

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO UNIVERSITARIO RUMIÑAHUI
ESCUELA DE POSGRADOS**

MAESTRÍA TECNOLÓGICA EN STARTUPS COMO EMPRENDIMIENTOS

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
MAGISTER TECNOLÓGICO EN STARTUPS COMO EMPRENDIMIENTOS**

**TEMA: DE LA TRADICIÓN A LA INNOVACIÓN: ESTRATEGIAS DE
TRANSFORMACIÓN HACIA UN MODELO DE STARTUPS PARA LA
INDUSTRIA DE LA ESTÉTICA Y EL CUIDADO PERSONAL EN EL CANTÓN
QUITO EN EL AÑO 2024**

AUTOR: TNLGO.S.U. WILSON JAVIER PILCO GALLEGOS

DIRECTOR: MSC. DANIEL EDUARDO ZURITA LOMA

FECHA: OCTUBRE DE 2024

SANGOLQUÍ - ECUADOR

Autor:



Wilson Javier Pilco Gallegos

Título a obtener:

Maestría Tecnológica en Startups como Emprendimientos

Matriz: Sangolquí -Ecuador

Correo electrónico: wilson.pilco@ister.edu.ec

Dirigido por:



Zurita Loma Daniel Eduardo

Título: Magister en Economía y Gestión

Matriz: Sangolquí -Ecuador

Correo electrónico: dzurita@outlook.es

Todos los derechos reservados

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

@2024 Tecnológico Universitario Rumiñahui

Sangolquí – Ecuador

Pilco Gallegos Wilson Javier

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Sangolquí, 28 de octubre del 2024

MSc. Elizabeth Aldás

Directora de Posgrados

Instituto Superior Tecnológico Universitario Rumiñahui

Presente

De mi consideración:

Me permito comunicar que, en calidad de director del presente Trabajo de Titulación denominado: “De la tradición a la innovación: Estrategias de transformación hacia un modelo de Startups para industria de la estética y el cuidado personal en el cantón Quito en el año 2024”, realizado por el Tnlgo.S.U. Wilson Javier Pilco Gallegos ha sido orientado y revisado durante su ejecución, así mismo ha sido verificado a través de la herramienta de similitud académica institucional, y cuenta con un porcentaje de coincidencia aceptable. En virtud de ello, y por considerar que el mismo cumple con todos los parámetros establecidos por la institución, doy mi aprobación a fin de continuar con el proceso académico correspondiente.

Particular que comunico para los fines pertinentes.

Atentamente,

MSc. Daniel Eduardo Zurita Loma

Director del Trabajo de Titulación

C.I.: 1716985138

Correo electrónico: dzurita@outlook.es

CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Sangolquí, 28 de octubre del 2024

MSc. Elizabeth Aldás

Directora de Posgrados

Instituto Superior Tecnológico Universitario Rumiñahui

Presente

Por medio de la presente, yo, Wilson Javier Pilco Gallegos, declaro y acepto en forma expresa lo siguiente: ser autor del trabajo de titulación denominado “De la tradición a la innovación: Estrategias de transformación hacia un modelo de Startups para la industria de la estética y el cuidado personal en el cantón en el año Quito 2024”, de la Maestría Tecnológica en Startups como Emprendimientos; manifiesto mi voluntad de ceder al Instituto Superior Tecnológico Universitario Rumiñahui 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,



Wilson Javier Pilco Gallegos

CI:0602792780

**FORMULARIO PARA ENTREGA DE PROYECTO DE TITULACIÓN EN
BIBLIOTECA DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO UNIVERSITARIO
RUMIÑAHUI**

MAESTRÍA TECNOLÓGICA: STARTUPS COMO EMPRENDIMIENTOS

AUTOR:

Tnlgo.S.U. Wilson Javier Pilco Gallegos

TUTOR:

MSc. Daniel Eduardo Zurita Loma

CONTACTO ESTUDIANTE:

0987369490

CORREO ELECTRÓNICO:

wilson.pilco@ister.edu.ec

TEMA:

“De la tradición a la innovación: Estrategias de transformación hacia un modelo de Startups para la industria de la estética y el cuidado personal en el cantón Quito en el año 2024”

RESUMEN EN ESPAÑOL

En el contexto actual, los pequeños y medianos emprendimientos, especialmente en la industria de la estética y el cuidado personal, enfrentan el reto de adaptarse a un mercado digitalizado y competitivo. Las Startups, caracterizadas por su innovación y escalabilidad rápida, emergen como una alternativa para transformar los negocios tradicionales mediante el uso de tecnologías avanzadas. Esta investigación busca analizar las barreras que enfrentan y proponer estrategias para facilitar su transición hacia modelos de startups, promoviendo la adopción de tecnologías emergentes y mejorando su competitividad. El proyecto propone el diseño de una plataforma digital innovadora para modernizar la industria de la estética y el cuidado personal en Quito, con el objetivo de digitalizar los procesos de negocios tradicionales, incluyendo la gestión de citas, promociones y facturación. La Startup ofrece una plataforma a través de una interfaz personalizada con herramientas como realidad aumentada para la visualización de estilos y cabinas móviles de belleza. Su propuesta de valor incluye la automatización de procesos, pagos digitales, control de inventarios y fidelización de clientes.

Palabras Clave:

Emprendimientos, Innovación, Startup, Escalabilidad

ABSTRACT

In today's market, small and medium-sized enterprises (SMEs) in the beauty and personal care industry face the challenge of adapting to a rapidly digitalizing and highly competitive environment. Startups, known for their innovation and fast scalability, offer a transformative alternative for traditional businesses, utilizing advanced technologies to modernize and streamline operations. This research aims to identify the barriers these enterprises encounter and propose strategies to ease their transition into startup models, encouraging the adoption of emerging technologies to boost competitiveness. The project includes designing a cutting-edge digital platform to modernize the aesthetics and personal care industry in Quito, focusing on digitizing key business processes such as appointment management, promotions, and invoicing. The platform provides a user-friendly interface with unique tools like augmented reality for style visualization and mobile beauty booths. Its value proposition emphasizes process automation, digital payments, inventory control, and customer loyalty enhancement.

Keywords:

Entrepreneurship, Innovation, Startup, Scalability

SOLICITUD PUBLICACIÓN TRABAJO DE TITULACIÓN

Sangolquí, 28 de octubre del 2024

MSc. Elizabeth Aldás

Directora de Posgrados

Instituto Superior Tecnológico Universitario Rumiñahui

Presente

A través del presente me permito aceptar la publicación del trabajo de titulación denominado: “De la tradición a la innovación: Estrategias de transformación hacia un modelo de Startups para la industria de la estética y el cuidado personal en el cantón Quito en el año 2024” de la Unidad de Integración Curricular en el repositorio digital “DsPace” del estudiante: Tnlgo.S.U. Wilson Javier Pilco Gallegos, con documento de identificación No. 0602792780, estudiante de la Maestría Tecnológica Startups como emprendimientos.

El trabajo ha sido revisado las similitudes en el software “TURNITING” y cuenta con un porcentaje máximo de 15%; motivo por el cual, el Trabajo de titulación es publicable.

Atentamente,



Tnlgo.S.U. Wilson Javier Pilco Gallegos

CI: 0602792780

DEDICATORIA

A Dios, fuente de fortaleza y guía constante, por darme la oportunidad de alcanzar este sueño y acompañarme en cada paso de este camino. Sin su gracia y bendición, nada de esto habría sido posible.

A mi familia, mi mayor inspiración: a mi esposa e hijos, por su amor y apoyo incondicional, y a mis padres, por enseñarme el valor del esfuerzo. A todos aquellos que han creído en mí y me han brindado su aliento y sabios consejos, y en especial a un ángel que, con su ejemplo de vida, me enseñó a luchar por mis sueños.

Tnlgo. S.U. Wilson Javier Pilco Gallegos

AUTOR

AGRADECIMIENTO

Agradezco profundamente a mi familia, a mis hermanos y a esos hermanos de vida que llamo amigos, quienes, con su amor y apoyo incondicional, han sido mi fortaleza a lo largo de este camino. Su compañía y enseñanzas me han mostrado el valor del esfuerzo y me han motivado a seguir adelante.

A todos aquellos que han creído en mí, brindándome su aliento y sabios consejos en cada paso, les debo gran parte de este logro, su confianza y respaldo han dejado una huella imborrable en mi vida, y por ello, les expreso mi eterna gratitud.

Tnlgo. S.U. Wilson Javier Pilco Gallegos

AUTOR

RESUMEN EN ESPAÑOL

En el contexto actual, los pequeños y medianos emprendimientos, especialmente en la industria de la estética y el cuidado personal, enfrentan el reto de adaptarse a un mercado digitalizado y competitivo. Las Startups, caracterizadas por su innovación y escalabilidad rápida, emergen como una alternativa para transformar los negocios tradicionales mediante el uso de tecnologías avanzadas. Esta investigación busca analizar las barreras que enfrentan y proponer estrategias para facilitar su transición hacia modelos de startups, promoviendo la adopción de tecnologías emergentes y mejorando su competitividad. El proyecto propone el diseño de una plataforma digital innovadora para modernizar la industria de la estética y el cuidado personal en Quito, con el objetivo de digitalizar los procesos de negocios tradicionales, incluyendo la gestión de citas, promociones y facturación. La Startup ofrece una plataforma a través de una interfaz personalizada con herramientas como realidad aumentada para la visualización de estilos y cabinas móviles de belleza. Su propuesta de valor incluye la automatización de procesos, pagos digitales, control de inventarios y fidelización de clientes.

Palabras Clave:

Emprendimientos, Innovación, Startup, Escalabilidad

ABSTRACT

In today's market, small and medium-sized enterprises (SMEs) in the beauty and personal care industry face the challenge of adapting to a rapidly digitalizing and highly competitive environment. Startups, known for their innovation and fast scalability, offer a transformative alternative for traditional businesses, utilizing advanced technologies to modernize and streamline operations. This research aims to identify the barriers these enterprises encounter and propose strategies to ease their transition into startup models, encouraging the adoption of emerging technologies to boost competitiveness. The project includes designing a cutting-edge digital platform to modernize the aesthetics and personal care industry in Quito, focusing on digitizing key business processes such as appointment management, promotions, and invoicing. The platform provides a user-friendly interface with unique tools like augmented reality for style visualization and mobile beauty booths. Its value proposition emphasizes process automation, digital payments, inventory control, and customer loyalty enhancement.

Keywords:

Entrepreneurship, Innovation, Startup, Scalability

Índice de contenido:

INTRODUCCIÓN.....	1
Planteamiento del problema	1
Problema Científico.....	3
Objetivo general	4
Objetivos específicos.....	4
Justificación	5
Viabilidad de la investigación	6
Hipótesis	7
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....	8
1.1. Antecedentes de la investigación.....	8
1.2. Bases teóricas	11
1.2.1. Innovación	11
1.2.2. Ecosistema emprendedor.....	12
1.2.3. Startups	13
CAPÍTULO II: MARCO METODOLÓGICO.....	15
2.1. Enfoque y tipo de investigación	15
2.2. Diseño metodológico.....	15
2.3. Diseño muestral	17
2.4. Técnicas de recolección de datos.....	18
2.5. Técnicas para el procesamiento de la información.....	19
2.6. Aspectos éticos	20
2.7. Resultados del focus group, basado en aspectos cualitativos.....	20
CAPÍTULO III: PROPUESTA DEL DESARROLLO DEL PROYECTO TÉCNICO	44
3.1. Definición del producto	44
3.2. Características del producto.....	44
3.3. Identificación de perfiles para usuarios objetivos	45
3.4. Propuesta de valor	47
3.4.1. Propietarios y administradores de negocios de la industria de la estética y el cuidado personal	47

3.4.2.	Personal de atención y servicio en el sector de la industria de la estética y el cuidado personal	47
3.4.3.	Clientes de negocios de la industria de la estética y el cuidado personal en Quito	48
3.4.4.	Inversionistas y socios potenciales	48
3.4.5.	Proveedores de productos y equipos de la industria de la estética y el cuidado personal	49
3.4.6.	Canales de distribución.....	49
3.4.7.	Canales de comunicación	50
3.5.	Plataforma digital de gestión integral y comercialización en la industria de la estética y el cuidado personal en Quito (LIDECP).....	51
3.5.1.	Diseño y funcionalidad.....	51
3.5.2.	Propuesta de valor	53
3.5.3.	Canales de distribución y comunicación	54
3.5.4.	Relaciones con los clientes	55
3.5.5.	Fuentes de ingresos.....	55
3.5.6.	Estructura de precios	56
3.5.7.	Recursos claves	57
3.5.8.	Actividades clave.....	57
3.5.9.	Socios claves	57
3.5.10.	Estructura de costos	58
3.6.	Presupuesto estimado para implementación, desarrollo y mantenimiento del proyecto	58
3.6.1.	Desarrollo tecnológico.....	59
3.6.2.	Marketing	59
3.6.3.	Capacitación y soporte.....	59
3.6.4.	Operaciones	60
3.6.5.	Recursos Humanos	60
3.7.	Proyección de ingresos y retorno de inversión a cinco años	61
3.7.1.	Ingreso por suscripciones:	61
3.7.2.	Ingresos por comisiones:	61
3.7.3.	Servicios premium (cabinas móviles y ar):	61

3.7.4. Publicidad:.....	61
3.7.5. Consultoría y capacitación:	61
3.8. Estimación de rentabilidad y tasa de retorno a 5 años.....	62
3.8.1. Roi a 5 años:	62
3.8.2. Tiempo de recuperación de la inversión:.....	62
CONCLUSIONES.....	64
RECOMENDACIONES	66
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:	68
ANEXOS	70
Anexo I - Formulario de consentimiento informado para participantes en un estudio de investigación.....	70
Anexo II - Cuestionario de preguntas claves para Focus Group de Negocios de Cuidado Personal	73

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Año de fundación del negocio.....	21
Gráfico 2: Ubicación (Sector).....	22
Gráfico 3: Tipos de servicios ofrecidos.....	24
Gráfico 4: Esta interesado en transformar su negocio hacia un modelo Startup.....	26
Gráfico 5: Que áreas de su negocio considera que podría beneficiarse de la innovación?	27
Gráfico 6: Que tan atractivo le parece el concepto de una App de reservas personalizadas que sugiera servicios basados en preferencias y tendencias?.....	29
Gráfico 7: Estaría dispuesto a implementar un modelo de suscripción de belleza a domicilio para productos y servicios?	30
Gráfico 8: Cree que la realidad aumentada para probar estilos virtuales podría atraer a más clientes a su negocio?.....	31
Gráfico 9: Le parece viable el servicio de cabinas de belleza móviles que se trasladen a eventos a domicilio?	32
Gráfico 10: Que opina sobre organizar eventos de belleza Pop-Up?.....	33
Gráfico 11: Consideraría útil contar con un asistente de inteligencia artificial que le ayude a recomendar productos y tratamientos a sus clientes?.....	34
Gráfico 12: Estaría interesado en ofrecer productos de belleza ecológicos y sostenibles en su negocio?.....	35
Gráfico 13: Que tan importante considera la experiencia inmersiva en el salón (aromaterapia, personalización de ambiente, etc.) para mejorar la satisfacción del cliente?	36
Gráfico 14: Le gustaría ofrecer servicios de belleza adaptados para personas con discapacidades o necesidades especiales?	37

Gráfico 15: Qué le parece la idea de una plataforma que conecte a profesionales de belleza con clientes?	38
Gráfico 16: Cuáles son los principales desafíos que enfrenta actualmente su negocio en relación con la adopción de nuevas tecnologías?	39
Gráfico 17: Qué tipo de apoyo o capacitación necesitaría para llevar a cabo una transformación hacia un modelo de Startup?.....	40
Gráfico 18: Qué expectativas tiene respecto a la transformación de su negocio hacia un modelo más innovador?.....	41

Índice de Tablas

Tabla 1: Hay algo más que le gustaría añadir sobre su interés en innovar a su negocio de cuidado personal?.....	43
Tabla 2: Inversión total para el primer año.....	61
Tabla 3: Estimación de rentabilidad y tasa de retorno a 5 años.....	63

INTRODUCCIÓN

En el entorno empresarial actual, los pequeños y medianos emprendimientos han tomado un papel protagónico como generadores de ingresos y empleo, impulsados por el uso de ideas innovadoras y el aprovechamiento de recursos tecnológicos como el internet. Este fenómeno ha sido especialmente notable en los últimos años, cuando las restricciones y limitaciones derivadas de eventos globales se han convertido en oportunidades de crecimiento para los emprendedores que han sabido adaptarse.

