tecnológico:**

Integración de tecnologías emergentes como sistemas de reserva en línea, herramientas de análisis capilar y técnicas de vanguardia para mejorar la experiencia del cliente y la eficiencia operativa.

Una sólida presencia en línea, incluyendo un sitio web funcional y perfiles en redes sociales, es fundamental para atraer y retener clientes en el mercado digital actual.

#### **Ambiental:**

La adopción de prácticas y productos sostenibles puede ser valorada por los clientes preocupados por el medio ambiente, proporcionando una ventaja competitiva y mejorando la imagen de marca de la peluquería.

Gestión adecuada de los residuos generados en la peluquería, incluyendo el reciclaje de envases de productos y la disposición adecuada de productos químicos, es importante para minimizar el impacto ambiental.

#### **Legal:**

Cumplir con regulaciones locales relacionadas con licencias de negocio y permisos de construcción es necesario para operar legalmente en la peluquería.

Cumplir con las leyes de protección al consumidor en cuanto a publicidad, garantías y políticas de devolución es fundamental para construir la confianza del cliente y evitar problemas legales.

### 3.2 Análisis de la Competencia/ 5 FUERZAS DE PORTER

La diferenciación a través de la calidad del servicio, la experiencia del cliente y la innovación en tratamientos puede ser clave para mantener una posición competitiva.

CIS Hair Studio ofrece un servicio excepcional y construye relaciones sólidas con los clientes.

La amenaza de nuevos entrantes y productos es moderada, pero la lealtad de marca y la calidad del servicio pueden ayudar a proteger la posición de CIS Hair Studio en el mercado.

#### 1. Rivalidad entre Competidores Existentes:

Existen 4 Peluquerías en Amaguaña que ofrecen servicios similares a CIS Hair Studio.

El mercado puede estar saturado, lo que intensifica la competencia por valor, calidad y servicio.

CIS Hair Studio puede diferenciarse mediante la calidad del servicio, la experiencia del cliente y la innovación en tratamientos y estilos.

#### 2. Amenaza de Nuevos Entrantes:

Las barreras pueden ser moderadas, ya que la inversión inicial en equipos y formación de personal es necesaria, pero no prohibitiva.

Las peluquerías establecidas pueden tener economías de escala que les otorgan una ventaja competitiva.

La lealtad de los clientes hacia peluquerías existentes puede dificultar la entrada de nuevos competidores.

#### 3. Amenaza de Productos Sustitutos:

Los productos y tratamientos de belleza en el hogar pueden ser considerados como sustitutos, aunque no ofrecen la misma experiencia y calidad que un servicio profesional de una peluquería.

Los servicios de peluquería pueden ser más costosos que los productos de belleza para el hogar, pero ofrecen resultados más duraderos y profesionales.

#### 4. Poder de Negociación de los Proveedores:

Las peluquerías dependen de proveedores de productos de belleza y equipamiento. Sin embargo, la industria suele tener varios proveedores, lo que reduce el poder de negociación de cada uno.

Los costos de cambiar de proveedor pueden ser bajos, lo que limita el poder de negociación de los proveedores.

#### 5. Poder de Negociación de los Compradores:

Hay una amplia base de clientes potenciales en la zona, lo que reduce el poder de negociación de clientes individuales.

CIS Hair Studio puede diferenciarse ofreciendo servicios personalizados, de alta calidad y una experiencia excepcional para los clientes, reduciendo así su sensibilidad al precio.

Los costos de cambiar de peluquería pueden ser bajos, especialmente si los clientes no están satisfechos con el servicio recibido, lo que aumenta su poder de negociación.



### 3.3 Identificación de Oportunidades

Al aprovechar de manera efectiva estas oportunidades de mercado e implementar iniciativas de marketing estratégicas, CIS Hair Studio puede solidificar su posición como una peluquería líder, atraer nuevos clientes y fomentar relaciones duraderas con los clientes.

#### 1. Expansión a nuevos mercados geográficos:

CIS Hair Studio podría considerar expandir su presencia física a áreas cercanas, aumentando su alcance y capturando una base de clientes más grande.

CIS Hair Studio podría aprovechar las estrategias de marketing en línea para llegar a una audiencia más amplia más allá de su ubicación geográfica actual.

#### 2. Satisfacer las necesidades demográficas desatendidas:

CIS Hair Studio podría introducir una línea dedicada al cuidado del cabello para hombres u ofrecer servicios especializados para clientes masculinos, expandiendo su clientela para incluir a hombres.

CIS Hair Studio podría adaptar sus servicios y mensajes de marketing a las necesidades y preferencias específicas de las personas mayores, ofreciendo servicios que se adapten a su comodidad y conveniencia.

#### 3. Adoptar las tendencias e innovaciones del cuidado del cabello:

CIS Hair Studio podría introducir una línea de productos de cuidado del cabello sostenibles, atrayendo a consumidores conscientes del medio ambiente y alineándose con la creciente demanda de productos ecológicos.

CIS Hair Studio podría ofrecer consultas personalizadas sobre el cuidado del cabello y recomendaciones de productos personalizadas según los tipos de cabello y las necesidades individuales, atendiendo a la tendencia de experiencias personalizadas.

#### 4. Aprovechar la tecnología para mejorar la experiencia del cliente:

CIS Hair Studio podría implementar un sistema de reserva en línea para agilizar el proceso de citas y brindar a los clientes una manera conveniente de programar sus citas.

CIS Hair Studio podría ofrecer consultas virtuales sobre el cabello a través de chat de video o tecnología de realidad aumentada, lo que permite a los clientes recibir asesoramiento experto de estilistas de forma remota.

#### 5. Fortalecer la lealtad a la marca y el compromiso del cliente:

CIS Hair Studio podría implementar un programa de fidelización para recompensar a los clientes habituales y fomentar la lealtad a la marca, ofreciendo beneficios y descuentos exclusivos.

CIS Hair Studio podría interactuar activamente con su audiencia en las plataformas de redes sociales, compartir consejos para el cuidado del cabello, mostrar las transformaciones de los clientes y fomentar un sentido de comunidad.

#### 6. Colaborar con influencers y empresas locales:

CIS Hair Studio podría colaborar con influencers del cuidado del cabello para promocionar sus productos y servicios, llegar a una audiencia más amplia y ganar credibilidad entre los clientes potenciales.

CIS Hair Studio podría asociarse con empresas de la industria de la belleza y el bienestar, ofreciendo ofertas promocionales cruzadas o eventos conjuntos para ampliar su alcance y atraer nuevos clientes.

#### 7. Enfatizar los diferenciales de venta únicos del salón:

Enfatizar el compromiso de CIS Hair Studio de crear un ambiente acogedor e inclusivo para todos los clientes, independientemente de su origen, estilo o preferencias.

#### 8. Monitorear continuamente las tendencias del mercado y los comentarios de los clientes:

CIS Hair Studio debe estar al tanto de las tendencias, técnicas y productos innovadores emergentes en el cuidado del cabello para garantizar que sus ofertas sigan siendo relevantes y competitivas.

CIS Hair Studio debe recopilar activamente los comentarios de los clientes a través de encuestas, reseñas e interacciones en las redes sociales para identificar áreas de mejora y mejorar la experiencia general del cliente.

### 3.4 Identificación de Amenazas

Al abordar proactivamente estas amenazas del mercado e implementar estrategias efectivas para mitigar su impacto, CIS Hair Studio puede proteger su posición en la competitiva industria de la belleza, mantener la lealtad del cliente y continuar prosperando como una peluquería líder.

#### 1. Mayor competencia de peluquerías nuevas y establecidas:

La industria de la belleza es altamente competitiva y pueden surgir nuevas peluquerías en el área, lo que representa una amenaza para CIS Hair Studio.

Las peluquerías existentes con una reputación de marca bien establecida y una base de clientes leales pueden representar un desafío para la capacidad de CIS Hair Studio de atraer nuevos clientes.

#### 2. Cambios en las preferencias y tendencias de los consumidores:

Las tendencias y estilos de cuidado del cabello que cambian rápidamente pueden requerir que CIS Hair Studio adapte constantemente sus servicios y ofertas para seguir siendo relevante y competitivo.

Los cambios en las preferencias de los consumidores con respecto a los productos, servicios y experiencias para el cuidado del cabello pueden requerir ajustes en el enfoque de CIS Hair Studio.

#### 3. Recesiones económicas y reducción del gasto del consumidor:

Las recesiones económicas pueden conducir a una reducción del gasto del consumidor en artículos discrecionales como los servicios de peluquería, lo que podría afectar los ingresos de CIS Hair Studio.

Los cambios en los patrones de gasto del consumidor hacia otras prioridades o alternativas más conscientes del presupuesto pueden afectar la base de clientes de CIS Hair Studio.

#### 4. Aumento de los costos operativos y de suministros:

El aumento de los costos operativos, como el alquiler, los servicios públicos y los gastos laborales, puede presionar los márgenes de ganancia de CIS Hair Studio.

Las fluctuaciones en los precios de los productos y suministros para el cuidado del cabello pueden afectar los costos y las estrategias de precios de CIS Hair Studio.

#### 5. Reseñas negativas en línea y comentarios de los clientes:

Las críticas negativas en línea o los comentarios en las redes sociales pueden dañar la reputación de CIS Hair Studio y disuadir a los clientes potenciales.

#### 6. Falta de estrategias de marketing y branding efectivas:

Las campañas de marketing ineficaces que no llegan al público objetivo o no resuenan con los clientes pueden limitar la visibilidad y el conocimiento de la marca de CIS Hair Studio.

La marca y los mensajes inconsistentes en diferentes canales pueden confundir a los clientes potenciales y dificultar el reconocimiento de la marca.

#### 7. Servicio al cliente y gestión ineficientes:

Las malas experiencias de servicio al cliente, como los largos tiempos de espera, las interacciones poco profesionales o los problemas no resueltos, pueden generar insatisfacción del cliente y pérdida de lealtad.

Los sistemas de programación y gestión de citas ineficientes pueden generar frustración en los clientes, citas perdidas y posibles pérdidas de ingresos.

#### 8. Incapacidad para adaptarse a los avances tecnológicos:

El hecho de no adoptar nuevas tecnologías, como sistemas de reserva en línea, consultas virtuales o herramientas de participación en redes sociales, puede hacer que CIS Hair Studio parezca anticuado y menos competitivo.

El uso ineficaz de la tecnología para marketing, como sitios web mal diseñados o plataformas de redes sociales subutilizadas, puede obstaculizar el alcance y el compromiso de CIS Hair Studio con los clientes potenciales.

### 3.5 Análisis Interno de la Empresa/ CADENA DE VALOR

Esta herramienta descompone las actividades de la empresa en actividades primarias y actividades de soporte, lo que nos permite identificar las áreas de fortaleza y debilidad en CIS Hair Studio

#### Actividades Primarias:

- Logística Interna

Almacenamiento de productos y materiales necesarios para los servicios de belleza.

Programación eficiente para maximizar la capacidad del personal y minimizar los tiempos de espera.

- Operaciones

Calidad y eficiencia en la entrega de servicios como cortes de cabello, coloración, peinados, entre otros.

Garantizar un entorno limpio, seguro y acogedor para los clientes.

- Logística Externa

Establecimiento de relaciones sólidas con proveedores de productos de belleza y equipos para garantizar un suministro constante y de alta calidad.

- Marketing y Ventas:

Desarrollo de campañas de marketing creativas y efectivas para atraer y retener clientes.

Ofrecer un servicio excepcional y una experiencia memorable que fomente la lealtad del cliente y genere referencias positivas.

- Servicio Postventa:

Mantener una comunicación activa con los clientes después de la visita para garantizar su satisfacción y resolver cualquier problema que pueda surgir.

Ofrecer programas de recompensas y descuentos para clientes recurrentes que promuevan la lealtad a largo plazo.

### **Actividades de Soporte:**

- Infraestructura de la Empresa:

Inversión en equipos modernos y tecnología actualizada para garantizar la prestación de servicios de alta calidad.

Contratación y capacitación de personal cualificado y comprometido con la excelencia en el servicio al cliente.

- Gestión de Recursos Humanos:

Fomento de un ambiente de trabajo positivo y oportunidades de desarrollo profesional para el personal.

Identificación y retención de talentos clave en la industria de la belleza.

- Desarrollo Tecnológico:

Investigación y desarrollo de nuevos servicios y tratamientos para mantenerse al día con las tendencias y demandas del mercado.

Implementación de retroalimentación de clientes y procesos de mejora continua para optimizar la calidad y eficiencia de los servicios.

- Abastecimiento:

Evaluación continua de proveedores para garantizar la calidad y el precio competitivo de los productos y materiales utilizados en el salón.

Negociación de términos favorables con proveedores para maximizar el valor para el negocio.

CIS Hair Studio muestra fortalezas en áreas como la prestación de servicios de alta calidad, la experiencia del cliente y las relaciones con los proveedores.

Se identifican oportunidades para mejorar en áreas como el desarrollo tecnológico, la gestión de recursos humanos y la innovación en servicios.

Este análisis interno proporciona una visión holística de las actividades de CIS Hair Studio y puede servir como base para la formulación de estrategias de marketing y operativas.

### 3.6 Identificación Fortalezas

Basándonos en el análisis de CIS Hair Studio, identificamos las siguientes fortalezas:

**Calidad de los Servicios:** CIS Hair Studio destaca por la calidad de sus servicios de belleza. El personal altamente capacitado y experimentado ofrece cortes de cabello, coloración y tratamientos de alta calidad, que satisfacen las necesidades y expectativas de los clientes.

**Experiencia del Cliente:** El salón se distingue por brindar una experiencia excepcional al cliente. Desde el momento en que los clientes ingresan a la peluquería hasta que se van, reciben un trato profesional y personalizado, lo que crea una conexión emocional y fomenta la lealtad.

**Equipo Profesional y Amable:** El personal de CIS Hair Studio es amable, cortés y profesional. Están comprometidos a brindar un servicio al cliente de primera clase, lo que contribuye a crear un ambiente acogedor y positivo en el salón.

**Variedad de Servicios:** La peluquería ofrece una amplia gama de servicios de belleza, desde cortes de cabello y peinados hasta coloración y tratamientos de spa capilar. Esta variedad permite a CIS Hair Studio satisfacer las necesidades de diferentes tipos de clientes y adaptarse a las últimas tendencias de la industria.

**Ubicación Estratégica:** La ubicación del salón en una zona transitada y de fácil acceso aumenta su visibilidad y atractivo para los clientes potenciales. Esto facilita que los clientes encuentren el salón y contribuye al flujo constante de clientes.

**Reputación Establecida:** CIS Hair Studio ha construido una sólida reputación en la comunidad como un salón confiable y de confianza. Las buenas críticas y recomendaciones de boca en boca respaldan su reputación como un destino de belleza de calidad.

### 3.7 Identificación Debilidades

Basándonos en el análisis interno de CIS Hair Studio, aquí tenemos algunas debilidades que se identificaron:

**Limitaciones en la Capacidad:** La peluquería puede enfrentar limitaciones en su capacidad para atender a un gran número de clientes simultáneamente, lo que podría resultar en tiempos de espera prolongados durante los períodos de alta demanda.

**Dependencia del Personal:** Si el salón depende en gran medida de un número limitado de estilistas o profesionales de belleza, la salida de uno o más empleados clave podría afectar la capacidad del salón para mantener la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

**Infraestructura Tecnológica Limitada:** Si la peluquería carece de sistemas de reserva en línea, herramientas de gestión de citas o tecnología moderna para mejorar la eficiencia operativa, podría experimentar dificultades para competir con peluquerías que ofrecen servicios más tecnológicamente avanzados.



**Falta de Diferenciación:** Si la peluquería no se diferencia lo suficiente de la competencia en términos de servicios ofrecidos, experiencia del cliente o enfoque de mercado, podría tener dificultades para destacarse en un mercado saturado y altamente competitivo.

**Gestión de Inventarios:** La gestión ineficiente de inventario podría resultar en la falta de productos esenciales o en el exceso de productos obsoletos, lo que podría afectar la capacidad del salón para satisfacer las necesidades de los clientes de manera oportuna y eficiente.

**Formación Continua del Personal:** Si el salón no invierte en la formación continua y el desarrollo profesional de su personal, podría enfrentar dificultades para mantenerse al día con las últimas tendencias, técnicas y tecnologías en la industria de la belleza.

**Presencia en Línea Insuficiente:** Si la presencia en línea del salón es limitada o poco profesional, podría perder oportunidades para atraer a nuevos clientes y mantenerse en contacto con los clientes existentes a través de plataformas digitales como el sitio web y las redes sociales.

### 3.8 Matriz FODA INICIAL

Con el análisis respectivo que realizamos podemos establecer nuestra matriz FODA

**Tabla 3.** Matriz FODA de CIS Hair Studio

<b>MATRÍZ FODA</b>	
<b>Fortalezas:</b>	<b>Oportunidades:</b>
Calidad de los Servicios. Experiencia del Cliente. Equipo Profesional y Amable. Variedad de Servicios. Ubicación Estratégica. Reputación Establecida. Presencia en Línea.	Segmentación de Mercado. Crecimiento de la Demanda. Tendencias y Modas. Innovación en Tecnología. Experiencia del Cliente. Expansión Geográfica. Alianzas Estratégicas. Marketing Digital.
<b>Debilidades:</b>	<b>Amenazas:</b>
Limitaciones en la Capacidad. Dependencia del Personal. Infraestructura Tecnológica Limitada. Falta de Diferenciación. Gestión de Inventarios. Formación Continua del Personal. Presencia en Línea Insuficiente.	Competencia Intensa. Cambios Económicos. Tendencias de Consumo Cambiantes. Nuevos Entrantes. Productos Sustitutos. Regulaciones y Cumplimiento. Reputación y Críticas Negativas. Avances Tecnológicos. Crisis de Salud Pública.

FUENTE: Elaboración Propia.

CIS Hair Studio tiene una base sólida con una reputación establecida, calidad de servicio. Las oportunidades de segmentación de mercado, crecimiento de la demanda y marketing digital pueden ser aprovechadas para aumentar la cuota de mercado y la lealtad del cliente.

Sin embargo, el salón enfrenta desafíos como la dependencia del personal y la infraestructura tecnológica limitada, que deben abordarse para mantener la competitividad. Además, es importante gestionar las amenazas externas como la competencia intensa y los cambios económicos para proteger la posición de CIS Hair Studio en el mercado.

## CAPÍTULO IV: PROCESO ESTRATÉGICO COMERCIAL

### 4.1 Marketing Mix 4Ps



### Marketing Mix 4Ps para CIS Hair Studio

#### 1. Producto

##### Estrategia:

Ofrecer una amplia gama de servicios de peluquería y productos para el cuidado del cabello, enfocados en la calidad y las últimas tendencias del mercado.

##### Ejecución:

Servicios: Corte de cabello, coloración (balayage, ombré, tintes naturales), tratamientos capilares (keratina, hidratación profunda), peinados para eventos, y servicios de barbería.

**Productos:** Línea propia de cuidado capilar (shampoo, acondicionador, mascarillas), productos de marcas reconocidas en el mercado (Redken, L'Oréal, Kerastase, etc).

**Innovación:** Introducción regular de nuevos tratamientos y técnicas de estilismo basados en las últimas tendencias y avances tecnológicos.

**Experiencia:** Crear una experiencia integral que incluya asesoría personalizada, ambientación del salón con música relajante y una estética moderna.

## 2. Precio

### **Estrategia:**

Fijar precios competitivos basados en el valor percibido por los clientes y segmentar los precios según el tipo de servicio y producto.

### **Ejecución:**

Segmentación de Precios: Precios premium para servicios exclusivos como tratamientos avanzados y estilismos complejos; precios accesibles para servicios básicos.

Promociones: Ofertas especiales para clientes recurrentes, paquetes de servicios con descuentos, y promociones por temporada (descuentos de verano).

Punto de Equilibrio: Calcular y monitorear el punto de equilibrio para cada servicio y producto, ajustando precios y costos operativos para mantener la rentabilidad.

Margen de Beneficio: Establecer un margen de beneficio adecuado para cada categoría de producto y servicio, asegurando la sostenibilidad financiera del negocio.

## 3. Plaza (Distribución)

### **Estrategia:**

Ampliar los canales de distribución tanto físicos como digitales para maximizar el alcance y la comodidad para el cliente.

### **Ejecución:**

Local Físico: Ubicación estratégica en zonas urbanas con alto tráfico de personas, diseño de la peluquería para una experiencia cómoda y atractiva.

Sitio Web: Plataforma para reservas en línea y tienda en línea para productos de cuidado capilar, con un diseño intuitivo y fácil de usar.

Redes Sociales: Utilización de Instagram, Facebook, y TikTok para interactuar con los clientes, mostrar servicios y productos, y realizar ventas directas.

Aplicaciones de Reservas: Colaboraciones con aplicaciones de reservas de servicios de belleza como Booksy o Treatwell para facilitar las reservas de los clientes.

## 4. Promoción

### **Estrategia:**

Implementar una combinación de estrategias de marketing tradicionales y digitales para aumentar el reconocimiento de la marca y atraer nuevos clientes.

### **Ejecución:**

Publicidad Digital: Campañas de Google Ads, Facebook Ads, e Instagram Ads dirigidas a segmentos específicos del mercado.

Redes Sociales: Publicación regular de contenido atractivo (fotos, videos, tutoriales), colaboraciones con influencers y bloggers de belleza.

SEO y Content Marketing: Optimización del sitio web para motores de búsqueda, creación de blogs y videos sobre cuidados capilares y tendencias.

