

Licenciatura en Mercadeo

Diplomado:

**PLAN DE MARKETING PARA MEJORAR LA GESTION
COMERCIAL EN EMPRESAS DE SERVICIOS**

Proyecto Final:

Plan De Marketing Empresa De Servicio Ashlau Glamour Beauty Studio

Autores:

Francheska Álvarez

Facilitadora Acompañante:

Eliana Campos Taveras

**15 de diciembre de 2022
Santiago de los Caballeros,
República Dominicana**

INDICE

INTRODUCCION.....	4
SECCIÓN I: FUNDAMENTOS DE EMPRESAS DE SERVICIOS.....	5
1.1 Defina que es una empresa de servicios y cuál es su finalidad comercial.....	6
1.2 Describa varios tipos de empresas de servicios que considere interesantes y rentables en nuestro país.....	6
1.2 Identifica los factores contextuales del mix de marketing que garantizan que una empresa de servicios sea exitosa y tenga un buen posicionamiento en mercado.....	7
1.3 Investiga cual es el impacto del sector servicio en la economía de la Republica Dominicana.....	9
1.4 Presente los datos generales (nombre, RNC, ubicación y descripción de su actividad comercial) tres posibles empresas de servicios donde puede realizar su proyecto de intervención de CFG. Considere que esta empresa debe estar registrada legalmente o tener su RNC.....	11
SECCIÓN II: CONTEXTO EMPRESA SELECCIONADA.....	12
2.1 Presente formalmente (Nombre, RNC, ubicación, descripción de actividad comercial de servicio que realiza) la empresa de servicios elegida para su proyecto de intervención CFG.....	13
2.2 Describa los siguientes elementos filosóficos de la empresa de servicios elegida: Misión, visión, valores, principales propósitos empresariales.....	13
2.3 Determine la estructura organizacional (Departamentos o áreas operativas) de esta empresa. Presente su organigrama.....	14
2.4 Identifique y describa los servicios (Características, beneficios, valor agregado, precios, formatos de distribución) que ofrece esta empresa en la actualidad.....	15
2.5 Establezca según su facturación cuales son los servicios más demandados por los clientes y cuales tienen menos salidas o presentan más quejas y reclamos.....	15
2.6 Determine cuál es su cartera de clientes a la fecha y cuál es su territorio de ventas.....	15
2.7 Explique las estrategias comerciales que actualmente practica la empresa para posicionar sus servicios en el mercado.....	16

2.8	Realice un análisis FODA Comercial (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) enfocado en su oferta actual de servicios.....	16
SECCIÓN III: PRESENTACIÓN Y ANALISIS RESULTADOS ENCUESTA.....		17
SECCIÓN IV: ANALISIS FACTORES MERCADOLÓGICOS CRÍTICOS.....		38
4.1	Análisis de la competencia	39
4.2	Análisis de los consumidores	39
4.3	Análisis de la oferta de Servicios.....	40
4.4	Segmentación demográfica.....	41
4.5	Segmentación geográfica.....	43
4.6	Segmentación psicográfica.	44
4.7	Segmentación comportamental.	45
4.8	Estrategias usadas actualmente por la empresa en el uso de redes sociales, WhatsApp, página web y tecnología interna.....	46
4.9	Aspectos mercadológicos que le gustaría mejorar a la empresa en su gestión comercial.	49
CONCLUSIONES.....		52
BIBLIOGRAFIA.....		53
ANEXOS		59

INTRODUCCION

Las empresas de servicios tienen como principal función el ofrecimiento de una actividad en pro de la satisfacción de las necesidades de un público a cambio de una contraprestación: se trata de un servicio intangible, público o privado.

Las empresas de servicios ejecutan aquellas actividades económicas organizadas para la prestación y venta de un servicio; de acuerdo con la clasificación de las actividades económicas establecidas por la economía clásica, las empresas de servicios conforman el sector terciario de la economía.

En el siguiente informe se muestra la presentación oficial de la culminación del Módulo I del CFG, el cual tuvo como objetivo la formación de una empresa, la cual se utilizó como fuente de información durante el transcurso del curso final de grado, es una empresa de servicios en el área de belleza.

En el mismo encontraremos: Los Datos Generales de la Empresa, Las Estrategias a Utilizar, Los Servicios Ofrecido y Precios.

También se presenta la elaboración y finalización del plan de marketing que realizamos a la empresa, donde pudimos desempeñar las competencias adquiridas durante toda nuestra formación en el transcurso de todo el curso.

SECCIÓN I: FUNDAMENTOS DE EMPRESAS DE SERVICIOS.

1.1 Defina Que Es Una Empresa De Servicios YCuál Es Su Finalidad Comercial.

Las empresas son organizaciones o instituciones dedicadas ofrecer un producto o servicio para satisfacer la demanda y deseos de los clientes. Requiere una razón de ser, una misión, una estrategia, metas, objetivos, tácticas y políticas de actuación o procedimientos.

Las de servicios, como su nombre lo dice, se caracterizan por la venta de servicios, bien sean profesionales o de cualquier otro tipo.

1.2 Describa Varios Tipos De Empresas De Servicios Que Considere Interesantes Y Rentables En Nuestro País.

Algunas empresas de servicios pueden ser:

- ✓ Empresas de servicios financieros como son los bancos, financieras, casas de empeño o de cambio, entre otros.
- ✓ Empresas que se dedican a la venta de seguros de vida, de vehículos, de daños a terceros.
- ✓ Las empresas de servicio médico.
- ✓ Empresas que se dedican a la renta de departamentos, hoteles, pasadas.
- ✓ Renta de transportes terrestres, navegables y aéreos.
- ✓ Servicios a la comunidad, como lo es agua, energía eléctrica y gas
- ✓ Empresas de comunicaciones, como lo es el internet, televisión por cable red de telefonía.

1.3 Identifica Los Factores Contextuales Del Mix De Marketing Que Garantizan Que Una Empresa De Servicios Sea Exitosa Y Tenga Un Buen Posicionamiento En El Mercado.

El marketing-mix es una tendencia popular en los últimos años en empresas que ofrecen productos intangibles. Entre sus beneficios se encuentran poder combinar elementos operacionales con diversas estrategias para alcanzar los objetivos planteados.

El marketing-mix, un concepto que tiene más de 50 años, engloba la construcción y estructura de una estrategia que mezcla cuatro variables necesarias en todo producto o servicio, denominadas las 4 P: el Producto (Product), Precio (Price), Plaza (Place) y Promoción (Promotion).

Los elementos que conforman el marketing mix se relacionan entre sí, de forma dinámica y modificándose entre ellos. Por esto, establecer una perspectiva amplia, que vaya desde la realización del producto y todos sus pasos operacionales, pasando por tomar en cuenta a los colaboradores, finalizando en la evaluación de la relación marca-cliente, es fundamental.

Esta estrategia permite que productos intangibles, como servicios turísticos o plataformas de *streaming*, por ejemplo, puedan orientar sus estrategias de marketing a crear un entorno adecuado para generar satisfacción en sus clientes, tanto externos como internos.

En el mundo actual es imprescindible que el usuario final conozca, perciba, consuma y se identifique con una marca. Por esto, desarrollar una estrategia coherente, que fusione el valor de la marca o negocio junto a la experiencia positiva del usuario, es uno de los objetivos del marketing-mix.

1.4 InvestigaCuál Es El Impacto Del Sector Servicio En La Economía De La República Dominicana.

El sector servicios es muy importante para cualquier economía, las razones que se pueden mencionar son las siguientes: Generalmente en el sector servicios es donde se generan los acuerdos comerciales más importantes, tanto a nivel nacional como internacional. El sector servicios es un sector donde se desarrollan oportunidades laborales muy fundamentales para cualquier país.

Para que un producto final llegue a los consumidores, la empresa deberá apoyarse en el sector terciario. En primer lugar, la compañía deberá ser gestionada por administradores, y contar además con asesores en materia contable, jurídica y de recursos humanos. Asimismo, necesitará contar con financiación, por parte de bancos y otros agentes del sector financiero. Finalmente, la empresa deberá asegurarse de que el producto será vendido y entregado a los clientes, lo que implica servicios de transporte, comerciales y de publicidad.

Para desarrollar su actividad con normalidad, la empresa necesitará hacerlo en una comunidad donde exista un marco jurídico establecido, seguridad interior y una administración que gestione los recursos públicos. Todas estas actividades están englobadas en el sector terciario.

1.5 Presente los Datos Generales (Nombre, RNC, Ubicación y Descripción de su Actividad Comercial) Tres Posibles Empresas de Servicios Donde Puede Realizar su Proyecto de Intervención de CFG. Considere que Esta Empresa Debe Estar Registrada Legalmente o Tener su RNC.

1.5.1 Opción empresa número 1:

Nombre: Agua María SRL.

RNC:

Ubicación: Avenida presidente Antonio Guzmán Fernández, #52, Mirabel, San Francisco de Macorís, Duarte, República dominicana.

Actividad comercial: Proveedor de agua embotellada

1.5.2 Opción empresa número 2:

Nombre: Ruamar SRL.

RNC

Ubicación: Calle 27 de febrero No.73, San Francisco de Macorís, Rep. Dom.

Actividad comercial: Financiera

1.5.3 Opción empresa número 3:

Nombre: Seguros Pepín

RNC

Ubicación: Calle José Reyes N.º 44

Actividad comercial: venta de seguros

SECCIÓN II: CONTEXTO EMPRESA SELECCIONADA.

2.1 Presente formalmente (Nombre, RNC, Ubicación, Descripción de la Actividad Comercial de Servicio que Realiza) la Empresa de Servicios Elegida para su Proyecto de Intervención de CFG.

2.1.1 Nombre de la empresa:

ASHLAU GLAMOUR BEAUTY STUDIO

2.1.2 RNC:

1-21-829066

2.1.3 Ubicación:

Plaza Garden 3er Nivel, San Francisco de Macorís

2.1.4 Actividad comercial de servicio:

Servicio de peluquería, estética, extensiones de pelos humana, montura de pestañas y maquillaje en general.

2.2 Describa los Sigüientes Elementos Filosóficos de la Empresa de Servicios Elegida: Misión, Visión, Valores, Principales Propósitos Empresariales.

2.2.1 Misión

Brindar servicios de salud, bienestar y belleza integral de calidad con atención personalizada, que superen las expectativas de nuestros clientes. Aspiramos ser una empresa con un crecimiento sostenido, innovadora y dedicada a servir y ayudar a nuestros clientes a verse y sentirse bien, estando conformada por un equipo de trabajo comprometido y sólido.

2.2.2 Visión

Ser reconocidos como una marca de salud y belleza líder en el mercado local, identificados por nuestro profesionalismo, calidad y excelente servicio al cliente, lo que nos permita ser la mejor opción en el mercado.

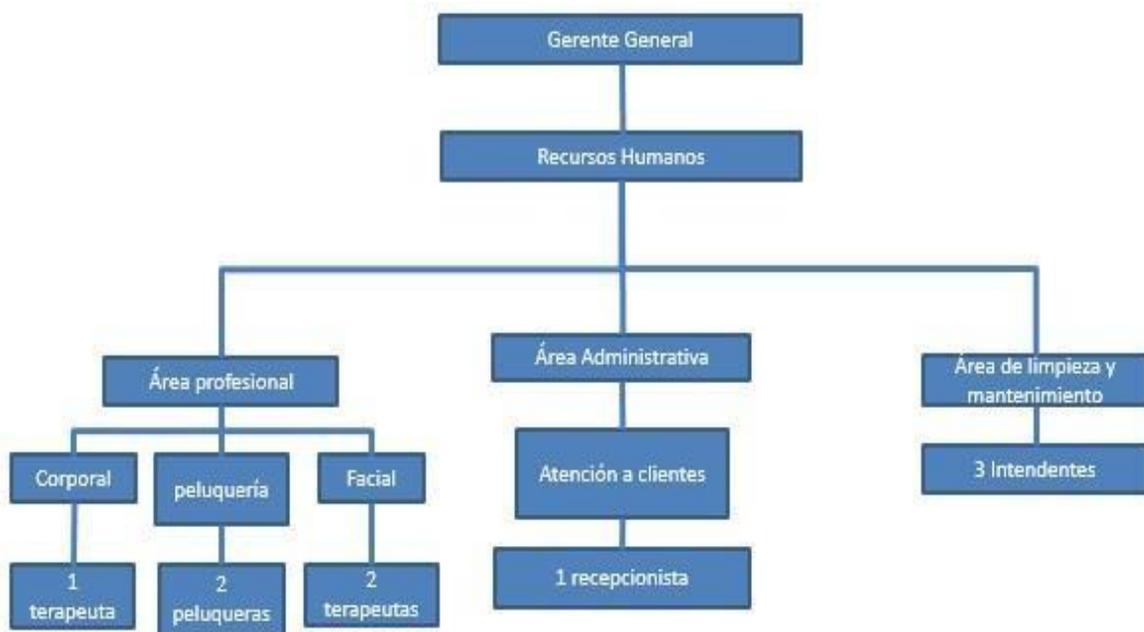
2.2.3 Valores

- ✓ Actitud de Servicio
- ✓ Honestidad
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Compromiso
- ✓ Respeto
- ✓ Integridad

2.2.4 Principales Propósitos Empresariales.

Ofrecer servicios de cuidado personal y estética, atendiendo a las demandas y necesidades de los clientes. Analizar las demandas y necesidades del público objetivo del negocio con respecto a su imagen personal y plantearles servicios adecuados a ellas.