En este contexto, las Startups han surgido como una alternativa empresarial que redefine el comercio, caracterizándose por su enfoque en la innovación y su capacidad para escalar rápidamente en el mercado gracias al uso de tecnología avanzada.

La presente investigación se centra en analizar y proponer estrategias que faciliten la transformación de negocios convencionales en el sector de la industria de la estética y el cuidado personal hacia modelos de Startups en la ciudad de Quito.

Este cambio, impulsado por el uso de tecnologías emergentes, pretende mejorar la competitividad y sostenibilidad de estos negocios en el mercado contemporáneo. Este estudio, además, busca crear una guía práctica que permita a los emprendedores optimizar sus recursos tecnológicos y adaptar sus modelos comerciales, contribuyendo al desarrollo económico y social mediante el fomento de la innovación y el crecimiento empresarial en la región.

Planteamiento del problema

En la actualidad, la industria de la estética y el cuidado personal enfrenta un desafío crucial, la necesidad de transformar sus modelos de negocio tradicionales en Startups que respondan a un mercado cada vez más digitalizado y competitivo. Los emprendimientos pequeños y medianos en

este sector han sido fuentes significativas de ingresos y empleo, pero se encuentran en una encrucijada. La revolución tecnológica, impulsada por el uso generalizado de internet y dispositivos móviles, ha cambiado radicalmente la forma en que los consumidores acceden a servicios y productos de estética, obligando a estos negocios a adaptarse rápidamente.

A pesar de la disponibilidad de herramientas tecnológicas que facilitan esta transición, muchos emprendedores en el ámbito de la estética y el cuidado personal no están aprovechando al máximo estas oportunidades. La falta de conocimiento sobre la implementación de tecnologías emergentes y modelos de negocio innovadores ha dejado a numerosos emprendimientos vulnerables ante la competencia de Startups que, al operar con un enfoque disruptivo, logran captar rápidamente la atención del consumidor. Este escenario se ve agravado por la acelerada conectividad y el flujo de información en tiempo real, que, aunque ofrecen oportunidades, también generan una presión constante para innovar y adaptarse.

Los negocios convencionales que no han adoptado un enfoque tecnológico y de innovación están quedándose atrás, lo que pone en riesgo su viabilidad a largo plazo. Aquellos que no logran integrar nuevas tecnologías en su gestión, marketing y oferta de servicios corren el riesgo de perder relevancia en un mercado que exige rapidez, adaptación y capacidad de respuesta. La falta de estrategias claras y de formación en el uso de herramientas digitales limita el crecimiento y la competitividad de estos emprendedores.

En este contexto, surge la necesidad de una investigación que no solo identifique las barreras que enfrentan los negocios de estética y cuidado personal en su transformación hacia modelos de Startups, sino que también proponga soluciones prácticas. Esta investigación se centrará en desarrollar una guía que permita a estos emprendedores capitalizar las oportunidades

que ofrecen las tecnologías de la información y la comunicación, ayudándoles a sistematizar su gestión y mejorar su posicionamiento en el mercado.

Problema Científico

Problema principal: ¿Cómo pueden los negocios convencionales de la industria de la estética y el cuidado personal en Quito transformarse en startups innovadoras y sostenibles, aprovechando tecnologías emergentes para adaptarse al mercado digital y competitivo actual?

Preguntas científicas

¿Cuáles son las barreras que enfrentan los negocios tradicionales de estética y cuidado personal en Quito para implementar modelos de startups?

¿De qué manera el uso de tecnologías emergentes puede potenciar la competitividad y sostenibilidad de los negocios de estética en un mercado digitalizado?

¿Cuáles son las estrategias clave que pueden facilitar la transformación de emprendimientos convencionales de estética en startups con modelos de negocio escalables?

¿Cómo influye la adopción de tecnologías de la información y la comunicación en la capacidad de respuesta y adaptación de estos negocios al entorno empresarial contemporáneo?

Directrices de investigación

- Identificar y analizar las principales limitaciones que enfrentan los emprendedores de la industria de estética en Quito al intentar transformar sus negocios en startups.
- Examinar el papel de las tecnologías emergentes y su implementación en la optimización de procesos comerciales y la mejora de la experiencia del cliente en este sector.

- Diseñar una propuesta de guía que facilite a los negocios de estética en Quito la transición hacia un modelo de startup, con foco en prácticas de gestión, marketing digital y adaptación al entorno digital.

Objetivos

Objetivo general

Desarrollar una guía práctica que permita a los emprendedores de la industria de la estética y el cuidado personal en Quito transformar sus modelos de negocio tradicionales en Startups, aprovechando tecnologías emergentes y estrategias innovadoras para mejorar su competitividad en un mercado digitalizado.

Objetivos específicos

- Identificar los principales desafíos y limitaciones que enfrentan los negocios de estética y cuidado personal en su proceso de digitalización y modernización.
- Proponer estrategias efectivas para la transición de estos negocios hacia modelos de startups que maximicen la innovación y escalabilidad.
- Diseñar un plan de adopción de la plataforma digital propuesta por LIDECP, que incluya gestión de citas, promociones, facturación y servicios innovadores como cabinas móviles de belleza.
- Analizar los beneficios potenciales de la automatización de procesos, pagos digitales, control de inventarios y estrategias de fidelización de clientes para mejorar la competitividad de los negocios.

Justificación

La industria de la estética y el cuidado personal en Quito enfrenta un momento crucial en su evolución, marcado por la necesidad inminente de transformar modelos de negocio tradicionales en Startups que respondan a las exigencias de un mercado cada vez más digitalizado y competitivo. Esta transformación no solo es vital para la supervivencia de los emprendimientos pequeños y medianos en este sector, sino que también representa una oportunidad para fortalecer su contribución a la economía local mediante la generación de empleo y la innovación. El uso generalizado de internet y dispositivos móviles ha revolucionado la forma en que los consumidores acceden a servicios y productos estéticos. Este cambio ha generado un entorno empresarial en el que la capacidad de adaptación y la agilidad son esenciales para captar la atención de un público que busca inmediatez y soluciones personalizadas. Sin embargo, a pesar de la disponibilidad de herramientas tecnológicas que facilitan esta transición, muchos emprendedores no están aprovechando adecuadamente estas oportunidades. La falta de conocimiento sobre la implementación de tecnologías emergentes y modelos de negocio innovadores deja a numerosos emprendimientos vulnerables frente a la competencia de Startups que, al operar con un enfoque disruptivo, logran posicionarse rápidamente en el mercado.

Este proyecto de investigación se justifica en la necesidad de identificar y comprender las barreras que limitan la transformación de los negocios de estética y cuidado personal hacia modelos de Startups. Al abordar estas limitaciones, se busca no solo proporcionar un diagnóstico claro de la situación actual del sector, sino también proponer soluciones prácticas que faciliten la integración de tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en la gestión empresarial. La elaboración de una guía práctica se presenta como una herramienta fundamental para que los emprendedores puedan sistematizar su gestión, optimizar sus recursos y mejorar su

posicionamiento en un mercado que valora cada vez más la innovación y la capacidad de respuesta ante las necesidades del consumidor.

Asimismo, este proyecto contribuirá al desarrollo económico y social de Quito al fomentar la creación de empresas más competitivas y sostenibles. Las Startups emergen como motores de innovación que pueden generar un impacto significativo en la economía local, creando empleos y promoviendo el desarrollo de nuevas soluciones en el sector de la estética y el cuidado personal. Al capacitar a los emprendedores en el uso de herramientas digitales, se les dotará de las competencias necesarias para afrontar los desafíos actuales, lo que repercutirá positivamente en la viabilidad a largo plazo de sus negocios.

En conclusión, la urgencia de este estudio radica en la necesidad de adaptar la industria de la estética y el cuidado personal a un entorno empresarial que exige creatividad, agilidad y un enfoque estratégico hacia la innovación. Sin este tipo de adaptación, muchos negocios tradicionales se verán condenados a desaparecer, afectando no solo a los emprendedores, sino también al ecosistema económico de la región. Por lo tanto, la presente investigación es fundamental para guiar a estos emprendedores en su proceso de transformación y asegurar la sostenibilidad de sus iniciativas en el futuro.

Viabilidad de la investigación

La investigación es viable gracias al acceso a una amplia gama de recursos académicos y técnicos disponibles, donde se pueden encontrar estudios relevantes sobre el desarrollo de Startups en Latinoamérica y el mundo. El equipo de investigación, actualmente conformado por el investigador principal, cuenta con los recursos financieros necesarios para iniciar el proyecto, con

un presupuesto inicial autónomo y la posibilidad de ampliar el financiamiento en el futuro para cubrir necesidades adicionales, como la realización de encuestas y la recopilación de datos de campo.

Hipótesis

La implementación de una guía práctica, basada en tecnologías emergentes y estrategias innovadoras, facilitará la transformación de los negocios tradicionales de la industria de la estética y el cuidado personal en Quito en startups, incrementando su competitividad, adaptabilidad y sostenibilidad en el mercado digital actual.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes de la investigación

La metodología Lean Startup ha emergido como un enfoque clave para la implementación de ideas innovadoras en el ámbito empresarial. Según Ries (2012, citado en Llamas y Fernández, 2018), esta metodología no se enfoca en la creación de una empresa tradicional desde el principio, sino en una startup. Una startup se define como una institución humana diseñada para desarrollar un nuevo producto o servicio bajo condiciones de incertidumbre extrema (Llamas & Fernández, 2018, p. 83). La principal meta de esta metodología es lograr un aprendizaje validado, lo que implica identificar cuáles elementos de la estrategia son efectivos y comprender las verdaderas necesidades del consumidor. Este proceso de aprendizaje es crucial para medir el progreso de la startup y para determinar si su modelo de negocio es viable, rentable y escalable, características fundamentales para que una startup evolucione hacia una empresa consolidada (Llamas & Fernández, 2018, p. 86).

El término "startup" proviene del inglés start, que significa iniciar o encender, y al combinarse con la palabra up, sugiere la acción de comenzar algo nuevo (Novoa, 2013, citado en Sánchez, 2016, p. 30). Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 2015), las startups son emprendimientos innovadores que buscan ofrecer soluciones a problemas emergentes o generar nuevas demandas mediante el desarrollo de modelos de negocio novedosos (p. 12).

Las startups, a pesar de ser empresas de reciente creación, se distinguen por su capacidad para introducir la innovación como su principal motor de crecimiento. Este componente innovador está fuertemente respaldado por el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), que actúan como catalizadores de su desarrollo ágil y escalable. Las TIC permiten a estas

empresas optimizar procesos internos, mejorar la eficiencia operativa y ofrecer soluciones disruptivas que transforman la manera en que los sectores tradicionales, como el de la estética y el cuidado personal, operan y se relacionan con sus clientes.

El enfoque en la innovación continua es un rasgo esencial de las startups, lo que les permite adaptarse rápidamente a los cambios del mercado y mantenerse competitivas. Su modelo de negocio, fundamentado en la flexibilidad y la adopción rápida de nuevas tecnologías, es replicable y adaptable en distintos contextos y sectores. Esta capacidad de escalar y adaptarse las hace ideales para transformar industrias que buscan modernizarse y aprovechar las ventajas de la digitalización. La incorporación de tecnologías modernas no solo impulsa su crecimiento, sino que también contribuye a la creación de ecosistemas empresariales más dinámicos y competitivos.

Las startups emergen como una forma alternativa de entender el entorno comercial, social y cultural. Su característica principal es el enfoque en la innovación y el crecimiento rápido. A diferencia de los negocios tradicionales, las startups buscan desarrollar un producto o servicio novedoso que pueda escalar rápidamente en el mercado, utilizando tecnología avanzada para crear modelos de negocio disruptivos. Esto les permite captar un gran número de usuarios o clientes en un corto período de tiempo. Además, las startups operan en condiciones de alta incertidumbre, buscando validar su modelo de negocio y ajustándolo rápidamente en función de la retroalimentación del mercado (Startupeable, 2023).

Aunque no existe una fecha exacta para determinar el origen del término "startup", diversos estudios sitúan su aparición en la década de 1950, específicamente en Silicon Valley, donde en 1957 se fundó Fairchild Semiconductor, considerada la primera startup, creada por ocho ingenieros que abandonaron sus puestos en Shockley Labs para establecer su propia empresa (López

Menacho, 2019). Esta firma desarrolló el primer circuito integrado para computadoras con viabilidad comercial (Pastrano Nacimba & Tualombo Robles, 2022).

En Latinoamérica, la llegada de las startups se vincula con la expansión de Mercado Libre en la región. Sin embargo, su desarrollo ha enfrentado limitaciones debido al acceso tardío a nuevas tecnologías. A pesar de ello, han surgido casos de éxito como Rappi, Nubank y Uber (Startupeable, 2020). En Ecuador, el término "startup" comenzó a usarse en las décadas de 1990 y 2000, asociado a la aparición de Cobiscorp, cofundada por Richard Moss, considerado un precursor de la tecnología en el país. Esta firma sentó las bases para el surgimiento de varias empresas emergentes, tanto a nivel nacional como internacional (Wood, 2020, citado en Pastrano Nacimba & Tualombo Robles, 2022).

En conclusión, el uso de tecnologías ha significado un cambio radical, especialmente en el intercambio de información para identificar y satisfacer necesidades a través del desarrollo de múltiples alternativas de negocio. Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) han transformado lo convencional en una necesidad para todos los sectores del mercado. Los negocios convencionales de cuidado personal en la industria de la estética se han visto obligados a transformarse en empresas tecnológicas para mantenerse a la vanguardia de las necesidades del mercado. Aquellos que no lo han hecho han perdido competitividad y, en algunos casos, han tenido que cesar sus actividades.

El acceso a información en la red está disponible los 365 días del año, las 24 horas del día, lo que permite a los negocios continuar generando ingresos sin límites. Por lo tanto, la industria de la estética y el cuidado personal en Quito necesita urgentemente adaptarse a las exigencias del entorno digital. Sin un enfoque estratégico hacia la innovación y la utilización de tecnologías emergentes, muchos negocios tradicionales se verán condenados a desaparecer en un ecosistema

empresarial que valora cada vez más la agilidad, la creatividad y la capacidad de respuesta ante las necesidades del consumidor.