Email Marketing: Envío de newsletters con promociones, novedades, y consejos de belleza a una lista de suscriptores.

Eventos y Patrocinios: Participación y patrocinio de eventos de belleza, moda, y bienestar para aumentar la visibilidad y el prestigio de la marca.

Promociones en el Punto de Venta: Ofrecer muestras de productos, descuentos especiales, y paquetes promocionales en la peluquería.

Programas de Fidelización: Crear un programa de puntos o recompensas para clientes recurrentes, incentivando la lealtad y las recomendaciones.

Implementando estas estrategias de Marketing Mix, CIS Hair Studio podrá posicionarse efectivamente en el mercado, atraer y retener clientes, y asegurar un crecimiento sostenible y rentable.

## 4.2 MARCA/PRODUCTO

### 4.2.1 Estudio de Marca

Las estrategias de marketing, diversificación de servicios y productos, y la presencia tanto en canales físicos como digitales, contribuirán significativamente al crecimiento y éxito de la marca. Implementar y ajustar continuamente estas estrategias basadas en las matrices de análisis asegurará la sostenibilidad y expansión de CIS Hair Studio en el futuro.

Percepción del Cliente:

Investigación de Mercado: Encuestas y focus groups indican que los clientes perciben a CIS Hair Studio como una opción confiable y sofisticada para el cuidado del cabello.

Satisfacción del Cliente: Alto nivel de satisfacción debido a la calidad de los servicios, la experiencia de los estilistas y el ambiente de la peluquería.

Reconocimiento de Marca:

Visibilidad: CIS Hair Studio tiene una presencia significativa en el mercado local, especialmente entre los jóvenes adultos y profesionales que valoran la estética y el cuidado personal.

Personalidad de la Marca:

Atributos: Moderna, elegante, amigable y experta. La marca se comunica con un tono accesible y profesional.

Estilo Visual: Estética limpia y contemporánea, con un enfoque en la calidad visual y la coherencia en todas las plataformas de comunicación.

Categoría de Productos:

Servicios: Incluyen corte de cabello, coloración, tratamientos capilares, peinados para eventos y otros servicios.

Productos: productos de marcas reconocidas.

Mezcla de Productos:

Diversificación: Ofrecimiento de una variedad de servicios y productos que atienden diferentes necesidades y preferencias del cliente.

Innovación: Introducción constante de nuevos tratamientos y productos para mantener el interés y la satisfacción del cliente.

Matrices de Análisis:

Matriz de Ansoff: Estrategias de penetración de mercado, desarrollo de producto, desarrollo de mercado y diversificación para el crecimiento de la marca.

Ciclo de Vida del Producto: Identificación y gestión de los productos y servicios en las etapas de introducción, crecimiento, madurez y declive.

Matriz BCG: Evaluación de productos y servicios como Estrellas, Vacas Lecheras, Interrogantes y Perros para optimizar el portafolio y las inversiones.

#### **4.2.2 Reconocimiento de marca**

CIS Hair Studio logrará una presencia significativa en su mercado local, con una alta visibilidad entre sus públicos objetivo gracias a sus esfuerzos de marketing y promoción.

Métricas de Reconocimiento:

Seguidores y Engagement: Crecimiento constante en el número de seguidores y el nivel de engagement en redes sociales.

Tráfico Web: Incremento en el tráfico del sitio web, reflejando una mayor búsqueda y reconocimiento de la marca online.

Clientes Recurrentes: Alta tasa de clientes recurrentes, indicando lealtad y satisfacción con los servicios ofrecidos.

#### **4.2.3 Personalidad de marca**

Arquetipo del "Creador"

El arquetipo del "Creador" se centra en la innovación, la creatividad y la expresión personal.

Marcas que adoptan este arquetipo buscan inspirar a sus clientes, ofreciendo productos y servicios que permiten la individualidad y la autoexpresión.

Características del "Creador" en CIS Hair Studio:

Innovación Constante:

CIS Hair Studio introduce regularmente nuevas técnicas, tratamientos y productos de cuidado capilar, manteniéndose a la vanguardia de las tendencias del sector.

Promueve la creatividad en sus estilistas, animándolos a experimentar con estilos nuevos y personalizados.

Calidad y Profesionalismo:

El enfoque en la calidad y el profesionalismo asegura que cada cliente reciba un servicio excepcional, ayudando a manifestar su visión personal y única de belleza.

Personal capacitado y experto que ofrece asesoría personalizada, ayudando a los clientes a encontrar los estilos que mejor se adapten a sus necesidades y deseos.



**Expresión Personal:**

Fomenta la individualidad y la autoexpresión, ayudando a los clientes a descubrir y mantener estilos que reflejen su personalidad y estilo de vida.

La comunicación y la interacción con los clientes a través de redes sociales y otros canales se centra en inspirar y educar sobre las últimas tendencias y técnicas en cuidado capilar.

**Ambiente y Experiencia:**

El diseño y la ambientación del salón están pensados para inspirar creatividad y proporcionar una experiencia estética que va más allá de un simple corte de cabello, creando un espacio donde los clientes se sientan libres para explorar nuevas posibilidades.

**Personalización y Exclusividad:**

Ofrecen servicios y productos que se adaptan específicamente a las necesidades y preferencias de cada cliente, destacándose en un mercado competitivo.

**4.2.4 Categoría de productos**

**4.2.5 Mezcla de productos**

**4.2.6 Matriz de Ansoff**



La Matriz de Ciclo de Vida del Producto (Product Life Cycle, PLC) ayuda a entender en qué etapa se encuentran los productos y servicios de CIS Hair Studio. Las etapas típicas del ciclo de vida de un producto son: Introducción, Crecimiento, Madurez y Declive.

## Introducción

Nuevos Servicios Innovadores:  
Terapia Capilar con Luz LED  
Tratamientos de Botox Capilar  
Servicios de Asesoría de Imagen  
Características:

**Promoción Intensa:** En esta etapa se requiere una alta inversión en marketing para crear conciencia y educar a los clientes sobre estos nuevos servicios.

**Baja Rentabilidad Inicial:** Las ventas iniciales pueden ser bajas hasta que el mercado comience a adoptarlos.

**Feedback del Cliente:** Es crucial obtener retroalimentación de los primeros usuarios para ajustar y mejorar los servicios.

**Estrategias:**

**Campañas de Lanzamiento:** Utilizar redes sociales, influencers y eventos de presentación para generar interés.

**Ofertas Introdutorias:** Ofrecer descuentos o paquetes promocionales para incentivar la prueba.

## 2. Crecimiento

Servicios Populares y en Expansión:

Corte y Estilo de Cabello

Coloración y Técnicas de Balayage

Tratamientos de keratina

Características:

**Aumento Rápido de Ventas:** Estos servicios están ganando popularidad y la demanda está creciendo.

**Rentabilidad en Aumento:** Con un incremento en la adopción, las ganancias comienzan a ser más sustanciales.

**Expansión del Mercado:** Es un buen momento para expandir a nuevos segmentos de mercado o ubicaciones.

**Estrategias:**

**Optimización de Operaciones:** Mejorar la eficiencia del servicio para manejar el aumento de la demanda.

**Fortalecimiento de la Marca:** Continuar construyendo la imagen de la marca mediante testimonios de clientes satisfechos y casos de éxito.

**Diversificación de Servicios:** Introducir variaciones y mejoras de los servicios existentes para mantener el interés y la lealtad del cliente.

## 3. Madurez

Servicios Establecidos:

Cortes de Cabello Clásicos

Servicios de Peinado para Eventos

Tratamientos de Hidratación Capilar

Características:

**Ventas Estables:** Las ventas son consistentes pero el crecimiento se ha ralentizado.

**Alta Competencia:** La competencia es intensa y la diferenciación se vuelve crucial.

Rentabilidad Máxima: Los costos se han optimizado y la rentabilidad es alta, aunque el crecimiento es mínimo.

Estrategias:

Promociones y Descuentos: Implementar ofertas para atraer nuevos clientes y retener a los actuales.

Mejora de Servicios: Innovar dentro de los servicios existentes para agregar valor y mantener la competitividad.

Marketing Relacional: Enfocarse en programas de fidelización y marketing directo para fortalecer la lealtad del cliente.

#### 4. Declive

Servicios Obsoletos o Menos Demandados:

Permanentes Tradicionales

Tratamientos Químicos Antiguos

Técnicas de Coloración Desfasadas

Características:

Disminución de Ventas: La demanda por estos servicios está disminuyendo.

Rentabilidad Reducida: Los márgenes de ganancia se reducen y puede no ser rentable seguir ofreciendo estos servicios.

Cambio de Preferencias del Cliente: Los clientes prefieren servicios más modernos y menos dañinos para el cabello.

Estrategias:

Descontinuación Gradual: Retirar progresivamente los servicios menos demandados.

Reinvención: Transformar o actualizar estos servicios para alinearse con las nuevas tendencias y preferencias.

Reasignación de Recursos: Redirigir los recursos y esfuerzos hacia servicios en las etapas de Introducción y Crecimiento.

#### 4.2.7 Matriz BCG

La Matriz BCG (Boston Consulting Group) es una herramienta estratégica que permite categorizar los productos y servicios de una empresa en cuatro cuadrantes basados en su cuota de mercado y el crecimiento del mercado. Estos cuadrantes son: Estrellas, Vacas Lecheras, Interrogantes y Perros.

Estrellas (Alta cuota de mercado, alto crecimiento)

Servicios de Alta Demanda y Expansión Rápida:

Terapia Capilar con Luz LED

Tratamientos de Botox Capilar

Técnicas de Coloración Modernas como Balayage y Ombre

Características:

Alta inversión en marketing y recursos: Necesitan inversión constante para mantener el crecimiento y la cuota de mercado.

Potencial para convertirse en Vacas Lecheras: Con el tiempo, pueden estabilizarse y generar grandes retornos con menor inversión.

Estrategias:

Continuar invirtiendo: Mantener la promoción y la mejora de estos servicios.

Innovación constante: Introducir nuevas variantes y técnicas para mantenerse a la vanguardia.

Vacas Lecheras (Alta cuota de mercado, bajo crecimiento)

Servicios Establecidos y Rentables:

Corte y Estilo de Cabello

Servicios de Peinado para Eventos

Tratamientos de Queratina

Características:

Generación de flujo de efectivo constante: Estos servicios financian otras áreas del negocio.

Menor necesidad de inversión: Requieren menos inversión en marketing y desarrollo, pero necesitan mantenerse competitivos.

Estrategias:

Maximizar eficiencia y rentabilidad: Optimizar procesos y reducir costos para mantener la rentabilidad.

Fidelización del cliente: Implementar programas de fidelización para retener a los clientes actuales.

3. Interrogantes (Baja cuota de mercado, alto crecimiento)

Servicios Nuevos o en Desarrollo:

Servicios de Asesoría de Imagen

Línea Propia de Productos para el Cuidado Capilar

Clases de Peinado y Transformaciones de Imagen

Características:

Alto potencial pero incierto: Pueden convertirse en Estrellas o Perros dependiendo de su desempeño y aceptación en el mercado.

Requieren análisis y estrategia: Necesitan evaluación continua para decidir si incrementar la inversión o discontinuar.

Estrategias:

Pruebas de mercado: Realizar estudios de mercado y pruebas piloto para evaluar la aceptación.

Aumento de inversión en marketing: Si muestran potencial, aumentar la inversión para ganar cuota de mercado.

Perros (Baja cuota de mercado, bajo crecimiento)

Servicios Obsoletos o en Declive:

Permanentes Tradicionales

Tratamientos Químicos Antiguos

Técnicas de Coloración Desfasadas

Características:

Bajo retorno de inversión: Generan poca o ninguna rentabilidad.

Posible eliminación: Pueden ser candidatos para discontinuación.

Estrategias:

Evaluar y decidir: Evaluar si hay alguna forma de revitalizar estos servicios o si es mejor discontinuarlos.

Reasignación de recursos: Redirigir los recursos hacia áreas con mayor potencial de crecimiento y rentabilidad.

### **4.3 PRECIO**

**4.3.1 Cálculo del Margen del portafolio del emprendimiento por categoría**

**4.3.2 Estrategia de fijación de precios por cada producto o servicio**

**4.3.3 Punto de Equilibrio de cada producto o servicio**

**4.3.4 Catálogo de Productos: Características, Beneficios, Precio**



## CORTES DE CABELLO PARA DAMA

---

TRADICIONALES



CORTES CON ESTILO

---

MODERNOS

 **0997766308**

**AMAGUAÑA AV CRISTOBAL COLON Y JUAN  
JOSE FLORES**



## CORTES DE CABELLO PARA CABALLERO

---

TRADICIONALES



CORTES CON ESTILO

---

MODERNOS

 **0997766308**

**AMAGUAÑA AV CRISTOBAL COLON Y JUAN  
JOSE FLORES**

## CORTES DE CABELLO PARA NIÑOS

TRADICIONALES Y MODERNOS



## CORTES DE CABELLO PARA NIÑAS

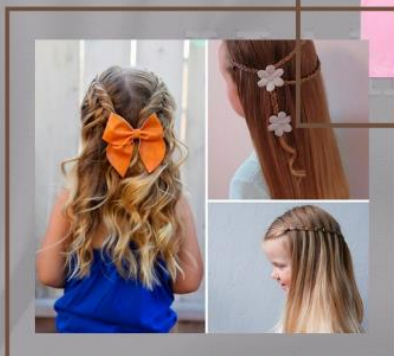
TRADICIONALES Y MODERNOS

 **0997766308**

**AMAGUAÑA AV CRISTOBAL COLON Y JUAN  
JOSE FLORES**

# PEINADOS PARA NIÑAS

TRENZAS  
MOÑOS  
CHURITOS  
COLETAS  
ENTRE OTROS



 **0997766308**

**AMAGUAÑA AV CRISTOBAL COLON Y JUAN  
JOSE FLORES**



# PAQUETES PARA NOVIAS

---



- PEINADO Y MAQUILLAJE (PRUEBA EN LA PELUQUERÍA)
- PEINADO Y MAQUILLAJE A DOMICILIO O EN LA PELUQUERIA EL DÍA DEL EVENTO.

IMCLUYE:  
PESTAÑAS  
MANICURE  
PEDICURE  
PARAFINA  
DEPILACION

 **0997766308**

**AMAGUAÑA AV CRISTOBAL COLON Y JUAN  
JOSE FLORES**

# PAQUETES PARA QUINCEAÑERAS

---



- PEINADO Y MAQUILLAJE (PRUEBA EN LA PELUQUERÍA)
- PEINADO Y MAQUILLAJE A DOMICILIO O EN LA PELUQUERIA EL DÍA DEL EVENTO.

IMCLUYE:  
PESTAÑAS  
MANICURE  
PEDICURE

 **0997766308**

**AMAGUAÑA AV CRISTOBAL COLON Y JUAN  
JOSE FLORES**

# PEINADOS



RECOGIDOS  
PLANCHADO  
CEPILLADO

 **0997766308**

**AMAGUAÑA AV CRISTOBAL COLON Y JUAN  
JOSE FLORES**



# MAQUILLAJE

---

MAQUILLAJE DE DÍA  
MAQUILLAJE DE NOCHE  
MAQUILLAJE SOCIAL  
MAQUILLAJE DE NOVIA  
MAQUILLAJE DE QUINCEAÑERA  
MAQUILLAJE ARTISTICO



 **0997766308**

**AMAGUAÑA AV CRISTOBAL COLON Y JUAN  
JOSE FLORES**

# COLOR

TINTES  
MECHAS  
RAYITOS  
ILUMINACIONES  
BALAYAGE



 **0997766308**

**AMAGUAÑA AV CRISTOBAL COLON Y JUAN  
JOSE FLORES**

# DEPILACIONES CON CERA



CEJAS  
AXILAS  
BOZO  
PIERNAS  
BRAZOS  
ENTRE OTROS

 **0997766308**

**AMAGUAÑA AV CRISTOBAL COLON Y JUAN  
JOSE FLORES**



## MANICURE

---



## PEDICURE

---

 **0997766308**

**AMAGUAÑA AV CRISTOBAL COLON Y JUAN  
JOSE FLORES**

## ALIZADOS CON KERATINA

---



## ALIZADOS PERMANENTES

---

 **0997766308**

**AMAGUAÑA AV CRISTOBAL COLON Y JUAN  
JOSE FLORES**

# ONDULACIONES

---



STUDIO  

---

CON ESTILO

 **0997766308**

**AMAGUAÑA AV CRISTOBAL COLON Y JUAN  
JOSE FLORES**



## LIFTING DE PESTAÑAS



## LIFTING DE CEJAS



## PESTAÑAS PUNTO A PUNTO



 **0997766308**

**AMAGUAÑA AV CRISTOBAL COLON Y JUAN  
JOSE FLORES**


<https://cishairstudio.com/catalogo/>

Al ser una peluquería los precios varían, tanto por el tipo de servicio. Se ha colocado una referencia como un valor base por cada servicio.

- Corte de cabello para dama \$5
- Corte de cabello para caballero \$3
- Corte de cabello para niñ@s \$3
- Peinado para niñas desde \$5
- Paquete para novias \$120
- Paquete para quinceañeras \$110

- Peinados desde \$6
- Maquillaje \$25
- Colorimetría desde \$45
- Depilaciones desde \$3
- Manicure desde \$4
- Pedicure desde \$8
- Alisado con keratina desde \$60
- Alisado permanente desde \$80
- Ondulaciones desde \$35
- Lifting de pestañas \$15
- Lifting de cejas \$15
- Pestañas punto a punto \$15

#### 4.3.5 Budget en unidades



## Budget en unidades

CATEGORÍA	PRODUCTO/SERVICIO	BUDGET EN UNIDADES ANUELES
SERVICIOS DE PELUQUERÍA	CORTE DE CABELLO	300
	COLORACIÓN	100
	MANICURE	800
	PEINADOS	100
	TRATAMIENTOS	200
PRODUCTOS DE CUIDADO CAPILAR	CHAMPÚS	100
	ACONDICIONADORES	100
	MASCARILLAS CAPILARES	100
SERVICIOS ESPECIALIZADOS	ALISADOS PERMANENTES	50
		<b>1.850</b>

### 4.3.6 Budget en dólares



CATEGORÍA	PRODUCTO/SERVICIO	BUDGET EN DÓLARES ANUELES
SERVICIOS DE PELUQUERÍA	CORTE DE CABELLO	1.500
	COLORACIÓN	4.500
	MANICURE	3.200
	PEINADOS	600
	TRATAMIENTOS	1.200
PRODUCTOS DE CUIDADO CAPILAR	CHAMPÚS	2.700
	ACONDICIONADORES	2.700
	MASCARILLAS CAPILARES	2.900
SERVICIOS ESPECIALIZADOS	ALISADOS PERMANENTES	4.000
		23.300

## 4.4 PLAZA O CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

### 4.4.1 Estructura del canal total

Estructura del Canal Total de CIS Hair Studio. Para maximizar el alcance y la efectividad de CIS Hair Studio, es esencial establecer una estructura de canal de comercialización que cubra tanto los canales físicos como los digitales. A continuación, se describe la estructura del canal total:

#### **Canales Físicos**

##### **Peluquería**

Atención directa

**Ubicación:** Quito-Amaguaña, calle Cristóbal Colón y calle Juan José Flores

#### **Características:**

Atención personalizada

#### **Estrategias:**

**Expansión:** Abrir nuevas Peluquerías en áreas de alto poder adquisitivo y en zonas de gran tráfico peatonal.

## Canales Digitales

### Página Web Oficial

- **Descripción:** Plataforma principal para información de servicios, reservas y venta de productos.
- **Características:**
  - Información completa sobre servicios, precios y productos.
  - Sistema de reservas online para facilitar la programación de citas.
- **Estrategias:**
  - **SEO y SEM:** Optimizar el sitio web para motores de búsqueda y realizar campañas de publicidad.
  - **E-commerce:** Facilitar la compra de productos a través de una tienda en línea segura y eficiente.

### Redes Sociales

- **Descripción:** Plataformas como Instagram, Facebook, TikTok y YouTube para interactuar con los clientes y promocionar servicios.
- **Características:**
  - Comunicación directa y en tiempo real con los clientes.
  - Promoción visual y atractiva de estilos y tendencias.
- **Estrategias:**
  - **Contenido Visual:** Crear contenido atractivo como tutoriales, antes y después, y transmisiones en vivo.
  - **Publicidad Dirigida:** Utilizar publicidad en redes sociales para llegar a audiencias específicas.

#### 4.4.2 Estructura del canal digital

Estructura del Canal Digital de CIS Hair Studio

El canal digital de CIS Hair Studio es esencial para ampliar el alcance de sus servicios y productos, facilitar la interacción con los clientes, y optimizar las operaciones. A continuación se detalla la estructura del canal digital:

- Página Web Oficial

Información de Servicios y Productos

Sistema de Reservas Online

- Redes Sociales

- Instagram

@cis\_hair.studio

- Facebook

CIS Hair Studio

- TikTok

cis\_hair.studio

#### **4.4.3 Nichos de mercado por cada canal y su número de potenciales clientes**

Para identificar los nichos de mercado específicos por cada canal de CIS Hair Studio y estimar el número de potenciales clientes, es importante considerar las características y el enfoque de cada canal. A continuación, se detalla cómo podrían segmentarse los nichos de mercado y una estimación general del tamaño de estos nichos:

**Canales Físicos**

**Peluquería**

**Nichos de Mercado:**

**Clientes Locales:** Personas que buscan servicios de calidad y están dispuestas a pagar por una experiencia única en el cuidado capilar.