2.3 Determine la Estructura Organizacional (Departamentos o Áreas Operativas) de esta Empresa. Presente su Organigrama.



2.4 Identifique y Describa los Servicios (Características, Beneficios, Valor Agregado, Precios, Formatos de Distribución) que Ofrece esta Empresa en la Actualidad.

2.4.1 Lavado de Pelo

El servicio fundamental de esta empresa es el lavado y secador de pelo, ya sea con línea normal o una línea de nivel 1ª que el cliente prefiera.

Servicio:

- ✓ Lavado y secado normal RD\$ 700,00
- ✓ Lavado y secado con línea Premium RD\$ 1,500.00
- ✓ Lavado y secado con línea nivel 1 RD\$ 1,200.00
- ✓ Lavado y secado con línea nivel 2 RD\$ 1,00.00
- ✓ Porciones adicionales DR\$ 150.00

2.4.2 Manicure y pedicura

Los tratamientos de manos y pies, uñas acrílicas, semipermanentes o diseños modernos.

- ✓ Manicure RD\$ 800.00
- ✓ Pedicura RD\$ 800.00
- ✓ Pintado Normal RD\$ 300.00
- ✓ Pintado en Gel RD\$ 500.00
- ✓ Baby Boomer RD\$ 1,400.00
- ✓ Uñas Normales RD\$ 900.00
- ✓ Piedras Decorativas RD\$ 90.00

2.4.3 Masajes

Masajes antiestrés, masajes para bajar de peso, masajes para la retención de líquidos y masajes faciales antiarrugas.

Servicio:

- ✓ Masajes de Relajación RD\$ 1,500.00
- ✓ Masajes Reductores RD\$ 2,000.00
- ✓ Masaje Drenaje RD 2,500.00
- ✓ Faciales RD\$ 1,300.00

2.4.4 Maquillaje para Eventos

El maquillaje para bodas, eventos nocturnos, formales, de graduación, entre otros.

- ✓ Maquillaje Básico RD\$ 2000.00
- ✓ Maquillaje Premium RD\$ 3,500.00

2.4.5 Extensiones de Pelo

Venta e Instalación de Pelo 100% humano.

- ✓ Montura Pelo Lizo por Capa RD\$ 500.00
- ✓ Montura pelo Riso por Capa RD\$ 450.00

2.5 Establezca Según su Consideración Cuáles son los Servicios más Demandados por los Clientes y Cuáles tienen Menos Salidas o Presentan más Quejas y Reclamos.

2.5.1 Los servicios más Demandados por los Clientes:

- ✓ Lavado y Secado de Pelo
- ✓ Maquillajes

2.5.2 Los servicios menos salidas:

La montura de extensiones de pelo.

En la mayoría de los servicios que presentan más que son: los diferentes tratamientos de manos y pie que ofrece la estética.

2.6 Determine cuál es su Cartera de Clientes a la Fecha yCuál es su Territorio de Ventas

A la fecha ASHLAU GLAMOUR BEAUTY STUDIO cuenta con una cartera de más de 352 clientes comprendidos entre las edades de 12 a 65 años, los cuales acuden en un promedio de dos visitas al mes, estos clientes se encuentran en el territorio comprendido entre San Francisco, Tenares, Salcedo, Cenovi, Pimentel y Castillo, siendo en su mayoría de la ciudad de San Francisco de Macorís.

2.7 Explique las Estrategias Comerciales que Actualmente Practica la Empresa para Posicionar sus Servicios en el Mercado.

Utilizan varias estrategias en las cuales sobresalen:

- ✓ Publicidad en Panfletos y Afiches
- ✓ Vallas Publicitarias
- ✓ Anuncios en la Radio
- ✓ Anuncios Televisivos y Publicidad Pagada en Redes Sociales

2.8 Realice un Análisis FODA Comercial (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) Enfocado en su Oferta Actual de Servicios.

Análisis FODA Comercial

2.8.1 FORTALEZAS

- ✓ Excelente atención a los clientes
- ✓ Uso de productos de calidad y de reconocidas marcas en los servicios de peluquería y estética
- ✓ Personal capacitado, creativo e innovador en las propuestas de imagen y estilo.
- ✓ Precios de los servicios por debajo de los establecidos por la competencia.
- ✓ Alta cartera de clientes.
- ✓ Ubicación de fácil acceso.
- ✓ Servicio de valet parking
- ✓ Vigilancia interna y externa al local de forma permanente
- ✓ Se acepta cualquier instrumento de pago

2.8.2 DEBILIDADES

- ✓ Insuficiente personal para el trabajo de fines de semana o días festivos
- ✓ No se admiten acompañantes de los clientes en el salón de belleza
- ✓ Espacios restringidos en el salón de belleza, solo para la atención al cliente.
- ✓ Alzas constantes en los precios de productos e insumos para los servicios de estética y de peluquería.
- ✓ Altos costos de funcionamiento (costos fijos y variables)
- ✓ Escasez de productos e insumos necesarios para realizar los servicios que se ofrecen.
- ✓ Alto monto anual de las obligaciones municipales y nacionales para el funcionamiento legal del negocio.
- ✓ Fallas eléctricas constantes, en la zona de ubicación del local.

2.8.3 OPORTUNIDADES

- ✓ Crecimiento del prestigio del negocio.
- ✓ Incremento probable de la inversión (capital de trabajo)
- ✓ Ampliación de los servicios de atención al cliente

- ✓ Aumento de la cartera de clientes.
- ✓ Liderazgo consolidado de la organización en el sector de la belleza y la estética.
- ✓ Convertirse en vanguardia de la moda y la estética.

2.8.4 AMENAZAS

- ✓ Deterioro de la calidad en la atención y servicio al cliente
- ✓ Disminución de la cartera de clientes.
- ✓ Incremento excesivo de la tarifa de precios en los servicios de peluquería y estética
- ✓ Suspensión de servicios por falta de productos e insumo
- ✓ Disminución de las horas de trabajo diario por falta de energía eléctrica.
- ✓ Cierre temporal o definitivo del negocio por requerimientos o normativas gubernamentales.
- ✓ Baja en los ingresos diarios del negocio

SECCIÓN III: PRESENTACIÓN Y ANALISIS RESULTADOS ENCUESTA

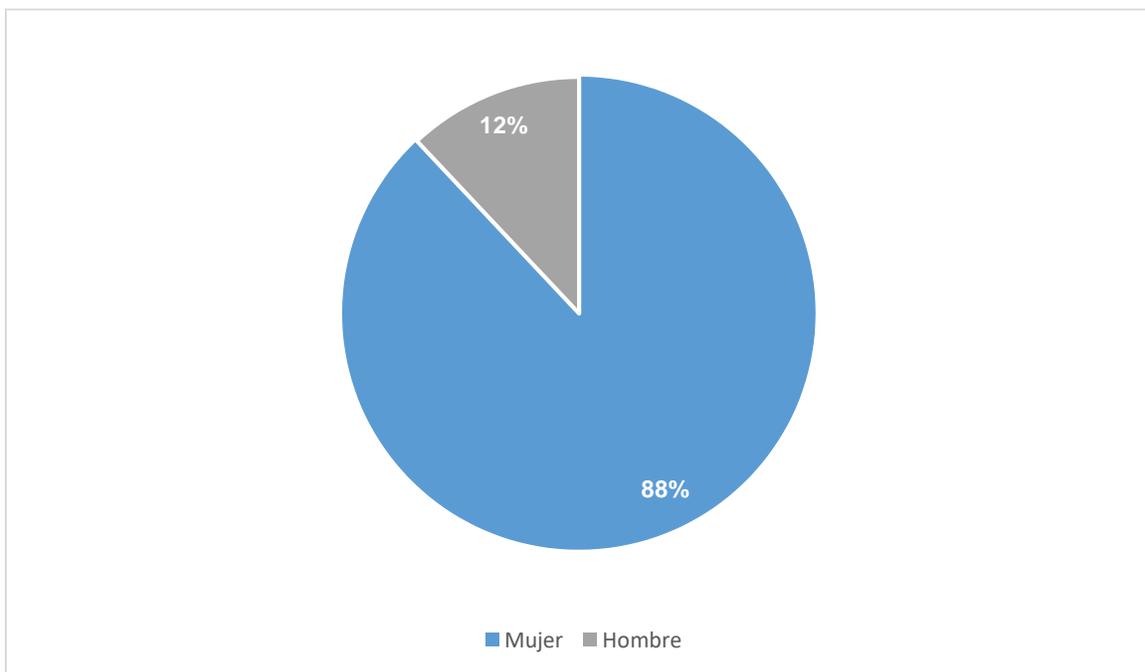
Tabla No. 1
Genero

Opción	Frecuencia	%
Mujer	28	88
Hombre	4	12
Total	32	100

Fuente: Pregunta No.1 del cuestionario o encuesta aplicada a los clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio.

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio se puede presentar los siguientes resultados considerando los diferentes Tipos de Clientes. El **88. %** de los clientes pertenece al género femenino y el **12. %** restante, al género masculino. Lo que evidencia la mayor participación hacia las mujeres.

Gráfica No. 1
Genero



Fuente: Tabla No. 1, pregunta No.1 del cuestionario o encuesta aplicada a los clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio.

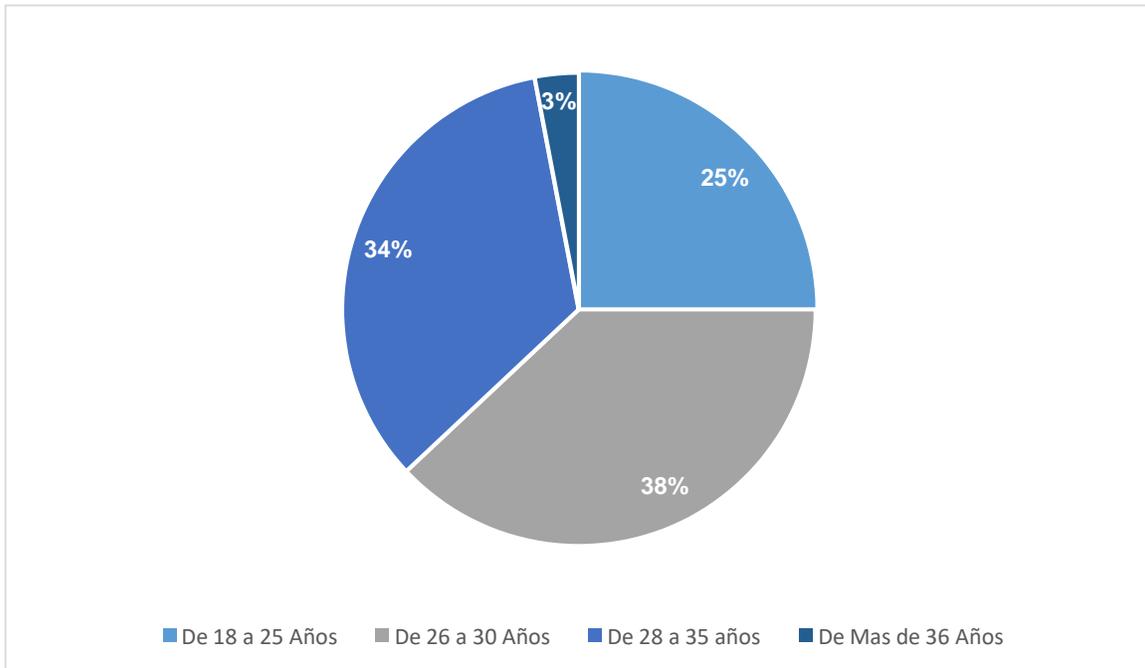
Tabla No. 2
Edad

Opción	Frecuencia	%
De 18 a 25 años	8	25
De 26 a 30 años	12	38
De 28 a 35 años	11	34
De más de 36 años	1	3
Total	32	100

Fuente: Pregunta No.2 del cuestionario o encuesta aplicada a los clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios clientes de la Estética AshlauGlamour Beauty Studio, se pueden presentar los siguientes resultados considerando los diferentes Tipos de Edades: **38%**, de 26 a 30 años; **34%**, de 28 a 35 años; **25%**, de 18 a 25 años; **3%**, de más de 36 años. Se evidencian que los más frecuente son de 26 a 30 años.

Gráfica No. 2
Edad



Fuente: Tabla No. 2, pregunta No.2 del cuestionario o encuesta aplicada a los clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio.