1.2.Bases teóricas

1.2.1. Innovación

Joseph Schumpeter (1934) introdujo el concepto de "destrucción creativa", que describe cómo los procesos de innovación revolucionan la estructura económica desde dentro, destruyendo industrias antiguas y creando nuevas. Para Schumpeter, la innovación no se limita a la invención, sino que abarca la introducción de productos, servicios y métodos de producción radicalmente nuevos, así como la apertura de nuevos mercados y la reorganización de industrias existentes (Schumpeter, 1942). Este proceso de destrucción creativa es fundamental para el crecimiento económico, ya que fomenta una competencia dinámica y la renovación constante de las empresas. Schumpeter sitúa al empresario innovador como el agente central de este cambio, el cual desafía el statu quo al transformar ideas en nuevas oportunidades de negocio que desplazan estructuras previas.

Clayton Christensen (1997) desarrolló el concepto de "innovación disruptiva" para describir cómo ciertas innovaciones, aunque inicialmente menos atractivas o sofisticadas para el mercado general, logran transformar industrias enteras. Según Christensen, las innovaciones disruptivas suelen comenzar en nichos de mercado desatendidos, donde son menos relevantes para las empresas dominantes; sin embargo, al mejorar con el tiempo, estas innovaciones alcanzan y superan a las ofertas tradicionales, desplazando eventualmente a las empresas establecidas (Christensen, 1997). La teoría de Christensen es relevante para los negocios tradicionales que buscan transformarse en startups, ya que pone de relieve la importancia de identificar y satisfacer nuevas demandas de los consumidores en lugar de intentar competir directamente en segmentos

saturados.

Henry Chesbrough (2003) propuso el modelo de "innovación abierta", que desafía la idea tradicional de que las empresas deben innovar exclusivamente dentro de sus fronteras. En la innovación abierta, las organizaciones colaboran y se benefician de fuentes externas de conocimiento, como alianzas con otras empresas, universidades y usuarios finales, para complementar sus capacidades internas. Chesbrough sostiene que este enfoque permite a las empresas adaptarse rápidamente a cambios en el mercado y maximizar el potencial de sus recursos innovadores (Chesbrough, 2003). Este modelo es particularmente valioso para pequeños y medianos negocios que, al no disponer de los mismos recursos que las grandes corporaciones, pueden aumentar su competitividad y capacidad de innovación mediante la colaboración externa.

1.2.2. Ecosistema emprendedor

El concepto de ecosistema emprendedor fue popularizado por Isenberg (2010) en su artículo *How to Start an Entrepreneurial Revolution?*, donde lo define como “el conjunto de elementos individuales que, combinados de manera adecuada y apoyados, conforman un entorno óptimo para la innovación”. Isenberg (2011, 2014) argumenta que las condiciones del entorno, como las políticas públicas, la cultura y las finanzas, pueden influir significativamente en la promoción o desincentivación de iniciativas emprendedoras en un tiempo y lugar determinados (Arenal Cabello, Armuña Gonzáles, Ramos Villaverde, & Feijóo González, 2018).

En este contexto, los ecosistemas emprendedores que incluyen Startups destacan por sus relaciones con otras organizaciones, entidades gubernamentales e inversores. Estos últimos, interesados en aportar capital, ayudan a iniciar o potenciar una idea en el mercado, buscando obtener los beneficios esperados. Las Startups juegan un papel crucial en el rejuvenecimiento del tejido empresarial, incrementando la competencia en innovación, introduciendo nuevos productos,

servicios y modelos de negocio, creando nuevos mercados y ofreciendo soluciones novedosas a problemas emergentes. La creación y expansión de estas empresas depende de múltiples factores, como una sólida base científica, un entorno favorable para los negocios y un sector financiero dispuesto a invertir a mediano plazo en proyectos de alto riesgo (OCDE, 2016).

La industria de la estética y el cuidado personal es un terreno fértil para la innovación y el desarrollo de startups dentro de un ecosistema emprendedor bien estructurado. Dado que esta industria está en constante evolución y altamente influenciada por las preferencias cambiantes de los consumidores, las startups pueden aprovechar tecnologías emergentes y modelos de negocio disruptivos para ofrecer servicios personalizados y experiencias mejoradas.

1.2.3. Startups

El término Startup empezó a popularizarse en la década de 1970 en el contexto de Silicon Valley, cuando muchas empresas tecnológicas emergentes nacieron impulsadas por la revolución informática y el desarrollo de nuevas tecnologías a partir de los trabajos de Steve Blank y Eric Ries se puede traducir como “poner en marcha,” “arrancar,” o “habilitar” y actualmente se utiliza para referirse a proyectos empresariales de reciente creación con un gran potencial de crecimiento. Estas empresas están en una etapa temprana de su actividad, desarrollando su producto o servicio para generar ingresos que permitan consolidar su sostenibilidad y crecimiento. Las Startups son organizaciones centradas en la innovación, con una gran capacidad de cambio, flexibilidad y una orientación completa hacia el cliente (Tramón, 2018, citado en Mortarotti, 2020).

Según Corvello, Grimaldi y Rippa (2017), una Startup es una empresa, asociación u organización temporal diseñada para buscar un modelo de negocio repetible y escalable. Durante la fase de arranque, se introducen nuevas ideas en el mercado que, eventualmente, se transforman en empresas económicamente sostenibles. Aunque se asocia principalmente con proyectos

tecnológicos relacionados con el ámbito de las tecnologías de la información, el entorno digital e internet, el concepto es más amplio. Se refiere a cualquier proyecto empresarial que presente un alto grado de innovación y se encuentre en una fase muy inicial, independientemente del nivel de aplicación tecnológica (Mortarotti, 2020).

En el contexto de la industria de la estética y el cuidado personal, las startups representan una oportunidad significativa para revitalizar y modernizar el sector. Este tipo de emprendimientos se beneficia del ecosistema emprendedor, que, como argumenta Isenberg (2010), crea un entorno propicio para la innovación mediante la interacción de múltiples factores, incluyendo políticas públicas, financiamiento y colaboración entre actores. La capacidad de las startups para adoptar y desarrollar nuevas tecnologías, como plataformas digitales y herramientas de automatización, les permite no solo encontrar un modelo de negocio escalable, sino también ofrecer soluciones disruptivas que transforman la manera en que los servicios tradicionales operan. Así, este marco teórico no solo subraya la importancia de las startups en general, sino que sienta las bases para entender cómo pueden integrarse y expandirse dentro de sectores específicos, impulsando la competitividad y fomentando un ecosistema más dinámico y adaptado a las demandas del mercado actual.

CAPÍTULO II: MARCO METODOLÓGICO

2.1. Enfoque y tipo de investigación

La presente investigación adopta un enfoque cualitativo y descriptivo, orientado a la comprensión profunda de fenómenos sociales complejos y sin la intención de cuantificar variables. Este enfoque es adecuado para explorar los matices y particularidades que intervienen en la transformación de negocios tradicionales de la industria de la estética y el cuidado personal en startups, particularmente en el cantón Quito, Pichincha.

El estudio se basa en un análisis exhaustivo de casos específicos, lo que permite identificar y describir las condiciones, estrategias y factores que facilitan o dificultan este proceso de transición. La investigación busca responder al "cómo" y "por qué" los negocios convencionales pueden adoptar características de startups, integrando elementos de innovación, escalabilidad y uso de tecnologías emergentes, y destacando las dinámicas que permiten replicar estos modelos exitosamente en el contexto local.

2.2. Diseño metodológico

La metodología del estudio se estructura en cuatro fases interrelacionadas:

a) Selección de negocios convencionales interesados en la transformación a Startup

Objetivo: Identificar negocios convencionales de cuidado personal en la industria de la estética y el cuidado personal en el cantón Quito, que estén dispuestos a explorar la transformación hacia el modelo de Startups.

Procedimiento:

- Criterios de inclusión: Pequeños negocios ubicados en el cantón Quito que estén interesadas en adoptar nuevas tecnologías y métodos innovadores.

- Método de selección: Se utilizará la información de establecimientos que muestren apertura para el presente estudio.
- Instrumentos: Entrevistas preliminares y cuestionarios de pre-selección para evaluar la disposición y alineación con los objetivos del estudio.

b) Obtención y recolección de información

Objetivo:

Recopilar datos cualitativos sobre las experiencias y percepciones de los negocios seleccionados en su proceso de transformación.

Procedimiento:

- Instrumento Principal: Focus group, entrevistas estructuradas para obtener información relevante sobre el proceso de transformación, los desafíos y las expectativas.
- Método de recolección: Las entrevistas serán realizadas en línea utilizando Google Forms, facilitando la recopilación y organización de datos.
- Población objetivo: Emprendedores y propietarios de negocios vigentes al año 2024.

c) Análisis de resultados

Objetivo:

Examinar la información recopilada para identificar patrones, temas emergentes y conclusiones clave sobre la transformación de los negocios.

Procedimiento:

Métodos de análisis: Se aplicarán técnicas de análisis cualitativo, como la codificación abierta y el análisis temático, para interpretar los datos de manera sistemática.

Herramientas:

Se utilizarán programas especializados como NVivo o Atlas.ti para organizar y analizar los datos cualitativos.

d) Desarrollo de conclusiones y recomendaciones

Objetivo: Generar conclusiones basadas en el análisis de datos y proporcionar recomendaciones prácticas para facilitar la transformación de los negocios en Startups.

Procedimiento:

- Elaboración de conclusiones: Se sintetizarán los hallazgos clave para identificar desafíos y oportunidades en el proceso de transformación.
- Recomendaciones: Se desarrollarán recomendaciones específicas para los emprendedores y el ecosistema emprendedor, orientadas a mejorar la viabilidad y efectividad del proceso de transformación.

2.3. Diseño muestral

El diseño muestral de la presente investigación, al ser de naturaleza cualitativa, se basa en un muestreo no probabilístico de tipo intencional. Este enfoque permite seleccionar de manera estratégica los casos que mejor aportan información relevante y profunda sobre el fenómeno en estudio. La muestra está compuesta por negocios de la industria de la estética y el cuidado personal ubicados en el cantón Quito, que cumplen con ciertos criterios de inclusión, como estar en diferentes etapas de adopción de tecnologías y mostrar potencial o interés en la transición hacia un modelo de startup.

La selección de los casos se hará considerando la diversidad de características de los negocios, tales como tamaño, antigüedad y tipo de servicios ofrecidos, para garantizar una comprensión amplia de las distintas realidades que enfrentan. Los participantes incluirán dueños de negocios, gerentes y expertos en innovación tecnológica en el sector, lo cual enriquecerá el análisis con diferentes perspectivas. Esta estrategia busca asegurar la saturación de la información, de modo que se logre una visión integral y detallada que permita responder a los objetivos planteados en la investigación.

2.4. Técnicas de recolección de datos

Fuentes de datos:

- Primarias: Datos obtenidos directamente a través de entrevistas aplicadas a los emprendedores.
- Secundarias: Información complementaria de fuentes documentales, estadísticas oficiales y bibliografía relevante para apoyar el análisis y validar la información obtenida.

Instrumento de recolección:

- Cuestionario: Diseñado para captar información clave sobre el proceso de transformación. El cuestionario será flexible y estructurado para obtener datos relevantes y detallados.

Procesamiento de datos:

- Herramientas: Google Forms para la recolección de datos y herramientas de análisis cualitativo como NVivo para el procesamiento y análisis de la información.

2.5. Técnicas para el procesamiento de la información

El proceso comenzará con la transcripción completa de las entrevistas y observaciones realizadas a los dueños de negocios, gerentes y expertos en innovación tecnológica. Estas transcripciones servirán como base para un análisis cualitativo de contenido, que permitirá identificar patrones, temas y categorías emergentes.

Se empleará un enfoque de codificación abierta, donde los datos se fragmentarán en unidades significativas y se etiquetarán con códigos descriptivos. A continuación, se utilizará una codificación axial para relacionar y agrupar los códigos en categorías más amplias y comprender las conexiones entre ellas. Esto permitirá identificar los factores clave que facilitan o dificultan la transición de negocios tradicionales a startups en la industria de la estética y el cuidado personal.

El software de análisis cualitativo, como NVivo o Atlas.ti, será utilizado para organizar y gestionar de forma eficiente los datos, facilitando la visualización de relaciones y patrones. Finalmente, se realizará un proceso de triangulación, cruzando la información obtenida en entrevistas con datos de observaciones y revisiones documentales, con el fin de garantizar la validez y la fiabilidad de los hallazgos. Este enfoque ayudará a construir un análisis robusto y detallado que permita extraer conclusiones significativas y fundamentadas sobre el objeto de estudio.

Aunque el enfoque principal de la investigación es cualitativo, también se emplearán técnicas estadísticas descriptivas para resumir y presentar los datos de manera clara y comprensible. Estas técnicas permitirán ilustrar los resultados obtenidos a partir de las encuestas y otros instrumentos de recolección de datos, complementando así el análisis cualitativo con una visión más estructurada.

2.6. Aspectos éticos

Consentimiento informado:

- Se obtendrá el consentimiento informado de todos los participantes, asegurando que comprendan el propósito de la investigación y su derecho a la confidencialidad.

Confidencialidad:

- La información obtenida se manejará con estricta confidencialidad, garantizando que los datos personales de los participantes no sean divulgados.

Consideraciones éticas:

- Se seguirán las normas nacionales e internacionales sobre ética en investigación cualitativa, protegiendo los derechos e intereses de los participantes y asegurando la integridad del proceso investigativo.

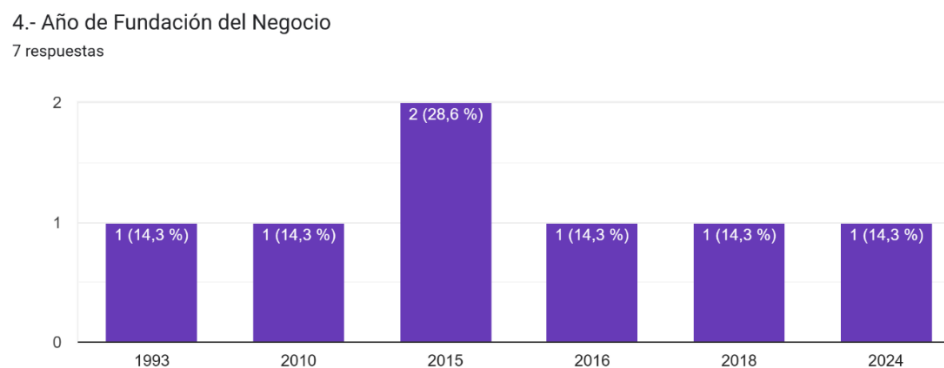
Este diseño metodológico proporciona una guía clara y estructurada para la investigación, permitiendo una evaluación exhaustiva y práctica del proceso de transformación de negocios convencionales en la industria de la estética y cuidado personal del cantón Quito.

2.7. Resultados del focus group, basado en aspectos cualitativos

Banco de preguntas y respuestas del Focus Group

Las preguntas número 1, 2 y 3 refiere a información personal y confidencial, sin embargo se clara que el focus group fue dirigido a dueños, gerentes, coordinadores y administradores de centros estéticos de la ciudad de Quito.