**Clientes Frecuentes y Leales:** Aquellos que valoran la consistencia y la calidad del servicio, y prefieren visitar regularmente.

**Número de Potenciales Clientes:**

**Estimación:** Entre 100 a 200 clientes por mes, dependiendo de la ubicación y la capacidad de la peluquería

**Canales Digitales**

**Página Web Oficial**

**Nichos de Mercado:**

**Clientes en Búsqueda de Información Detallada:** Personas que investigan sobre servicios específicos como tratamientos capilares avanzados o técnicas de coloración.

**Clientes Frecuentes para Reservas:** Usuarios que prefieren la comodidad de reservar sus citas de forma rápida y fácil en línea.

**Número de Potenciales Clientes:**

**Estimación:** Dependiendo del tráfico web y la efectividad del SEO, puede atraer a cientos de visitantes únicos por mes.

**Redes Sociales**

**Nichos de Mercado:**

**Jóvenes Consumidores:** Usuarios de plataformas como TikTok e Instagram que buscan tendencias de belleza y están interesados en estilos modernos y consejos de cuidado capilar.

**Usuarios de Facebook:** Público diverso que sigue la página de CIS Hair Studio para mantenerse al tanto de promociones, eventos y novedades.

**Número de Potenciales Clientes:**

**Estimación:** Dependerá del número de seguidores y la participación en cada plataforma, que podría variar desde unos cientos hasta miles de personas alcanzadas por publicación.

## **4.5 PROMOCIÓN**

### **4.5.1 Plan de Medios: Tradicional y Digital; ATL & BTL**

**Plan de Medios de CIS Hair Studio: ATL & BTL**

El plan de medios de CIS Hair Studio abarca tanto estrategias ATL (Above The Line) como BTL (Below The Line), utilizando canales tradicionales y digitales para maximizar el alcance y la efectividad de las campañas de marketing.

### Medios Tradicionales (ATL)

Los medios tradicionales ATL se utilizan para llegar a una audiencia más amplia y general, utilizando canales masivos de comunicación.

#### Televisión-Radio

Aumentar el reconocimiento de marca a nivel nacional.

Alcanzar audiencias locales y segmentadas.

Llegar a un público más maduro y de alto poder adquisitivo.

### 2. Medios Digitales (BTL)

Los medios digitales BTL permiten una comunicación más directa y personalizada con los clientes potenciales, utilizando plataformas online y estrategias interactivas.

#### Redes Sociales

Interactuar con la comunidad, aumentar la visibilidad y promover la fidelización.

Publicaciones regulares en Instagram, Facebook y TikTok mostrando trabajos de estilistas, consejos de belleza, y promociones exclusivas.

Aprovechar la credibilidad y el alcance de influencers en belleza y estilo.

Mantener una comunicación directa y personalizada con clientes actuales y potenciales.

Mejorar la visibilidad en motores de búsqueda y atraer tráfico cualificado al sitio web.

#### Integración de Medios

Para maximizar el impacto del plan de medios, se implementará una estrategia integrada que combine ambos enfoques (ATL y BTL):

**Cross-Promotion:** Coordinación de campañas para asegurar consistencia en mensajes y branding entre los diferentes canales.

**Tracking y Análisis:** Utilización de herramientas de análisis para medir el rendimiento de cada canal y ajustar las estrategias según los resultados obtenidos.

**Eventos y Activaciones:** Organización de eventos en salones físicos y colaboraciones con eventos locales para aumentar la visibilidad y la interacción directa con la comunidad.

### **4.5.2 Promoción de Marca: Top of Mind & Dirección estratégica y Plan de Acción**

#### Promoción de Marca: Top of Mind & Dirección Estratégica

##### Estrategia de Top of Mind

La estrategia de Top of Mind de CIS Hair Studio se centra en posicionarse como la primera opción en la mente de los consumidores cuando piensan en servicios de peluquería de calidad y cuidado capilar. Esto se logra a través de:

Mantener una identidad visual y tono de voz coherentes en todos los puntos de contacto con los clientes, incluyendo físicos y digitales.

Garantizando un servicio excepcional y resultados de alta calidad que superen las expectativas de los clientes en cada visita a la Peluquería



Mantenerse actualizado con las últimas tendencias en peluquería y ofrecer servicios y productos innovadores que demuestren liderazgo en el mercado.

Mejorar continuamente la experiencia del cliente, desde la reserva en línea hasta la interacción en la Peluquería y seguimiento post-servicio.

Utilizar estrategias digitales efectivas como redes sociales, SEO, y campañas de email marketing para mantener la visibilidad y la interacción constante con los clientes.

#### Plan de Acción

Para implementar la estrategia de Top of Mind, CIS Hair Studio llevará a cabo las siguientes acciones específicas:

**Desarrollo de Contenido de Calidad:** Crear contenido visual atractivo y educativo que destaque los servicios, estilos y productos exclusivos de CIS Hair Studio en las plataformas digitales.

**Campañas de Publicidad Segmentadas:** Utilizar anuncios pagados en redes sociales y motores de búsqueda para alcanzar a audiencias específicas basadas en intereses y comportamientos de compra.

**Eventos y Colaboraciones Estratégicas:** Organizar eventos locales, colaboraciones con influencers y asociaciones con marcas de moda y belleza para aumentar la visibilidad y el reconocimiento de la marca.

**Programas de Fidelización:** Implementar un programa de fidelización que recompense a los clientes frecuentes y aliente las referencias para aumentar la lealtad y el boca a boca positivo.

**Monitorización y Análisis:** Utilizar herramientas de análisis para monitorear la efectividad de las campañas y ajustar las estrategias según los resultados obtenidos.

**Educación y Participación de la Comunidad:** Proporcionar contenido educativo sobre cuidado capilar a través de blogs, videos y seminarios web para establecer a CIS Hair Studio como una autoridad en el sector.

#### Dirección Estratégica

La dirección estratégica de la promoción de marca de CIS Hair Studio se enfoca en la innovación continua, la excelencia en el servicio al cliente y la construcción de relaciones sólidas con los clientes. Mediante la implementación de estas estrategias, CIS Hair Studio busca fortalecer su posición en el mercado y consolidarse como líder en el sector de peluquería y el cuidado capilar, garantizando una experiencia excepcional para cada cliente y estableciendo conexiones duraderas con la comunidad.

### 4.5.3 Promociones por Canales: Dirección estratégica y Plan de Acción

Las promociones por canales de CIS Hair Studio están diseñadas para maximizar la efectividad de las estrategias de marketing en diferentes plataformas y puntos de contacto con los clientes.

#### Peluquería física

Aprovechar la experiencia en la Peluquería para incentivar compras adicionales y promover servicios.

Mejorar la experiencia del cliente con promociones exclusivas que fomenten la lealtad.

Plan de Acción:

Programa de Recomendación: Ofrecer descuentos o servicios gratuitos a clientes que refieran a nuevos clientes.

Ofertas por Temporada: Promocionar servicios estacionales como tratamientos de verano, cambios de temporada, etc.

Descuentos por Paquetes: Crear paquetes combinados de servicios con descuentos atractivos.

Eventos de Clientes VIP: Organizar eventos exclusivos para clientes frecuentes con descuentos especiales y regalos.

#### Plataformas de Reservas Online

Utilizar plataformas para captar nuevos clientes y optimizar la gestión de citas.

Plan de Acción:

Descuentos por Primera Reserva: Ofrecer descuentos para nuevos clientes que reserven a través de plataformas

Promociones Semanales: Publicar ofertas exclusivas en días específicos para incentivar reservas en períodos menos ocupados.

Premios por Reservas Frecuentes: Implementar un programa de puntos o descuentos progresivos para clientes que reserven regularmente.

#### Redes Sociales

Aumentar la interacción y el compromiso con los seguidores a través de contenido relevante y atractivo.

Plan de Acción:

Concursos y Sorteos: Organizar concursos en Instagram y Facebook donde los participantes deben seguir la cuenta y etiquetar amigos para aumentar la visibilidad.

Descuentos Exclusivos: Publicar códigos promocionales exclusivos para seguidores que reserven a través de un enlace específico en la biografía.

Promociones de Temporada: Anunciar ofertas limitadas en productos y servicios durante períodos especiales como Navidad, San Valentín, etc.

#### 4.5.4 Promoción Canal Digital:

En CIS Hair Studio, las promociones en sus canales digitales son fundamentales para captar la atención de su audiencia en línea, generar interacción y aumentar las conversiones. Aquí se detallan algunas estrategias específicas de promoción para sus canales digitales:

##### Promociones en Canales Digitales de CIS Hair Studio

##### Redes Sociales (Instagram, Facebook, TikTok)

Utilizar las redes sociales como plataformas clave para interactuar con la comunidad, aumentar el conocimiento de la marca y fomentar la participación.

##### Plan de Acción:

Concursos y Sorteos: Organizar concursos donde los participantes deben seguir la cuenta, etiquetar amigos y compartir publicaciones para entrar en sorteos de servicios gratuitos o productos.

Descuentos Flash: Publicar ofertas exclusivas por tiempo limitado en publicaciones e historias para crear urgencia y fomentar la acción inmediata.

Publicaciones Educativas y de Estilo: Compartir consejos de cuidado capilar, tendencias de moda y belleza, destacando productos y servicios de CIS Hair Studio de manera sutil.

##### Email Marketing

Mantener una comunicación regular y personalizada con clientes actuales y potenciales para fortalecer la relación y aumentar las conversiones.

##### Plan de Acción:

Ofertas Personalizadas: Enviar correos electrónicos con ofertas especiales, descuentos exclusivos y promociones limitadas para incentivar reservas y compras en línea.

Boletines Informativos: Compartir actualizaciones sobre nuevos servicios, eventos en la Peluquería y consejos de cuidado capilar para mantener el interés y la participación de los suscriptores.

##### Marketing de Influencers

Colaborar con influencers en belleza y estilo para llegar a audiencias nuevas y ampliar el alcance de la marca.

##### Plan de Acción:

Colaboraciones de Contenido: Trabajar con influencers para crear contenido patrocinado que destaque los servicios de CIS Hair Studio y promueva ofertas exclusivas para sus seguidores.

Códigos de Descuento Personalizados: Proporcionar códigos promocionales exclusivos para que los influencers los compartan con sus seguidores, incentivando las conversiones y aumentando el tráfico al sitio web.

##### SEO y SEM

Optimizar el sitio web y las campañas pagadas para mejorar la visibilidad en los motores de búsqueda y atraer tráfico cualificado.

##### Plan de Acción:

Campañas de Google Ads: Lanzar anuncios pagados que promuevan servicios específicos de CIS Hair Studio y utilicen palabras clave relevantes para captar la atención de los usuarios interesados en peluquería y cuidado capilar.

Optimización de Contenido: Mejorar el contenido del sitio web con SEO para atraer tráfico orgánico, utilizando palabras clave específicas relacionadas con los servicios y productos ofrecidos.

### Implementación y Seguimiento

**Integración de Medios:** Coordinar todas las campañas para asegurar consistencia en el mensaje y el branding a través de todos los canales digitales.

**Análisis de Resultados:** Utilizar herramientas de análisis para monitorear el rendimiento de cada campaña, ajustar estrategias según los datos obtenidos y maximizar el retorno de inversión.

#### **4.5.5 Trade Marketing: Merchandising, Impulsación, Vitrinismo**

Para CIS Hair Studio, el trade marketing juega un papel crucial en la estrategia de comercialización, especialmente en la promoción y venta de productos y servicios dentro de la Peluquería.

**Trade Marketing: Merchandising, Impulsación, Vitrinismo**

- **Merchandising**

El merchandising será la presentación visual y la disposición de productos en el punto de venta para maximizar las ventas y mejorar la experiencia del cliente.

**Aplicación para CIS Hair Studio:**

**Diseño de Interiores:** Crear un ambiente atractivo y acogedor en la Peluquería que refleje la identidad de la marca e invite a los clientes a explorar productos y servicios adicionales.

**Exhibición de Productos:** Colocar productos de cuidado capilar y styling en estanterías visibles y accesibles, organizados por categorías y acompañados de material promocional que destaque beneficios y características.

**Material de Punto de Venta:** Utilizar carteles, folletos y displays informativos que comuniquen claramente las promociones, características y beneficios de los productos.

- **Impulsación**

La impulsación se refiere a técnicas y estrategias para estimular la compra impulsiva de productos y servicios dentro del punto de venta.

**Aplicación para CIS Hair Studio:**

**Ofertas y Promociones:** Colocar productos en áreas destacadas junto con ofertas especiales como descuentos por volumen, combos de productos y regalos por compra.

**Demostraciones en Vivo:** Realizar demostraciones en vivo de productos de cuidado capilar y styling para mostrar resultados instantáneos y convencer a los clientes de su eficacia.

**Muestras Gratuitas:** Ofrecer muestras gratuitas de nuevos productos o servicios para incentivar la prueba y generar interés entre los clientes.

- Vitrinismo

El vitrinismo se refiere al diseño y decoración de vitrinas y escaparates para atraer la atención de los clientes y comunicar mensajes clave sobre la marca y sus productos.

Aplicación para CIS Hair Studio:

**Escaparates Atractivos:** Crear escaparates temáticos que reflejen las últimas tendencias en peluquería, destacando servicios específicos o productos estrella.

**Rotación de Productos:** Cambiar regularmente la exhibición de productos en las vitrinas para mantener el interés y mostrar la variedad de productos disponibles.

**Iluminación y Diseño Visual:** Utilizar iluminación adecuada y colores llamativos que resalten los productos y servicios ofrecidos por CIS Hair Studio.

**Beneficios del Trade Marketing para CIS Hair Studio**

**Incremento en las Ventas:** Mejora la visibilidad y accesibilidad de productos y servicios, aumentando las oportunidades de venta cruzada y ventas adicionales.

**Mejora la Experiencia del Cliente:** Crea un ambiente agradable y facilita la toma de decisiones de compra al ofrecer información clara y atractiva.

**Fortalecimiento de la Marca:** Refuerza la percepción de calidad y profesionalismo de CIS Hair Studio a través de una presentación cuidadosa y estratégica de sus productos y servicios.

Implementar estas estrategias de trade marketing de manera efectiva no solo impulsará las ventas dentro del salón, sino que también fortalecerá la presencia de CIS Hair Studio como un líder en el mercado de la belleza y el cuidado capilar.



## CAPÍTULO V: PROCESO ESTUDIO DE MERCADO

### 5.1 Investigaciones de Mercado

El objetivo de este estudio de mercado es identificar las necesidades y preferencias de los clientes de CIS Hair Studio, así como analizar la competencia y el entorno del mercado para mejorar la oferta de servicios y aumentar la satisfacción del cliente.

CIS hair studio es una peluquería ubicada en la Parroquia de Amaguaña que ofrece varios servicios de peluquería, desde cortes de cabellos hasta keratinas con una excelente calidad y servicio.

#### 5.1.1 Resumen del estudio de Mercado: Metodología, Muestra, Encuesta, Entrevista, Focus Group, Investigación en web

Este resumen del estudio de mercado proporciona una base sólida para la toma de decisiones estratégicas en CIS Hair Studio.

##### 1. Metodología

El estudio de mercado se llevó a cabo utilizando una combinación de métodos cuantitativos y cualitativos para obtener una visión integral de las preferencias y necesidades de los clientes, así como del entorno competitivo.

##### 2. Muestra

Tamaño de la Muestra: 14 participantes

Perfil de la Muestra:

Edad: de 20 a mayor de 50 años

Género: 53.8% mujeres, 46.2% hombres

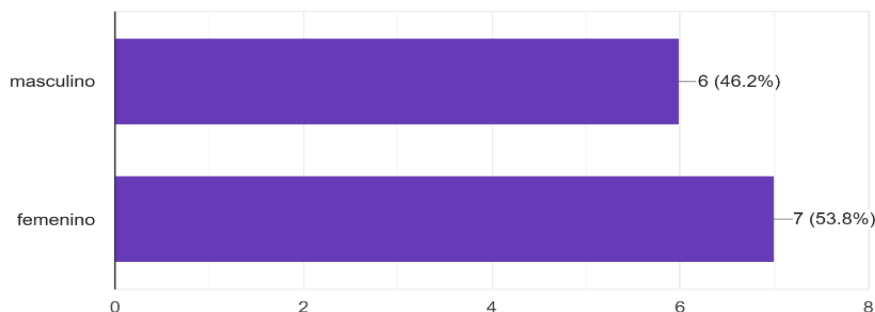
Ingreso: Clase media y alta

Ubicación: Residentes, trabajadores locales en el área cercana a CIS Hair Studio y clientes de servicio a domicilio

#### 5.1.2 Presentación de resultados gráficos

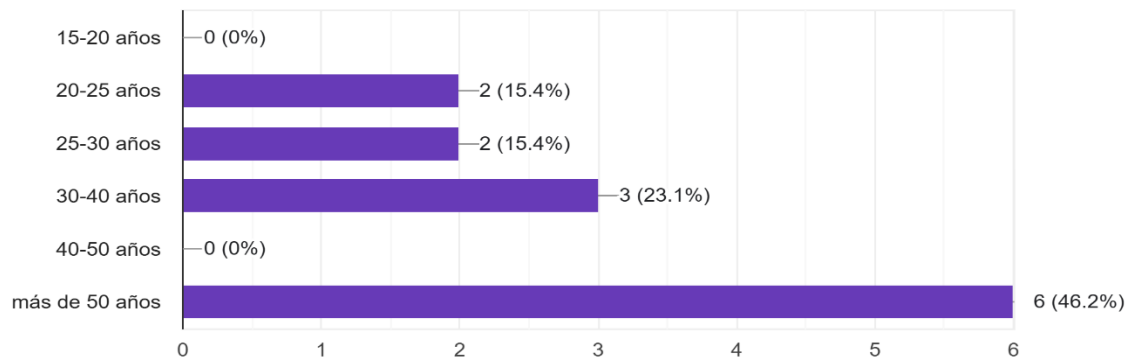
género

13 respuestas



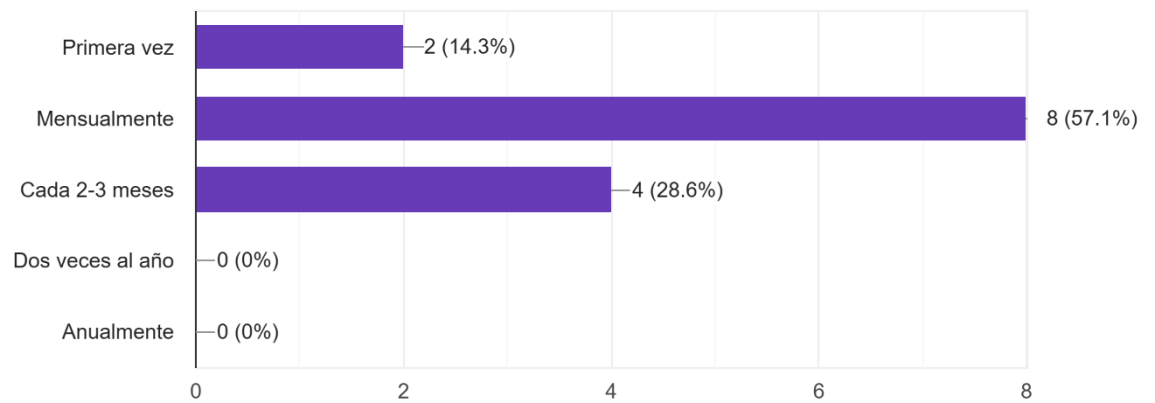
### qué edad tienes?

13 respuestas



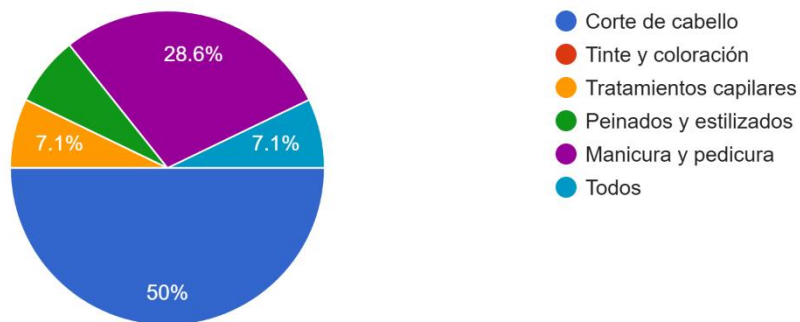
### ¿Con qué frecuencia visitas CIS Hair Studio?

14 respuestas



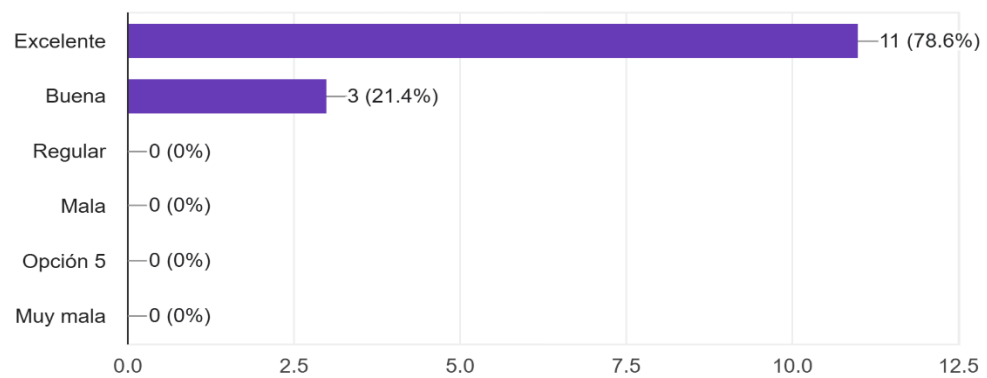
¿Qué servicios utilizas con mayor frecuencia en CIS Hair Studio?