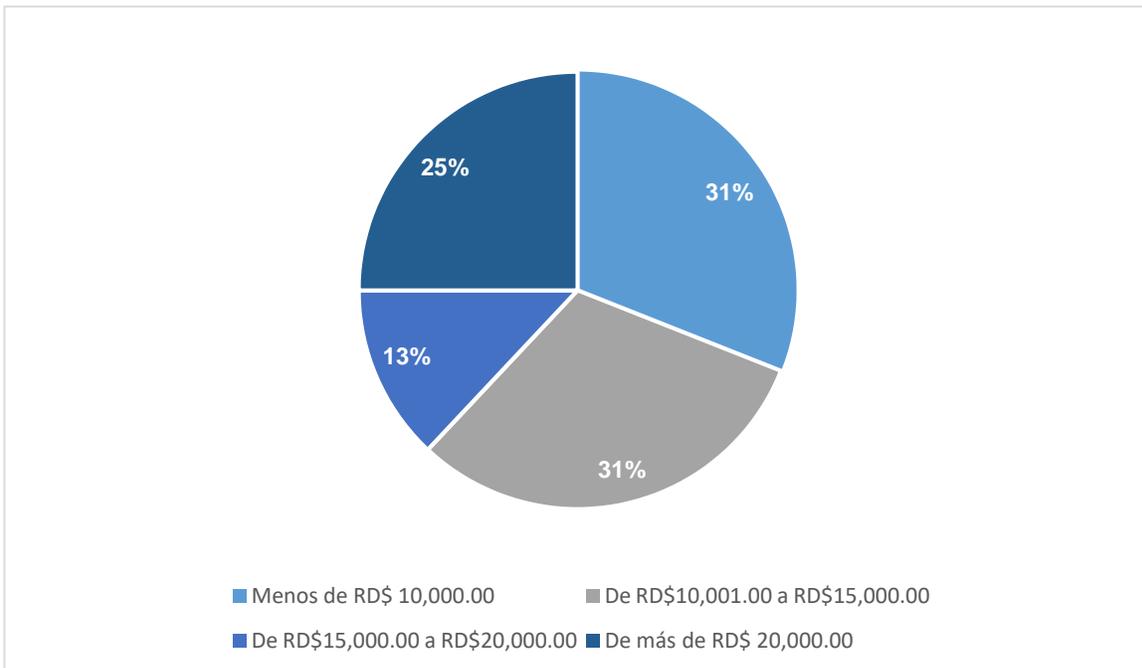
**Tabla No. 3
Nivel de Ingresos**

Opción	Frecuencia	%
Menos de RD\$ 10,000.00	10	31
De RD\$10,001.00 a RD\$15,000.00	10	31
De RD\$15,000.00 a RD\$20,000.00	4	13
De más de RD\$ 20,000.00	8	25
Total	32	100

Fuente: Pregunta No.3 del cuestionario o encuesta aplicada a los clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio, se pueden presentar los siguientes resultados considerando los diferentes Niveles de Ingresos **31%**, Menos de RD\$ 10,000.00; **31%** de RD\$10,001.00 a RD\$15,000.00; **25%**, De más de RD\$ 20,000.00 y **13%**; RD\$15,000.00 a RD\$20,000.00. Se evidencian un empate entre los ingresos de menos de RD\$ 10,000.00 y los de RD\$10,001.00 a RD\$15,000.00 de nuestros clientes que participaron en la encuesta.

**Gráfica No. 3
Nivel de Ingresos**



Fuente: Tabla No. 3 pregunta No.3 del cuestionario o encuesta aplicada a los clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio.

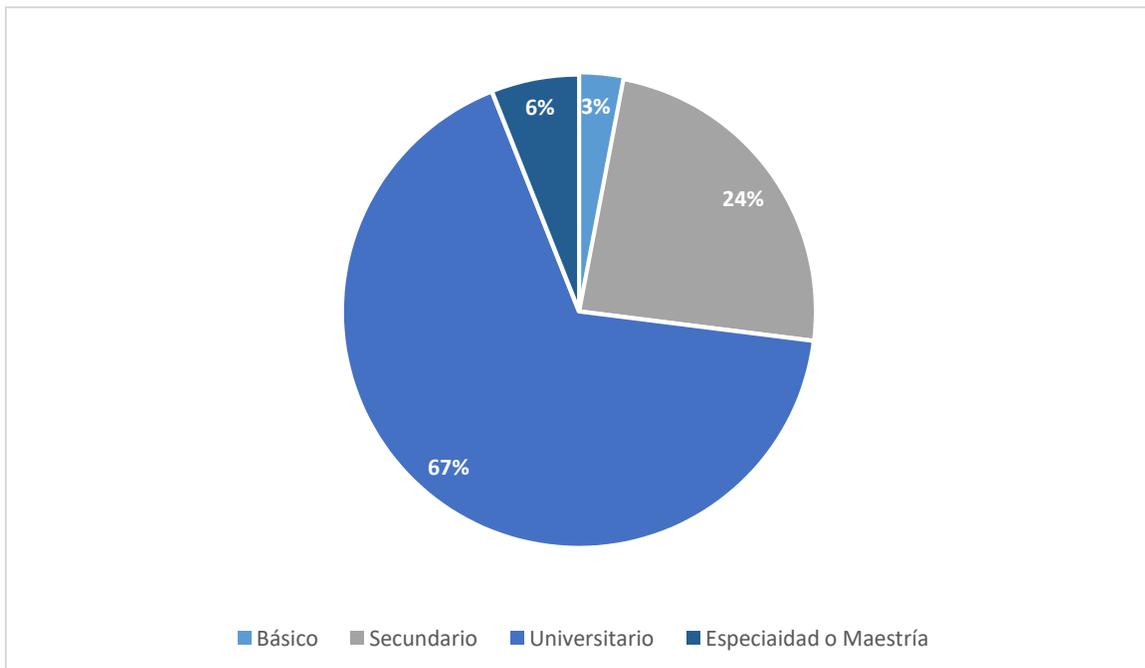
**Tabla No. 4
Nivel de Educación**

Opción	Frecuencia	%
Sin Instrucción	0	0
Básico	1	3
Secundario	8	24
Universitario	21	67
Especialidad o Maestría	2	6
Total	32	100

Fuente: Pregunta No.4 del cuestionario o encuesta aplicada a los clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios clientes de la Estética AshlauGlamour Beauty Studio, se pueden presentar los siguientes resultados considerando los Niveles de Educación **67%**, Nivel Universitario; **24%**, Nivel Secundario;**6%**, Especialidad o Maestría;**3%**, Nivel Básico. Se evidencian que el nivel de educación de nuestros clientes más frecuente es Nivel Universitario.

**Gráfica No. 4
Nivel de Educación**



Fuente: Tabla No. 4 pregunta No.4 del cuestionario o encuesta aplicada a los clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio.

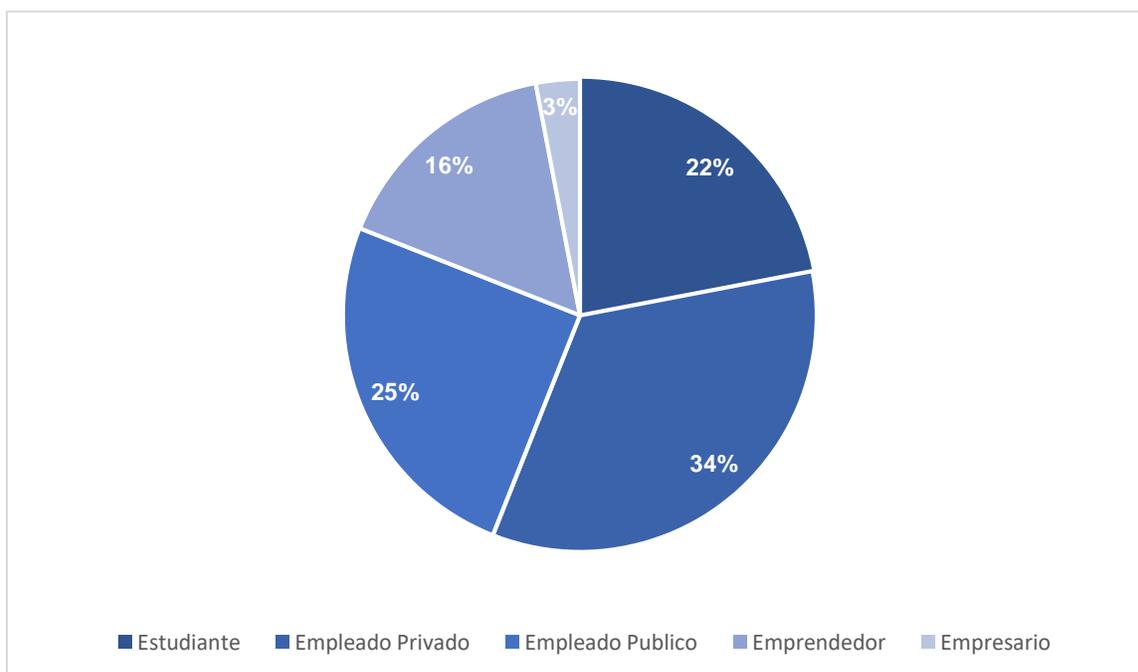
**Tabla No. 5
Ocupación**

Opción	Frecuencia	%
Estudiante	7	22
Empleado Privado	11	34
Empleado Público	8	25
Emprendedor	5	16
Empresario	1	3
Total	32	100

Fuente: Pregunta No.5 del cuestionario o encuesta aplicada a los clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios clientes de la Estética AshlauGlamour Beauty Studio, se pueden presentar los siguientes resultados consideran lo diferentes Tipos de Educación; **34%**, Empleado Privado;**25%**, Empleado Público; **22%**, Estudiante; **16%**, Emprendedor y **3%** Empresario. Se evidencian la mayor participación de los clientes que son Empleados Privados.

**Gráfica No. 5
Ocupación**



Fuente: Tabla No. 5 pregunta No.5 del cuestionario o encuesta aplicada a los clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio.

Tabla No. 6

¿Alguna Vez Ha Utilizado los Servicios de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio?

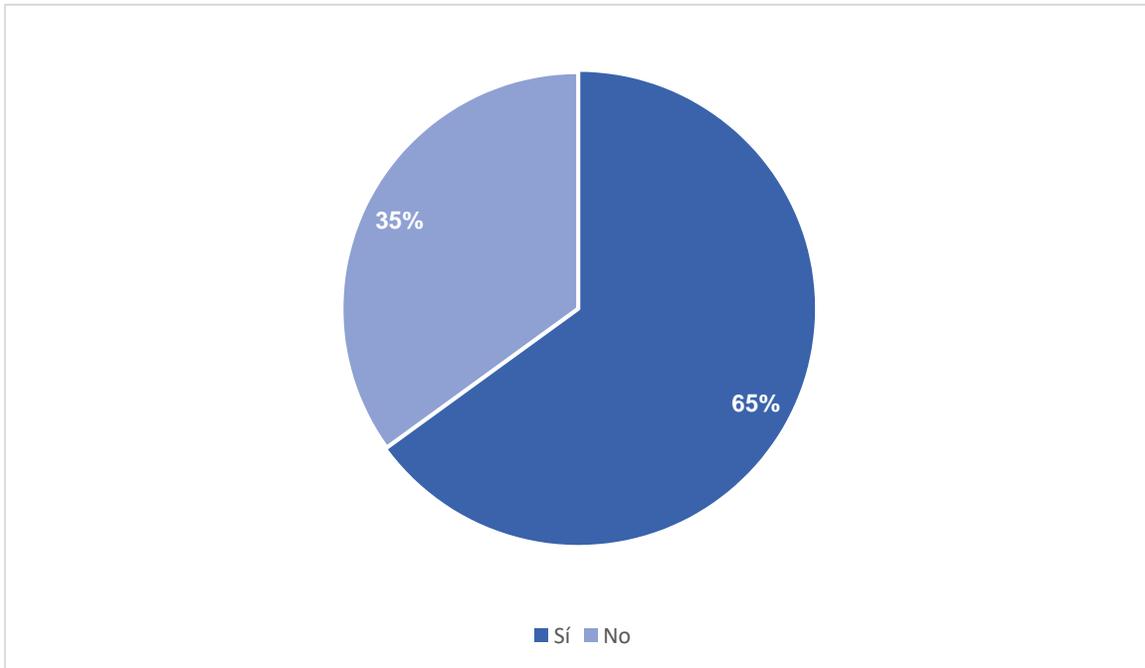
Opción	Frecuencia	%
Sí	20	65
No	12	35
Total	32	100

Fuente: Pregunta No.6 del cuestionario o encuesta aplicada a los clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio, se pueden presentar los siguientes resultados considerando la utilización de los servicios; **65%** respondieron que Sí y el **35%** respondieron que No. Se evidencian la mayor participación de quien han utilizado alguno de nuestros servicios.

Gráfica No. 6

¿Alguna Vez Ha Utilizado los Servicios de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio?



Fuente: Tabla No. 6 pregunta No.6 del cuestionario o encuesta aplicada a los clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio.