Gráfico 1: Año de fundación del negocio



Elaborado por: Javier Pilco

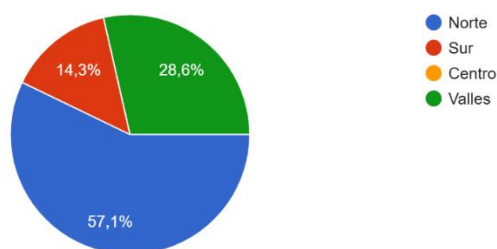
La gráfica muestra el "Año de Fundación del Negocio" de siete empresas, con una distribución de respuestas sobre el año en el que se establecieron. Los datos indican que las empresas tienen una diversidad de fechas de fundación, lo que sugiere una mezcla de negocios con diferentes niveles de experiencia y antigüedad.

1. Variedad de Antigüedad: La gráfica refleja que los negocios han sido fundados en diferentes años, desde 1993 hasta 2024. Esto implica una mezcla de negocios consolidados (1993) y empresas muy recientes (2024). Esta diversidad podría influir en las capacidades, recursos y prácticas de cada negocio, dado que aquellos con más años de experiencia pueden tener procesos y clientes establecidos, mientras que los más recientes pueden estar buscando innovación y crecimiento rápido.
2. Concentración en 2015: Dos de los siete negocios, es decir, el 28.6% del total, se fundaron en 2015, lo que representa el mayor porcentaje de fundación en un solo año. Esto podría indicar una tendencia o una coincidencia en la fundación de negocios durante este período, tal vez motivada por condiciones favorables en el mercado o en la economía en ese año.

3. Equilibrio en otros años: Cada uno de los otros años (1993, 2010, 2016, 2018, y 2024) tiene un negocio fundado, lo cual representa el 14.3% de las respuestas para cada año. Esta distribución uniforme en otros años muestra que no hay una tendencia clara de fundación en estos años específicos, lo que sugiere que los negocios fueron creados en distintos contextos económicos y posiblemente con distintos enfoques.
4. Posibles implicaciones en la innovación: Dado que la antigüedad de los negocios varía, es posible que haya diferencias significativas en la apertura hacia la innovación y el uso de tecnología entre los negocios más antiguos y los más recientes. Los negocios de mayor antigüedad pueden tener modelos de gestión más tradicionales, mientras que los más nuevos podrían estar más orientados a adoptar estrategias modernas y tecnologías emergentes.

Gráfico 2: Ubicación (Sector)

5.- Ubicación (Sector)
7 respuestas



Elaborado por: Javier Pilco

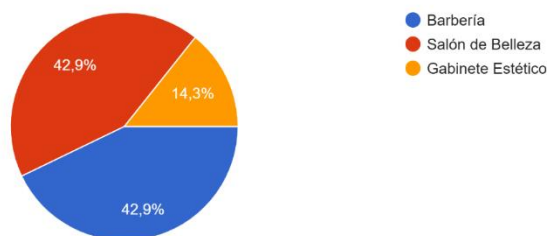
A continuación, se presenta un análisis de estos resultados en función de su posible relevancia para la investigación.

1. Predominio en el norte: Más de la mitad de los negocios (57.1%) están ubicados en el sector Norte, lo cual indica una concentración significativa en esta zona. Este dato sugiere que el sector Norte podría ser un área de interés clave, probablemente con una alta demanda de servicios o un contexto favorable para el desarrollo de negocios de estética y cuidado personal. La alta concentración en esta área puede reflejar características socioeconómicas específicas del sector Norte que promueven el establecimiento de negocios.
2. Presencia en los valles: Un 28.6% de los negocios están ubicados en los Valles, lo que representa el segundo grupo más grande. Este dato sugiere que los Valles también pueden ser un área relevante para este tipo de negocios, posiblemente debido a un crecimiento poblacional o al desarrollo de zonas residenciales que demandan estos servicios. La presencia en los Valles podría señalar un proceso de expansión hacia zonas en desarrollo.
3. Baja representación en el sur: Solo el 14.3% de los negocios se encuentran en el sector Sur, mientras que no se observa representación en el Centro de la ciudad en esta muestra. La menor presencia en el Sur podría estar relacionada con características económicas y demográficas que influyen en la distribución de este tipo de negocios, ya que es posible que la demanda en esta zona sea más limitada o que existan menos incentivos para la apertura de negocios de estética en esta área. La ausencia de negocios en el Centro también es notable y podría indicar una menor viabilidad o falta de interés en establecerse en el área central.
4. Implicaciones para la investigación: La distribución de la ubicación de los negocios puede tener implicaciones en cuanto a las estrategias de transformación y adopción de tecnología que estos negocios podrían necesitar. La concentración en el Norte y los Valles sugiere que estos sectores pueden tener un mayor potencial para implementar modelos innovadores de

negocio, mientras que la menor representación en el Sur podría requerir un enfoque diferente para incentivar el crecimiento en esta área. Además, esta distribución puede estar relacionada con los recursos y el acceso a tecnologías en cada sector, afectando la capacidad de adaptación de los negocios.

Gráfico 3: Tipos de servicios ofrecidos

6.- Tipo de Servicios Ofrecidos:
7 respuestas



Elaborado por: Javier Pilco

Se identifican tres categorías de servicios: Barbería, Salón de Belleza y Gabinete Estético. A continuación, se realiza un análisis detallado de estos resultados.

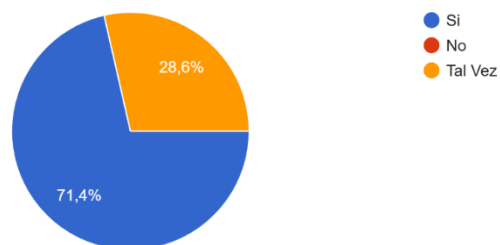
1. Predominio de barberías y salones de belleza: Tanto la Barbería como el Salón de Belleza representan el 42.9% de los servicios ofrecidos. Esta igualdad en la proporción indica que estos dos tipos de negocios tienen una presencia significativa y equivalente en la muestra, lo cual sugiere que la demanda y oferta de servicios de barbería y de salones de belleza son similares en el mercado analizado. Esto podría estar vinculado a una tendencia de crecimiento en la demanda de servicios de cuidado personal para ambos géneros, posicionando a ambos tipos de negocios como esenciales en esta industria.
2. Menor representación de gabinetes estéticos: Solo el 14.3% de los negocios se clasifican como gabinetes estéticos. Esta baja proporción sugiere que este tipo de servicios

especializados tiene una representación limitada en comparación con los servicios de barbería y salón de belleza. Este dato puede reflejar un menor interés o una menor disponibilidad de estos servicios en la zona estudiada. Alternativamente, podría señalar una oportunidad de expansión en el área de servicios estéticos más especializados, especialmente si se considera una potencial demanda no cubierta.

3. Implicaciones para la innovación en el sector: La concentración en barberías y salones de belleza implica que las estrategias de transformación hacia modelos de startups innovadoras deberían enfocarse en estos dos tipos de negocios, al ser los más representativos. Es probable que estos negocios requieran soluciones tecnológicas que respondan a sus características operativas y al tipo de clientela que atienden. Por otro lado, los gabinetes estéticos, al representar un nicho más pequeño, podrían beneficiarse de estrategias de diferenciación y especialización, enfatizando servicios de alta calidad y personalizados que no se encuentran en los otros tipos de negocios.
4. La distribución de los tipos de servicios ofrecidos sugiere que el mercado local está dominado por barberías y salones de belleza, con una menor oferta de servicios de gabinetes estéticos. Este hallazgo ofrece una base para la investigación, indicando que cualquier propuesta de innovación o mejora en la industria de estética y cuidado personal debe enfocarse principalmente en los servicios de barbería y salón de belleza. Así mismo, la baja representación de gabinetes estéticos podría ser explorada como una oportunidad para diversificar la oferta de servicios en el mercado.

Gráfico 4: Esta interesado en transformar su negocio hacia un modelo Startup

7.- ¿Está interesado en transformar su negocio hacia un modelo de Startup?
7 respuestas



Elaborado por: Javier Pilco

En total, se registraron siete respuestas, de las cuales cinco (71,4%) expresaron una respuesta afirmativa ("Sí") y dos (28,6%) indicaron incertidumbre mediante la opción "Tal Vez".

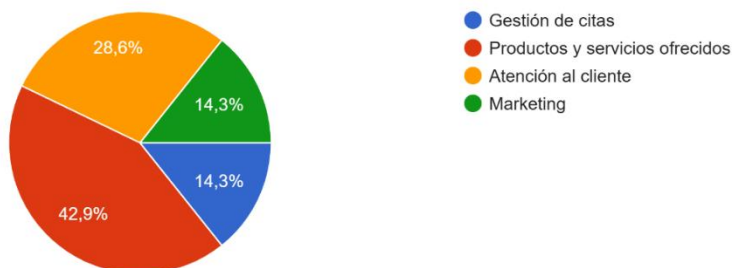
Este análisis revela una tendencia favorable hacia la transformación empresarial en el contexto del estudio. La mayoría de los participantes parecen tener una disposición positiva hacia la innovación y la adopción de estrategias de startups, lo cual sugiere una apertura hacia modelos de negocio más ágiles, tecnológicos y escalables. Sin embargo, la presencia de respuestas de "Tal Vez" indica que existe un segmento de indecisión o falta de claridad sobre el proceso y los beneficios de dicha transformación.

Estos hallazgos son relevantes para el diseño de futuras intervenciones o programas de capacitación que podrían orientarse a resolver dudas y mitigar el riesgo percibido por los propietarios de negocios en relación con el cambio hacia un modelo de startup. Además, este análisis podría servir como punto de partida para profundizar en los factores específicos que motivan o inhiben la transformación empresarial entre los emprendedores locales.

Gráfico 5: Que áreas de su negocio considera que podría beneficiarse de la innovación?

8.- ¿Qué áreas de su negocio considera que podrían beneficiarse de la innovación?

7 respuestas



Elaborado por: Javier Pilco

Un total de 7 respuestas fueron recopiladas, las cuales se distribuyen en cuatro categorías principales:

- **Gestión de citas (14.3%):** Un porcentaje considerable de los encuestados identificó la gestión de citas como un área con potencial para la innovación. Esto sugiere que los procesos actuales relacionados con la programación y seguimiento de citas podrían optimizarse mediante la implementación de herramientas tecnológicas o nuevas metodologías.
- **Productos y servicios ofrecidos (42.9%):** Esta categoría obtuvo la mayor proporción de respuestas, lo que indica que la innovación en la oferta de productos y servicios es considerada una prioridad. Esto podría involucrar el desarrollo de nuevos productos, la mejora de los existentes, o la personalización de las opciones disponibles para los clientes.
- **Atención al cliente (28.6%):** La atención al cliente también se destaca como un área clave para la innovación. Los encuestados podrían estar buscando mejorar la experiencia del

cliente a través de canales de comunicación más eficientes, la personalización de la atención, o la resolución más rápida de problemas.

- Marketing (14.3%): Si bien obtuvo un porcentaje menor de respuestas, el marketing también se identifica como un área donde la innovación puede generar valor. Esto podría incluir la adopción de nuevas estrategias de marketing digital, la personalización de las campañas, o la medición más precisa del retorno de la inversión.

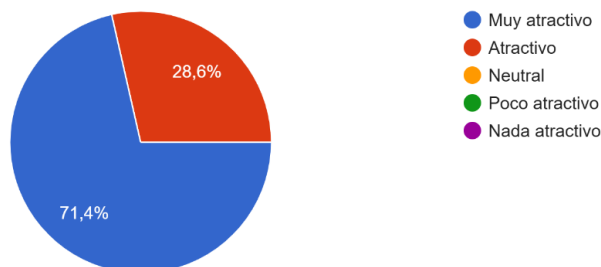
Los resultados de la encuesta revelan una clara tendencia hacia la innovación en los productos y servicios ofrecidos, lo que sugiere que las empresas están buscando diferenciarse de la competencia y satisfacer las necesidades cambiantes de los clientes. Además, la atención al cliente y la gestión de citas se destacan como áreas importantes para mejorar la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente.

En conclusión, este análisis cualitativo sugiere que las empresas encuestadas están interesadas en implementar innovaciones en diversas áreas de su negocio, con un enfoque particular en los productos y servicios ofrecidos. Sin embargo, se requieren estudios más amplios y detallados para comprender mejor las necesidades específicas de cada empresa y las barreras que enfrentan al implementar iniciativas de innovación.

Gráfico 6: Que tan atractivo le parece el concepto de una App de reservas personalizadas que sugiera servicios basados en preferencias y tendencias?

9.- ¿Qué tan atractivo le parece el concepto de una App de Reservas Personalizadas que sugiera servicios basados en preferencias y tendencias?

7 respuestas



Elaborado por: Javier Pilco

El gráfico circular presenta los resultados de una encuesta que indaga sobre la percepción de los usuarios respecto a una aplicación móvil que sugiere servicios de reserva personalizados basados en preferencias y tendencias. Se observa que un alto porcentaje de los encuestados (71.4%) considera este concepto como "muy atractivo", mientras que un 28.6% lo considera simplemente "atractivo". No se registraron respuestas en las categorías de "neutral", "poco atractivo" o "nada atractivo".

Los datos obtenidos sugieren un alto nivel de aceptación y entusiasmo por parte de los usuarios hacia la idea de una aplicación que personalice sus recomendaciones de servicios. Esta tendencia positiva puede atribuirse a varios factores:

Los usuarios valoran la comodidad de tener una aplicación que les sugiera opciones personalizadas, ahorrándoles tiempo y esfuerzo en la búsqueda de servicios.

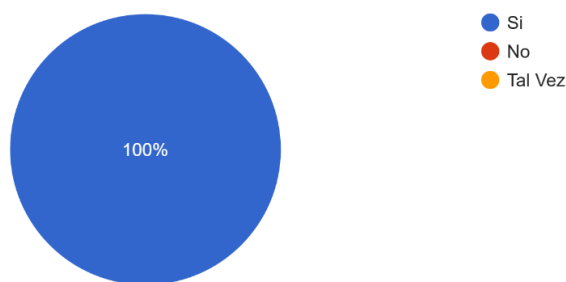
La personalización de las recomendaciones aumenta la probabilidad de que los servicios sugeridos sean de interés para el usuario, lo que mejora la experiencia del usuario.

La idea de una aplicación que utiliza datos de preferencias y tendencias para ofrecer sugerencias personalizadas se percibe como innovadora y alineada con las tendencias actuales del mercado.

En conclusión, los resultados de esta encuesta indican un fuerte interés por parte de los usuarios en aplicaciones móviles que ofrezcan recomendaciones personalizadas de servicios. Este hallazgo representa una oportunidad para las empresas que deseen desarrollar soluciones innovadoras y mejorar la experiencia de sus clientes. Sin embargo, se necesitan estudios más amplios y detallados para confirmar estos resultados y comprender mejor las necesidades y expectativas de los usuarios.

Gráfico 7: ¿Estaría dispuesto a implementar un modelo de suscripción de belleza a domicilio para productos y servicios?