14 respuestas



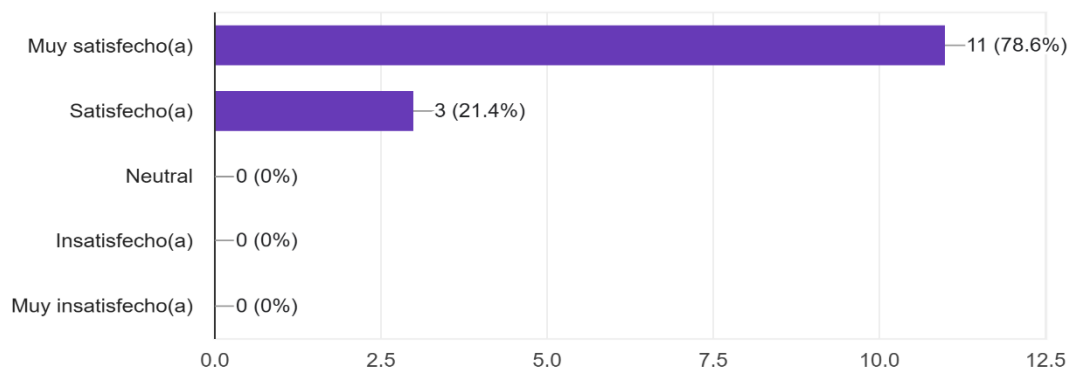
¿Cómo calificarías la calidad de nuestros servicios?

14 respuestas



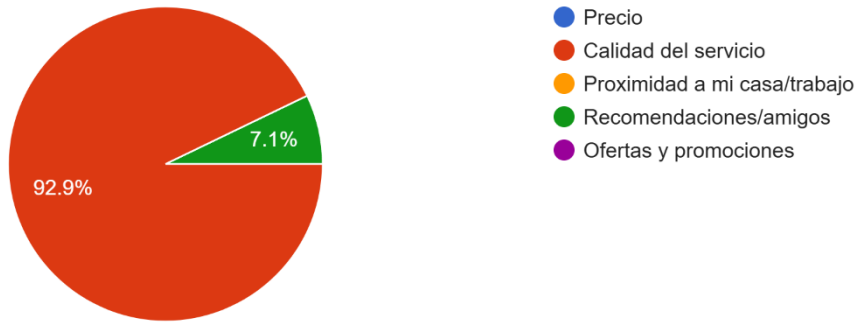
¿Qué tan satisfecho(a) estás con la atención al cliente en CIS Hair Studio?

14 respuestas



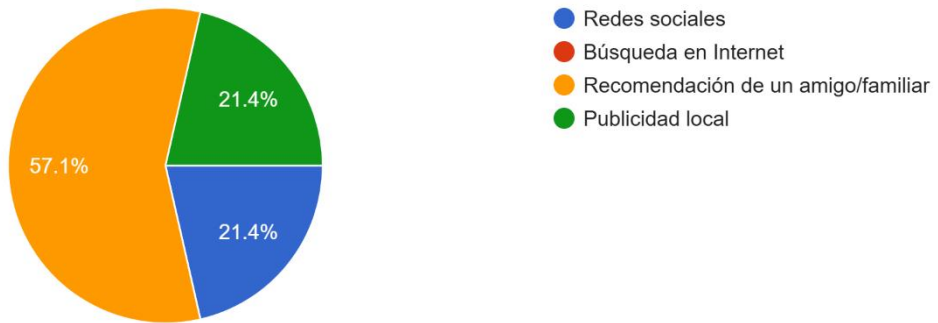
¿Cuál es el principal factor que consideras al elegir una peluquería?

14 respuestas



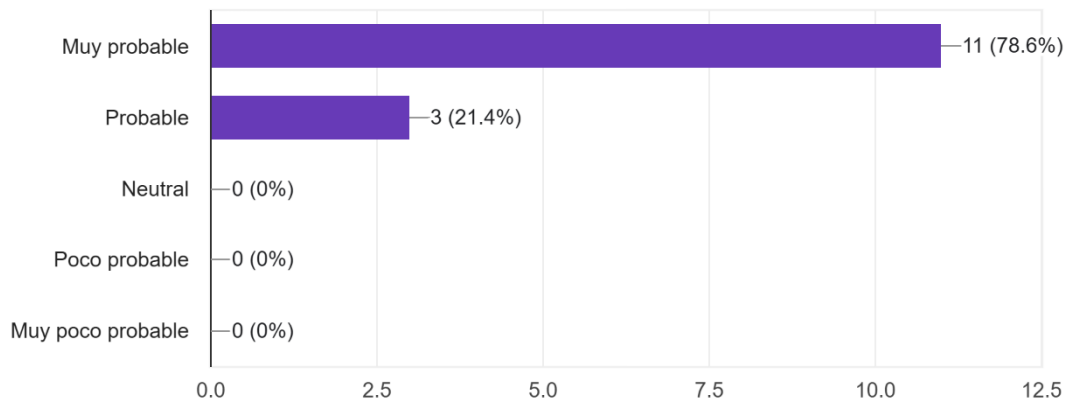
¿Cómo te enteraste de CIS Hair Studio?

14 respuestas



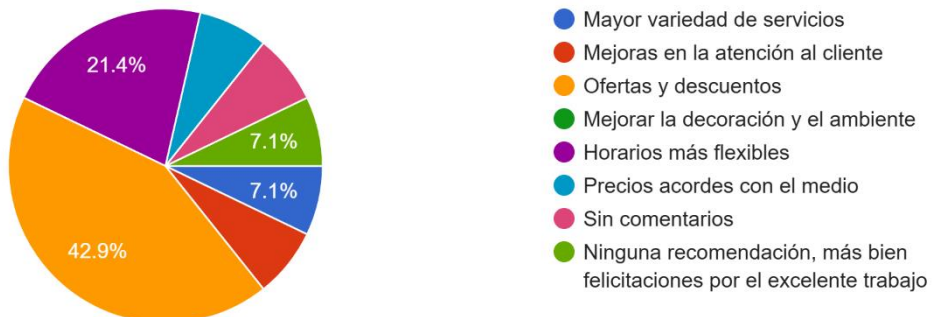
¿Qué tan probable es que recomiendes CIS Hair Studio a tus amigos y familiares?

14 respuestas



¿Qué mejoras te gustaría ver en CIS Hair Studio?

14 respuestas



### 5.1.3 Análisis de Resultados y Estadística Descriptiva

#### Pregunta 1

Tenemos un muestreo de ambos géneros donde la visita es mas de mujeres que hombres

Mujeres 53.8%

Hombres 46.2%

#### Pregunta 2

Tenemos un muestreo de una edad promedio desde 20 años hasta mayor de 50 años

20-25 años 15.4%

25-30 años 15.4%

Mas de 50 años 46.2%

#### Pregunta 3

Entre las personas manifiestan que visitan la peluquería una vez al mes

57.1%

#### Pregunta 4

El servicio mas solicitado es los cortes de cabello seguido de manicura y pedicura

Corte de cabello 50%

Manicura y pedicura 28.6%

#### Pregunta 5

Calificando con un servicio de calidad excelente el 78.6%

Y buena el 21.4%

#### Pregunta 6

Encontrándose muy satisfechos con la atención brindada en CIS Hair Studio con el 78.6\$ y

satisfecho un 21.4%



#### Pregunta 7

El muestreo indica que el principal factor para elegir una peluquería es la calidad del servicio con un 92.9%, seguido de visitas por recomendaciones 7.1%

#### Pregunta 8

Un 57.1% conocieron CIS Hair Studio por recomendaciones de amigos o familiares  
21.4% publicidad local  
21.4% redes sociales

#### Pregunta 9

Los clientes encuestados si recomendarían CIS Hair Studio en su 78.65% y probable un 21.4%

#### Pregunta 10

Entre puntos a mejorar se analiza que CIS Hair Studio debería realizar más ofertas y descuentos en su 42.9% de encuestados

### **5.1.4 Conclusiones de cada pregunta del estudio**

#### Pregunta 1

Tenemos un muestreo de ambos géneros donde la visita es mas de mujeres que hombres, debemos trabajar con nuevas estrategias o innovaciones para que la visita sea igual entre hombres y mujeres.

#### Pregunta 2

Tenemos un muestreo de una edad promedio desde 20 años hasta mayor de 50 años, buscar nuevas estrategias para atraer a diferentes segmentos e incrementar clientes

#### Pregunta 3

Entre las personas encuestadas manifiestan que visitan la peluquería una vez al mes.

#### Pregunta 4

El servicio más solicitado es los cortes de cabello seguido de manicura y pedicura. Crear más publicidad para que los demás servicios también sean requeridos

#### Pregunta 5

Calificando con un servicio de calidad excelente. Continuar con la excelencia en el servicio.

#### Pregunta 6

Encontrándose muy satisfechos con la atención brindada en CIS Hair Studio.

#### Pregunta 7

El muestreo indica que el principal factor para elegir una peluquería es la calidad del servicio, seguido de visitas por recomendaciones

#### Pregunta 8

Un 57.1% conocieron CIS Hair Studio por recomendaciones de amigos o familiares.


#### Pregunta 9

Los clientes encuestados si recomendarían CIS Hair Studio.

#### Pregunta 10

Entre puntos a mejorar se analiza que CIS Hair Studio debería realizar más ofertas y descuentos. Crear estrategias de fidelización para clientes establecidos y para nuevos clientes.

### 5.1.5 Foda Final



**CIS**  
HAIR STUDIO

# FODA FINAL

---

### FORTALEZAS

**Alta Calidad de Servicio:**

- Clientes Satisfechos: los clientes califican los servicios como buenos o excelentes.
- Profesionalismo del Personal: Atención profesional y ambiente acogedor.

**Reputación Positiva:**

- Reseñas en Línea: Mayormente positivas, destacando la calidad del servicio y la atención al cliente.

**Ubicación Estratégica:**

- Proximidad: Ubicado en una zona conveniente para residentes y trabajadores locales.

**Variedad de Servicios:**

- Servicios Populares: Amplia gama de servicios como cortes de cabello, tinte, coloración, y tratamientos capilares.

### OPORTUNIDADES

**Expansión de Servicios:**

- Productos Naturales y Orgánicos: Aumento de la demanda de productos de cuidado capilar naturales y ecológicos.
- Nuevos Servicios: Introducción de servicios adicionales como talleres de cuidado capilar.

**Mejoras en la Presencia Online:**

- Marketing Digital: Incremento de la presencia en redes sociales mediante contenido visual y promociones interactivas.
- Programas de Fidelización: Implementación de programas de recompensas para clientes frecuentes.

**Promociones y Ofertas:**

- Estrategias de Promoción: Creación de ofertas y descuentos para atraer nuevos clientes y retener a los actuales.

**Capacitación y Desarrollo del Personal:**

- Atención al Cliente: Capacitar al personal para mejorar la experiencia del cliente y garantizar un servicio excepcional.

---

### DEBILIDADES

**Presencia Digital Moderada:**

- Redes Sociales: Necesidad de mayor contenido visual y promociones interactivas para atraer a un público más amplio.

**Limitaciones en Variedad de Servicios:**

- Servicios Actuales: Algunos clientes desean una mayor variedad de servicios y productos naturales.

**Horarios de Atención:**

- Disponibilidad: Necesidad de ampliar los horarios de atención para adaptarse mejor a las necesidades de los clientes.

### AMENAZAS

**Competencia Fuerte:**

- Precios Competitivos: Competidores que ofrecen servicios a precios más bajos o promociones atractivas.

**Cambios en las Preferencias del Cliente:**

- Tendencias del Mercado: Aumento de la demanda de productos y servicios naturales y ecológicos que podrían no estar disponibles en CIS Hair Studio.

**Factores Económicos:**

- Recesión Económica: Potencial disminución del gasto discrecional en servicios de belleza debido a incertidumbres económicas.

### 5.1.6 Selección de variables para el Plan de Negocio Digital

Para desarrollar un plan de negocio digital efectivo para CIS Hair Studio, es importante identificar y seleccionar las variables clave que impactarán el rendimiento y la estrategia digital. Estas variables se dividen en varias categorías: Demográficas, Comportamiento del Usuario, Variables de Marketing, Variables de Competencia y Variables de Servicio.

#### 1. Variables Demográficas

**Edad:** Rango de 18 a 60 años, con un enfoque en 25 a 45 años.

**Género:** Mayormente mujeres (70%), pero también hombres (30%).

**Ingreso:** Clase media y alta.

**Ubicación:** Clientes locales y trabajadores en la zona cercana al salón.

#### 2. Comportamiento del Usuario

**Frecuencia de Visitas:** Datos sobre la regularidad con la que los clientes visitan la peluquería (mensual, bimensual, anual).

**Preferencias de Servicio:** Tipos de servicios más solicitados (corte de cabello, tinte, tratamientos, manicura/pedicura).

**Canales de Descubrimiento:** Cómo los clientes encuentran la peluquería (redes sociales, recomendaciones, búsquedas en internet).

### 3. Variables de Marketing

Tráfico Web: Número de visitantes al sitio web de la peluquería.

Interacciones en Redes Sociales: Likes, comentarios, compartidos, y seguidores en plataformas como Instagram, Facebook y Tik tok.

Tasa de Conversión: Porcentaje de usuarios que completan una acción deseada, como reservar una cita o suscribirse a un cupón.

Costo por Adquisición de Cliente (CPA): Costo promedio para adquirir un nuevo cliente a través de campañas digitales.

Retorno de la Inversión (ROI): Medida de la rentabilidad de las campañas de marketing digital.

### 4. Variables de Competencia

Comparación de Presencia Online: Evaluación de la visibilidad y el engagement de competidores en redes sociales y sitios web.

Estrategias Promocionales de la Competencia: Ofertas y descuentos que ofrecen los competidores.

Calidad y Variedad de Servicios: Comparación de los servicios ofrecidos por CIS Hair Studio con los de los competidores.

Precios de los Servicios: Análisis de los precios de los servicios similares en peluquerías competidoras.

### 5. Variables de Servicio

Satisfacción del Cliente: Calificaciones y comentarios sobre la calidad del servicio y la atención al cliente.

Tiempos de Espera: Duración promedio desde la reserva hasta la prestación del servicio.

Programas de Fidelización: Efectividad de los programas de recompensas y lealtad.

Innovación en Servicios: Introducción de nuevos servicios y productos, especialmente aquellos basados en tendencias del mercado como productos naturales y orgánicos.

#### 5.1.6.1 Perfil del consumidor

Edad: Principalmente entre 25 y 45 años, con un rango extendido de 18 a 60 años.

Género: Predominantemente mujeres (70%), con un segmento significativo de hombres (30%).

Ingreso: Clase media y alta.

Ubicación: Residentes locales y trabajadores en el área cercana a CIS Hair Studio.

Estado Civil: Principalmente solteros(as) y casados(as), con algunos padres de familia.

Intereses Comunes

Calidad del Servicio:

Buscan cortes de cabello y coloraciones duraderas.

Valoración de tratamientos capilares efectivos y resultados visibles.

Estilo Personalizado:

Desean un servicio que se adapte a sus preferencias estéticas y estilo de vida.

Interés en peinados y estilizados que reflejen su personalidad y ocasión.

Tendencias y Moda:

Interés en estar al tanto de las últimas tendencias en cortes, colores y tratamientos capilares.

Disposición a probar nuevos estilos y técnicas recomendadas por estilistas expertos.

Asesoramiento Profesional:

Buscan consejos y recomendaciones de expertos en cuidado capilar para mantener la salud y apariencia de su cabello.

Necesidad de soluciones personalizadas para problemas específicos de cabello como la caída, sequedad o daños por químicos.

### **5.1.6.2 Gustos, preferencias e intereses**

#### **1. Mujeres**

Gustos:

Variedad de Servicios: Prefieren peluquerías que ofrezcan una amplia gama de servicios como cortes de cabello, tintes, tratamientos capilares y estilizados.

Productos Naturales: Interés en productos capilares naturales y orgánicos que promuevan la salud del cabello.

Últimas Tendencias: Seguir y probar las últimas tendencias en cortes y colores de cabello.

Preferencias:

Atención Personalizada: Valoración de estilistas que escuchen y entiendan sus preferencias y necesidades específicas de estilo.

Ambiente Acogedor: Preferencia por peluquerías con un ambiente relajante y cómodo que mejore la experiencia general.

Intereses:

Calidad del Servicio: Interés en recibir servicios de alta calidad que proporcionen resultados satisfactorios y duraderos.

Experiencia Completa: Disfrutar de una experiencia completa que incluya desde la consulta inicial hasta el cuidado post-servicio.

#### **2. Hombres**

Gustos:

Cortes y Arreglos Precisos: Preferencia por cortes de cabello precisos y arreglos de barba que reflejen su estilo personal.

Servicios Específicos: Interés en servicios como afeitado de barba, tratamientos capilares para la caída del cabello y productos específicos para hombres.

Preferencias:

Eficiencia y Rapidez: Valoración de servicios rápidos y eficientes que se adapten a su rutina ocupada.

Intereses:

Conveniencia: Interés en horarios flexibles y facilidad para hacer reservas en línea o por teléfono.

Resultados Visibles: Importancia de obtener resultados visibles y satisfactorios que mejoren su apariencia y confianza.

### 3. Intereses Comunes

Gustos:

Innovación y Tendencias: Interés compartido en explorar nuevas técnicas de cuidado capilar y estar al tanto de las últimas tendencias en estilo.

Preferencias:

Productos y Tratamientos Naturales: Preferencia creciente por productos capilares naturales y orgánicos que sean beneficiosos para la salud del cabello y el medio ambiente.

Intereses:

Comunidad y Redes Sociales: Participación activa en redes sociales para compartir experiencias, participar en concursos y mantenerse informados sobre promociones y eventos de CIS Hair Studio.

#### 5.1.6.3 Segmento de mercado

En CIS Hair Studio reconocimos nuestra segmentación, siendo hombres y mujeres. Jóvenes y Adultos/as

Descripción:

Mujeres de entre 18 y 45 años.

Interés en una amplia gama de servicios de belleza, incluyendo cortes de cabello modernos, tintes, tratamientos capilares y estilizados.

Características:

Buscan estar al tanto de las últimas tendencias en cortes y colores.

Valoran la calidad del servicio y la atención personalizada.

Prefieren productos capilares naturales y orgánicos.

Comportamiento de Consumo:

Frecuencia de visitas: mensual o cada 2-3 meses.

Utilizan redes sociales para descubrir estilos y seguir a estilistas.

Suelen tomar decisiones basadas en recomendaciones de amigos y reseñas en línea.



## 2. Hombres de Mediana Edad

### Descripción:

Hombres de entre 25 y 45 años.

Interés en cortes de cabello precisos, arreglos de barba y tratamientos específicos como la caída del cabello.

### Características:

Valoración de la eficiencia y rapidez en los servicios.

Interés en productos y servicios que mejoren su apariencia y confianza.

### Comportamiento de Consumo:

Frecuencia de visitas: cada 2-3 meses.

Prefieren horarios flexibles y facilidad para hacer reservas.

Utilizan redes sociales y recomendaciones personales para descubrir nuevos servicios y mantenerse informados sobre promociones.

### 5.1.6.4 Producto o servicio

Los productos y servicios que ofrece CIS Hair Studio incluyen una variedad de opciones para satisfacer las necesidades de sus clientes.

#### Productos y Servicios de CIS Hair Studio

##### Servicios de Corte y Estilizado

##### Cortes de Cabello:

Cortes modernos y clásicos adaptados a las preferencias individuales.

##### Peinados y Estilizados:

Peinados para ocasiones especiales o para el día a día.

##### Coloración y Tratamientos Capilares

##### Tinte y Coloración:

##### Coloración y Tratamientos Capilares

Opciones de coloración que van desde tintes naturales hasta colores vibrantes y técnicas de balayage.

##### Tratamientos Capilares:

Tratamientos para hidratación, reparación de puntas abiertas, fortalecimiento y control de la caída del cabello.

##### Cuidado del Cabello

##### Lavado y Acondicionamiento:

Tratamientos de lavado y acondicionamiento personalizados según el tipo de cabello y necesidades específicas.

##### Productos de Cuidado Capilar:

Venta de productos capilares profesionales para el mantenimiento en casa, incluyendo champús, acondicionadores, mascarillas y tratamientos específicos.

##### Otros Servicios Complementarios

Manicura y Pedicura:

Servicios básicos de cuidado de uñas y tratamientos de manos y pies.

Asesoramiento de Estilo y Consultas Personalizadas:

Consultas con estilistas para discutir opciones de estilo, recomendaciones de productos y cuidado del cabello.

### **5.1.6.5 Promoción y Comunicación**

La Promoción y Comunicación que va usar CIS Hair Studio se va a enfocar en destacar los servicios de la peluquería, su atención personalizada y la calidad de sus productos.

#### **1. Presencia en Redes Sociales**

Objetivo: Aumentar la visibilidad y el compromiso con la comunidad local.

Acciones:

Mantener perfiles actualizados en plataformas como Instagram, Facebook, Tik tok.

Publicar regularmente fotos de trabajos realizados, tutoriales de estilismo y consejos de cuidado capilar.

Interactuar con seguidores respondiendo preguntas y comentarios.

Organizar concursos y sorteos para atraer nuevos clientes y fomentar la participación.