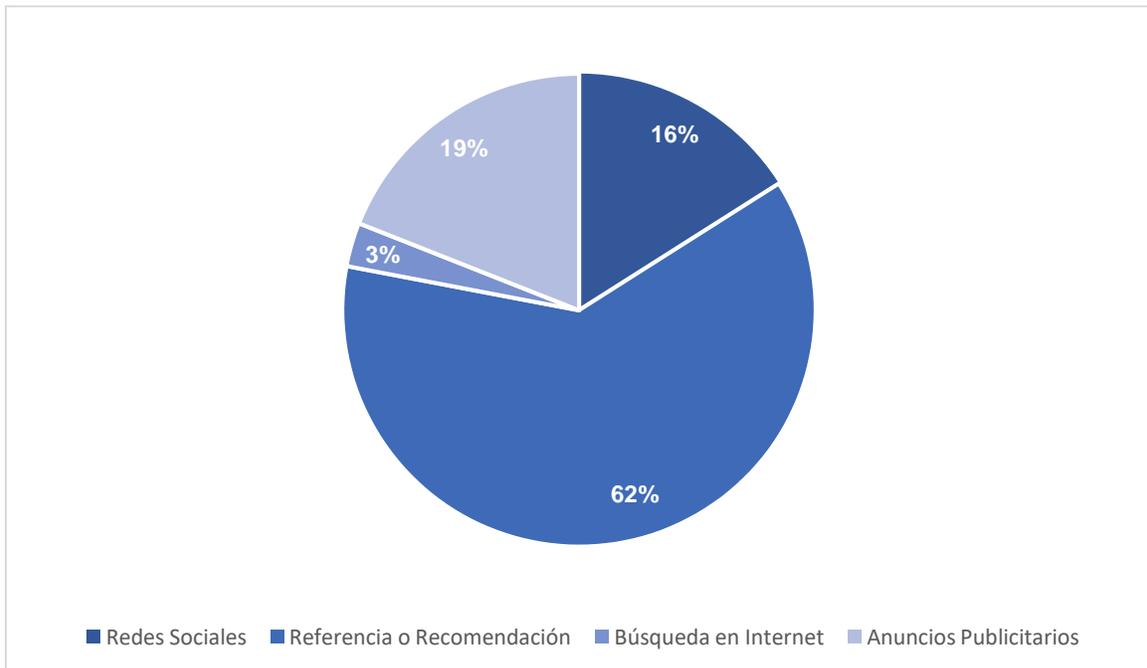
Tabla No. 7
¿Cómo se enteró de la Existencia de los Servicios de Estética Ashlau Glamour Beauty Studio?

Opción	Frecuencia	%
Redes Sociales	5	16
Referencia o Recomendación	20	62
Búsqueda en Internet	1	3
Anuncios Publicitarios	6	19
Total	32	100

Fuente: Pregunta No.7 del cuestionario o encuesta aplicada a los clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios clientes de la Estética AshlauGlamour Beauty Studio, se pueden presentar los siguientes resultados considerando las diferentes vías por la cuales los clientes conocieron los servicios de la estética;**62%**, Referencias o Recomendaciones;**19%**, Anuncios Publicitarios; **16%**, Redes Sociales y **3%**, Búsquedas en Internet. Se evidencian que la mayor cantidad de los clientes conocen los servicios por recomendaciones o referencias.

Gráfica No. 7
¿Cómo se enteró de la existencia de los Servicios de Estética Ashlau Glamour Beauty Studio?



Fuente: Tabla No. 7 pregunta No.7 del cuestionario o encuesta aplicada a los clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio.

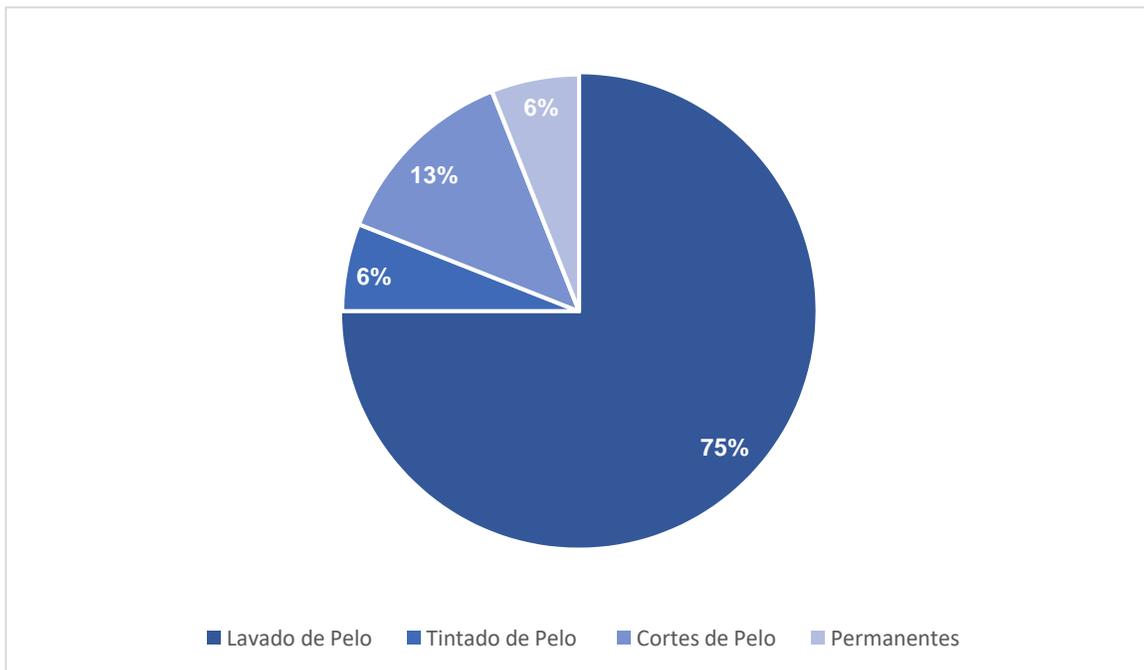
Tabla No.8
¿Cuáles Servicios son los más Utiliza con Mayor Frecuencia?

Opción	Frecuencia	%
Lavado de Pelo	20	75
Tintado de Pelo	5	6
Cortes de Pelo	8	13
Permanentes	7	6.
Postura de pelo	0	0
Total	40	100

Fuente: Pregunta No.8 del cuestionario o encuesta aplicada a los clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio. Nota: En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios clientes de la Estética AshlauGlamour Beauty Studio, se pueden presentar los siguientes resultados considerando la utilización de los diferentes Tipos de Servicios: **75%**, Lavado de Pelo; **13%** Cortes de pelo; **6%**, Tintado de Pelo; **6%** Permanentes. Se evidencian que el servicio más utilizado por nuestros clientes es el lavado de pelo.

Gráfica No. 8
¿Cuáles Servicios son los más Utiliza con Mayor Frecuencia?



Fuente: Tabla No. 8 pregunta No.9 del cuestionario o encuesta aplicada a los clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio. Nota: En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

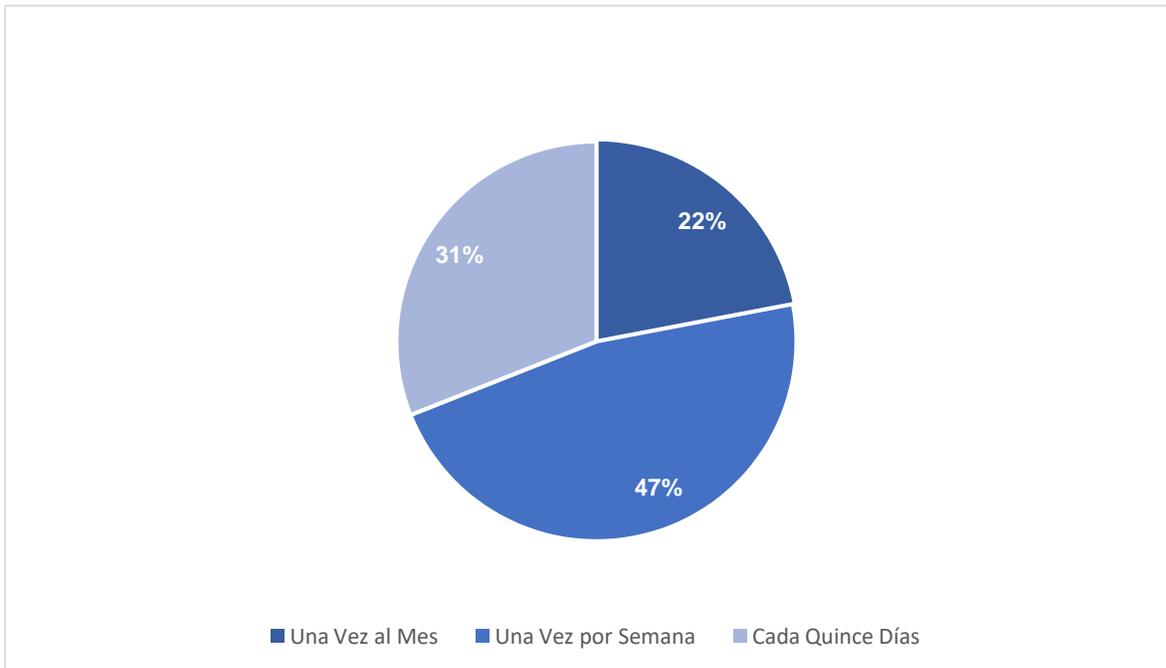
Tabla No. 9
¿Con que Frecuencia Utiliza los Servicios de la Estética?

Opción	Frecuencia	%
Una Vez al Mes	7	22
Una Vez por Semana	15	47
Cada Quince Días	10	31
Cada Dos Años	0	0
Total	32	100

Fuente: Pregunta No.9 del cuestionario o encuesta aplicada a empresarios de la Región Norte.

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios clientes de la Estética AshlauGlamour Beauty Studio, se pueden presentar los siguientes resultados considerando la frecuencia de uso de los servicios: **47%**, Una Vez por Semana; **31%** Cada Quince Días y **22%** Una Vez al Mes. Se evidencian que los servicios son más utilizados Una Vez por Semana.

Gráfica No. 9
¿Con que Frecuencia Utiliza los Servicios de la Estética?



Fuente: Tabla No. 9 pregunta No.9 del cuestionario o encuesta aplicada a los clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio.

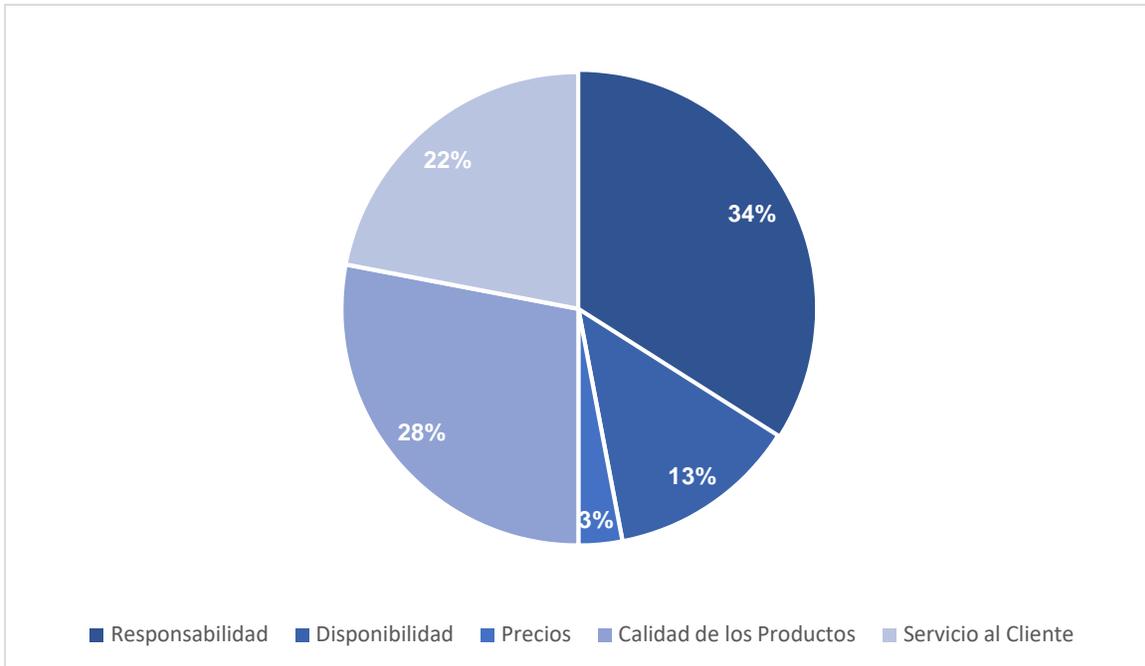
Tabla No.10
¿Por qué Prefiere Utilizar los Servicios de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio?

Opción	Frecuencia	%
Responsabilidad	11	34
Disponibilidad	4	13
Precios	1	3
Calidad de los Productos	9	28
Servicio al Cliente	7	22
Total	32	100

Fuente: Pregunta No.10 del cuestionario o encuesta aplicada a los clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios clientes de la Estética AshlauGlamour Beauty Studio, se pueden presentar los siguientes resultados considerando el motivo para utilizar los Servicios de la Estética: **34%**, Responsabilidad; **28%**, Calidad de los Productos; **22%**, Servicio al cliente; **13%**, Disponibilidad y **3%**, Precios. Se evidencia que el mayor motivo para utilizar los servicios de la Estética es por la Responsabilidad.

Gráfica No. 10
¿Por qué Prefiere Utilizar los Servicios de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio?



Fuente: Tabla No. 9 pregunta No.9 del cuestionario o encuesta aplicada a los clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio.