10.- ¿Estaría dispuesto a implementar un modelo de Suscripción de Belleza a Domicilio para productos y servicios?
7 respuestas



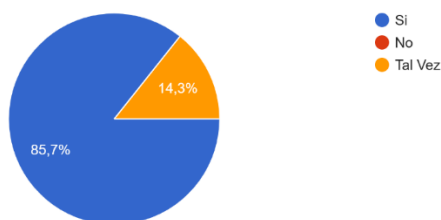
Elaborado por: Javier Pilco

El gráfico circular ilustra la disposición de los encuestados respecto a la implementación de un modelo de suscripción de belleza a domicilio para productos y servicios. La encuesta arrojó un resultado unánime: de las 7 respuestas obtenidas, el 100% de los participantes se mostraron dispuestos a adoptar este modelo, sin registrar ninguna respuesta negativa o indecisa.

Este resultado es significativo y revela un claro consenso a favor de este modelo de suscripción. Este apoyo unánime podría estar influido por varios factores clave. En primer lugar, existe una creciente demanda de servicios de belleza a domicilio, motivada por la conveniencia y personalización que estos servicios ofrecen a los consumidores. Además, las suscripciones representan un flujo de ingresos estable y predecible, lo cual resulta atractivo para las empresas, brindándoles una mayor seguridad financiera y un potencial de planificación a largo plazo. Finalmente, este modelo de negocio proporciona una vía para ampliar la base de clientes, generando oportunidades para incrementar los ingresos y reforzar la fidelización.

Gráfico 8: Cree que la realidad aumentada para probar estilos virtuales podría atraer a más clientes a su negocio?

11.- ¿Cree que la Realidad Aumentada para probar estilos virtualmente podría atraer a más clientes a su negocio?
7 respuestas



Elaborado por: Javier Pilco

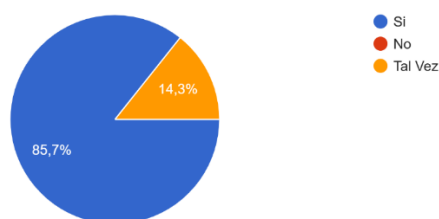
Según los resultados obtenidos, un 85.7% de los encuestados considera que la realidad aumentada (RA) podría ser una herramienta efectiva para incrementar su clientela, mientras que un 14.3% no está seguro. No se registraron respuestas negativas en esta evaluación.

Estos datos reflejan un alto nivel de aceptación y expectativas positivas hacia la aplicación de la RA como medio para atraer nuevos clientes. Varios factores pueden estar detrás de esta tendencia positiva. En primer lugar, la posibilidad de probar productos de manera virtual crea una

experiencia de compra única y atractiva, especialmente apreciada por las generaciones más jóvenes que buscan innovación y conveniencia en sus interacciones con marcas. Además, la RA permite a los clientes visualizar cómo se verían los productos en ellos mismos antes de realizar una compra, lo cual disminuye las dudas y aumenta la confianza en sus decisiones de compra. Por último, la interacción con tecnología de RA puede fortalecer la conexión emocional de los consumidores con la marca y sus productos, generando una experiencia memorable y diferenciada.

Gráfico 9: Le parece viable el servicio de cabinas de belleza móviles que se trasladen a eventos a domicilio?

12.- ¿Le parece viable el servicio de Cabinas de Belleza Móviles que se trasladen a eventos o a domicilio?
7 respuestas



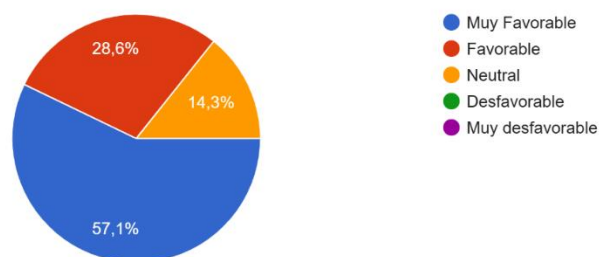
Elaborado por: Javier Pilco

Los datos obtenidos sugieren un alto nivel de aceptación y expectativa positiva hacia el servicio de cabinas de belleza móviles. Esta tendencia positiva puede atribuirse a varios factores: La posibilidad de recibir servicios de belleza en el lugar y horario que el cliente prefiera ofrece una gran comodidad y flexibilidad. Las cabinas móviles pueden ofrecer una experiencia más personalizada y exclusiva en comparación con los salones de belleza tradicionales. Las cabinas móviles son ideales para eventos sociales, corporativos o incluso bodas, ofreciendo un servicio a domicilio que se adapta a las necesidades del cliente. En conclusión, los resultados de esta encuesta indican un fuerte potencial para el servicio de cabinas de belleza móviles. Sin embargo, se

necesitan estudios más amplios y detallados para confirmar estos resultados y comprender mejor las necesidades y expectativas de los clientes.

Gráfico 10: Que opina sobre organizar eventos de belleza Pop-Up?

13.- ¿Qué opina sobre organizar Eventos de Belleza Pop-Up?
7 respuestas



Elaborado por: Javier Pilco

El 57.1% de los encuestados se muestra "muy favorable" a esta idea, mientras que un 28.6% lo considera "favorable". Un 14.3% de los participantes se mantiene en una postura neutral, sin expresar una opinión positiva ni negativa al respecto. No se registraron respuestas desfavorables.

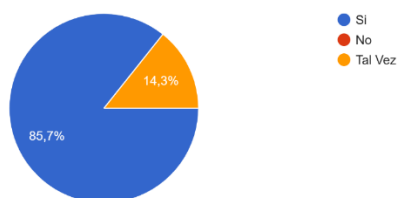
Los datos obtenidos sugieren una aceptación positiva hacia la organización de eventos de belleza pop-up. La mayoría de los encuestados ve este tipo de eventos como una oportunidad atractiva, posiblemente debido a su carácter innovador, su potencial para llegar a nuevos públicos y la posibilidad de generar experiencias únicas para los clientes. La ausencia de opiniones negativas indica que, al menos entre los encuestados, no se perciben inconvenientes significativos asociados a este tipo de eventos.

Los resultados de esta encuesta tienen implicaciones importantes para el sector de la belleza. La alta aceptación de los eventos pop-up sugiere que existe una demanda por este tipo de

experiencias y que las empresas del sector podrían beneficiarse de su implementación. para su organización.

Gráfico 11: Consideraría útil contar con un asistente de inteligencia artificial que le ayude a recomendar productos y tratamientos a sus clientes?

14.- ¿Consideraría útil contar con un asistente de Inteligencia Artificial que le ayude a recomendar productos y tratamientos a sus clientes?
7 respuestas



Elaborado por: Javier Pilco

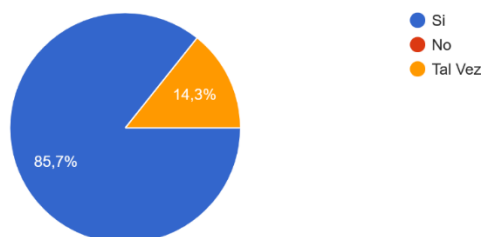
Un 85.7% de los encuestados considera que sería útil contar con esta herramienta, mientras que un 14.3% no está seguro al respecto. No se registraron respuestas negativas. Los datos obtenidos sugieren una alta aceptación y expectativa positiva hacia la utilización de asistentes de inteligencia artificial para la recomendación de productos y tratamientos. Esta tendencia positiva puede atribuirse a varios factores:

Los asistentes de IA pueden ofrecer recomendaciones personalizadas basadas en las preferencias y necesidades individuales de cada cliente, lo que mejora la experiencia de compra.

Estos sistemas pueden procesar grandes cantidades de datos y ofrecer recomendaciones precisas en tiempo real, lo que agiliza el proceso de compra.

Gráfico 12: Estaría interesado en ofrecer productos de belleza ecológicos y sostenibles en su negocio?

15.- ¿Estaría interesado en ofrecer productos de belleza ecológicos y sostenibles en su negocio?
7 respuestas



Elaborado por: Javier Pilco

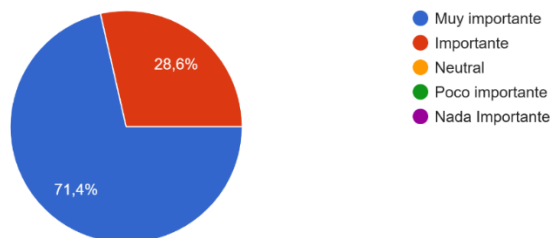
El gráfico circular presenta los resultados de una encuesta que indaga sobre el interés de los participantes en ofrecer productos de belleza ecológicos y sostenibles en sus negocios. De las 7 respuestas obtenidas, un 85,7% de los encuestados manifestó interés en ofrecer este tipo de productos, mientras que un 14,3% se mostró indeciso. No se registraron respuestas negativas.

Los datos obtenidos sugieren una fuerte tendencia hacia la adopción de productos de belleza ecológicos y sostenibles en el sector. Esta alta aceptación puede atribuirse a varios factores, como la creciente conciencia ambiental de los consumidores, la demanda de productos naturales y saludables, y la búsqueda de diferenciación en un mercado cada vez más competitivo. La ausencia de respuestas negativas indica que, al menos entre los encuestados, no se perciben inconvenientes significativos asociados a la oferta de estos productos.

Gráfico 13: Que tan importante considera la experiencia inmersiva en el salón (aromaterapia, personalización de ambiente, etc.) para mejorar la satisfacción del cliente?

16.- ¿Qué tan importante considera la experiencia inmersiva en el salón (aromaterapia, personalización del ambiente, etc.) para mejorar la satisfacción del cliente?

7 respuestas



Elaborado por: Javier Pilco

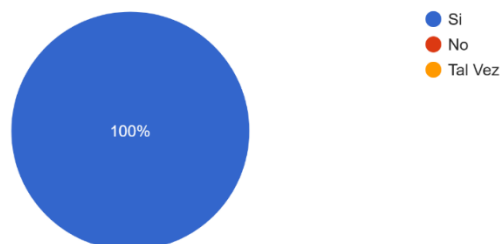
El gráfico circular presenta los resultados de una encuesta que indaga sobre la percepción de la importancia de la experiencia inmersiva en salones de belleza, considerando elementos como la aromaterapia y la personalización del ambiente. De las 7 respuestas obtenidas, el 71.4% de los encuestados considera que esta experiencia es "muy importante" para mejorar la satisfacción del cliente, mientras que un 28.6% la considera "importante". No se registraron respuestas neutrales, poco importantes o nada importantes.

Los datos obtenidos sugieren una fuerte valoración de la experiencia inmersiva en salones de belleza. La mayoría de los encuestados percibe que elementos como la aromaterapia y la personalización del ambiente contribuyen significativamente a la satisfacción del cliente. Esta tendencia positiva puede atribuirse a la creciente importancia que los consumidores otorgan a las experiencias sensoriales y emocionales asociadas al consumo de servicios. Además, la personalización de la experiencia puede generar un mayor sentido de conexión entre el cliente y el salón de belleza, lo que fomenta la lealtad.

Gráfico 14: Le gustaría ofrecer servicios de belleza adaptados para personas con discapacidades o necesidades especiales?

17.- ¿Le gustaría ofrecer servicios de belleza adaptados para personas con discapacidades o necesidades especiales?

7 respuestas



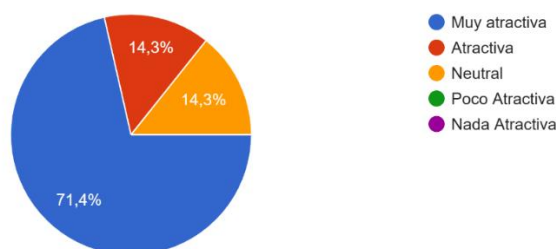
Elaborado por: Javier Pilco

Los datos obtenidos reflejan un consenso absoluto entre los encuestados sobre la importancia de ofrecer servicios de belleza inclusivos. Este resultado es altamente positivo y sugiere una creciente conciencia sobre la necesidad de atender las necesidades específicas de las personas con discapacidad. La unanimidad en las respuestas podría indicar una alineación con valores de inclusión y equidad, así como una comprensión de las oportunidades de negocio que representa este segmento de mercado.

Los resultados de esta encuesta tienen importantes implicaciones para el sector de la belleza. La alta aceptación de la idea de ofrecer servicios adaptados indica una demanda latente y una oportunidad para diferenciarse en el mercado.

Gráfico 15: Qué le parece la idea de una plataforma que conecte a profesionales de belleza con clientes con clientes?

18.- ¿Qué le parece la idea de una plataforma que conecte a profesionales de belleza con clientes?
7 respuestas



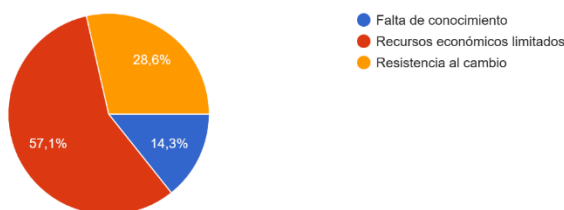
Elaborado por: Javier Pilco

El gráfico circular presenta los resultados de una encuesta que indaga sobre la percepción de los participantes respecto a una plataforma que conecte profesionales de la belleza con clientes. De las 7 respuestas obtenidas, el 71,4% de los encuestados considera la idea "muy atractiva", mientras que un 14,3% la considera "atractiva". No se registraron respuestas neutrales, poco atractivas o nada atractivas.

Los datos obtenidos sugieren una alta aceptación y expectativa positiva hacia una plataforma que conecte a profesionales de la belleza con clientes. Esta tendencia positiva puede atribuirse a varios factores, como la creciente digitalización de la economía, la búsqueda de mayor comodidad y eficiencia por parte de los consumidores, y la necesidad de los profesionales de la belleza de ampliar su base de clientes. La ausencia de opiniones negativas indica que, al menos entre los encuestados, no se perciben inconvenientes significativos asociados a este tipo de plataformas.

Gráfico 16: Cuáles son los principales desafíos que enfrenta actualmente su negocio en relación con la adopción de nuevas tecnologías?

19.- ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta actualmente su negocio en relación con la adopción de nuevas tecnologías?
7 respuestas



Elaborado por: Javier Pilco

El 57.1% de los encuestados señala que la principal barrera es la falta de recursos económicos, seguido de un 28.6% que menciona la falta de conocimiento y un 14.3% que identifica la resistencia al cambio.

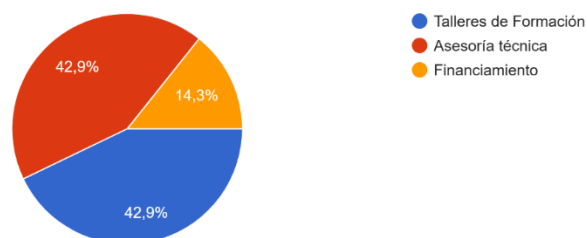
Los datos obtenidos revelan que la adopción de nuevas tecnologías en los negocios se encuentra limitada principalmente por factores económicos. La mayoría de los encuestados percibe que la inversión necesaria para adquirir e implementar nuevas herramientas tecnológicas es un obstáculo significativo. Además, la falta de conocimiento sobre las tecnologías disponibles y cómo aprovecharlas al máximo representa otro desafío importante. Finalmente, la resistencia al cambio dentro de las organizaciones también se identifica como un factor que dificulta la adopción de nuevas tecnologías.