#### **2. Estrategia de Contenido Digital**

Objetivo: Posicionarse como el lugar ideal para el cuidado capilar.

Acciones:

Crear un blog en el sitio web de la peluquería con artículos informativos sobre tendencias de cabello, cuidado capilar y consejos de estilo.

Desarrollar videos tutoriales y guías paso a paso para estilizar el cabello en casa.

Colaborar con influencers locales para reseñas y recomendaciones.

#### **3. Programas de Fidelización y Promociones**

Objetivo: Incentivar la lealtad y aumentar la frecuencia de visitas de los clientes existentes.

Acciones:

Implementar un programa de puntos por cada visita o compra de productos, que se pueden canjear por descuentos o servicios gratuitos.

Ofrecer promociones especiales para cumpleaños o días festivos.

Realizar campañas de referidos donde los clientes actuales obtengan beneficios por recomendar la peluquería a amigos y familiares.

#### **4. Alianzas Estratégicas y Eventos Locales**

Objetivo: Aumentar la visibilidad de la peluquería y llegar a nuevos clientes potenciales.

Acciones:

Establecer alianzas con negocios locales, como spas, hoteles o tiendas de ropa, para ofrecer paquetes promocionales o descuentos cruzados.

Participar en eventos comunitarios, ferias locales o mercados de artesanías para mostrar servicios y realizar demostraciones en vivo.

#### 5. Estrategias de SEO y Publicidad Online

Objetivo: Aumentar el tráfico al sitio web y la visibilidad en motores de búsqueda.

Acciones:

Optimizar el sitio web con palabras clave relevantes como "peluquerías", "cortes de cabello", "tratamientos capilares" en contenido y metaetiquetas.

Implementar campañas de publicidad pagada en Google Ads dirigidas a usuarios locales interesados en servicios de belleza.

Colaborar con sitios web locales y directorios de negocios para aumentar la presencia online y mejorar el SEO local.

#### 5.1.6.6 Precios

Al ser una peluquería los precios varían, tanto por el tipo de servicio. Se ha colocado una referencia como un valor base por cada servicio.

- Corte de cabello para dama \$5
- Corte de cabello para caballero \$3
- Corte de cabello para niñ@s \$3
- Peinado para niñas desde \$5
- Paquete para novias \$120
- Paquete para quinceañeras \$110
- Peinados desde \$6
- Maquillaje \$25
- Colorimetría desde \$45
- Depilaciones desde \$3
- Manicure desde \$4
- Pedicure desde \$8
- Alisado con keratina desde \$60
- Alisado permanente desde \$80
- Ondulaciones desde \$35
- Lifting de pestañas \$15
- Lifting de cejas \$15
- Pestañas punto a punto \$15

### 5.1.6.7 Forma de compra en el canal de distribución

La forma de compra en el canal de distribución se centra principalmente en los servicios de belleza y productos que ofrece a sus clientes.

#### 1. Servicios de Belleza

Proceso de Reserva:

Reservas Directas: Los clientes pueden hacer reservas directamente llamando a la peluquería, enviando un mensaje por redes sociales o utilizando un sistema de reservas online integrado en el sitio web de la peluquería.

Consultas Personalizadas: Algunos servicios pueden requerir consultas previas para determinar las necesidades específicas del cliente, como tratamientos capilares especializados o cambios de imagen.

Atención al Cliente:

Confirmación de Citas: La peluquería puede enviar recordatorios automáticos o confirmaciones de citas a través de mensajes de texto o correo electrónico para garantizar la puntualidad y evitar cancelaciones.

Recepción y Acogida: Los clientes son recibidos en un ambiente acogedor y profesional, donde pueden discutir sus preferencias con el estilista asignado antes de comenzar el servicio.

#### 2. Productos de Cuidado Capilar y Belleza

Venta en la peluquería:

Mostrador de Productos: Productos capilares profesionales están disponibles para la compra directa en el salón.

Asesoramiento Personalizado: Estilistas capacitados pueden recomendar productos según el tipo de cabello y las necesidades individuales del cliente.

Venta Online:

Tienda Virtual: CIS Hair Studio puede ofrecer una tienda en línea en su sitio web donde los clientes pueden comprar productos capilares y de belleza desde la comodidad de su hogar.

### 5.1.6.8 Hábitos de consumo y decisión de compra

Los hábitos de consumo y decisión de compra para los clientes de CIS Hair Studio pueden variar según el tipo de servicio y producto que estén buscando.

Los clientes de CIS Hair Studio muestran diversos hábitos de consumo y decisiones de compra que reflejan su búsqueda por servicios de alta calidad y productos capilares personalizados. Reservan servicios de belleza con frecuencia, utilizando métodos tanto en línea como telefónicos, y toman decisiones basadas en recomendaciones personales y reseñas en línea. En cuanto a la compra de productos capilares, confían en las recomendaciones de los estilistas y prefieren comprar directamente en la peluquería para recibir asesoramiento personalizado. La experiencia del cliente y la retroalimentación son fundamentales, con encuestas de satisfacción y programas de fidelización que fortalecen la relación y la lealtad con la marca.

### 5.1.6.9 Forma de pago y logística de entrega

Para CIS Hair Studio, la forma de pago y la logística de entrega son aspectos clave para garantizar una experiencia de compra y servicio fluida, satisfactoria para sus clientes.

#### 1. Forma de Pago

Modalidades Disponibles:

Pago en la Peluquería: Los clientes pueden pagar por los servicios y productos directamente en la peluquería al finalizar su visita. Se aceptan efectivo y transferencias.

Pago Online: Para compras de productos a través de la tienda en línea, los clientes pueden pagar con transferencias.

#### 2. Logística de Entrega

Entrega de Productos:

Retiro en la peluquería: Los clientes pueden optar por recoger sus productos comprados en línea directamente en la peluquería durante su próxima visita.

Envío a Domicilio: Se ofrece la opción de entrega a domicilio para compras realizadas en la tienda en línea. Los tiempos de entrega pueden variar según la ubicación del cliente. Se realizará a través de Servientrega.

Entrega y Envío: Opciones de entrega a domicilio o recogida en la peluquería estarán disponibles para facilitar la compra.



### 5.1.7 Planificación estratégica: Objetivos, Estrategias, Metas, Plan de acción, responsables, presupuesto

AÑO	AREA	Nro.	OBJETIVO ESTRATÉGICO	RESPONSABLE	ESTRATEGIAS	INDICADORES	Descripción del indicador	Forma de medición	PERÍODO
2024	VENTAS Y MKT		Incrementar la Base de Clientes en un 20% en el Próximo Año	GERENTE DE MARKETING	Implementar campañas de marketing digital, promociones especiales y programas de referidos.	Número de nuevos clientes	Medir el número de nuevos clientes que visitan el salón cada mes en comparación con el mismo periodo del año anterior.		ENERO
2024	VENTAS Y MKT		Mejorar la Satisfacción del Cliente a un 95%	Gerente de Servicio al Cliente	Realizar encuestas de satisfacción, implementar un programa de formación continua para el personal y mejorar la experiencia del cliente en la peluquería.	Puntuación de satisfacción del cliente	Promedio de la satisfacción obtenida en encuestas post-servicio, con el objetivo de alcanzar una puntuación de 95/100.		FEBRERO
2024	VENTAS Y MKT		Ingresar una nueva línea de productos capilares orgánicos	Gerente de Servicio al Cliente	Investigar las distintas líneas de cuidado capilar orgánicos, coordinar con proveedores y establecer un plan de marketing para la venta.	Número de productos incluidos en CIS Hair studio	Contabilizar la cantidad de productos incluidos en el mercado dentro del periodo establecido.		MARZO
2024	VENTAS Y MKT		Aumentar las Ventas de Productos en un 30% en los Próximos 12 Meses	Gerente de Ventas	Entrenar al personal en técnicas de venta, realizar promociones y descuentos, y optimizar la tienda en línea.	Incremento en las ventas de productos	Comparar las ventas de productos capilares mes a mes con las del año anterior para medir un incremento del 30%.		ABRIL
2024	VENTAS Y MKT		Establecer Alianzas Estratégicas con 5 Negocios Locales en el Próximo Año	Gerente de Ventas	Identificar y negociar acuerdos con spas, gimnasios, tiendas de ropa y otros negocios locales complementarios.	Número de alianzas estratégicas	Contabilizar las nuevas alianzas formadas con negocios locales y evaluar su impacto en la promoción cruzada y ventas.		MAYO
2024	VENTAS Y MKT		Implementar un Sistema de Reservas Online y Aumentar su Uso en un 50%	Gerente de Tecnología	Desarrollar e implementar una plataforma de reservas online fácil de usar, y promover su uso entre los clientes actuales y potenciales.	Porcentaje de reservas realizadas online	Medir el porcentaje de reservas realizadas a través del sistema online en comparación con el total de reservas.		JUNIO
2024	VENTAS Y MKT		Reducir los Tiempos de Espera en un 15%	Gerente de tecnología	Optimizar la programación de citas, mejorar la gestión del tiempo del personal y analizar los flujos de trabajo para identificar y eliminar ineficiencias.	Tiempo promedio de espera	Calcular el tiempo promedio de espera de los clientes desde su llegada hasta el inicio del servicio, con el objetivo de reducirlo en un 15%.		JULIO
2024	VENTAS Y MKT		Capacitar al 100% del Personal en Nuevas Técnicas y Tendencias de Estilismo Cada Seis Meses	Director de Formación y Desarrollo	Organizar talleres y cursos de formación continua, y mantener al personal actualizado sobre las últimas tendencias y técnicas en el cuidado y estilismo capilar.	Porcentaje de personal capacitado	Contabilizar el porcentaje de empleados que han completado los cursos de formación en nuevas técnicas y tendencias dentro del periodo de seis meses.		AGOSTO
2024	VENTAS Y MKT		Aumentar la Presencia en Redes Sociales en un 50% en Seguidores y Engagement	GERENTE DE MARKETING	Crear contenido atractivo y relevante, interactuar regularmente con los seguidores, y utilizar anuncios pagados en plataformas clave como Instagram, Facebook, Tik tok.	Incremento en seguidores y tasa de engagement	Medir el crecimiento en el número de seguidores y la tasa de interacción (likes, comentarios, compartidos) en las publicaciones de redes sociales.		SEPTIEMBRE
2024	VENTAS Y MKT		Lograr una Tasa de Retención de Clientes del 85%	Gerente de marketing	Implementar un programa de lealtad, ofrecer incentivos y descuentos exclusivos para clientes recurrentes, y mantener una comunicación regular y personalizada con los clientes.	Tasa de retención de clientes	Calcular el porcentaje de clientes que regresan al salón para servicios adicionales dentro de un periodo de un año.		OCTUBRE

OBJETIVO ESTRATÉGICO	RESPONSABLE
Incrementar la Base de Clientes en un 20% en el Próximo Año	GERENTE DE MARKETING
Mejorar la Satisfacción del Cliente a un 95%	Gerente de Servicio al Cliente
Ingresar una una nueva línea de productos capilares organicos	Gerente de Servicio al Cliente
Aumentar las Ventas de Productos en un 30% en los Próximos 12 Meses	Gerente de Ventas
Establecer Alianzas Estratégicas con 5 Negocios Locales en el Próximo Año	Gerente de Ventas
Implementar un Sistema de Reservas Online y Aumentar su Uso en un 50%	Gerente de Tecnología
Reducir los Tiempos de Espera en un 15%	Gerente de tecnología
Capacitar al 100% del Personal en Nuevas Técnicas y Tendencias de Estilismo Cada Seis Meses	Director de Formación y Desarrollo
Aumentar la Presencia en Redes Sociales en un 50% en Seguidores y Engagement	GERENTE DE MARKETING
Lograr una Tasa de Retención de Clientes del 85%	Gerente de marketing

ESTRATEGIAS	INDICADORES	Descripción del indicador
Implementar campañas de marketing digital, promociones especiales y programas de referidos.	Número de nuevos clientes	Medir el número de nuevos clientes que visitan el salón cada mes en comparación con el mismo período del año anterior.
Realizar encuestas de satisfacción, implementar un programa de formación continua para el personal y mejorar la experiencia del cliente en la peluquería.	Puntuación de satisfacción del cliente	Promedio de la satisfacción obtenida en encuestas post-servicio, con el objetivo de alcanzar una puntuación de 9.5/10.
Investigar las distintas líneas de cuidado capilar orgánicos, coordinar con proveedores y establecer un plan de marketing para la venta.	Número de productos incluidos en CIS Hair studio	Contabilizar la cantidad de productos incluidos en el mercado dentro del período establecido.
Entrenar al personal en técnicas de venta, realizar promociones y descuentos, y optimizar la tienda en línea.	Incremento en las ventas de productos	Comparar las ventas de productos capilares mes a mes con las del año anterior para medir un incremento del 30%.
Identificar y negociar acuerdos con spas, gimnasios, tiendas de ropa y otros negocios locales complementarios.	Número de alianzas estratégicas	Contabilizar las nuevas alianzas formadas con negocios locales y evaluar su impacto en la promoción cruzada y ventas.
Desarrollar e implementar una plataforma de reservas online fácil de usar, y promover su uso entre los clientes actuales y potenciales.	Porcentaje de reservas realizadas online	Medir el porcentaje de reservas realizadas a través del sistema online en comparación con el total de reservas.
Optimizar la programación de citas, mejorar la gestión del tiempo del personal y analizar los flujos de trabajo para identificar y eliminar ineficiencias.	Tiempo promedio de espera	Calcular el tiempo promedio de espera de los clientes desde su llegada hasta el inicio del servicio, con el objetivo de reducirlo en un 15%.
Organizar talleres y cursos de formación continua, y mantener al personal actualizado sobre las últimas tendencias y técnicas en el cuidado y estilismo capilar.	Porcentaje de personal capacitado	Contabilizar el porcentaje de empleados que han completado los cursos de formación en nuevas técnicas y tendencias dentro del período de seis meses.
Crear contenido atractivo y relevante, interactuar regularmente con los seguidores, y utilizar anuncios pagados en plataformas clave como Instagram, Facebook, Tik tok.	Incremento en seguidores y tasa de engagement	Medir el crecimiento en el número de seguidores y la tasa de interacción (likes, comentarios, compartidos) en las publicaciones de redes sociales.
Implementar un programa de lealtad, ofrecer incentivos y descuentos exclusivos para clientes recurrentes, y mantener una comunicación regular y personalizada con los clientes.	Tasa de retención de clientes	Calcular el porcentaje de clientes que regresan al salón para servicios adicionales dentro de un período de un año.

## **CAPÍTULO VI: PROCESO LEGAL, ORGANIZACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE MARKETING DIGITAL Y CONTENIDO**

### **6.1 Normativa del Comercio electrónico en Ecuador y Ley Consumidor**

Normativa del Comercio Electrónico en Ecuador

Validez Jurídica: Los mensajes de datos y firmas electrónicas tienen la misma validez legal que los documentos físicos.

Contratos Electrónicos: Los contratos electrónicos son válidos si ambas partes aceptan los términos y condiciones.

Protección de Datos: Las empresas deben proteger los datos personales de los usuarios.

Información al Consumidor: Las empresas deben proporcionar información clara sobre productos, precios y políticas de devolución.

Ley Orgánica de Defensa del Consumidor

Derechos del Consumidor:

Información Veraz: Derecho a recibir información completa y precisa sobre productos y servicios.

Protección contra Prácticas Abusivas: Protección contra publicidad engañosa y prácticas comerciales abusivas.

Seguridad de Productos: Productos y servicios deben cumplir con normas de calidad y seguridad.

Obligaciones de los Proveedores:

Transparencia: Información clara sobre precios y términos.

Garantías: Derecho a reparación, sustitución o reembolso en caso de defectos.

Resolución de Conflictos: Mecanismos para resolver disputas, como mediación y arbitraje.

Protección de Datos Personales:

Consentimiento: Recolección y uso de datos personales solo con el consentimiento del consumidor.

Seguridad: Implementación de medidas de seguridad para proteger la información personal.

### **6.2 Normativa Tributaria para tiendas en línea en Ecuador**

Registro en el SRI: Obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC).

IVA: Pagar el 12% de IVA y declarar mensualmente.

Impuesto a la Renta: Calcular y pagar anualmente.

Facturación Electrónica: Emitir y reportar facturas electrónicas.

Retenciones: Retener IVA e Impuesto a la Renta en ciertas transacciones.

Licencia Municipal: Obtener y pagar anualmente.

Cumplir con estos requisitos es esencial para operar legalmente una tienda en línea en Ecuador.

### **6.3 Organización del Departamento de Inbound Marketing**

El Inbound Marketing es importante porque:

Genera leads de calidad.

Mejora la visibilidad online.

Optimiza recursos.

Fomenta relaciones duraderas con clientes.

Permite análisis y ajustes basados en datos.

Esto facilita un crecimiento sostenible y rentable del negocio.

Dentro de CIS Hair Studio se propone crear un departamento de Inbound Marketing para:

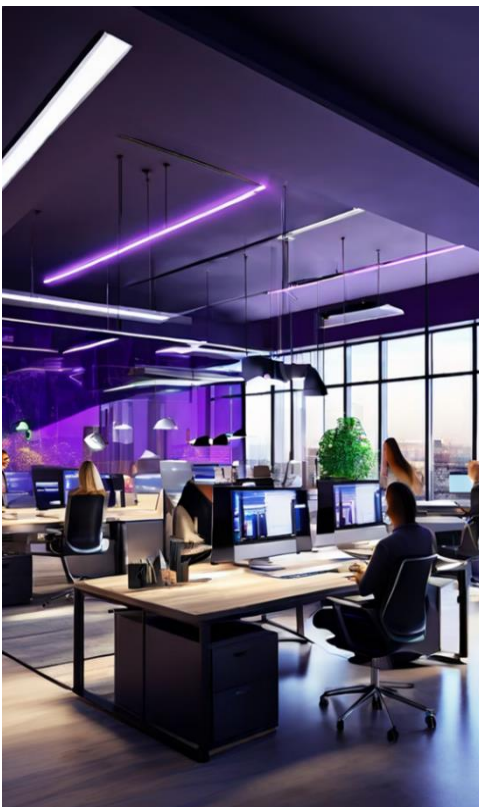
- Atraer Clientes Potenciales
- Mejorar visibilidad
- Fidelizar clientes
- Optimizar recursos
- Tener más visitas en redes sociales y sitio web

#### **6.4 Puestos claves del Departamento**

El departamento de Inbound Marketing para CIS Hair Studio estará compuesto por los siguientes roles:

- Gerente de Marketing
- Diseñadora
- Gerente de tecnología
- Gerente de ventas
- Gerente de formación y desarrollo
- Gerente de servicio al cliente

#### **6.5 Funciones del Departamento**



## Organización del Departamento de Inbound Marketing

El Departamento de Inbound Marketing está compuesto por un equipo un equipo altamente calificado que trabaja en conjunto para impulsar la estrategia de marketing de la empresa. Cada miembro aporta sus habilidades únicas para garantizar el éxito del departamento.



## Gerente de Marketing

Tec. Tania Navarrete

Lidera la planificación y ejecución de las estrategias de marketing para la empresa.



## Gerente de Tecnología

1 Ing. Gonzalo Guallichico

Gestiona la integración de herramientas y tecnologías para optimizar los procesos de marketing.

## Diseñadora Gráfica

Tec. Tania Navarrete

Crea diseños innovadores y llamativos que resaltan la identidad de identidad de la marca.



## Gerente de Ventas

Tec. Tania Navarrete

Coordina las actividades de ventas y asegura que los objetivos de objetivos de marketing se cumplan.



## Gerente de Formación y Desarrollo

Mtra. Carmen Andrango

Diseña e implementa programas de capacitación para mantener mantener actualizadas las habilidades del equipo.



## Gerente de Servicio al Cliente

Mtra. Carmen Andrango

Supervisa el servicio al cliente y garantiza una excelente experiencia experiencia para los clientes.



## 6.6 Organigrama Orgánico-Funcional

Tenemos el organigrama orgánico de CIS Hair Studio

Gerente General: Responsable de la visión y estrategia general del estudio.

Gerente de Administración y Finanzas: Maneja las finanzas, contabilidad y tareas administrativas.

Gerente de Operaciones: Supervisa las operaciones diarias y la calidad del servicio.

Gerente de Inbound Marketing: Dirige las estrategias de marketing digital para atraer y retener clientes.

Gerente de Ventas y Atención al Cliente: Se enfoca en las ventas directas y la satisfacción del cliente.

Este organigrama asegura que cada función tenga un enfoque claro y especializado, facilitando la coordinación y eficiencia dentro de CIS Hair Studio.

## 6.7 Implementar campañas con Inbound Marketing: Metodología

Se implementará esta metodología para realizar campañas para CIS Hair Studio

Definir Objetivos: Establecer metas claras y KPIs.

Conocer al Público: Crear y segmentar buyer personas.

Crear Contenidos: Desarrollar contenido relevante y planificar su publicación.

Optimizar SEO: Mejorar el contenido para búsquedas y construir enlaces.

Promocionar en Redes Sociales: Compartir contenido en plataformas adecuadas.

Automatizar Marketing: Usar herramientas para gestionar emails y leads.

Generar y Nutrir Leads: Capturar información y enviar comunicaciones personalizadas.

Medir y Analizar: Evaluar resultados y ajustar estrategias.

Optimizar y Escalar: Mejorar continuamente y ampliar campañas exitosas.