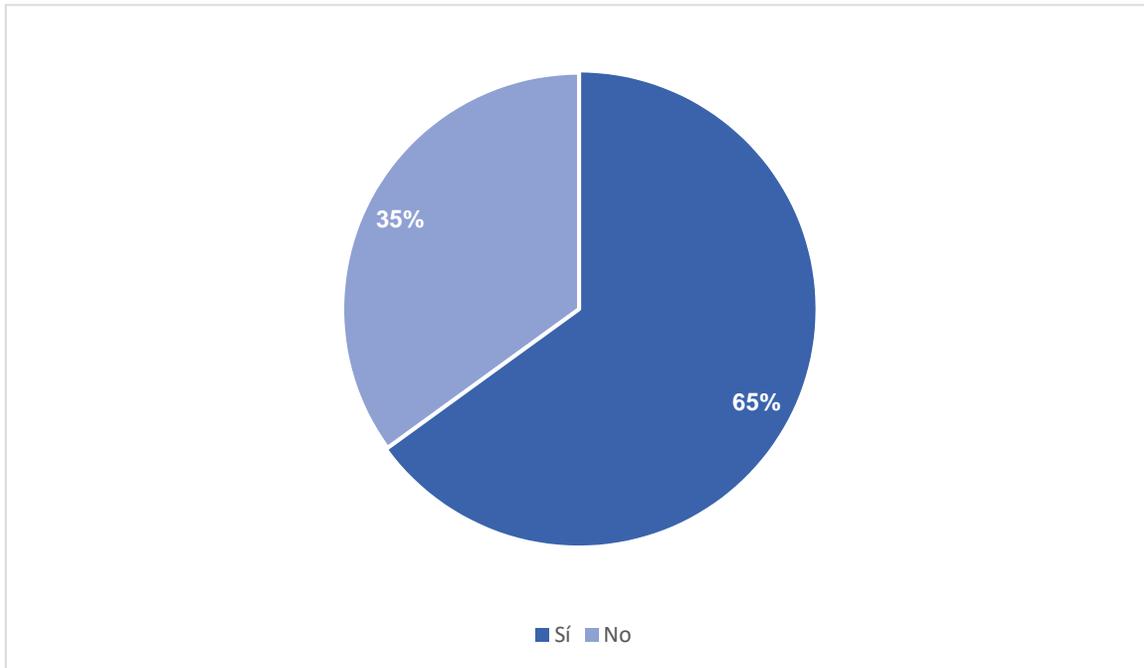
Tabla No.11
¿Ha Recibido Usted Algún Tipo de Descuento o Incentivo por Utilizar los Servicios de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio?

Opción	Frecuencia	%
Sí	20	35
No	11	65
Total	32	100

Fuente: Pregunta No.11 del cuestionario o encuesta aplicada a los clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio, se pueden presentar los siguientes resultados considerando la motivación a los clientes por preferir los Servicios de la Estética: **65%**, Sí; **35%**, No. Se evidencia que la mayor cantidad de clientes ha recibido un incentivo o descuento por utilizar los Servicios de la Estética.

Gráfica No. 11
¿Ha Recibido Usted Algún Tipo de Descuento o Incentivo por Utilizar los Servicios de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio?



Fuente: Tabla No. 11 pregunta No.11 del cuestionario o encuesta aplicada a los clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio.

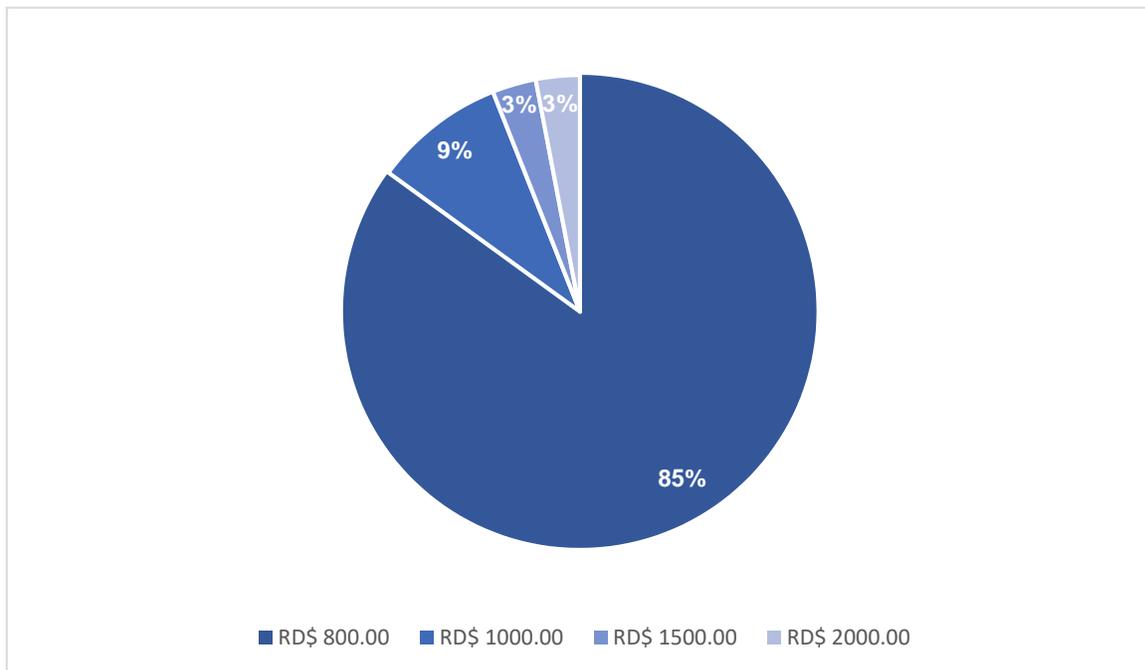
Tabla No. 12
¿Cuánto le Costó un Corte de Cabello en su Ultima Visita a una Peluquería en SFC?

Opción	Frecuencia	%
RD\$ 800.00	27	85
RD\$ 1000.00	3	9
RD\$ 1500.00	1	3
RD\$ 2000.00	1	3
Total	32	100

Fuente: Pregunta No.12 del cuestionario o encuesta aplicada a los clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios clientes de la Estética AshlauGlamour Beauty Studio, se pueden presentar los siguientes resultados considerando el costo de un Corte de Pelo en una Peluquería en SFC;**85%**, RD\$ 800.00;**9%**, RD\$ 1000.00; **3%**, RD\$1500.00 y **3%**, RD\$ 2000.00. Se evidencian que la mayor cantidad de los clientes han pagado un costo de RD\$ 800.00 por un Corte de Pelo en otra Peluquería en SFC.

Gráfica No. 12
¿Cuánto le Costó un Corte de Cabello en su Ultima Visita a una Peluquería en SFC?



Fuente: Tabla No. 12 pregunta No.12 del cuestionario o encuesta aplicada a los clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio.

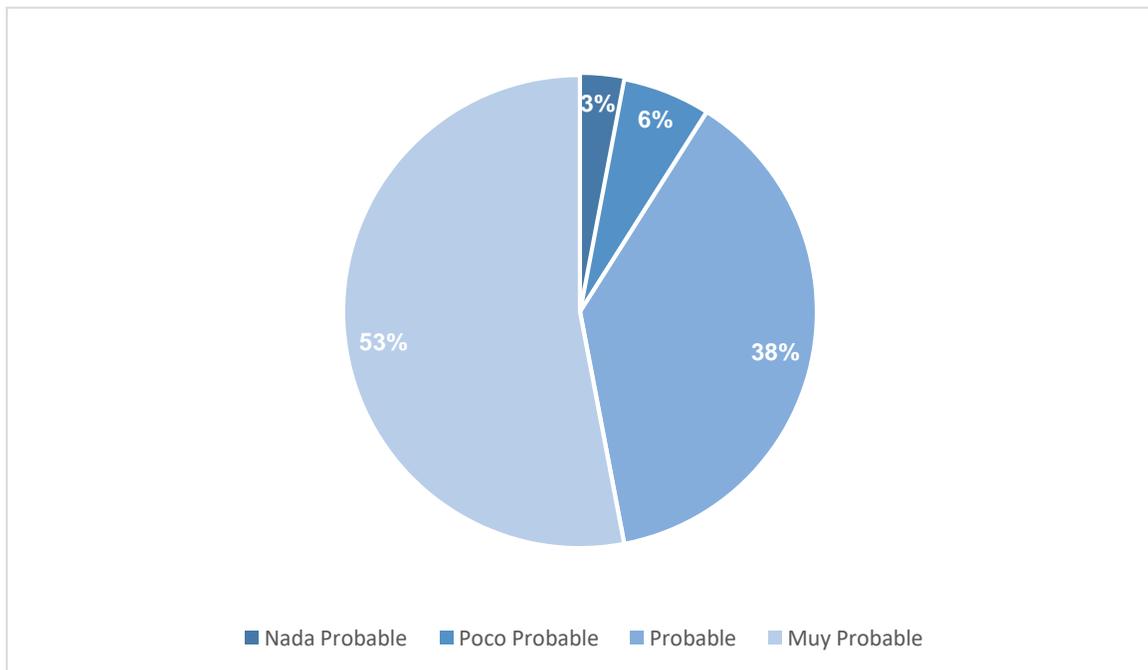
Tabla No. 13
¿Considera Usted, Que el Buen Manejo de los Servicios, ¿Influye en la
Preferencia de los Clientes?

Opción	Frecuencia	%
Nada Probable	1	3
Poco Probable	2	6
Probable	12	38
Muy Probable	17	53
Total	32	100

Fuente: Pregunta No.13 del cuestionario o encuesta aplicada a los clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios clientes de la Estética AshlauGlamour Beauty Studio, se pueden presentar los siguientes resultados considerando el buen manejo de los Servicios;**53%**, Muy Probable;**38%**, Probable;**6%**, Poco Probable y **3%**, Nada Probable. Se evidencian que la mayoría de los clientes consideran Muy Probable que el Buen Manejo de los Servicios Influya en la Preferencia de los clientes por la Estética.

Gráfica No. 13
¿Considera Usted, que el Buen Manejo de los Servicios, Influye en la
Preferencia de los Clientes?



Fuente: Tabla No. 13 pregunta No.13 del cuestionario o encuesta aplicada a los clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio.

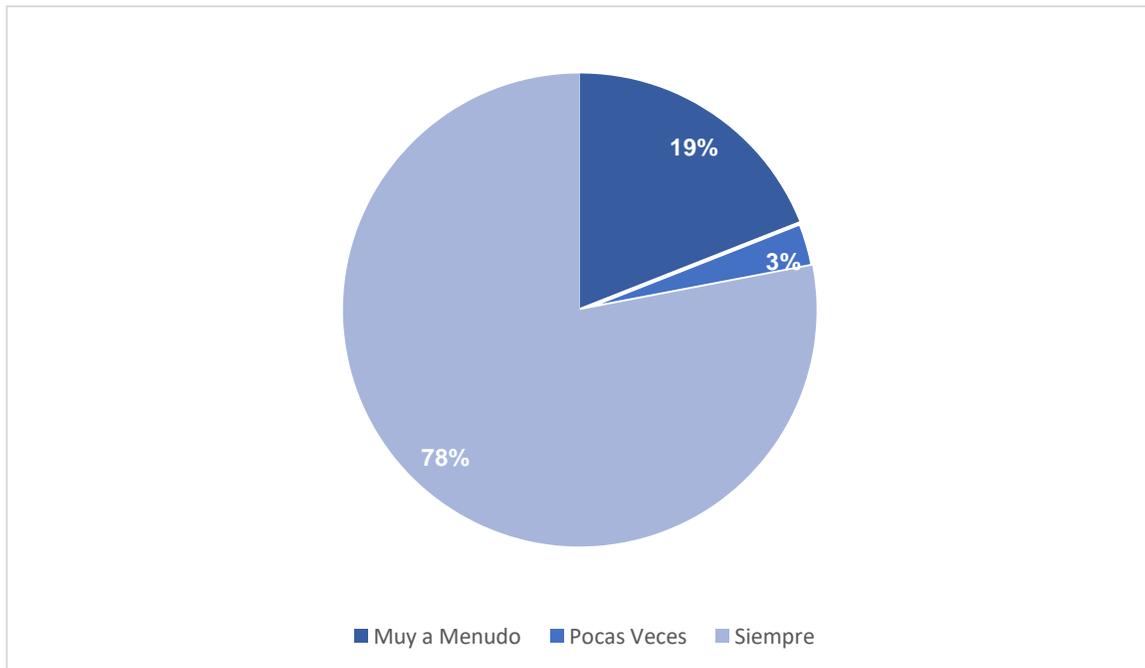
Tabla No. 14
¿Queda Usted Satisfecha con los Servicios Brindado en la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio?

Opción	Frecuencia	%
Muy a Menudo	6	19
Pocas Veces	1	3
Siempre	25	78
Deberían de Mejorar	0	0
Total	32	100

Fuente: Pregunta No.14 del cuestionario o encuesta aplicada a los clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios clientes de la Estética AshlauGlamour Beauty Studio, se pueden presentar los siguientes resultados considerando el Grado de Satisfacción por los servicios brindados;**78%**, Siempre;**19%**, Muy a Menudo; **3%**, Pocas Veces y **0%**, Debería de Mejorar. Se evidencian que la mayoría de los clientes siempre están satisfecho con el servicio brindado.