Los resultados de esta encuesta tienen importantes implicaciones para las empresas que buscan innovar y mantenerse competitivas. La escasez de recursos económicos sugiere la necesidad de explorar soluciones tecnológicas más accesibles y escalables. Asimismo, es fundamental invertir en la capacitación del personal para reducir la brecha de conocimiento y fomentar una cultura de innovación.

Gráfico 17: Qué tipo de apoyo o capacitación necesitaría para llevar a cabo una transformación hacia un modelo de Startup?

20.- ¿Qué tipo de apoyo o capacitación necesitaría para llevar a cabo una transformación hacia un modelo de Startup?

7 respuestas



Elaborado por: Javier Pilco

El gráfico circular presenta los resultados de una encuesta que indaga sobre el tipo de apoyo o capacitación que los participantes consideran necesario para llevar a cabo una transformación hacia un modelo de startup. De las 7 respuestas obtenidas, el 42.9% de los encuestados señaló la necesidad de talleres de formación, otro 42.9% mencionó la necesidad de asesoría técnica, y un 14.3% indicó la necesidad de financiamiento.

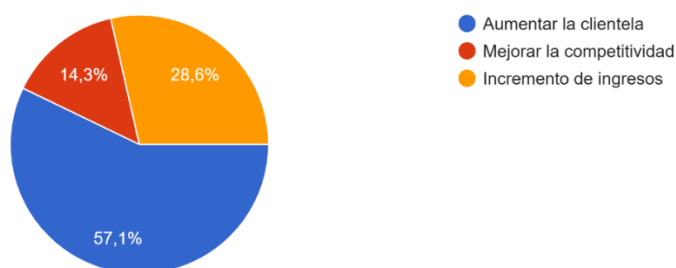
Los datos obtenidos revelan una demanda equilibrada entre la formación y la asesoría técnica como los principales tipos de apoyo requeridos para la transformación hacia un modelo de startup. Esto sugiere que, si bien existe una necesidad de adquirir nuevas habilidades y conocimientos, también hay una demanda por orientación especializada en áreas técnicas específicas. El financiamiento, aunque mencionado como una necesidad, obtuvo una proporción menor de respuestas, lo que podría indicar que, si bien es importante, no es el aspecto más crítico en las primeras etapas de la transformación.

Los resultados de esta encuesta tienen importantes implicaciones para el ecosistema de startups. La alta demanda de talleres de formación y asesoría técnica sugiere que existe una necesidad de programas de capacitación y mentoría especializados para emprendedores. Además,

indica que la creación de redes de mentores y expertos técnicos podría ser de gran valor para apoyar la transformación de negocios hacia modelos más innovadores. En cuanto al financiamiento, aunque no fue la necesidad más mencionada, sigue siendo un aspecto crucial para el crecimiento de las startups. Por lo tanto, es necesario explorar opciones de financiamiento accesibles y adaptadas a las necesidades de los emprendedores en las primeras etapas.

Gráfico 18: Qué expectativas tiene respecto a la transformación de su negocio hacia un modelo más innovador?

21.- ¿Qué expectativas tiene respecto a la transformación de su negocio hacia un modelo más innovador?
7 respuestas



Elaborado por: Javier Pilco

El 57.1% de los encuestados espera un incremento en los ingresos como resultado de esta transformación, seguido de un 28.6% que espera una mejora en la competitividad y un 14.3% que anticipa un aumento en la clientela.

Los datos obtenidos sugieren que la principal expectativa de los encuestados al transformar sus negocios hacia modelos más innovadores es el crecimiento económico. El incremento en los ingresos es visto como el resultado más directo de la implementación de nuevas estrategias y tecnologías. Asimismo, la mejora en la competitividad es considerada un objetivo importante, ya

que permitirá a las empresas diferenciarse de sus competidores y fortalecer su posición en el mercado.

Por último, el aumento en la clientela es percibido como una consecuencia natural de la innovación, al atraer a nuevos consumidores y fortalecer la lealtad de los existentes.

Los resultados de esta encuesta tienen importantes implicaciones para las empresas que buscan innovar. La alta expectativa de crecimiento económico sugiere que la innovación es percibida como una inversión que generará retornos a largo plazo. Sin embargo, es importante destacar que la innovación no solo implica la implementación de nuevas tecnologías, sino también la adopción de nuevas formas de pensar y trabajar. Por lo tanto, es fundamental que las empresas cuenten con una cultura organizacional que fomente la creatividad y la experimentación. Además, es necesario desarrollar estrategias de innovación que estén alineadas con los objetivos de negocio y que permitan medir el impacto de las iniciativas implementadas.

Tabla 4: Hay algo más que le gustaría añadir sobre su interés en innovar a su negocio de cuidado personal?

22.- ¿Hay algo más que le gustaría añadir sobre su interés en innovar su negocio de cuidado personal?
Nada más
Capacitación
Capacitaciones sobre innovación de negocios
Capacitación del personal
Capacitaciones
Historial de cada cliente con tratamientos realizados
No

Elaborado por: Javier Pilco

La tabla presenta las respuestas de un grupo de personas a la pregunta sobre qué les gustaría añadir respecto a su interés en innovar sus negocios de cuidado personal. Las respuestas se centran

principalmente en la necesidad de capacitación en diversas áreas relacionadas con la innovación empresarial.

De acuerdo con los datos, la principal necesidad identificada entre los encuestados es la capacitación. Esta demanda se manifiesta en diferentes niveles:

- Varios participantes expresan un interés general en adquirir conocimientos sobre cómo innovar en sus negocios. Esto sugiere una necesidad de comprender los conceptos básicos de la innovación, las tendencias del mercado y las herramientas disponibles para impulsar el cambio.
- Algunos encuestados mencionan la necesidad de capacitación más especializada en el ámbito de la innovación empresarial, lo que indica un interés en desarrollar habilidades prácticas para implementar nuevas ideas y estrategias en sus negocios.
- Se destaca la importancia de capacitar al personal para que pueda adaptarse a los cambios y participar activamente en los procesos de innovación. Esto sugiere que la innovación no es solo una responsabilidad de la alta dirección, sino que requiere el compromiso de todos los miembros de la organización.

Un participante menciona la importancia de contar con un historial detallado de los tratamientos realizados a cada cliente. Aunque no se menciona explícitamente como una necesidad de capacitación, esta sugerencia está relacionada con la innovación en la gestión de la información y la personalización de los servicios.

CAPÍTULO III: PROPUESTA DEL DESARROLLO DEL PROYECTO TÉCNICO

3.1. Definición del producto

El producto a implementar es una propuesta de diseño de una “Plataforma digital de gestión integral y comercialización”, que permita a negocios convencionales de cuidado personal en la industria de la estética y el cuidado personal en el cantón Quito transformarse en modelos de negocio de tipo Startup.

Este producto ofrece una solución digital que unifica la gestión operativa, la promoción en línea y el acceso a herramientas tecnológicas, optimizando el servicio al cliente y permitiendo una expansión escalable del negocio. La propuesta permitirá a estos negocios no solo mantener una presencia en el mercado, sino también adoptar prácticas innovadoras para adaptarse a un entorno de alta competitividad.

3.2. Características del producto

1. Automatización y gestión de citas: Sistema de programación en tiempo real, que permite a los clientes reservar, modificar o cancelar citas desde cualquier dispositivo. También incluye recordatorios automáticos, ayudando a reducir cancelaciones y mejorar la eficiencia del servicio.
2. Pagos y facturación digitales: Integración de opciones de pago en línea seguras y fáciles de usar, así como generación automática de facturas. Esta característica facilita la administración financiera y mejora la experiencia del cliente.
3. Marketing y fidelización: Herramientas de marketing digital, incluyendo promociones personalizadas, programas de fidelización y campañas en redes sociales. Estas funciones ayudan a captar y retener clientes, maximizando el alcance de la startup.

4. Gestión de inventario: Sistema de control de productos y materiales, que permite al propietario del negocio monitorear el inventario en tiempo real, recibir alertas de bajo stock y optimizar el abastecimiento de productos.
5. Análisis y reportes: Herramientas de análisis que muestran el rendimiento del negocio a través de métricas clave, como frecuencia de visitas, ingresos generados por servicios y satisfacción del cliente. Estos datos permiten tomar decisiones informadas y mejorar continuamente el servicio.
6. Capacitación y soporte: Acceso a módulos de capacitación para el personal en el uso de la plataforma y en estrategias de mejora continua. También cuenta con un servicio de soporte técnico para resolver incidencias en tiempo real.

Esta plataforma busca ofrecer una transformación completa de los negocios convencionales de la industria de estética y cuidado personal en modelos de Startups, promoviendo la innovación, la eficiencia y el crecimiento a largo plazo dentro del sector de la industria de la estética y el cuidado personal en el cantón Quito.

3.3. Identificación de perfiles para usuarios objetivos

Para la "Plataforma digital de gestión integral y comercialización" enfocada en transformar negocios de cuidado personal en el sector de la industria de la estética y el cuidado personal en modelos de Startup, los usuarios objetivos se identifican en los siguientes grupos:

- Propietarios y administradores de negocios de la industria de la estética y el cuidado personal: Este grupo incluye a dueños de peluquerías, barberías, estéticas, y salones especializados en uñas y pestañas en el cantón Quito. Su principal interés radica en

optimizar la gestión operativa de sus negocios, mejorar la eficiencia y aumentar su competitividad en el mercado a través de soluciones tecnológicas.

- Personal de atención y servicio en el sector de la industria de la estética y el cuidado personal: Empleados que realizan tareas operativas, como peluqueros, esteticistas y manicuristas, quienes interactuarán con la plataforma para gestionar citas, inventario y pagos de manera más fluida, además de aprovechar los módulos de capacitación y soporte para mejorar sus competencias en herramientas digitales y servicios al cliente.
- Clientes de negocios de la industria de la estética y el cuidado personal en Quito: Usuarios finales que buscan servicios de la industria de la estética y el cuidado personal convenientes y personalizables. La plataforma les ofrecerá la facilidad de reservar citas en línea, obtener promociones personalizadas y acceder a un servicio más eficiente, adaptado a sus preferencias y horarios.
- Inversionistas y socios potenciales: Personas interesadas en apoyar negocios emergentes de la industria de la estética y el cuidado personal con alto potencial de crecimiento. La plataforma ofrece una visión completa de los resultados y métricas de cada negocio, lo que facilita la toma de decisiones de inversión basadas en el rendimiento y las proyecciones de crecimiento del negocio.
- Proveedores de productos y equipos de la industria de la estética y el cuidado personal: Empresas y distribuidores de productos de la industria de la estética y el cuidado personal que pueden beneficiarse de la gestión de inventarios y reportes detallados de consumo de productos. Esto permite optimizar las relaciones

comerciales y mejorar el abastecimiento a los negocios de la industria de la estética y el cuidado personal en el cantón Quito.

Estos usuarios objetivos permiten a la plataforma atender de forma integral las necesidades de transformación de negocios tradicionales hacia modelos innovadores de Startup, generando una propuesta de valor que impacte positivamente tanto en la operatividad del negocio como en la experiencia del cliente.

3.4.Propuesta de valor

La plataforma digital de gestión integral y comercialización está diseñada para responder a las necesidades de transformación de negocios de la industria de la estética y el cuidado personal en el cantón Quito, creando valor a través de la digitalización, la eficiencia y la personalización, características esenciales para evolucionar hacia modelos de negocio tipo Startup. Esta propuesta de valor se articula en torno a cada perfil de usuario objetivo, garantizando una solución integral y adaptada a cada necesidad del sector de la industria de la estética y el cuidado personal:

3.4.1. Propietarios y administradores de negocios de la industria de la estética y el cuidado personal

La plataforma permitirá a los dueños y administradores optimizar sus operaciones, integrando herramientas de gestión de citas, pagos y facturación digital, control de inventarios y reportes de rendimiento. Estos elementos brindan a los propietarios una visión centralizada de su negocio, reduciendo los costos operativos y permitiéndoles dedicar más tiempo a la mejora del servicio y a la planificación estratégica. El acceso a métricas clave les ayuda a tomar decisiones informadas para escalar y expandir el negocio de manera sustentable.

3.4.2. Personal de atención y servicio en el sector de la industria de la estética y el cuidado personal

El personal operativo se beneficia de un sistema que facilita la gestión de sus citas, inventario y pagos, mejorando la eficiencia en la atención al cliente. Los módulos de capacitación incluidos en la plataforma también apoyan el desarrollo de competencias digitales, lo que incrementa la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. Esto empodera al equipo, fomentando una mayor motivación y compromiso en un ambiente laboral que incentiva la innovación y el crecimiento.

3.4.3. Clientes de negocios de la industria de la estética y el cuidado personal en Quito

Para los clientes finales, la plataforma ofrece una experiencia más conveniente, rápida y personalizada. Pueden reservar sus citas en línea y acceder a promociones personalizadas y programas de fidelización, lo que aumenta su satisfacción y fidelidad al negocio. La accesibilidad desde cualquier dispositivo les permite gestionar su tiempo de manera eficiente, mientras reciben un servicio adaptado a sus necesidades y preferencias.

3.4.4. Inversionistas y socios potenciales

La plataforma proporciona una visión clara y transparente del rendimiento y potencial de crecimiento de los negocios en el sector. Con reportes de métricas clave y proyecciones de expansión, los inversionistas pueden evaluar de manera precisa las oportunidades de inversión, tomando decisiones informadas. Esto impulsa la inyección de capital en el sector, facilitando la escalabilidad de los negocios de la industria de la estética y el cuidado personal y abriendo nuevas oportunidades de crecimiento.

3.4.5. Proveedores de productos y equipos de la industria de la estética y el cuidado personal

Los proveedores también se benefician al obtener visibilidad en tiempo real sobre el consumo de inventarios de los negocios asociados. Esto permite anticipar las necesidades de reposición y optimizar la relación comercial, mejorando la cadena de suministro y asegurando una disponibilidad constante de productos. Esta conexión directa promueve alianzas estratégicas que contribuyen a la sostenibilidad y crecimiento de todos los actores involucrados.

La plataforma digital de gestión integral y comercialización crea valor al ofrecer una solución completa que transforma la operación de los negocios de la industria de la estética y el cuidado personal en modelos Startup innovadores y competitivos. Al conectar a todos los actores clave, propietarios, empleados, clientes, inversionistas y proveedores, la plataforma fortalece el ecosistema de la industria de la estética y el cuidado personal en Quito, permitiendo una expansión escalable, sustentable y orientada al cliente en un mercado cada vez más digitalizado y exigente.

3.4.6. Canales de distribución

La estrategia de distribución debe centrarse en ofrecer accesibilidad y soporte constante para asegurar que los negocios de la industria de la estética y el cuidado personal y sus clientes puedan utilizar la plataforma con facilidad y efectividad:

- App Store y Google Play: La plataforma estará disponible en ambas tiendas para su descarga, facilitando el acceso a cualquier usuario con un dispositivo móvil. Esto permite que los clientes y el personal operativo puedan gestionar sus funciones desde cualquier lugar.
- Sitio web oficial: Una página web optimizada permitirá a los propietarios y administradores de negocios de la industria de la estética y el cuidado personal registrarse

y explorar los beneficios de la plataforma. Además, incluirá una sección de soporte y documentación que explique cómo usar las herramientas de gestión.