### 6.7.1 Buyer Persona

- **Edad:** 28-45 años
- **Género:** Femenino (principalmente, pero también se pueden incluir clientes masculinos)
- **Ubicación:** Ciudad principal donde se encuentra CIS Hair Studio
- **Estado Civil:** Soltera o casada, posiblemente con hijos
- **Nivel de Ingreso:** Medio a alto




---

#### Profesión y Educación

- **Ocupación:** Profesionales, emprendedores, o personas con roles en sectores creativos y de servicios
- **Nivel Educativo:** Título universitario, educación superior, sin título profesional.

#### Intereses y Estilo de Vida

- **Intereses:** Moda, belleza, bienestar, tendencias de cuidado personal
- **Estilo de Vida:** Activa, con interés en mantenerse a la moda y en el cuidado personal. Participa en eventos sociales y busca experiencias de calidad.

#### Comportamiento en Línea

- **Plataformas Usadas:** Activa en redes sociales como Instagram y Facebook, tik tok, sigue cuentas de moda y belleza.
- **Fuentes de Información:** Lee blogs y revistas de belleza, ve tutoriales en YouTube, y busca recomendaciones en redes sociales.

#### Problemas y Necesidades

- **Falta de Tiempo:** Tiene un horario ocupado y necesita servicios rápidos y eficientes.
- **Confianza en los Profesionales:** Busca estilistas con experiencia y recomendaciones confiables.
- **Personalización:** Desea servicios adaptados a sus necesidades y preferencias individuales.

#### Preferencias de Comunicación

- **Canales Preferidos:** Prefiere la comunicación a través de redes sociales y correo electrónico.
- **Tipo de Contenido:** Responde bien a contenido visual atractivo, testimonios de clientes, y promociones exclusivas.

**LAURA MARTÍNEZ**

#### Motivaciones

- **Deseo de Estilo y Cuidado:** Busca servicios de alta calidad para mantenerse al día con las últimas tendencias en cuidado del cabello y belleza.
- **Experiencia de Lujo:** Valora una experiencia de peluquería que ofrezca un ambiente relajante y personalizado.
- **Resultados de Calidad:** Quiere resultados visibles y duraderos en el cuidado del cabello.

### 6.7.2 Buyer's Journey

Tenemos 3 etapas claves para el Buyer's Journey para CIS Hair Studio.

#### 1. Etapa de Conciencia (Awareness)

**Reconocimiento de Necesidades:** El cliente se da cuenta de que necesita un corte de cabello, un tratamiento específico, o desea cambiar su estilo.

**Investigación Inicial:** El cliente busca en Google sobre las mejores peluquerías en su área y lee artículos sobre tendencias de cuidado capilar.

**Engagement en Redes Sociales:** Comienza a seguir cuentas de Instagram, tik tok y Facebook de peluquerías, incluyendo CIS Hair Studio, para inspirarse.

#### 2. Etapa de Consideración (Consideration)

**Comparación de Opciones:** El cliente compara diferentes peluquerías, evaluando servicios, precios, y opiniones de clientes.

Contenido Educativo: Lee blogs, ve videos tutoriales y consume contenido de CIS Hair Studio sobre el cuidado del cabello y los servicios que ofrecen.

Consulta y Testimonios: El cliente revisa testimonios de clientes y puede interactuar con el estudio a través de comentarios en redes sociales o consultas directas sobre los servicios.

### 3. Etapa de Decisión (Decision)

Evaluación Final: El cliente decide que CIS Hair Studio es la mejor opción basada en la calidad de los servicios, las recomendaciones y la relación calidad-precio.

Reserva de Cita: Utiliza la página web o una llamada telefónica para reservar una cita en CIS Hair Studio.

Experiencia en la peluquería: El cliente visita la peluquería, experimenta el servicio, y evalúa su satisfacción con el resultado.

Fidelización y Recomendación: Si está satisfecho, El cliente se convierte en un cliente recurrente y puede recomendar la peluquería a sus amigos y familiares, además de compartir su experiencia en redes sociales.

### Estrategias para Cada Etapa

#### 1. Conciencia El cliente

SEO y SEM: Optimizar el sitio web y ejecutar campañas publicitarias para aparecer en búsquedas relevantes.

Redes Sociales: Publicar contenido atractivo y útil que muestre tendencias y cuidados capilares.

#### 2. Consideración

Contenido Educativo: Crear y compartir blogs, videos y guías sobre los beneficios de los tratamientos y productos que ofrece el salón.

Testimonios y Reseñas: Mostrar opiniones de clientes satisfechos en el sitio web y redes sociales.

#### 3. Decisión

Facilidad de Reserva: Tener un sistema de reservas en línea sencillo y accesible.

Promociones y Descuentos: Ofrecer descuentos para primeras visitas o paquetes promocionales.

Seguimiento Post-Servicio: Enviar correos de agradecimiento y solicitar feedback para mejorar la experiencia del cliente.

### 6.7.3 Sales Process

Proponemos un Sales Process detallado para CIS Hair Studio, para convertir a los leads en clientes fieles

#### 1. Generación de Leads

Fuentes de Leads:

Redes sociales (Instagram, Tik Tok, Facebook).

Referencias y testimonios de clientes.

Publicidad online (Google Ads, Facebook Ads, Tik Tok Adss).

Colaboraciones con influencers locales.

Eventos y promociones especiales.

#### 2. Captura de Información

Formularios en el Sitio Web:

Formularios de contacto y reserva online.

Lead magnets (ebooks, guías de cuidado capilar) a cambio de información de contacto.

Redes Sociales:

Utilizar formularios de contacto y mensajes directos para capturar datos de interesados.



### 3. Calificación de Leads

#### Criterios de Calificación:

Interés demostrado (seguimiento en redes sociales, interacción con publicaciones).

Necesidad específica (tipo de servicio requerido).

Capacidad de gasto (presupuesto estimado).

#### Sistema de Puntuación:

Asignar puntuaciones a los leads basado en su interés y perfil.

### 4. Contactar al Lead

#### Métodos de Contacto:

Llamadas telefónicas personalizadas.

Emails de seguimiento con contenido relevante.

Mensajes directos en redes sociales.

#### Objetivo del Contacto:

Establecer conexión personal.

Identificar las necesidades y expectativas del cliente.

Proporcionar información sobre servicios y ofertas especiales.

### 5. Presentación de Servicios

#### Oferta Personalizada:

Crear propuestas personalizadas basadas en las necesidades y preferencias del cliente.

Presentar paquetes de servicios y promociones especiales.

#### Demostración de Valor:

Mostrar testimonios, antes y después, y casos de éxito.

Realizar una breve demostración de los servicios destacados (por ejemplo, a través de videos o muestras).

### 6. Cierre de la Venta

#### Manejo de Objeciones:

Responder a dudas y preocupaciones con información clara y persuasiva.

Ofrecer incentivos adicionales (descuentos, promociones).

#### Confirmación de la Cita:

Confirmar la reserva de la cita con todos los detalles (fecha, hora, servicios a realizar).

Enviar recordatorios por SMS o email antes de la cita.

### 7. Seguimiento Post-Servicio

#### Encuesta de Satisfacción:

Enviar encuestas de satisfacción para evaluar la experiencia del cliente.

#### Ofertas y Fidelización:

Ofrecer descuentos para futuras visitas.

Invitar a eventos exclusivos o promociones especiales.

#### Recomendaciones y Testimonios:

Solicitar testimonios y referencias para atraer nuevos clientes.

### 8. Análisis y Optimización

#### Revisión de Resultados:

Analizar tasas de conversión, satisfacción del cliente y ROI de las campañas.

#### Ajustes y Mejoras:

Implementar mejoras basadas en feedback y análisis de desempeño.

Este Sales Process está diseñado para mejorar la eficiencia y efectividad del ciclo de ventas de CIS Hair Studio, asegurando una experiencia excelente para los clientes y maximizando las oportunidades de conversión.

## 6.8 Técnica lluvia de ideas para Promociones

Técnica de Lluvia de Ideas para Promociones en CIS Hair Studio

Generar ideas innovadoras y efectivas para promociones.

Participantes: Equipo de marketing, estilistas, personal de ventas, y gerencia.

### Categorías de Promociones

#### Descuentos y Ofertas Especiales

Descuento por primera visita.

Paquetes promocionales (corte, tratamiento y peinado).

Descuentos por referencias de amigos.

Ofertas de temporada (verano, Navidad, etc.).

#### Programas de Fidelización

Tarjetas de fidelidad con descuentos progresivos.

Programa de puntos para canjear por servicios gratuitos.

Membresías mensuales o anuales con beneficios exclusivos.

#### Eventos y Talleres

Talleres de cuidado capilar y maquillaje.

Eventos temáticos (por ejemplo, "Noche de chicas" con tratamientos y bebidas).

#### Promociones en Redes Sociales

Concursos y sorteos para ganar servicios gratuitos.

Promociones especiales para seguidores de Instagram, Tik Tok y Facebook.

Descuentos exclusivos para quienes comparten publicaciones de la peluquería.

#### Colaboraciones y Alianzas

Alianzas con gimnasios, spas, y tiendas de moda para promociones cruzadas.

Colaboraciones con influencers locales para promociones especiales.

Descuentos especiales para empleados de empresas locales (corporate partnerships).

#### Servicios Complementarios

Tratamientos gratuitos o con descuento al contratar un servicio premium.

Mini faciales o masajes de cuello gratuitos con cada corte de cabello.

Descuentos en productos de cuidado capilar al realizar servicios en la peluquería.

#### Promociones Personalizadas

Descuentos de cumpleaños.

Promociones basadas en el historial de compras de los clientes.

#### Descuentos y Ofertas Especiales

20% de descuento para nuevos clientes.

Paquete "Renovación Total": Corte, color y tratamiento a un precio especial.

Trae a un amigo y ambos obtienen un 15% de descuento.

#### Programas de Fidelización

Tarjeta de fidelidad: Al acumular 10 visitas, una es gratis.

Programa VIP: Membresía mensual con tratamientos exclusivos y descuentos.

#### Eventos y Talleres

Noche de spa: Tratamientos relajantes con bebidas y aperitivos.

Taller de peinados y cuidado del cabello.

#### Promociones en Redes Sociales

Sorteo en Instagram: Gana un cambio de look completo.

Descuento del 10% por seguir y compartir nuestras publicaciones.

#### Colaboraciones y Alianzas

Descuentos cruzados con un gimnasio local.

Promociones especiales con una tienda de moda cercana.

#### Servicios Complementarios

Masaje de cuello gratuito con cada corte de cabello.

10% de descuento en productos al contratar un servicio premium.

#### Promociones Personalizadas

Descuento del 15% en el mes de cumpleaños.

Ofertas personalizadas basadas en servicios anteriores.

### **6.9 Técnica lluvia de ideas para Contenido**

Generar ideas creativas y relevantes para el contenido de la peluquería.

Participantes: Equipo de marketing, estilistas, y personal de atención al cliente.

#### Categorías de Contenido

Educativo y Tutoriales

Videos de “Cómo hacer” (por ejemplo, cómo cuidar el cabello teñido).

Tutoriales de peinados fáciles para el día a día.

Guías de productos: beneficios y cómo usar los productos del salón.

Consejos de cuidado capilar según el tipo de cabello.

#### Testimonios y Casos de Éxito

Entrevistas en video con clientes satisfechos.

Antes y después de transformaciones de cabello.

Historias de éxito destacando el trabajo de los estilistas.

#### Detrás de Cámaras

Mostrar el día a día del salón y el trabajo del equipo.

Videos de “Un día en la vida de...” con estilistas.

Tour virtual por el salón y presentación del equipo.

### Promociones y Ofertas

Publicaciones sobre descuentos y promociones especiales.  
Anuncios de eventos y talleres temáticos.  
Ofertas exclusivas para seguidores en redes sociales.

### Inspiración y Tendencias

Publicaciones sobre las últimas tendencias en cortes y colores.  
Galerías de inspiración con looks de moda.  
Entrevistas con influencers y estilistas reconocidos.

### Lifestyle y Bienestar

Consejos de estilo de vida relacionados con el bienestar y la belleza.  
Publicaciones sobre la importancia de la auto-cuidado y relajación.

### Contenido Exclusivo y Personalizado

Videos y artículos sobre cuidado capilar según la estación del año.  
Series de contenido sobre el uso adecuado de productos específicos.

### Ejemplos:

“Cómo mantener el color del cabello en verano” (video tutorial).  
“Top 5 peinados rápidos para trabajar” (blog post y video).

### Testimonios y Casos de Éxito

Serie de videos “Transformaciones Increíbles”.  
Publicación semanal de testimonios en Instagram Stories.

### Detrás de Cámaras

Video “Un día en la vida de un estilista en CIS Hair Studio”.  
Historia en Instagram mostrando el proceso de preparación de la peluquería para un evento.

### Promociones y Ofertas

“Semana de la Belleza” con descuentos especiales en todos los servicios.  
Anuncios de sorteos y concursos en redes sociales.

### Inspiración y Tendencias

Galería de looks de otoño/invierno y cómo adaptarlos.  
Entrevista con un influencer local sobre las tendencias de cabello.

### Interacción con la Comunidad

Sesiones en vivo con estilistas.  
Encuesta en Instagram Stories: “¿Qué servicio te gustaría probar?”  
Lifestyle y Bienestar  
Blog post “5 razones para dedicar tiempo al auto-cuidado”.

### Contenido Exclusivo y Personalizado

Serie de posts sobre “Cuidados específicos para tu tipo de cabello”.  
“Guía de productos esenciales para el cuidado del cabello” (ebook).

## 6.10 Plan de Contenidos


### Plan de Contenidos de CIS Hair Studio

Aumentar la visibilidad y el reconocimiento de la marca.

Generar engagement y fidelizar a los clientes.

Promover los servicios y promociones de la peluquería.

Educar y aportar valor sobre el cuidado del cabello y la belleza.



# PLAN DE CONTENIDOS

---

### Semana 1: Inspiración y Tendencias

- **Lunes: Post de Inspiración**
- Imagen o video de un look de moda.
- Descripción: "Descubre las últimas tendencias en cortes y colores".
- **Miércoles: Historia de Cliente**
- Testimonio en video o antes/después de un cliente.
- Descripción: "Transformación de la semana: [Nombre del Cliente]".
- **Viernes: Tutorial**
- Video tutorial sobre un peinado sencillo.
- Descripción: "¡Aprende a crear este look fácil para el día a día!"

### Semana 2: Educación y Consejos

- **Lunes: Blog Post**
- Artículo sobre "Cómo mantener tu cabello saludable".
- Descripción: "Consejos prácticos para cuidar tu cabello".
- **Miércoles: Video Educativo**
- Tutorial sobre "Los mejores productos para cabello rizado".
- Descripción: "Todo lo que necesitas saber sobre el cuidado del cabello rizado".
- **Viernes: Encuesta en Instagram Stories**
- Pregunta sobre los servicios más populares.
- Descripción: "¿Qué servicio te gustaría probar? ¡Vota en nuestras Stories!"

### Semana 3: Promociones y Eventos

- **Lunes: Anuncio de Promoción**
- Imagen o video de la oferta de la semana.
- Descripción: "¡No te pierdas nuestra oferta especial de esta semana! 20% de descuento en cortes y color".
- **Miércoles: Historia de Detrás de Cámaras**
- Video mostrando el día a día en la peluquería.
- Descripción: "Un vistazo detrás de cámaras: cómo preparamos tu experiencia en CIS Hair Studio".
- **Viernes: Anuncio de Evento**
- Invitación a un taller o evento especial.
- Descripción: "Únete a nuestro taller de peinados creativos este sábado".

### Semana 4: Interacción y Comunidad

- **Lunes: Post de Testimonios**
- Video o cita de un cliente satisfecho.
- Descripción: "Lo que nuestros clientes dicen de nosotros: [Testimonio]".
- **Miércoles: En Vivo**
- Sesión en vivo con un estilista respondiendo preguntas sobre cuidado del cabello.
- Descripción: "¡Conéctate con nosotros en vivo y haz tus preguntas sobre cuidado del cabello!"
- **Viernes: Post de Lifestyle**
- Imagen o video sobre auto-cuidado y bienestar.
- Descripción: "5 maneras de relajarte y cuidar de ti misma esta semana".



# PLAN DE CONTENIDOS

## Mes 1: Temas y Publicaciones

### Semana 1:

- **Lunes:** Post inspirador en Instagram.
- **Miércoles:** Historia de cliente en redes sociales.
- **Viernes:** Video tutorial en redes sociales.

### Semana 2:

- **Lunes:** Blog post en el redes sociales.
- **Miércoles:** Video educativo en redes sociales.
- **Viernes:** Encuesta en Instagram Stories.

### Semana 3:

- **Lunes:** Anuncio de promoción en Instagram.
- **Miércoles:** Historia detrás de cámaras en Instagram Stories.
- **Viernes:** Anuncio de evento en Facebook.

### Semana 4:

- **Lunes:** Post de testimonio en Instagram.
- **Miércoles:** En vivo en redes sociales.
- **Viernes:** Post de lifestyle en Facebook.

## 6.11 Cronograma de anuncios

### Mes 1: Enero

Tema: Renovación y Resoluciones de Año Nuevo

#### Semana 1:

Anuncio: "Renueva tu look con un 20% de descuento en cortes y color. ¡Empieza el año con estilo!"

#### Semana 2:

Anuncio: "Paquete especial de Año Nuevo: Corte + Tratamiento Capilar a precio especial."

#### Semana 3:

Anuncio: "Promoción de Primer Visita: 15% de descuento para nuevos clientes. ¡Reserva ahora!"

#### Semana 4:

Anuncio: "Taller gratuito de cuidado capilar. ¡Inscríbete hoy!"

### Mes 2: Febrero

Tema: Amor y Cuidado Personal

#### Semana 1:

Anuncio: "Prepara tu look para San Valentín. Descuentos especiales en tratamientos y peinados."

#### Semana 2:

Anuncio: "Regala belleza: Paquete de San Valentín para ti y tu pareja con un 20% de descuento."

#### Semana 3:

Anuncio: "Sorteo de San Valentín en Instagram. ¡Participa y gana un tratamiento de spa gratuito!"

#### Semana 4:

Anuncio: "Promoción de San Valentín: 10% de descuento en todos los servicios. ¡Reserva ya!"

### Mes 3: Marzo

Tema: Primavera y Renovación

#### Semana 1:

Anuncio: "Bienvenida a la Primavera: 15% de descuento en color y cortes frescos."

#### Semana 2:

Anuncio: "Promoción Especial: Corte + Peinado + Tratamiento de Hidratación a precio especial."

#### Semana 3:

Anuncio: "Taller de peinados primaverales. ¡Aprende a crear looks frescos!"

#### Semana 4:

Anuncio: "Descuento del 20% en productos de cuidado capilar durante todo el mes."

### Mes 4: Abril

Tema: Cuidado del Cabello y Piel

#### Semana 1:

Anuncio: "Promoción de Cuidado Capilar: 10% de descuento en tratamientos de keratina."

#### Semana 2:

Anuncio: "Semana de la Belleza: Descuentos en todos los servicios. ¡No te lo pierdas!"

#### Semana 3:

Anuncio: "Evento de Spa: Día de relajación con tratamientos especiales. ¡Reserva tu lugar!"

#### Semana 4:

Anuncio: "Taller de Belleza: Cuidados para el cabello y la piel en la primavera."

### Mes 5: Mayo

Tema: Celebración de la Madre

#### Semana 1:

Anuncio: "Celebra a Mamá: Paquete especial con 25% de descuento en tratamientos y peinados."

#### Semana 2:

Anuncio: "Regala Belleza: 15% de descuento en cualquier servicio. ¡El mejor regalo para Mamá!"

#### Semana 3:

Anuncio: "Promoción del Día de la Madre: Corte + Tratamiento Capilar a precio especial."

#### Semana 4:

Anuncio: "Evento Especial: Desayuno y cuidados de belleza para Mamá. ¡Inscríbete ahora!"

### Mes 6: Junio

Tema: Inicio del Verano

#### Semana 1:

Anuncio: "Prepárate para el verano: 20% de descuento en tratamientos de hidratación y color."

#### Semana 2:

Anuncio: "Promoción Especial: Corte de cabello + Balayage a precio reducido."

#### Semana 3:

Anuncio: "Taller de Verano: Peinados frescos y cuidados para la playa. ¡Inscríbete!"

#### Semana 4:

Anuncio: "Descuento del 15% en productos solares para el cabello. ¡Cuida tu melena este verano!"