Gráfica No. 14
¿Queda Usted Satisfecha con los Servicios Brindado en la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio?



Fuente: Tabla No. 14 pregunta No.14 del cuestionario o encuesta aplicada a los clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio.

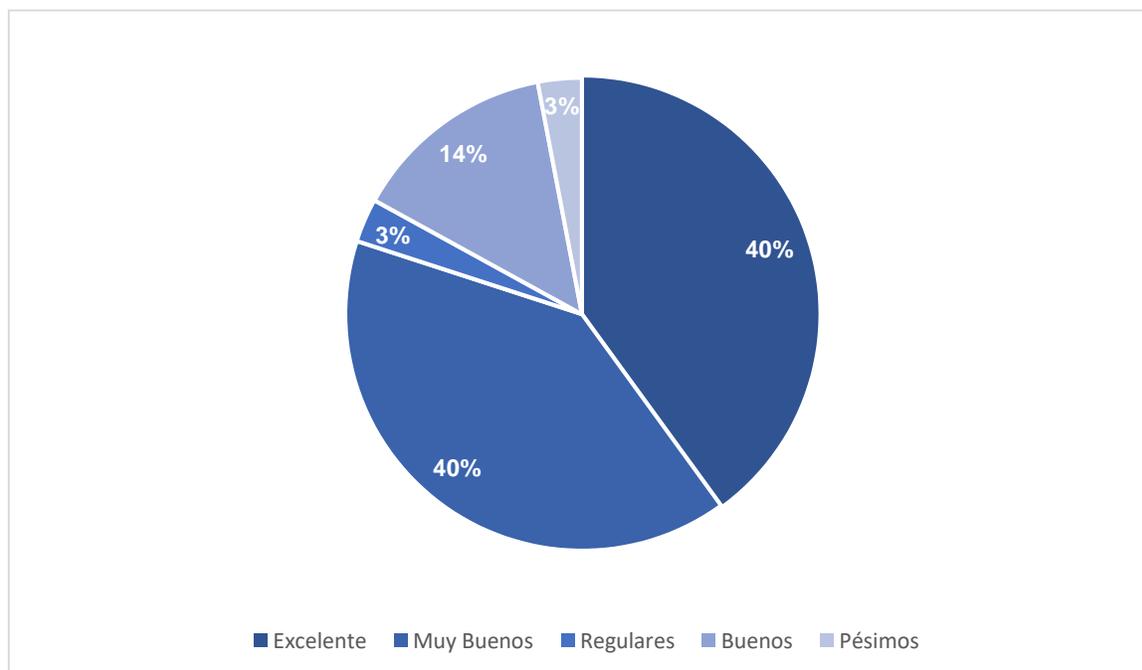
Tabla No. 15
De manera General ¿Cómo Calificaría los Servicios en la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio?

Opción	Frecuencia	%
Excelente	13	40
Muy Buenos	13	40
Regulares	1	3
Buenos	4	14
Pésimos	1	3
Total	32	100

Fuente: Pregunta No.15 del cuestionario o encuesta aplicada a los clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio, se pueden presentar los siguientes resultados considerando la calidad de los Servicios; **40%**, Excelente; **40%**, Muy Buenos; **14%**, Buenos; **3%**, Regulares y **3%**, Pésimos. Se evidencian que la mayoría de los clientes consideran Excelente y Muy Buenos los Servicios Brindados en la Estética.

Gráfica No. 15
De manera General ¿Cómo Calificaría los Servicios en la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio?



Fuente: Tabla No. 15 pregunta No.15 del cuestionario o encuesta aplicada a los clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio.

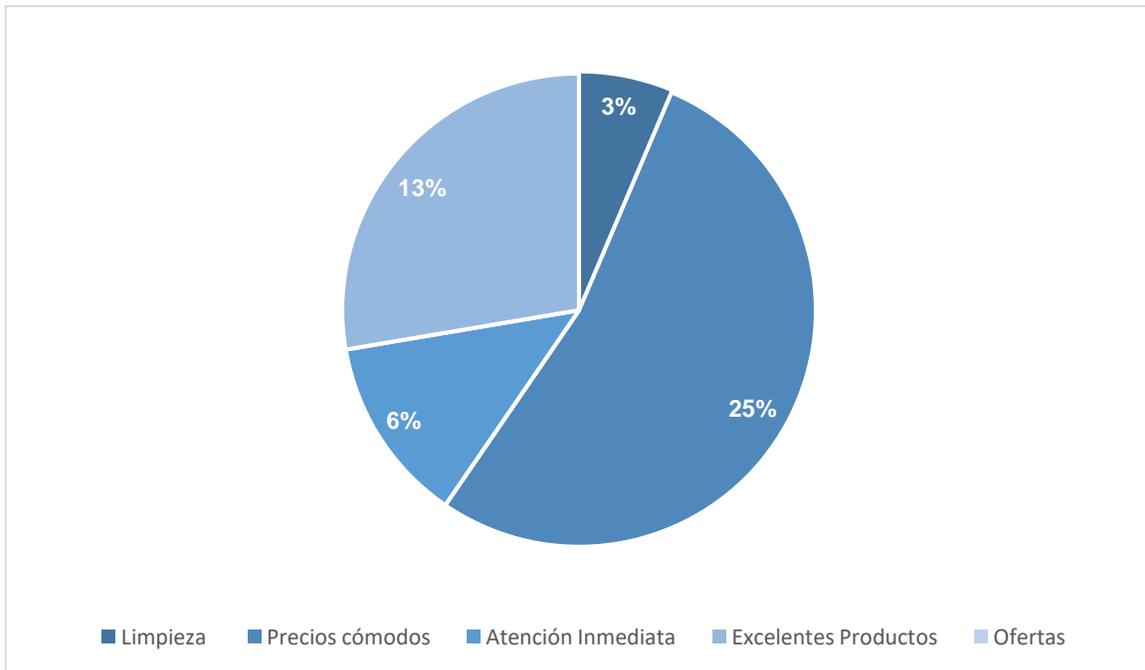
Tabla No. 16
¿Qué Considera Usted que le Hace Falta a la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio para Sentirse Completamente Satisfecho?

Opción	Frecuencia	%
Limpieza	1	3
Precios Cómodos	8	25
Atención Inmediata	2	6
Excelentes Productos	4	13
Ofertas	17	53
Total	32	100

Fuente: Pregunta No.16 del cuestionario o encuesta aplicada a los clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios clientes de la Estética AshlauGlamour Beauty Studio, se pueden presentar los siguientes resultados considerando que le falta a la estética para que el cliente esté satisfecho; **53%**, Ofertas; **25%**, Precios Cómodos; **13%**, Excelentes Productos; **6%**, Atención Inmediata y **3%**, Limpieza. Se evidencian que la mayoría de los clientes consideran que a la Estética le hace falta la implementación de nuevas ofertas.

Gráfica No. 16
¿Qué Considera Usted que le Hace Falta a la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio para Sentirse Completamente Satisfecho?



Fuente: Tabla No. 16 pregunta No.16 del cuestionario o encuesta aplicada a los clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio.

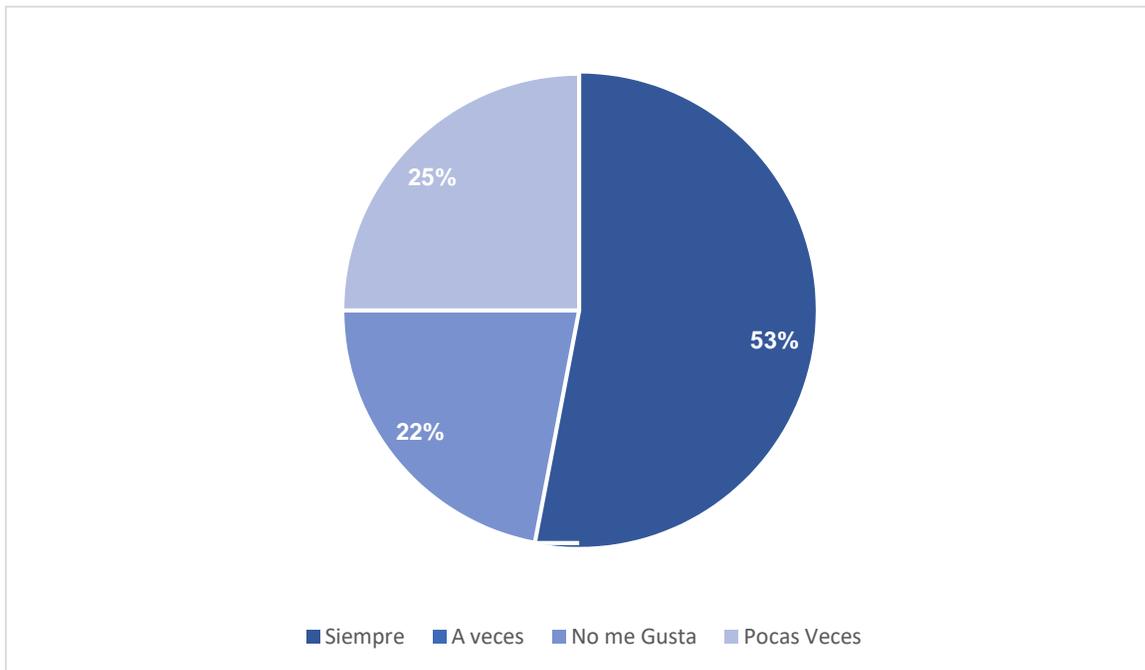
Tabla No. 17
¿Usa Usted el Catálogo de Precios y Servicio de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio?

Opción	Frecuencia	%
Siempre	17	53
A veces	0	0
No me Gusta	8	22
Pocas Veces	7	25
Total	32	100

Fuente: Pregunta No.17 del cuestionario o encuesta aplicada a los clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios clientes de la Estética AshlauGlamour Beauty Studio, se pueden presentar los siguientes resultados considerando el uso del catálogo de precios y servicios de la estética ;**53%**, Siempre;**25%**, Pocas Veces; **22%**, No Me Gusta; **3%** y **0%**, A veces. Se evidencian que la mayoría de los clientes siempre usan en catálogo de precios y servicios.

Gráfica No. 17
¿Usa Usted el Catálogo de Precios y Servicio de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio?



Fuente: Tabla No. 17 pregunta No.17 del cuestionario o encuesta aplicada a los clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio.

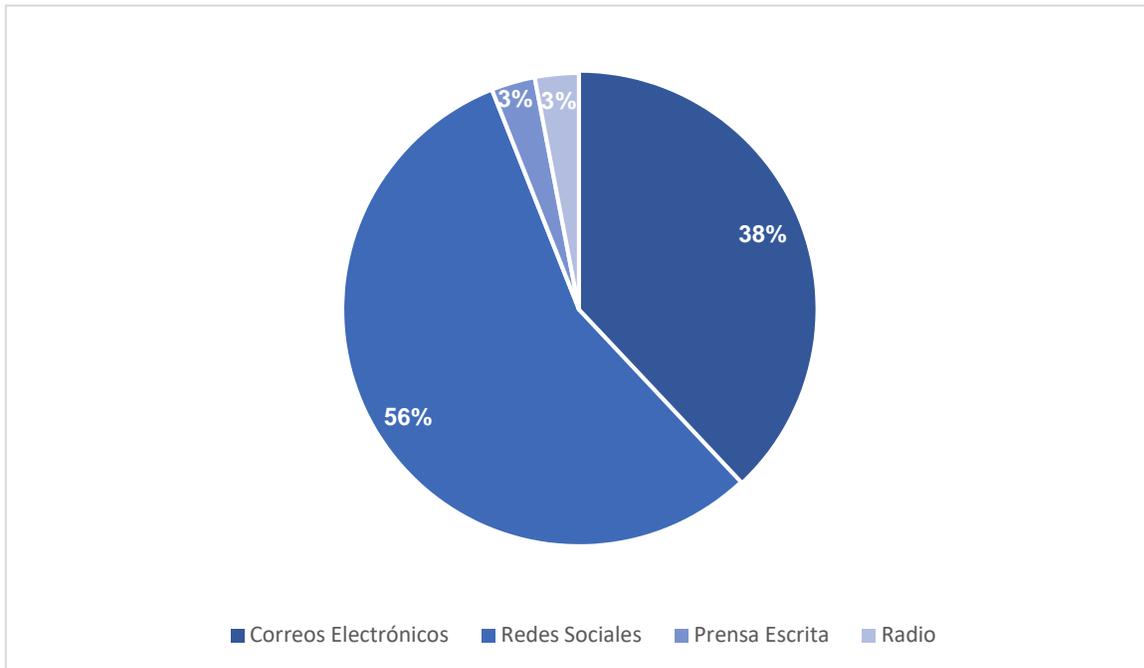
Tabla No. 18
¿Por Cuáles Medio le Gustaría Mantenerse Informado Sobre las Ofertas y Nuevos Servicios?

Opción	Frecuencia	%
Correos Electrónicos	12	38
Redes Sociales	18	56
Prensa Escrita	1	3
Radio	1	3
Total	32	100

Fuente: Pregunta No.18 del cuestionario o encuesta aplicada a los clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios clientes de la Estética AshlauGlamour Beauty Studio, se pueden presentar los siguientes resultados considerando el medio que le gustaría para estar informados sobre lasofertas;**56%**, Redes Sociales; **38%**, Correos Electrónicos; **3%**, Prensa Escrita y **3%**, Radio. Se evidencian que la mayoría de los clientes consideran que la mejor opción para estar informados sobres las ofertas son las Redes Sociales.