- Integración con sistemas de software de la industria de la estética y el cuidado personal: Asociarse con otros proveedores de software de la industria de la estética y el cuidado personal (si es posible) para integrar la plataforma permitirá a los negocios de la industria de la estética y el cuidado personal interesados en Quito incorporar las funcionalidades de la nueva plataforma sin tener que migrar completamente sus sistemas.
- Demostraciones personalizadas: Se ofrecerán sesiones de demostración en línea o en persona para propietarios y administradores interesados en Quito. Las demostraciones permitirán ver la funcionalidad completa de la plataforma y comprender cómo se adapta a sus operaciones diarias.

3.4.7. Canales de comunicación

Los canales de comunicación se orientarán a construir relaciones con los usuarios y brindarles información relevante para maximizar el uso y las ventajas de la plataforma:

- Redes sociales (Facebook, Instagram, LinkedIn): Las redes sociales, especialmente Instagram y Facebook, se enfocarán en contenido visual y atractivo para captar la atención de propietarios de negocios de la industria de la estética y el cuidado personal y clientes finales. LinkedIn servirá para atraer a inversionistas potenciales y socios estratégicos.
- Campañas de email marketing: Correos electrónicos informativos y de seguimiento para propietarios de negocios de la industria de la estética y el cuidado personal proporcionarán información detallada sobre actualizaciones de la plataforma, nuevas funcionalidades y casos de éxito de otros negocios que ya la utilizan.

- WhatsApp Business: Un canal de contacto directo a través de WhatsApp facilitará la atención rápida a dudas de usuarios, y permitirá notificar a los clientes sobre promociones y recordatorios de citas en tiempo real.
- Webinars y capacitaciones en línea: Dirigidos tanto a propietarios como a empleados del sector de la industria de la estética y el cuidado personal, estos eventos mostrarán cómo usar las diferentes herramientas de la plataforma y las mejores prácticas para optimizar la gestión operativa.
- Anuncios y campañas de Google Ads y redes sociales: Las campañas publicitarias en Google y redes sociales ayudarán a que la plataforma sea visible en el mercado de Quito, captando la atención de nuevos usuarios y generando un interés constante en el producto.
- Influencers y embajadores de marca: Colaborar con influencers del sector la industria de la estética y el cuidado personal en Quito permitirá expandir la visibilidad de la plataforma y mostrar los beneficios de su uso desde una perspectiva práctica y confiable.

Esta combinación de canales de distribución y comunicación garantiza que la plataforma no solo sea accesible y fácil de adoptar, sino que también esté respaldada por una comunicación que eduque, inspire y conecte con los diversos perfiles de usuario en el sector de la industria de la estética y el cuidado personal. Esta estrategia refuerza la presencia de la plataforma en Quito y promueve la transición de negocios tradicionales hacia modelos Startup digitalizados y eficientes.

3.5. Plataforma digital de gestión integral y comercialización en la industria de la estética y el cuidado personal en Quito (LIDECp).

3.5.1. Diseño y funcionalidad

- **Diseño:**

Interfaz de usuario (UI):

Minimalista, intuitiva y personalizada según el tipo de usuario generando perfiles de acuerdo a la necesidad (Propietarios, Personal de Atención, Clientes Finales).

Realidad aumentada (AR):

Permite a los usuarios visualizar estilos de cortes, maquillaje y otros servicios en tiempo real a través de sus dispositivos antes de decidir su compra o cita, ahorrando tiempo de selección y toma de decisión mutua.

Cabinas de belleza móviles:

Estaciones móviles en centros comerciales, eventos, fiestas, en general lugares de concurrencia, para ofrecer servicios instantáneos, integradas con la app para reservas y promociones.

- **Funcionalidad y navegación:**

Dueños/Administradores:

Este perfil o modulo podrá realizar gestión de citas, control de inventario, facturación, marketing y promociones.

Personal de atención:

Este perfil podrá acceder a la agenda de citas, registro de pagos y módulo de capacitación.

Clientes:

Los usuarios quienes serán nuestros potenciales consumidores gestionando la reserva de servicios, personalización de promociones y herramientas de AR (Realidad Aumentada) para probar estilos.

Inversionistas/Socios y proveedores:

Visualización general y resumida de nuestras métricas y acceso a oportunidades publicitarias en la plataforma.

3.5.2. Propuesta de valor

Transformación digital integral:

Esta propuesta de plataforma de gestión podrá abarcar, desde la operación hasta la promoción en línea, permitiendo que los negocios tradicionales de estética se modernicen y sean competitivos ante el continuo avance generacional.

Automatización y eficiencia:

Citas en tiempo real:

Reservas instantáneas con recordatorios automáticos y opción de reprogramación.

Pagos digitales y facturación:

Integración con pagos móviles y tarjetas, permitiendo a los negocios y clientes pagar de forma segura y rápida.

Control de inventario:

Alertas de stock bajo y sistema de reabastecimiento automático para proveedores clave, concatenando la información mediante el interfaz adecuado para que se visualicen de doble vía.

Marketing y fidelización:

Promociones personalizadas:

Programas de lealtad, descuentos y promociones personalizables según los hábitos de compra de los clientes, considerando la alternativa de contar con Chatbot que ayude en la gestión.

Programa de recompensas:

Descuentos en afiliación trimestral, semestral y anual, así como también puntos y beneficios para usuarios recurrentes.

Capacitación y soporte:

Capacitaciones continuas:

Módulos de formación en temas digitales, atención al cliente y tendencias del sector.

Soporte 24/7:

Chat y asistencia técnica en tiempo real.

Innovación:

Cabinas de belleza móviles y realidad aumentada:

Estas cabinas permiten realizar servicios exprés en eventos, en todas las localidades de la ciudad y periferias, centros comerciales, conciertos y lugares de concentración masiva de potenciales clientes, la realidad aumentada permite a los clientes probar estilos antes de la cita.

3.5.3. Canales de distribución y comunicación

Distribución:

App Store y Google Play:

La aplicación estará disponible para descarga gratuita con opciones de suscripción en función de las funcionalidades requeridas.

Sitio web oficial:

Información detallada de la plataforma, registro y soporte técnico.

Demostraciones personalizadas:

Presentaciones en línea y eventos para mostrar las funcionalidades.

Comunicación:

Redes sociales (Facebook, Instagram, LinkedIn):

Contenido visual y campañas de marketing para atraer tanto a clientes como a nuevos negocios.

WhatsApp business:

Canal de soporte y recordatorios de citas en tiempo real.

Webinars y capacitaciones en Línea:

Para instruir a los usuarios en el uso de la plataforma y mejorar su experiencia.

Google Ads y Social Media Ads:

Publicidad digital para captar nuevos usuarios e inversionistas.

Influencers locales:

Colaboraciones estratégicas para aumentar visibilidad y credibilidad.

3.5.4. Relaciones con los clientes**Soporte personalizado:**

Un equipo dedicado de asistencia técnica y soporte en vivo.

Comunicación proactiva:

Notificaciones sobre actualizaciones, ofertas y recordatorios automáticos para citas.

Fidelización:

Recompensas, afiliaciones, descuentos y beneficios exclusivos para clientes recurrentes.

Feedback continuo:

Recopilación de opiniones y sugerencias para realizar mejoras constantes.

3.5.5. Fuentes de ingresos**Suscripciones mensuales o anuales:**

Planes escalonados para propietarios, que van desde funcionalidades básicas hasta premium (incluyendo realidad aumentada y cabinas móviles).

Comisiones por transacción:

Un porcentaje por cada reserva o pago procesado en la plataforma.

Servicios premium:

Acceso a herramientas avanzadas como marketing dirigido y cabinas móviles.

Publicidad:

Espacios publicitarios para proveedores de productos y servicios relacionados, como productos de belleza.

Consultoría y capacitación:

Asesorías especializadas y talleres sobre la gestión del negocio y estrategias de crecimiento.

3.5.6. Estructura de precios

Planes de Suscripción (para propietarios):

Básico:

\$30/mes (Citas y gestión de inventarios).

Intermedio:

\$50/mes (Automatización de pagos, promociones personalizadas).

Premium:

\$80/mes (Realidad aumentada, marketing avanzado, cabinas móviles).

Comisión por transacción:

5% de cada reserva y pago procesado en la plataforma.

Servicios premium:

\$100 al mes para acceder a las cabinas móviles y tecnologías avanzadas de marketing.

Publicidad:

Desde \$50 a \$200 mensual para proveedores.

Consultoría y capacitación:

\$200 por taller o \$500 por paquete de consultoría personalizada.

3.5.7. Recursos claves

Tecnología de software y desarrollo:

Servidores en la nube, mantenimiento continuo y actualizaciones.

Equipo de soporte y capacitación:

Personal capacitado para asistencia en tiempo real.

Red de partners y proveedores:

Alianzas con proveedores y otros softwares de la industria.

Datos y análisis de usuarios:

Para mejoras basadas en el uso de la plataforma.

3.5.8. Actividades clave

Desarrollo de Plataforma:

Mejora continua, con funciones basadas en feedback y tendencias.

Marketing y Promoción:

Estrategias publicitarias para captar y fidelizar usuarios.

Capacitación y Soporte:

Programas de formación para todos los usuarios y asistencia técnica.

Gestión de Partners:

Colaboraciones y alianzas con socios estratégicos.

Análisis de Datos:

Uso de datos para optimizar la experiencia de usuario y el rendimiento del negocio.

3.5.9. Socios claves

Proveedores de Tecnología:

Empresas que suministran el software y las herramientas complementarias.

Instituciones Financieras:

Familiares, amigos y entidades financieras para ofrecer opciones de financiamiento a negocios.

Asociaciones del Sector de Estética y Belleza:

Para alianzas estratégicas y promoción.

Influencers y Embajadores de Marca:

Para aumentar visibilidad en redes sociales.

Inversionistas:

Financiación y apoyo estratégico para expansión.

3.5.10. Estructura de costos

Desarrollo tecnológico:

Software, servidores y actualizaciones.

Marketing:

Publicidad en redes y campañas con influencers.

Capacitación y soporte:

Gastos en formación de personal y soporte.

Operaciones:

Oficinas, herramientas de gestión y costos generales.

Recursos humanos:

Sueldos del equipo, desarrollo y comisiones de socios.

3.6. Presupuesto estimado para implementación, desarrollo y mantenimiento del proyecto

Para definir el presupuesto y estimar el retorno de inversión (ROI) de esta Startup de gestión integral y comercialización en la industria de la estética en Quito, se detallan por rubros presupuestarios, costos estimados para la implementación y proyección del retorno en un plazo de cinco años.

Las estimaciones están basadas en valores promedio de mercado tomando en consideración las cifras del periodo 2024 en el Ecuador y ajustadas a la estructura de costos proporcionada por el proyecto.

3.6.1. Desarrollo tecnológico

- **Software y servidores:**

Desarrollo de la aplicación móvil y sitio web con funcionalidades de realidad aumentada, gestión de citas y reservas. Además, almacenamiento y procesamiento de datos en la nube.

- **Costo estimado inicial:** \$70,000 - \$90,000
- **Costo anual de mantenimiento y actualización:** \$25,000

3.6.2. Marketing

- **Publicidad en redes sociales e influencers:**

Campañas de lanzamiento, posicionamiento en redes y colaboraciones estratégicas con influencers locales para ganar visibilidad.

- **Costo estimado anual:** \$25,000 - \$35,000

3.6.3. Capacitación y soporte

- **Gastos de formación del personal:**

Entrenamiento inicial para el personal en tecnología y atención al cliente, además de capacitación continua en nuevas herramientas digitales.

- **Costo estimado anual:** \$15,000
- **Soporte técnico continuo:** \$10,000 anuales para mantener la disponibilidad 24/7 de soporte técnico en vivo.

3.6.4. Operaciones

- **Oficinas y herramientas de gestión:**
Espacio de trabajo, software de gestión y herramientas de comunicación internas.
- **Costo anual estimado:** \$20,000

3.6.5. Recursos Humanos

- **Equipo de desarrollo y soporte:**
Sueldos para el equipo técnico (desarrolladores, diseñadores, soporte y marketing).
- **Costo anual estimado:** \$80,000 - \$100,000

Tabla 5: Inversión total para el primer año

RESUMEN DE COSTOS TOTALES		
Rubro	Costo Inicial (\$)	Costo Anual (\$)
Desarrollo Tecnológico	70.000 - 90.000	25.000
Marketing	-	25.000 - 35.000
Capacitación y Soporte	-	25.000
Operaciones	-	20.000
Recursos Humanos	-	80.000 - 100.000

Elaborado por: Javier Pilco

Estimación total año 1: \$200,000 - \$235,000 (incluyendo desarrollo tecnológico inicial y costos operativos anuales).

3.7. Proyección de ingresos y retorno de inversión a cinco años

Para calcular el retorno de inversión a cinco años, se establecen proyecciones de ingresos basadas en las fuentes mencionadas (suscripciones, comisiones por transacción, publicidad, y servicios premium). Las tasas de crecimiento anual se basan en el aumento de adopción y uso de tecnología en el sector de belleza en Quito.

3.7.1. Ingreso por suscripciones:

Se estima captar al menos 200 clientes de suscripción en el primer año con una tasa de crecimiento del 20% anual.

- **Ingresos proyectados año 1:** \$108,000

3.7.2. Ingresos por comisiones:

Alrededor de un 5% en cada reserva o pago procesado en la plataforma, estimando 300 transacciones mensuales en el primer año, con un crecimiento anual del 25%.

- **Ingresos proyectados año 1:** \$18,000

3.7.3. Servicios premium (cabinas móviles y ar):

\$100/mes por cliente en 100 clientes, con un crecimiento del 15%.

- **Ingresos proyectados año 1:** \$120,000

3.7.4. Publicidad:

Contratos con proveedores por espacios publicitarios de \$50 a \$200 mensuales.

- **Ingresos proyectados año 1:** \$36,000

3.7.5. Consultoría y capacitación:

Talleres y capacitaciones, con ingresos de \$15,000 en el primer año.

Ingresos totales estimados año 1

- **Total ingresos año 1:** \$297,000

3.8. Estimación de rentabilidad y tasa de retorno a 5 años

Tabla 6: Estimación de rentabilidad y tasa de retorno a 5 años.

Fuente de Ingreso	Ingresos Año 1	Tasa de Crecimiento Anual	Ingresos Proyectados Año 2	Ingresos Proyectados Año 3	Ingresos Proyectados Año 4	Ingresos Proyectados Año 5
Ingreso por Suscripciones	\$108.000,00	20%	\$129.600,00	\$155.520,00	\$186.624,00	\$223.948,00
Ingresos por Comisiones	\$18.000,00	25%	\$22.500,00	\$28.125,00	\$35.156,00	\$43.945,00
Servicios Premium (Cabinas Móviles y AR)	\$120.000,00	15%	\$138.000,00	\$158.700,00	\$182.505,00	\$209.881,00
Publicidad	\$36.000,00	10%	\$39.600,00	\$43.560,00	\$47.916,00	\$52.708,00
Consultoría y Capacitación	\$15.000,00	10%	\$16.500,00	\$18.150,00	\$19.965,00	\$21.962,00
Total de Ingresos Estimados	\$297.000,00	0	\$346.200,00	\$403.755,00	\$472.166,00	\$552.445,00
ROI Acumulado	0	0	40% (Año 2)	0	0	250% (Año 5)

Elaborado por: Javier Pilco

3.8.1. Roi a 5 años:

Con ingresos anuales crecientes y considerando una inversión inicial de \$200,000 - \$235,000, la tasa de retorno (ROI) proyectada es del 40% al final del segundo año y del 250% en el quinto año, superando ampliamente la inversión inicial.