### Mes 7: Julio

**Tema:** Diversión de Verano

**Semana 1:**

**Anuncio:** "Aprovecha nuestras ofertas de verano: 10% de descuento en todos los servicios."

**Semana 2:**

**Anuncio:** "Promoción Especial: Corte + Tratamiento + Peinado para eventos de verano."

**Semana 3:**

**Anuncio:** "Evento de Verano: Fiesta de Peinados con descuentos especiales."

**Semana 4:**

**Anuncio:** "Sorteo de Verano en Instagram. ¡Gana un paquete de belleza completo!"

### Mes 8: Agosto

**Tema:** Cuida tu Cabello

**Semana 1:**

**Anuncio:** "Mes del Cuidado Capilar: 20% de descuento en tratamientos reparadores."

**Semana 2:**

**Anuncio:** "Promoción de Regreso a la Normalidad: Descuento en todos los servicios de corte y color."

**Semana 3:**

**Anuncio:** "Taller de Cuidado Capilar: Tips para mantener tu cabello saludable después del verano."

**Semana 4:**

**Anuncio:** "Descuento del 15% en productos de cuidado capilar. ¡Cuida tu cabello con los mejores productos!"

### Mes 9: Septiembre

**Tema:** Nuevos Comienzos

**Semana 1:**

**Anuncio:** "Bienvenida al cambio: 15% de descuento en cambios de look y coloración."

**Semana 2:**

**Anuncio:** "Promoción Especial: Corte + Tratamiento de Brillo. ¡Luce radiante!"

**Semana 3:**

**Anuncio:** "Evento especial: Día de Spa con tratamientos especiales. ¡Reserva tu lugar!"

**Semana 4:**

**Anuncio:** "Taller de Estilo: Cómo cuidar y estilizar tu cabello. ¡Inscríbete ahora!"

### Mes 10: Octubre

**Tema:** Belleza y Bienestar

**Semana 1:**

**Anuncio:** "Promoción de Octubre: Descuento del 10% en todos los servicios de belleza."

**Semana 2:**

**Anuncio:** "Semana de la Belleza: Descuentos y promociones en tratamientos capilares."

**Semana 3:**

**Anuncio:** "Evento Especial: Taller de Maquillaje y Peinados para Halloween."

**Semana 4:**

**Anuncio:** "Descuento del 20% en productos de cuidado capilar. ¡Prepárate para el cambio de temporada!"

### Mes 11: Noviembre

**Tema:** Preparación para Fiestas

**Semana 1:**

**Anuncio:** "Preparativos para las Fiestas: 20% de descuento en peinados y maquillaje para eventos."

**Semana 2:**

**Anuncio:** "Promoción Especial: Corte + Tratamiento de Brillo. ¡Luce radiante en las fiestas!"

**Semana 3:**

**Anuncio:** "Evento de Navidad: Taller de Peinados Festivos. ¡Ven y aprende con nosotros!"

**Semana 4:**

**Anuncio:** "Descuento del 15% en productos para el cuidado capilar. ¡Regala belleza esta Navidad!"

### Mes 12: Diciembre

**Tema:** Celebraciones y Despedida del Año

**Semana 1:**

**Anuncio:** "¡Bienvenida Navidad! 10% de descuento en todos los servicios de belleza."

**Semana 2:**

**Anuncio:** "Paquete Especial de Fin de Año: Corte + Tratamiento Capilar + Peinado para fiestas."

**Semana 3:**

**Anuncio:** "Taller de Nochevieja: Peinados y maquillaje para despedir el año con estilo."

**Semana 4:**

**Anuncio:** "Descuento del 20% en productos de cuidado capilar. ¡Prepara tu melena para el 2025!"

## **CAPÍTULO VII: PROCESO TÉCNICO LOGÍSTICO E IMPLEMENTACIÓN DE TODO EL ECOSISTEMA DIGITAL**

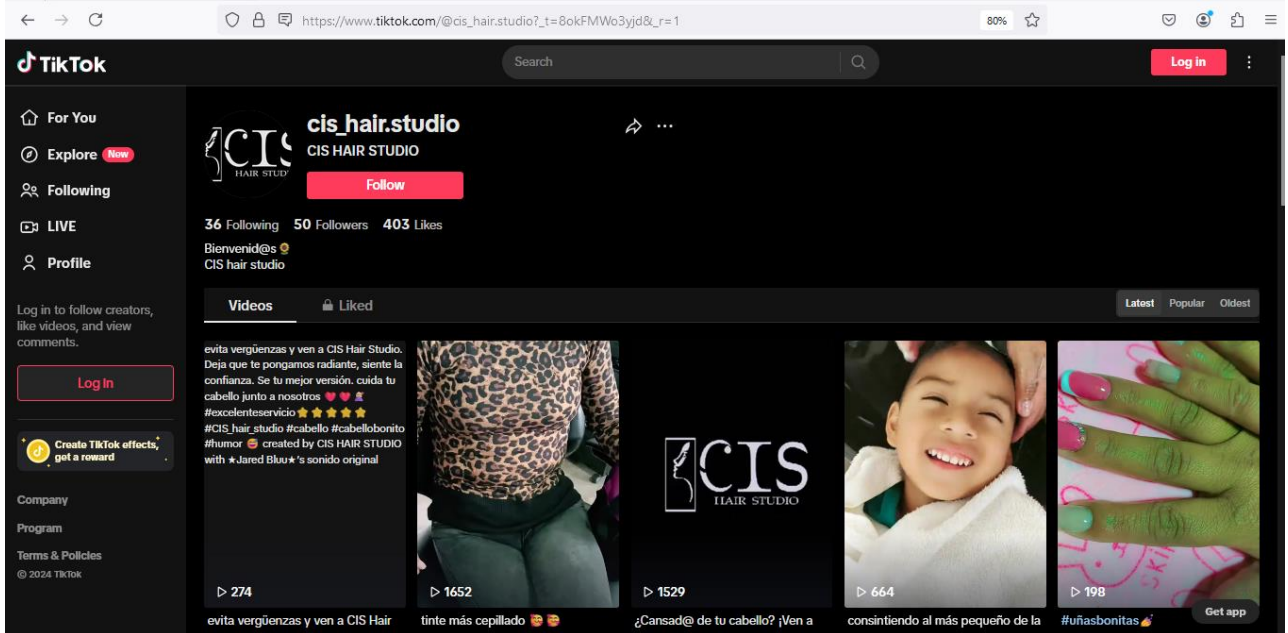
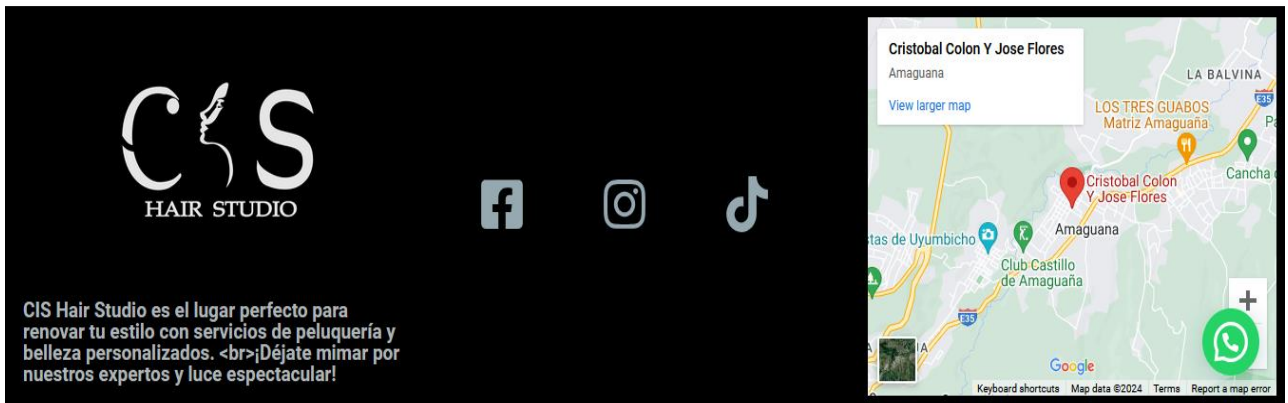
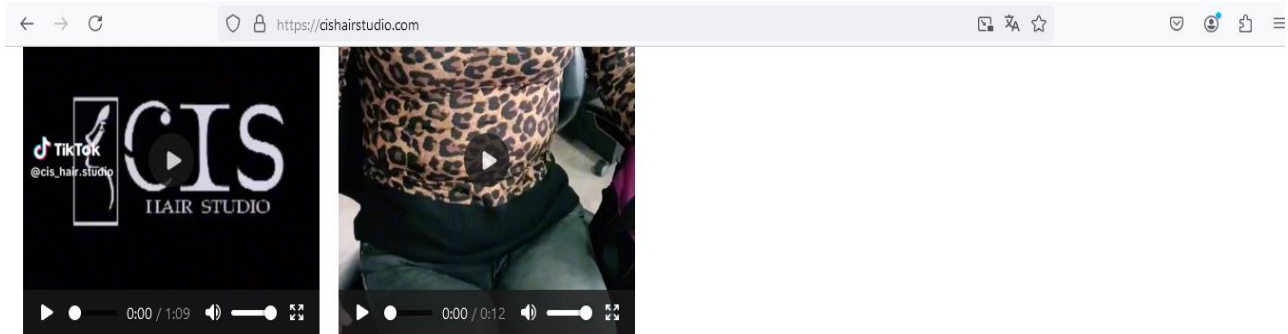
### **7.1 Presentación Sitios Web actuales: Sitio web con Wordpress, Landing Page, Perfil del Negocio**



## INICIO



## 7.2 Presentación e integración de todas las redes sociales



## 7.3 Ventaja competitiva de la presencia en Internet

Ventajas:

Aumenta el alcance y permite a los clientes acceder a información 24/7.

Promociones en línea y atracción de nuevos clientes.

Permitirá una comunicación directa a través de redes sociales y la gestión de reseñas, fortaleciendo la relación con los clientes.

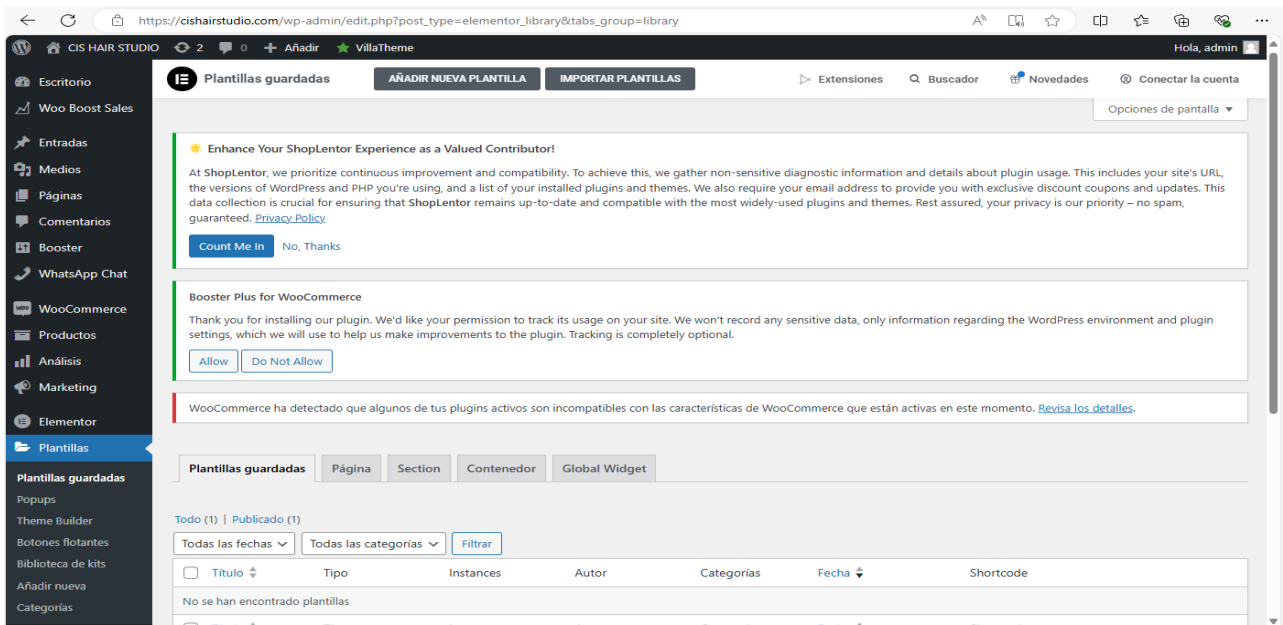
Nuestro objetivo es ofrecer reservas en línea y acceso a información actualizada, mejorando la experiencia del cliente.

Destacando la peluquería con portafolios visuales y contenido de valor, diferenciándose de la competencia.

Una sólida presencia en Internet amplía el alcance, mejora el marketing, facilita la interacción, y optimiza la experiencia.

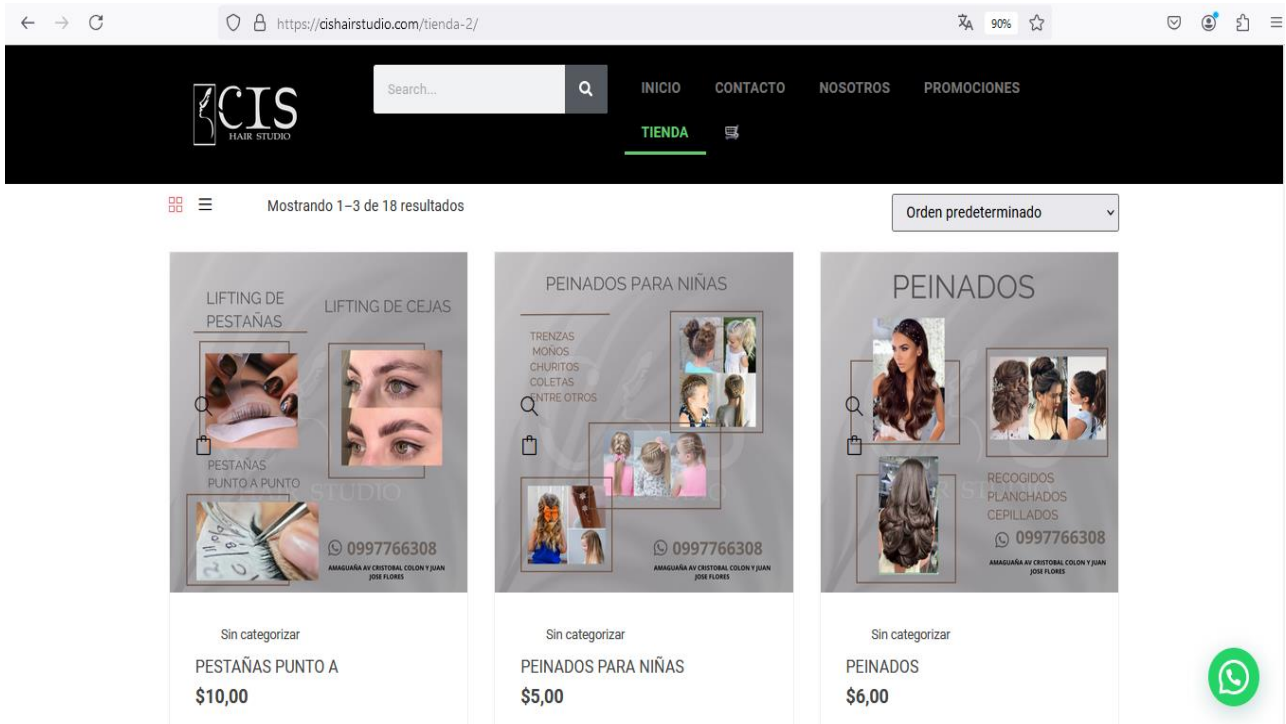
## 7.4 Tienda OnLine

### 7.4.1 Creación de la tienda online por: Woocommerce ó Ecwid u otro

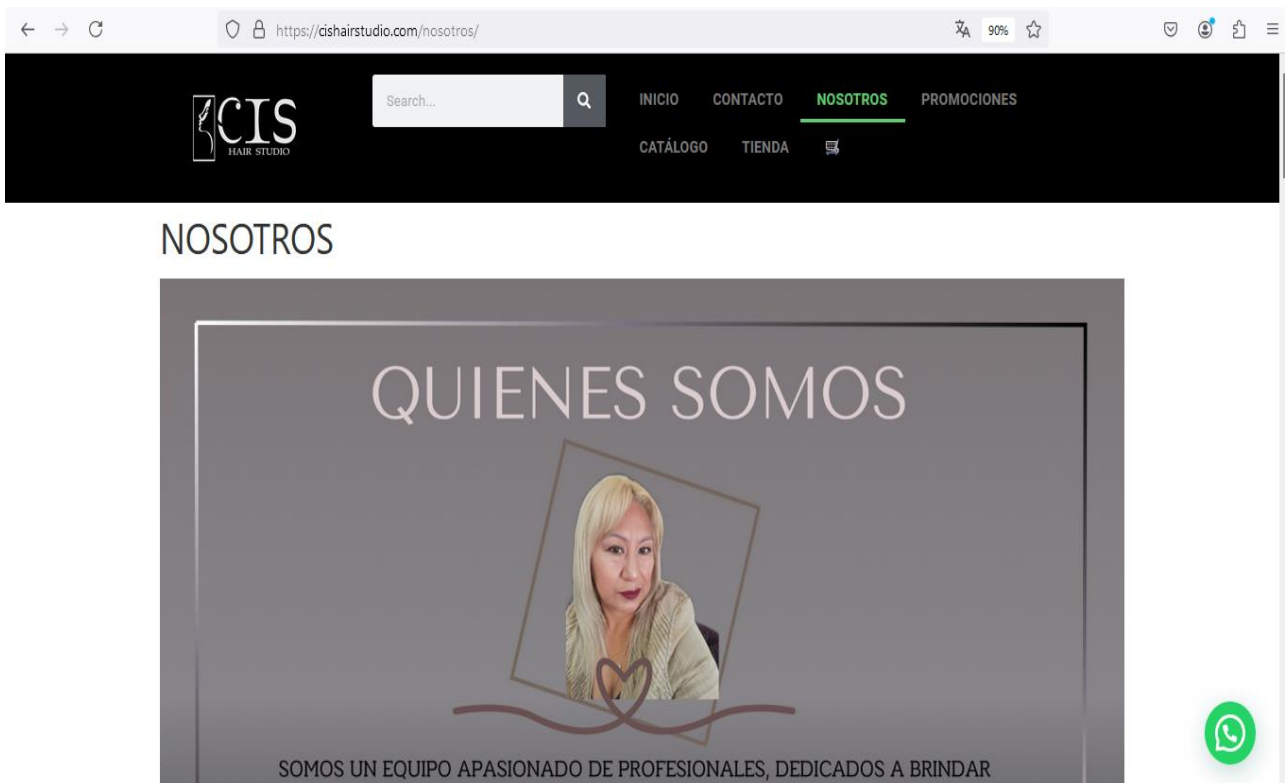


The screenshot shows the WordPress admin interface for 'CIS HAIR STUDIO'. The main content area is titled 'Plantillas guardadas' (Saved Templates) and includes several notification banners. The first banner is for ShopLentor, asking for permission to track usage. The second is for 'Booster Plus for WooCommerce', also requesting tracking permission. Below these, a message indicates that some active plugins are incompatible with WooCommerce. The interface includes a sidebar with navigation options like 'Entradas', 'Medios', 'Páginas', and 'Elementor'. At the bottom, a table with columns for 'Titulo', 'Tipo', 'Instancias', 'Autor', 'Categorías', 'Fecha', and 'Shortcode' is shown, but it contains no data.