Gráfica No. 18
¿Por Cuáles Medio le Gustaría Mantenerse Informado Sobre las Ofertas y Nuevos Servicios?



Fuente: Tabla No. 18 pregunta No.18 del cuestionario o encuesta aplicada a los clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio.

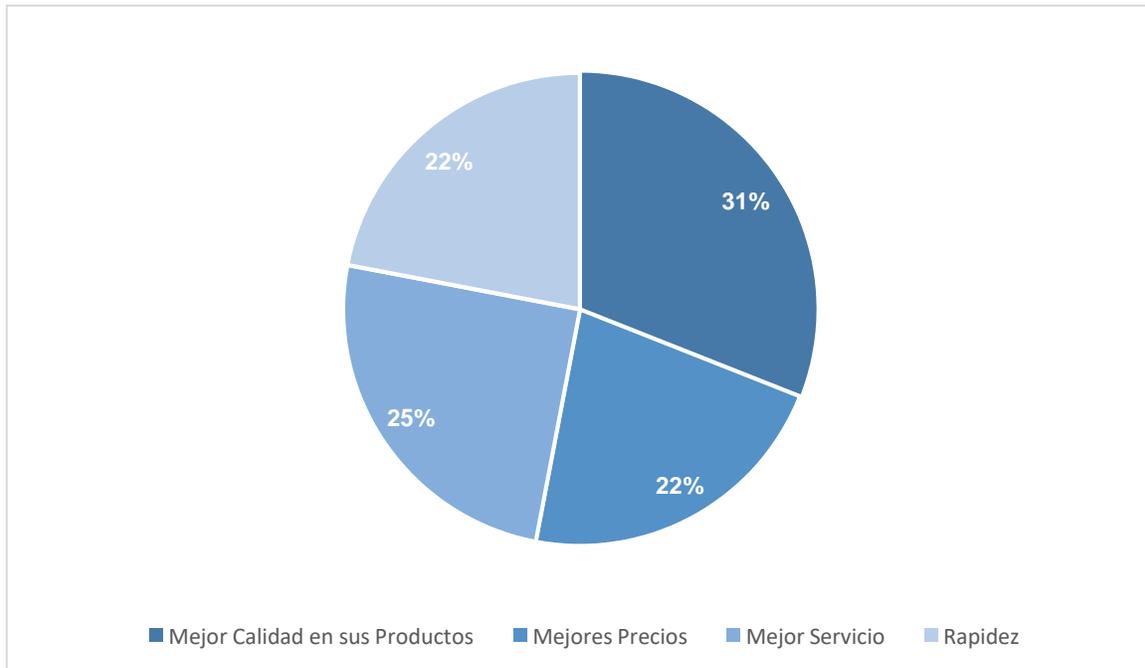
Tabla No. 19
¿Por Cuáles Motivos Elegiría Usted Otra Estética para Utilizar sus Servicios?

Opción	Frecuencia	%
Mejor Calidad en sus Productos	10	31
Mejores Precios	7	22
Mejor Servicio	8	25
Rapidez	7	22
Total	32	100

Fuente: Pregunta No.19 del cuestionario o encuesta aplicada a los clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios clientes de la Estética AshlauGlamour Beauty Studio, se pueden presentar los siguientes resultados considerando el motivo para elegir otra estética;**31%**, Mejor Calidad en sus Productos; **25%**, Mejor Servicio; **22%**, Mejores Precios y **22%**, Rapidez. Se evidencian que la mayoría de los clientes consideran la Mejor Calidad de sus Productos como un motivo para elegir otra estética.

Gráfica No. 19
¿Por Cuáles Motivos Elegiría Usted Otra Estética para Utilizar sus Servicios?



Fuente: Tabla No. 19 pregunta No.19 del cuestionario o encuesta aplicada a los clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio.

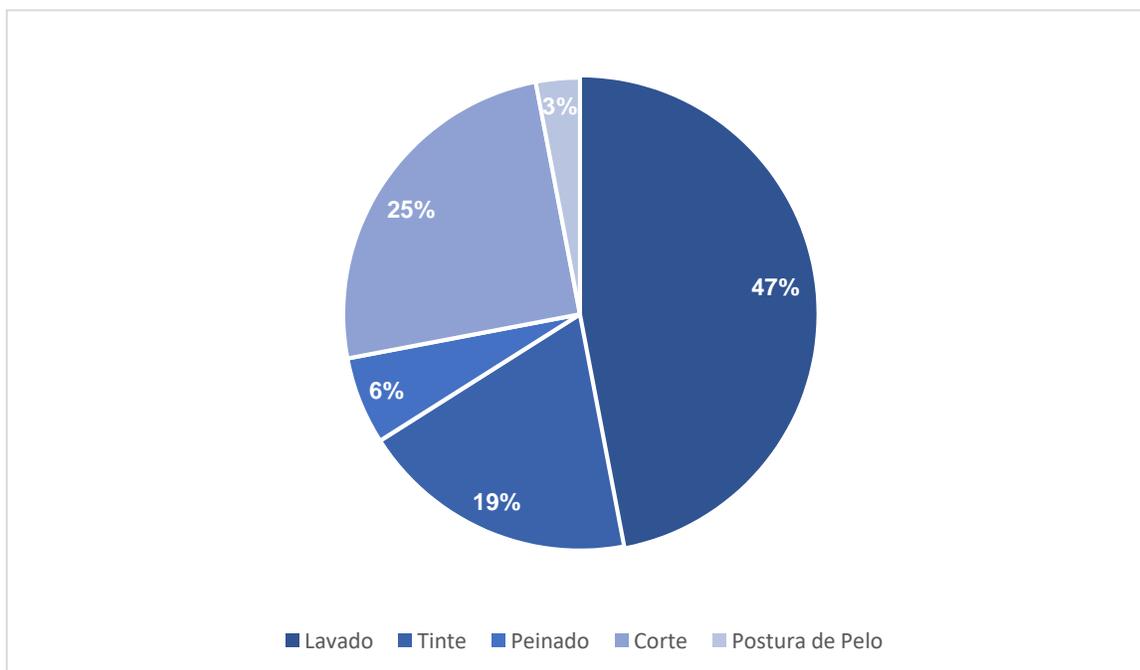
Tabla No. 20
¿De los Servicios Ofrecidos en la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio, en cuales le Gustaría recibir un Descuento Especial?

Opción	Frecuencia	%
Lavado	15	47
Tinte	6	19
Peinado	2	6
Corte	8	25
Postura de Pelo	1	3
Total	32	100

Fuente: Pregunta No.19 del cuestionario o encuesta aplicada a los clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio, se pueden presentar los siguientes resultados considerando en cuales servicios le gustaría recibir un descuento especial; **47%**, Lavado; **25%**, Corte; **19%**, Tinte; **6%**, Peinado y **3%**, Postura de Pelo. Se evidencian que la mayoría de los clientes les gustaría un descuento especial en el servicio de Lavado de Pelo.

Gráfica No. 20
¿De los Servicios Ofrecidos en la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio, en cuales le Gustaría recibir un Descuento Especial?



Fuente: Tabla No. 20 pregunta No.20 del cuestionario o encuesta aplicada a los clientes de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio.

SECCIÓN IV: ANALISIS FACTORES MERCADOLÓGICOS CRÍTICOS

4.1 Análisis de la competencia.

4.1.1 Fortalezas

- ✓ **Tienen un personal con una buena formación, pluridisciplinar y trabajador:** Gracias a la formación, de los colaboradores son capaces de llevar a cabo con éxito las metas propuestas y de afrontar nuevos desafíos, lo que tiene un impacto positivo en la motivación laboral y la satisfacción personal y autoafirmación.
- ✓ **El negocio ha tenido una buena trayectoria en el sector:** Esta facilita, ser más elegida por el cliente, ya que consideran dicha empresa por su trayectoria en de las mejores en el mercado.
- ✓ **Tienes experiencia:** Esta permite conocer a su cliente, sus gustos y preferencia, lo cual ayuda a superar un desafío en menos tiempo y a la vez su permanencia en el mercado.
- ✓ **Tienes una agenda apretada de clientela fija y estable:** Esto la ayuda a mantenerse fija en el mercado, ya que sus clientes por su experiencia y su trayectoria la prefieren.
- ✓ **Usa un sistema de gestión que te ayuda llevar un control total de tu empresa:** Este mantiene la efectividad en las operaciones, logra la satisfacción del cliente y crear un entorno de trabajo en mejora continua.

4.1.2 Debilidades

- ✓ **No pueden atender a las llamadas telefónicas cuando estás con algún cliente y a veces pierdes citas potenciales por ello:** Este impide mayor flujo de clientes y por ende más ingresos.
- ✓ **Necesidad de más personal:** Los colaboradores son el motor para el crecimiento de la empresa, porque contribuyen al logro de los objetivos, al momento de la escasez de personal implica el no poder brindar un buen servicio al cliente, lo que lleva a no cumplir con las metas propuestas.
- ✓ **Los equipos se están quedando obsoletos:** Este implica que la atención al cliente sea un poco lenta, ya que no están en buenas condiciones no permiten un servicio mucho más rápido.
- ✓ **No dedicas tiempo ni al marketing ni a las redes sociales:** Lo que implica no conocer al consumidor y, por consiguiente, lo que quiere o necesita.

- ✓ **Tienes clientes que no vuelven porque no tienes plan de fidelización:** Fidelización atrae a más clientes y aumentan su frecuencia de uso de servicio, aumentando en la empresa los ingresos.

4.2 Análisis de los consumidores.

4.2.1 Describe 5 necesidades fundamentales de los usuarios que solicitan la oferta de servicios de esta empresa.

- ✓ **Excelente Servicio al Cliente:** Este es la razón por la cual un cliente se incline hacia ti, o hacia tus competidores. Y es que brindar un servicio de calidad es incluso más importante que el precio.
- ✓ **Rapidez en los Servicios:** La rapidez es uno de los pilares en un buen servicio de atención al cliente, y dedicarle el tiempo necesario para brindarle el mejor servicio en el menor tiempo posible.
- ✓ **Precios Cómodos:** Precios ajustados por cada servicio ofrecido.
- ✓ **Alta Calidad en los Productos:** Este implica la satisfacción del cliente, la cual debería despertar la fidelización, manifestándose en un grado de dependencia que lo obligue a estar indefinidamente dispuesto a repetir.
- ✓ **Excelente Instalaciones:** Un ambiente agradable y confortable. – *Salones* amplios, modernos y muy luminosos, lo que hace que la empresa sea elegida por sus comodidades.

4.2.2 Presenta 10 expectativas que tienen los usuarios sobre la oferta de servicios de esta empresa.

- ✓ Buenas Atenciones.
- ✓ Atenciones Profesionales.
- ✓ Servicios de Calidad.
- ✓ Precios Competitivos
- ✓ Descuentos.
- ✓ Productos de Calidad.
- ✓ Ofertas.
- ✓ Rapidez en los Servicios.
- ✓ Confidencialidad.
- ✓ Asesoramiento en los servicios.

4.3 Análisis de la oferta de Servicios.

4.3.1 Explica 5 grandes debilidades que posee la empresa en su servicio y atención al cliente presencial.

- ✓ **Insuficiente personal para el trabajo de fines de semana o días festivos:** Lamentablemente la estética no cuenta con un personal rotativo para los fines de semana, lo que implica la saturación de trabajo y no permite brindar un buen servicio al cliente.
- ✓ **No se admiten acompañantes de los clientes en el salón de belleza:** Al tener un espacio de reducido, no contamos con sala para acompañante lo que impide que muchas madres que no tienen con quien dejar sus hijos nos visiten.
- ✓ **Espacios restringidos en el salón de belleza, solo para la atención al cliente:** Lo que implica la saturación de clientes deseando que le ofrezcan el mejor servicio, sin ser posible.
- ✓ **Escasez de productos e insumos necesarios para realizar los servicios que se ofrecen:** Al tener una cantidad de cliente excesiva, los productos se agotan rápidamente, y al no contar con colaboradores suficientes no se tiene con control del mismo.

- ✓ **Fallas eléctricas constantes, en la zona de ubicación del local:** Diferente fallas eléctricas, del lugar donde está ubicada la estética, impide en muchas ocasiones brindar un servicio rápido y oportuno.

4.3.2 Explica 5 grandes debilidades que posee la empresa en su servicio y atención al cliente telefónico.

- ✓ **No puedes atender a las llamadas telefónicas cuando estás con algún cliente y a veces pierdes citas potenciales por ello:** Este impide mayor flujo de clientes y por ende más ingresos.
- ✓ **Falta de Cortesía al Responder la llamada:** Al estar saturado de trabajo en su momento responde las llamadas sin la cortesía que espera el cliente.
- ✓ **Atención Con Personal Sin El Entrenamiento Adecuado:** Delegar la atención al cliente en personas poco capacitadas puede ser perjudicial tanto para tu personal, que puede ver afectada su motivación al encontrarse con situaciones para las que no está preparado, así como para tus clientes y usuarios, que demandan una atención ágil y oportuna.
- ✓ **Iteraciones Repetitivas y Molestas:** No contar con una persona preparada puede molestar a los usuarios, al no tener sincronizada tu atención y respuestas entre los diferentes puntos de contacto.