3.8.2. Tiempo de recuperación de la inversión:

Se estima un período de recuperación en aproximadamente 1.5 años.

Esta estructura de costos y estimaciones de ingresos permiten una implementación y rentabilidad sostenida, asegurando la expansión en el mercado local y regional con una proyección favorable a largo plazo en Quito.

Este diseño busca modernizar el sector de estética en la ciudad, mediante un enfoque innovador y disruptivo, centrado en la digitalización, la eficiencia y la personalización para cada segmento de cliente, esta herramienta pretende revolucionar la forma de hacer las cosas en la industria de la estética y el cuidado personal.

CONCLUSIONES

El sector de la estética y el cuidado personal en Quito enfrenta una significativa transición debido a la creciente competencia y la necesidad de adaptarse a modelos de negocio más ágiles y digitalizados. El análisis revela que las startups en este sector tienen el potencial de introducir estrategias innovadoras que integren herramientas tecnológicas, permitiendo la personalización y mejora en la experiencia del cliente. Así, la transformación hacia un enfoque de startup resulta fundamental para asegurar la competitividad en un entorno dinámico y cambiante.

Además, la adopción de un modelo de negocio inspirado en startups no solo responde a las necesidades de modernización, sino también a una demanda de servicios más accesibles y flexibles. La investigación identificó que los consumidores actuales buscan no solo calidad en los servicios de estética, sino también conveniencia y rapidez, aspectos en los que las startups suelen destacar. Este cambio de preferencia justifica la implementación de plataformas digitales y aplicaciones que faciliten la programación de servicios, la interacción con los clientes y la incorporación de comentarios que impulsen la mejora continua del servicio.

Otro hallazgo relevante es el rol del financiamiento y la capacitación en el éxito de la transición hacia un modelo de startups en el sector. Se constató que los emprendedores en estética y cuidado personal enfrentan barreras significativas en el acceso a capital para innovaciones tecnológicas y formación en competencias digitales. Para abordar esta limitación, el estudio sugiere la necesidad de alianzas estratégicas entre entidades financieras y programas de incubación y aceleración que promuevan el desarrollo de startups en el sector, facilitando el acceso a fondos y al conocimiento necesario para evolucionar en un contexto digital.

Finalmente, la investigación concluye que la transformación hacia un modelo de startup no solo tiene implicaciones económicas, sino también sociales, en tanto que la industria de la estética

y el cuidado personal tiene una capacidad inherente para mejorar la autoestima y el bienestar de los usuarios. La implementación de estrategias de negocio innovadoras en este ámbito no solo potencia la competitividad del sector, sino que contribuye al bienestar integral de la comunidad en Quito. En este sentido, la transformación no solo es un cambio en el modelo operativo, sino un avance hacia una industria más resiliente, dinámica y centrada en el cliente.

RECOMENDACIONES

Se recomienda realizar investigaciones futuras que profundicen en el impacto de las tecnologías emergentes en este sector, en particular el uso de inteligencia artificial (IA) y big data para personalizar servicios y mejorar la experiencia del cliente. La integración de estas tecnologías podría optimizar la relación entre proveedores y consumidores, permitiendo una adaptación más efectiva a las preferencias individuales. Además, futuros estudios podrían explorar el potencial de plataformas de análisis de datos que, además de medir la satisfacción del cliente, permitan prever tendencias y adaptar las estrategias comerciales en tiempo real.

Otra línea de investigación sugerida es el análisis de los factores que limitan el acceso a financiamiento para emprendimientos en estética y cuidado personal en Quito. Profundizar en estos aspectos ayudaría a comprender las barreras que enfrentan las startups de este sector en su fase inicial, facilitando el diseño de políticas públicas y programas de apoyo específicos que favorezcan su crecimiento y consolidación. A su vez, sería beneficioso que investigaciones futuras examinen los esquemas de financiamiento que han sido exitosos en otros sectores y su posible adaptación al mercado de la estética, evaluando la viabilidad de alianzas estratégicas entre el sector público y privado para incrementar la disponibilidad de recursos financieros.

Además, se recomienda llevar a cabo estudios longitudinales que analicen el proceso de transformación hacia el modelo de startups en el sector de estética y cuidado personal a lo largo del tiempo, permitiendo una evaluación exhaustiva de los impactos a corto, mediano y largo plazo. Este enfoque contribuiría a determinar no solo la sostenibilidad de los cambios implementados, sino también su efectividad en términos de rentabilidad y satisfacción del cliente. Asimismo, estudios de este tipo permitirían observar la evolución de la percepción del cliente respecto a las

nuevas metodologías y tecnologías aplicadas, facilitando la identificación de ajustes necesarios en las estrategias adoptadas.

Finalmente, se considera relevante la realización de estudios comparativos entre ciudades de tamaño y contexto socioeconómico similar a Quito, lo que proporcionaría una perspectiva más amplia sobre las condiciones necesarias para la transformación exitosa de este tipo de industria en otros entornos urbanos. Este tipo de análisis podría arrojar valiosas lecciones para futuras implementaciones, destacando aspectos culturales, económicos o regulatorios que puedan influir en la adopción y desarrollo del modelo de startups en el ámbito de la estética y cuidado personal.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

Arenal Cabello, N., Armuña Gonzáles, F., Ramos Villaverde, C., & Feijóo González, M. (2018). *Ecosistemas emprendedores y Startups: Un análisis de la innovación y el desarrollo económico*. Editorial Académica.

Corvello, V., Grimaldi, M., & Rippa, P. (2017). *Startup ecosystems and their key drivers: An analysis of the literature*. *Journal of Business Research*, 80, 177-186. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.07.009>

Isenberg, D. J. (2010). How to start an entrepreneurial revolution. *Harvard Business Review*, 88(6), 40-50.

Isenberg, D. J. (2011). *The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy*. Babson Entrepreneurship Ecosystem Project.

Isenberg, D. J. (2014). *Entrepreneurship ecosystems and the role of policy*. *Startup Policy Lab*. Retrieved from <https://www.startuppolicylab.org>

Llamas, S., & Fernández, J. (2018). *Metodología Lean Startup y el proceso de validación en la innovación*. *Revista de Innovación y Emprendimiento*, 12(2), 85-94.

López Menacho, J. (2019). *Historia y evolución de las Startups en Silicon Valley*. *Tecnología y Negocios*, 15(4), 50-65.

Mortarotti, R. (2020). *Startups: La nueva cara del emprendimiento en la era digital*. *Journal of Business Innovation*, 22(3), 23-34. <https://doi.org/10.1016/j.jbi.2020.01.003>

Novoa, M. (2013). *El origen del término Startup y su impacto en la economía digital*. *Revista de Economía y Tecnología*, 11(1), 29-40.

OCDE (2015). *Startups y nuevas empresas: Innovación y desarrollo en el mercado global*. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.

OCDE (2016). *Cómo apoyar a las Startups: Políticas y estrategias para fomentar la innovación*. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.

Pastrano Nacimba, R., & Tualombo Robles, J. (2022). *Startups en Latinoamérica: Casos y perspectivas*. *Revista Latinoamericana de Innovación*, 8(2), 77-90. <https://doi.org/10.1016/j.rli.2022.04.003>

Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la lengua española* (23ª ed.). Espasa Calpe.

Ries, E. (2012). *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. Crown Business.

Sánchez, J. (2016). *Startups y modelos de negocio en la era digital*. *Revista de Estrategia Empresarial*, 14(3), 25-39.

Startupeable (2020). *El auge de las Startups en Latinoamérica*. Retrieved from

Tramón, A. (2018). *Características y tendencias de las Startups modernas*. *Journal of Business and Technology*, 19(2), 45-58.

Wood, M. (2020). *Cobiscorp y la evolución tecnológica en Ecuador*. *Revista de Tecnología y Desarrollo*, 7(1), 33-47.

ANEXOS

Anexo I - Formulario de consentimiento informado para participantes en un estudio de investigación

Título del Estudio: De la tradición a la innovación: Estrategias de transformación hacia un modelo de Startups para la industria de la estética y el cuidado personal en el cantón Quito 2024

Investigador Principal:

Nombre: Wilson Javier Pilco Gallegos

Institución: Instituto Superior Tecnológico Universitario Rumiñahui

Correo electrónico: wilson.pilco@ister.edu.ec

Teléfono: 0987369490

1. Descripción del estudio

Este estudio tiene como propósito de desarrollar una guía práctica que permita a los emprendedores de la industria de la estética y el cuidado personal en Quito transformar sus modelos de negocio tradicionales en Startups, aprovechando tecnologías emergentes y estrategias innovadoras para mejorar su competitividad en un mercado digitalizado. Su participación nos permitirá obtener datos importantes para el desarrollo, finalidad y relevancia del estudio.

2. Participación voluntaria

Su participación en este estudio es completamente voluntaria. Puede decidir no participar o retirarse en cualquier momento, sin que esto afecte sus derechos o se le generen consecuencias negativas.

3. Procedimiento

Si acepta participar, se le pedirá que responda a las principales inquietudes y un cuestionario referencial de opción múltiple. La duración aproximada de su participación será de 30 minutos.

4. Posibles Beneficios

Su participación contribuirá a generar conocimiento en el área de desarrollo tecnológico, administrativo y estético lo cual podría beneficiar a la toma de decisiones e incrementar sus posibilidades para mantenerse competitivo en el avance tecnológico.

5. Riesgos y desventajas

No se prevén riesgos significativos para los participantes. Sin embargo, de tener desconocimiento en alguna parte de la entrevista se instruirá de manera oportuna para que pueda canalizar de manera correcta la respuesta a la pregunta.

6. Confidencialidad

Toda la información recopilada será tratada de manera confidencial y se utilizará exclusivamente con fines de investigación. Los datos se manejarán de acuerdo con la Constitución ecuatoriana y las leyes aplicables de protección de datos personales. Los resultados se presentarán de forma anónima, de modo que ninguna información pueda vincularse directamente a su identidad. Los datos serán almacenados en un repositorio electrónico que no será difundido en detalle más bien en términos generales para el análisis del estudio.

7. Derechos de los participantes

De acuerdo con la Constitución de la República del Ecuador, se respetarán sus derechos a la privacidad y a la dignidad. Usted tiene derecho a obtener una copia de este consentimiento y de los resultados del estudio. Si decide retirarse del estudio, sus datos recopilados hasta ese momento no se utilizarán sin su permiso expreso.

8. Información de contacto

Si tiene preguntas sobre este estudio o sobre sus derechos como participante, puede ponerse en contacto con el investigador principal a través de los datos de contacto proporcionados al inicio de este documento. También puede dirigir cualquier inquietud o queja al Comité de Ética de la institución.

Consentimiento del Participante

He leído y comprendido la información proporcionada sobre este estudio y mis derechos como participante. He tenido la oportunidad de hacer preguntas y he recibido respuestas satisfactorias. Comprendo que mi participación es voluntaria y que puedo retirarme del estudio en cualquier momento sin repercusiones.

Al firmar este documento, confirmo que estoy de acuerdo en participar en este estudio bajo las condiciones descritas.

Nombre del Participante: _____

Cédula de Identidad: _____

Firma del Participante: _____

Fecha: _____

Consentimiento del Investigador

Como investigador responsable, confirmo que he explicado al participante los términos y condiciones del estudio, y que responderé cualquier pregunta adicional que pueda surgir durante el proceso de investigación. Aseguro también la confidencialidad y uso adecuado de la información de acuerdo con las leyes ecuatorianas y las normativas institucionales.

Nombre del Investigador: _____

Firma del Investigador: _____

Fecha: _____

Anexo II - Cuestionario de preguntas claves para Focus Group de Negocios de Cuidado Personal

Parte 1: Información General

1.- Nombre del Negocio:

2.- Nombre del Entrevistado:

3.- Puesto del Entrevistado:

4.- Año de Fundación del Negocio:

5.- Tipo de Servicios Ofrecidos:

- Barbería
- Salón de Belleza
- Gabinete Estético
- Otros (especificar):

Parte 2: Interés en Innovación

6.- ¿Está interesado en transformar su negocio hacia un modelo de Startup?

- Sí
- No

- Tal vez

7.- ¿Qué áreas de su negocio considera que podrían beneficiarse de la innovación?

- Gestión de citas
 - Productos y servicios ofrecidos
 - Atención al cliente
 - Marketing
 - Otros (especificar):
-

Parte 3: Evaluación de Ideas Innovadoras

8.- ¿Qué tan atractivo le parece el concepto de una App de Reservas Personalizadas que sugiera servicios basados en preferencias y tendencias?

- Muy atractivo
- Atractivo
- Neutral
- Poco atractivo
- Nada atractivo

9.- ¿Estaría dispuesto a implementar un modelo de Suscripción de Belleza a Domicilio para productos y servicios?

- Sí
- No
- Tal vez

10.- ¿Cree que la Realidad Aumentada para probar estilos virtualmente podría atraer a más clientes a su negocio?

- Sí
- No
- Tal vez

11.- ¿Le parece viable el servicio de Cabinas de Belleza Móviles que se trasladen a eventos o a domicilio?

- Sí
- No
- Tal vez

12.- ¿Qué opina sobre organizar Eventos de Belleza Pop-Up?

- Muy favorable
- Favorable
- Neutral
- Desfavorable
- Muy desfavorable

13.- ¿Consideraría útil contar con un asistente de Inteligencia Artificial que le ayude a recomendar productos y tratamientos a sus clientes?

- Sí
- No
- Tal vez

14.- ¿Estaría interesado en ofrecer productos de belleza ecológicos y sostenibles en su negocio?

- Sí
- No
- Tal vez

15.- ¿Qué tan importante considera la experiencia inmersiva en el salón (aromaterapia, personalización del ambiente, etc.) para mejorar la satisfacción del cliente?

- Muy importante
- Importante
- Neutral
- Poco importante
- Nada importante

16.- ¿Le gustaría ofrecer servicios de belleza adaptados para personas con discapacidades o necesidades especiales?

- Sí
- No
- Tal vez

17.- ¿Qué le parece la idea de una plataforma que conecte a profesionales de belleza con clientes?

- Muy atractiva
- Atractiva
- Neutral
- Poco atractiva
- Nada atractiva

Parte 4: Desafíos y Expectativas

18.- ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta actualmente su negocio en relación con la adopción de nuevas tecnologías?

- Falta de conocimiento

- Recursos económicos limitados
- Resistencia al cambio
- Otros (especificar):

19.- ¿Qué tipo de apoyo o capacitación necesitaría para llevar a cabo una transformación hacia un modelo de Startup?

- Talleres de formación
- Asesoría técnica
- Financiamiento
- Otros (especificar):

20.- ¿Qué expectativas tiene respecto a la transformación de su negocio hacia un modelo más innovador?

- Aumentar la clientela
- Mejora de la competitividad
- Incremento de ingresos
- Otros (especificar):

Parte 5: Comentarios Finales

21.- ¿Hay algo más que le gustaría añadir sobre su interés en innovar su negocio de cuidado personal?

Este cuestionario busca captar información clave que te ayude a entender las percepciones, desafíos y expectativas de los emprendedores en relación con las innovaciones propuestas, facilitando así el análisis posterior y la formulación de recomendaciones.