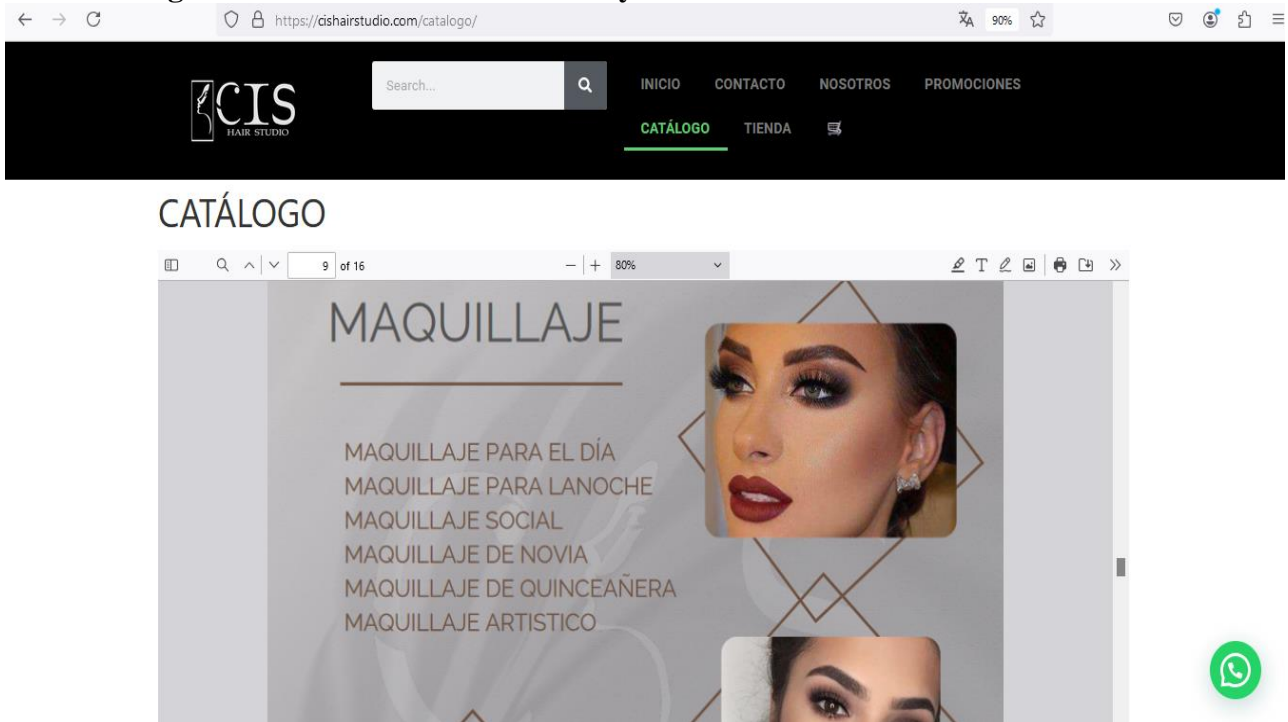
### 7.4.2 Diseño del sitio



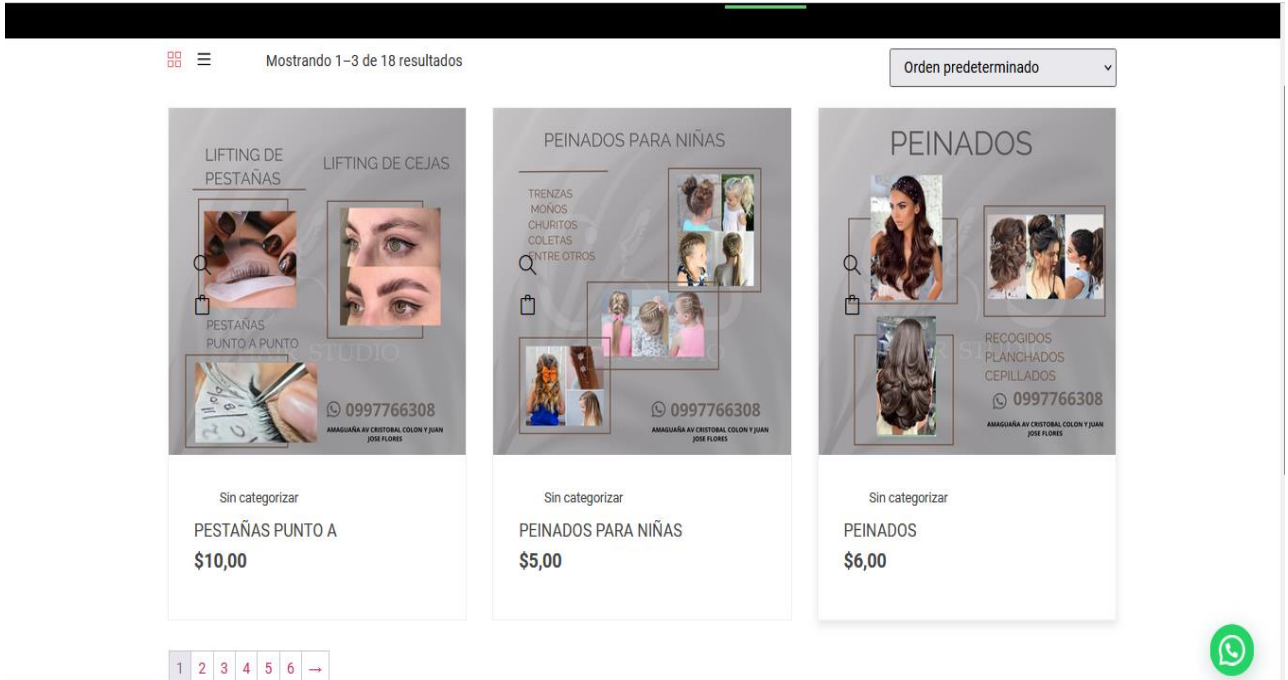
### 7.4.3 Datos básicos de la tienda virtual



### 7.4.4 Catálogo de Productos: Características y Beneficios



### 7.4.5 Precios





### 7.4.6 Palabras claves

The screenshot shows the top navigation bar of the CIS Hair Studio website. The search bar contains the text 'CORTES'. Below the search bar, the results are displayed as 'Resultados de la búsqueda de: CORTES' followed by 'CORTES DE CABELLO PARA DAMA' in pink. The main content area features a large image with the text 'TRADICIONALES' and 'CORTES CON ESTILO'. There are two smaller inset images: one showing a woman's hair and another showing a woman's profile. A green WhatsApp icon is visible in the bottom right corner.

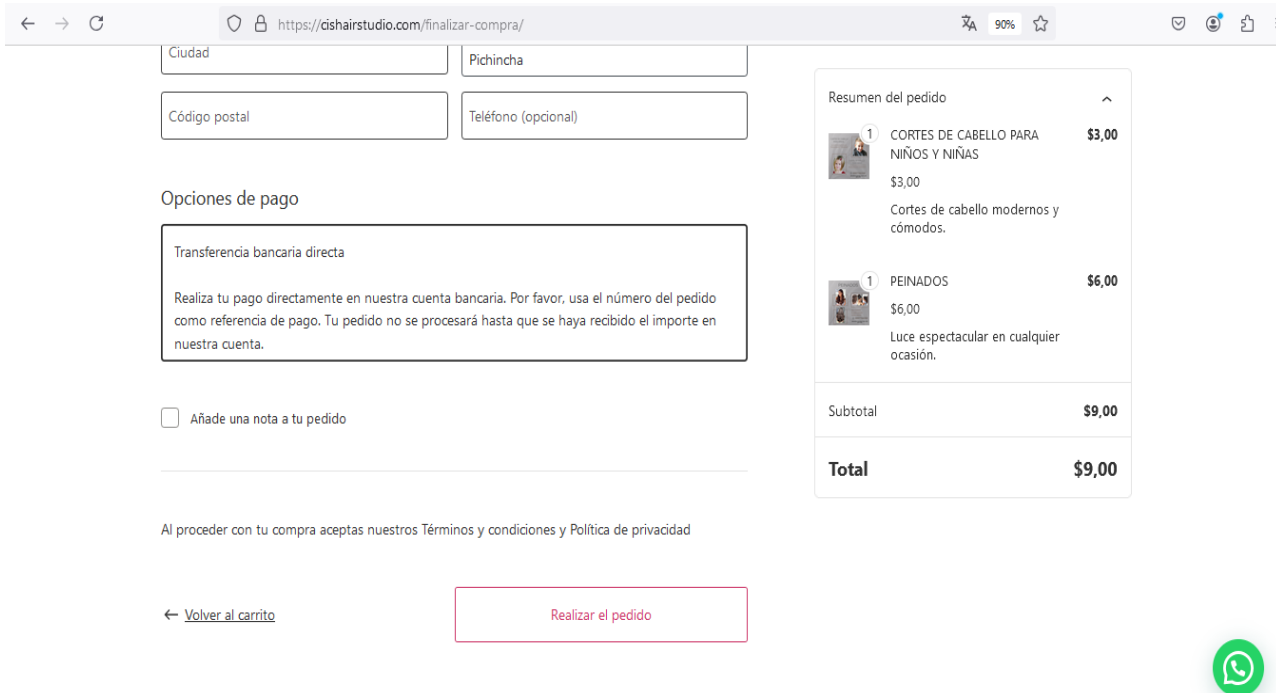
### 7.4.7 Carrito de compra

The screenshot shows the shopping cart page of the CIS Hair Studio website. The cart contains two items:

PRODUCTO	TOTAL	TOTALES DEL CARRITO
<p><b>CORTES DE CABELLO PARA NIÑOS Y NIÑAS</b> \$3,00 Cortes de cabello modernos y cómodos.</p> <p>- 1 +</p> <p><a href="#">Eliminar artículo</a></p>	\$3,00	Subtotal <b>\$9,00</b>
<p><b>PEINADOS</b> \$6,00 Luce espectacular en cualquier ocasión.</p> <p>- 1 +</p> <p><a href="#">Eliminar artículo</a></p>	\$6,00	<b>Total \$9,00</b>

At the bottom right of the cart area, there is a green WhatsApp icon and a pink link that says 'Finalizar compra'.

## 7.4.8 Pasarela de pagos y medio de pagos: Tarjeta crédito, manual, Pay pal, Payphone



Ciudad

Código postal

Teléfono (opcional)

Opciones de pago

Transferencia bancaria directa

Realiza tu pago directamente en nuestra cuenta bancaria. Por favor, usa el número del pedido como referencia de pago. Tu pedido no se procesará hasta que se haya recibido el importe en nuestra cuenta.


Añade una nota a tu pedido

Al proceder con tu compra aceptas nuestros Términos y condiciones y Política de privacidad

[← Volver al carrito](#) Realizar el pedido

Resumen del pedido

1	CORTES DE CABELLO PARA NIÑOS Y NIÑAS	\$3,00
	\$3,00	
	Cortes de cabello modernos y cómodos.	
1	PEINADOS	\$6,00
	\$6,00	
	Luce espectacular en cualquier ocasión.	
Subtotal		\$9,00
<b>Total</b>		<b>\$9,00</b>



## 7.4.9 Botón de pagos



 Search...

INICIO CONTACTO NOSOTROS PROMOCIONES

CATÁLOGO TIENDA 

### Pedido recibido

Gracias. Tu pedido ha sido recibido.

NÚMERO DE PEDIDO:	FECHA:	TOTAL:	MÉTODOS DE PAGO:
367	agosto 15, 2024	\$9,00	Transferencia bancaria directa

### Detalles del pedido

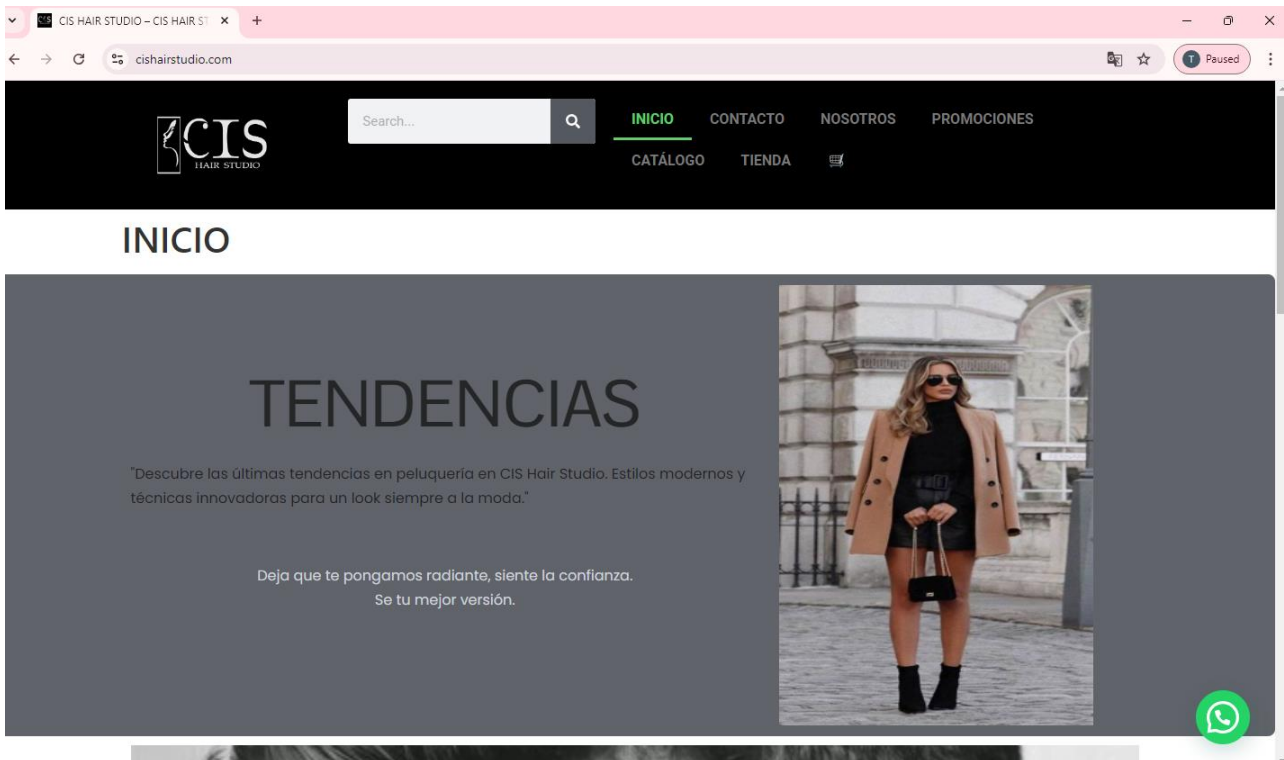
Producto	Total
CORTES DE CABELLO PARA NIÑOS Y NIÑAS × 1	\$3,00
PEINADOS × 1	\$6,00
<b>Subtotal:</b>	<b>\$9,00</b>
<b>Métodos de pago:</b>	<b>Transferencia bancaria directa</b>
<b>Total:</b>	<b>\$9,00</b>

### Dirección de facturación



### 7.4.10 Proceso Logístico

### 7.4.11 Presentación de la tienda on line en la web



### 7.4.12 Presentar transacciones reales o simuladas



## CAPÍTULO VIII: PROCESO ESTUDIO FINANCIERO E INVERSIÓN

### 8.1 Gastos de Promoción

 <b>GASTOS DE PROMOCIONES</b>													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEM	OCTUBRE	NOVIEM	DICIEMB	TOTAL
TOTAL DE SERVICIOS	400	600	500	400	400	500	600	400	400	500	600	800	6100
PROMOCIONES DE RS 25%	100	150	125	100	100	125	150	100	100	125	150	200	1525

### 8.2 Asignación de presupuesto mensual y anual

 <b>GASTOS DE PROMOCIONES</b>													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEM	OCTUBRE	NOVIEM	DICIEMB	TOTAL
TOTAL DE SERVICIOS	400	600	500	400	400	500	600	400	400	500	600	800	6100
PROMOCIONES DE RS 25%	100	150	125	100	100	125	150	100	100	125	150	200	1525

### 8.3 Plan de Inversión en plataformas digitales



## PLAN DE INVERSIÓN EN PLATAFORMAS DIGITALES

Presupuesto Aproximado (Mensual)	
<b>Publicidad en Redes Sociales</b>	\$25 - \$40
<b>Publicidad en Google Ads</b>	\$25 - \$40
<b>Desarrollo y Mantenimiento del Sitio Web</b>	\$50 - \$100
<b>Herramientas de Email Marketing</b>	\$20 - \$30
<b>Optimización SEO y Consultoría</b>	\$50 - \$100

### 8.4 Plan de Inversión en Marketing Tradicional



## PLAN DE INVERSIÓN EN MARKETING TRADICIONAL

Plan de Inversión en Marketing Tradicional	Porcentaje
Redes sociales	40%
Flyers	20%
Vallas publicitarias	30%

## 8.5 Campañas pagadas #1 en Redes Sociales por Ads (Meta BS, Twitter, Tik Tok, LinkedIn...)

<https://www.facebook.com/share/v/Px3x8HtZkKLka2xA/?mibextid=oFDknk>

**CIS Hair Studio**

**Detalles**  
Deja que te pongamos radiante, siente la **confianza**. Se tu mejor versión 🎯

📄 **Página** · Belleza, cosmética y cuidado personal · Salud/belleza

☎ 099 776 6308

🌐 [cishairstudio.com](http://cishairstudio.com)  
[Promocionar sitio web](#)

🕒 **Cerrado ahora** ▾

★ Aún sin calificación (0 opiniones) ⓘ

**Fotos** [Ver todas las fotos](#)

¿Cansada de tu cabello? 🙄  
¡Ven a CIS Hair Studio y déjanos transformarte! 😍  
Resultados garantizados ⭐  
Trabajamos con amor ❤️  
[#cis\\_hair\\_studio](#)

*(Video content: Hair products including boxes of 'ALPARGATE' and 'COLOR' hair care items.)*

## 8.6 Campañas pagadas #1 en Motores de búsqueda por: GoogleAds 1 y Youtube Ads 1

CIS HAIR STUDIO – CIS HAIR ST x (2) Facebook x cis hair studio - Buscar con Google x +

google.com/search?q=cishairstudio&scas\_esv=6432cc7325baf171&rlz=1C1UEAD\_enEC1083EC1083&ei=Z17FZtmlO4zrkvQP7pf6QQQ&ved=0ahUKEwiZ9ZfekYWIAXWMTYQI...

**Google** cis hair studio

Todo Imágenes Videos Maps Noticias Libros Web Más Herramientas

Abierto ahora Mejor valorados

Resultados para **Quito** [Usar la ubicación precisa](#)

**cishairstudio.com**  
<https://cishairstudio.com>

**CIS HAIR STUDIO**  
CIS Hair Studio es el lugar perfecto para renovar tu estilo con servicios de peluquería y belleza personalizados. ¡Déjate mimar por nuestros expertos y luce ...

**Instagram**  
[https://www.instagram.com/cis\\_hair\\_studio](https://www.instagram.com/cis_hair_studio)

**CIS HAIR STUDIO (@cis\_hair.studio)**  
CIS HAIR STUDIO. Beauty, cosmetic & personal care. Bienvenid@s CIS HAIR STUDIO  
PELUQUERÍA Contactos 0997766308/0984622923. 104 posts. 97 followers. 169 ...

**Instagram**  
<https://www.instagram.com/cis...> Traducir esta página

**Cis Hair Studio on Instagram • Photos and Videos**  
See photos and videos taken at this location and explore places nearby.



## CAPÍTULO IX: PROCESO INTEGRACIÓN DE LA TIENDA ONLINE, EVALUACIÓN DE CAMPAÑAS

### 9.1 Resumen de links de todo el ecosistema digital: SitioWeb+Tienda en línea, Maps, LP, RRSS Fanpage, Instagram, TikTok, Canal Youtube.

- <https://cishairstudio.com/>
- <https://www.facebook.com/profile.php?id=100040674733116&mibextid=ZbWKwL>
- [https://www.instagram.com/cis\\_hair.studio?igsh=OGlnMmJlZ3VycjZy](https://www.instagram.com/cis_hair.studio?igsh=OGlnMmJlZ3VycjZy)
- [https://www.tiktok.com/@cis\\_hair.studio? t=8okFMWo3yjd& r=1](https://www.tiktok.com/@cis_hair.studio? t=8okFMWo3yjd& r=1)

### 9.2 ROI DIGITAL: Concepto y Análisis

EL ROI (Retorno sobre la Inversión) es la ganancia en su totalidad ante las inversiones realizadas  
Tenemos una formula clave

$ROI = (\text{ganancia total}) / (\text{inversión})$

Cis Hair Studio busca aumentar su visibilidad en línea, atraer nuevos clientes y fomentar la lealtad de los clientes existentes a través de estrategias digitales. El concepto principal es usar marketing digital para generar un retorno significativo en términos de ingresos y crecimiento.

Con la inversión vamos a incrementar el tráfico al sitio web, aumentar el número de visitantes que llegan al sitio web de CIS Hair Studio.

Vamos a generar leads y clientes potenciales ya que deseamos convertir leads en clientes que reservan citas y fidelizar a los clientes actuales.

Vamos a realizar anuncios dirigidos en plataformas como Facebook, Instagram, Tik tok  
SEO (Optimización en Motores de Búsqueda): Mejorar el posicionamiento en Google para atraer tráfico orgánico.

Marketing de contenido: Publicar blogs, videos y fotos sobre tendencias de peluquería y cuidados del cabello.

Facebook ads

Ejemplo de Cálculo:

Costo de Inversión:

Publicidad en redes sociales: \$10 al mes

Ganancia total:

Cálculo del ROI:



ROI

**PUBLICIDAD FACEBOOK ADS**

<b>MES:</b>	AGOSTO	PUBLICIDAD EN FACEBOOK PARA DAR A CONOCER EL LOCAL Y LOS SERVICIOS QUE OFRECE CIS HAIR STUDIO
<b>INVERSION O COSTO:</b>	\$ 10	
<b>PRECIO DEL PRODUCTO:</b>	VARIOS	
<b>VENTA DEL CURSO</b>	5	

CAMPAÑA	MEDIO	Q	COSTO	VENTAS	UTILIDAD	ROI
		VENTAS	CAMPAÑA	(BENEFICIO)	(V-C)	(U/I)
A	FACEBOOK ADS	5	\$ 10	\$ 300,00	\$ 290	29000%
TOTAL		5	10	300	290	29000%

TOTAL INGRESOS	300
COSTOS	\$ 100,00
INVERSION CAMPAÑA	10
UTILIDAD NETA	190

En este caso, el ROI es positivo, lo que indica un retorno positivo y significativo en relación con la inversión realizada.

Es excelente el indicador ya que la inversión en marketing digital está generando ingresos significativamente mayores que el costo.

Implementar y medir estrategias de marketing digital efectivas puede ofrecer un alto retorno sobre la inversión.

CIS Hair Studio, una inversión bien dirigida en publicidad digital y marketing de contenido puede generar un ROI impresionante, impulsando el crecimiento del negocio y la satisfacción del cliente.

### 9.3 Conclusiones

CIS Hair Studio es una peluquería ubicada en Amaguaña que ofrece varios servicios a sus distinguidos cliente y nuevos clientes, brindando una experiencia sensacional con un trato de calidad y personalizado.

Hemos cumplido con nuestros objetivos expuestos. Aliviando una necesidad de reserva de citas para una mejor experiencia, mejorando la calidad y calidez del servicio, de esta manera obtuvimos resultados esperados, nuevos clientes y fidelizar a los clientes antiguos.

Con las publicaciones orgánicas y pagadas, logramos tener un mejor posicionamiento a nivel de las peluquerías del sector, generando engagement en redes sociales y convirtiendo leads en clientes. En las publicaciones obtuvimos un ROI positivo, indicando que la inversión esta generando ingresos.

Tenemos un diseño creativo en nuestra pagina web que esta disponible para nuestros clientes.

Contamos con un personal calificado cubriendo cada una de las necesidades de nuestros clientes y trabajando con calidad generando nuevas experiencias positivas.

A futuro se mantendrá un monitoreo y análisis constante sobre CIS Hair Studio y se identificará los puntos de mejora.

CIS Hair Studio es una peluquería muy confiable, con personal capacitado brinda un asesoramiento personalizado llevando a otro nivel la experiencia.

## REFERENCIAS

- Zurawicki, L. (2010). Neuromarketing: Exploring the Brain of the Consumer. Springer.
- Dooley, R. (2011). Brainfluence: 100 Ways to Persuade and Convince Consumers with Neuromarketing. Wiley.
- Dooley, R. (n.d.). Neurosciencemarketing Blog. Retrieved from <https://www.neurosciencemarketing.com>