4.4 Segmentación demográfica.

- ✓ Mujeres de 17 años en adelante.
- ✓ Mujeres, Universitarias, Estudiantes y que no han terminado sus estudios.
- ✓ Hombres solteros, casados y con empleo.
- ✓ Niñas de 7 años en adelante acompañada de sus padres.
- ✓ Mujeres solteras y casadas.

4.5 Segmentación geográfica.

- ✓ Clientes de la misma Ciudad.
- ✓ Clientes de la Prov. Duarte
- ✓ Clientes de la misma zona
- ✓ Clientes de Nagua.

4.6 Segmentación psicográfica.

- ✓ Ofrece un servicio completo
- ✓ Un lugar exclusivo para todo tipo de clientes.
- ✓ Precios accesibles.
- ✓ Excelentes productos.

4.7 Segmentación comportamental.

- ✓ Cortes y peinados que están en tendencia.
- ✓ Facilidad de pago vía transferencia
- ✓ Facilidad para agendar cita vía virtual.
- ✓ Asesoría sobre cuidado de pelo virtual.
- ✓ Servicios a domicilio.

4.8 Estrategias usadas actualmente por la empresa en el uso de redes sociales, WhatsApp, página web y tecnología interna.

La estética desde siempre ha tenido un amplio manejo de las redes sociales como Facebook e Instagram, ya que la mayoría de los clientes se mantienen informado sobre los nuevos productos y las ofertas.

Se utiliza el WhatsApp para alcanzar al público meta. Lo cual refleja la intención de la empresa de invertir o asignar un presupuesto con el fin de crecer y ampliar su mercado a través de estrategias digitales.

El correo electrónico es sumamente importante para esta empresa ya que a través de el: realizan campañas publicitarias.

- ✓ **Códigos QR:** los códigos QR se utilizan para enviar promociones especiales a los clientes de su lista de correo, de este modo, cuando el cliente reciba el código al escanearlo sabrá qué fue lo que ganó, eso hará que sus clientes se sientan cuidados y felices.
- ✓ **Aplicaciones de geolocalización:** a través de estos programas, el salón puede estar en los mapas y ayudar a los nuevos clientes a encontrar el local, ya que los llevará directamente hacia usted.
- ✓ **Programas para concertar citas:** estos permiten a los clientes concertar citas a través del teléfono móvil y a la vez hacerlo con una aplicación y elegir el día, el horario, el estilista, y el servicio que quieren.

4.9 Aspectos mercadológicos que le gustaría mejorar a la empresa en sugestión comercial.

Crear estrategia de marketing digital. Generando un presupuesto predeterminado en publicidad, promoción de ventas y relaciones públicas para alcanzar un público más amplio a nivel nacional e internacional.

La formación de campañas para captación de nuevos clientes, para dar a conocer los servicios de la empresa sobre todo a los emprendedores que son un público que realmente necesita el desarrollo de su propia página web.

CONCLUSIÓN

Una empresa de servicios es un negocio que genera ingresos proporcionando servicios en lugar de vender productos físicos. Pueden realizar una variedad de tareas como transporte, limpieza, electricidad, hospitalidad, mantenimiento, entre otros.

Cuando se dice que el servicio prestado por las empresas de servicios intangible no se excluye la posibilidad de que para la prestación de dicho servicio se requieran bienes tangibles y personal humano, sino que el producto entregado es intangible.

Al finalizar esta investigación, puedo decir que me sirvió mucho para conocer el tamaño del mercado que se desea cubrir en el caso de vender o introducir un nuevo producto. Además, me permitió identificar otras oportunidades de negocio en otros lugares y establecer el posicionamiento de los productos en la mente de los consumidores.

Algo que me pareció fascinante, fue ver la disponibilidad de los clientes para colaborar con la aplicación de instrumento, lo cual me ayudo a ver la posición, el mercado.

BIBLIOGRAFÍAS O WEBGRAFÍAS CONSULTADAS

- ✓ <https://www.bancentral.gov.do/a/d/5074-economia-dominicana-registra-una-expansion-de-106-en-marzo-de-2021>
- ✓ <https://segurospepin.com/contacto/#sucursales>
- ✓ <https://dgii.gov.do/herramientas/consultas/Paginas/default.aspx>
- ✓ Google Forms:
(https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdvl79mBAJl4oH2_QKhzgOhorMJpFSLkf3cwuswre8hNx0wYg/viewform?usp=sf_link)
- ✓ https://www.google.com/search?q=ASHLAU+GLAMOUR+BEAUTY+STUDIO&rlz=1C1OKWM_esDO987DO989&oq=ASHLAU+GLAMOUR+BEAUTY+STUDIO&aqs=chrome.0.69i59.669371j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8
- ✓ **Gerente general:** Ashly Guzmán

ANEXOS

Perfil Investigadores O Integrantes Del Equipo (Foto Profesional Y Descripción)



Francheska Álvarez, Lic. en Mercadeo, Residente en SFC de Macorís, Entusiasta, Responsable, me gusta cumplir con los objetivos fijados en aspectos que van desde el reconocimiento de la marca hasta la promoción de productos. Me considero una profesional competente, capaz de entender las tendencias en cuanto al comportamiento de los consumidores y generar ideas creativas.

**UNIVERSIDAD ABIERTA PARA
ADULTOS (UAPA) ESCUELA DE
NEGOCIOS**

¡SALUDOS! Solicitamos su colaboración en esta encuesta de servicios y mercadológica que busca analizar el comportamiento del consumidor de la estética **ASHLAU GLAMOUR BEAUTY STUDIO**, en la provincia SFC, periodo octubre-diciembre 2022. **Instrucciones:** A continuación, se les presentan una serie de preguntas, por tanto, se le sugiere leer cuidadosamente cada enunciado y seleccionar la respuesta que considere más conveniente para así poder brindarles un mejor servicio

I. Perfil del Encuestado o Preguntas Demográficas

Genero

- ✓ Mujer
- ✓ Hombre

Edad

- ✓ De 18 a 25 años
- ✓ De 26 a 30 años
- ✓ De 28 a 35 años
- ✓ De más de 36 años

Nivel de Ingresos

- ✓ Menos de RD\$ 10,000.00
- ✓ De RD\$10,001.00 a RD\$15,000.00
- ✓ De RD\$15,000.00 a RD\$20,000.00
- ✓ De más de RD\$ 20,000.00

Nivel de Educación

- ✓ Sin Instrucción
- ✓ Básico
- ✓ Secundario
- ✓ Universitario
- ✓ Especialidad o Maestría

Ocupación

- ✓ Estudiante
- ✓ Empleados Privados
- ✓ Empleados Públicos
- ✓ Emprendedor
- ✓ Empresario

II.Preguntas de Contenido Mercadológico

¿Alguna Vez Ha Utilizado los Servicios de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio?

- ✓ Si
- ✓ No

¿Cómo se enteró de la Existencia de los Servicios de Estética Ashlau Glamour Beauty Studio?

- ✓ Redes Sociales
- ✓ Referencia o Recomendación
- ✓ Búsqueda en Internet
- ✓ Anuncios Publicitarios

¿Cuáles Servicios son los más Utiliza con Mayor Frecuencia?

- ✓ Lavado de Pelo
- ✓ Tintado de Pelo
- ✓ Cortes de Pelo
- ✓ Permanentes
- ✓ Postura de pelo

¿Con que Frecuencia Utiliza los Servicios de la Estética?

- ✓ Una Vez al Mes
- ✓ Una Vez por Semana
- ✓ Cada Quince Días
- ✓ Cada Dos Años

¿Por qué Prefiere Utilizar los Servicios de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio?

- ✓ Responsabilidad
- ✓ Disponibilidad
- ✓ Precios
- ✓ Calidad de los Productos
- ✓ Servicio al Cliente

¿Ha Recibido Usted Algún Tipo de Descuento o Incentivo por Utilizar los Servicios de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio?

- ✓ Sí
- ✓ No

¿Cuánto le Costó un Corte de Cabello en su Última Visita a una Peluquería en SFC?

- ✓ RD\$ 800.00
- ✓ RD\$ 1000.00
- ✓ RD\$ 1500.00
- ✓ RD\$ 2000.00

¿Considera Usted, Que el Buen Manejo de los Servicios, ¿Influye en la Preferencia de los Clientes?

- ✓ Nada Probable
- ✓ Poco Probable
- ✓ Probable
- ✓ Muy Probable

¿Queda Usted Satisfecha con los Servicios Brindado en la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio?

- ✓ Muy a Menudo
- ✓ Pocas Veces
- ✓ Siempre
- ✓ Deberían de Mejorar

De manera General ¿Cómo Calificaría los Servicios en la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio?

- ✓ Excelente
- ✓ Muy Buenos
- ✓ Regulares
- ✓ Buenos
- ✓ Pésimos

¿Qué Considera Usted que le Hace Falta a la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio para Sentirse Completamente Satisfecho?

- ✓ Limpieza
- ✓ Precios Cómodos
- ✓ Atención Inmediata
- ✓ Excelentes Productos
- ✓ Ofertas

¿Usa Usted el Catálogo de Precios y Servicio de la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio?

- ✓ Siempre
- ✓ A veces
- ✓ No me Gusta
- ✓ Pocas Veces

¿Por Cuáles Medio le Gustaría Mantenerse Informado Sobre las Ofertas y Nuevos Servicios?

- ✓ Correos Electrónicos
- ✓ Redes Sociales

- ✓ Prensa Escrita
- ✓ Radio

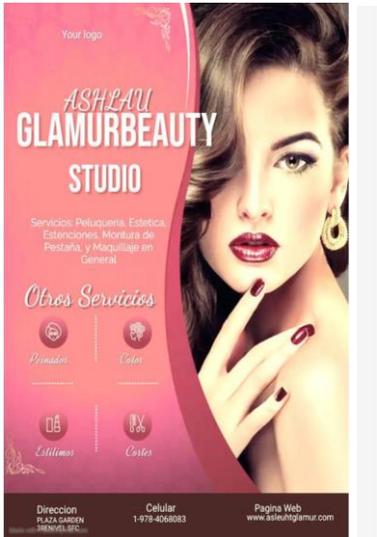
¿Por Cuáles Motivos Elegiría Usted Otra Estética para Utilizar sus Servicios?

- ✓ Mejor Calidad en sus Productos
- ✓ Mejores Precios
- ✓ Mejor Servicio
- ✓ Rapidez

¿De los Servicios Ofrecidos en la Estética Ashlau Glamour Beauty Studio, en cuales le Gustaría recibir un Descuento Especial?

- ✓ Lavado
- ✓ Tinte
- ✓ Peinado
- ✓ Corte
- ✓ Postura de Pelo

PLAN DE MARKETING



Resumen Ejecutivo

A través del Plan de Marketing se detalla a las empresas el entorno que va a rodear al nuevo proyecto, de modo que pueda afrontar y anticipar sus características y evolución. Por este motivo, es de gran importancia para ellas contar con uno a la hora de preparar un nuevo trabajo.

Por medio del plan de marketing, se plantea la situación actual en forma de análisis los objetivos establecidos por la compañía. Estos serán perseguidos mediante el empleo de diferentes estrategias de marketing operadas por la empresa.

El objetivo de este plan de marketing es la culminación del análisis estratégico de la empresa y su entorno, es decir, factores internos y externos. Permite programar y realizar un análisis razonado de los medios a implementar y de las distintas acciones a seguir con base en los objetivos trazados. Un plan de marketing es una herramienta indispensable para el lanzamiento de nuevos productos y el posterior control de objetivos.

La importancia de este plan radica en que las empresas pueden utilizarla para transformar su forma de operar y realizar sus tareas o actividades. Además, proporciona tácticas basadas en la cooperación mutua entre los colaboradores, en unir esfuerzos para alcanzar las metas establecidas, en formular estrategias para una mayor productividad y buscar soluciones para enfrentar los problemas de manera más fácil.



El Plan de Marketing está compuesta por las siguientes cuatro secciones:

Sección 1: El contexto Empresarial. En esta sección se define la descripción comercial del negocio, objetivos generales comercial, análisis de los competidores y descripción de mercado meta.

Sección 2: El Plan de Marketing: Enfoque Mercadológico. En esta se detallan las estrategias o decisiones sobre el producto y estrategias y decisiones sobre el precio

Sección 3: El Plan de Marketing: Enfoque Mercadológico. En esta sección encontramos las Modalidades de Negocios (Asistencia Local Físico-Asistencia Telefónica-Asistencia Virtual) y Estrategias O Decisiones Sobre Las Comunicaciones Integrales Del Marketing.

Sección 4: El Plan de Marketing: Plan Publicitario y Promociona. En esta sección encontramos, los detalles referentes al Plan de Publicidad y de Promoción.

Cada compañía es un mundo y, por tanto, necesita un determinado plan de marketing a medida que se adapte a sus necesidades. Y, aunque puede haber tantos planes de marketing como compañías en el mercado, hay algunos apartados que son comunes.

Es por ello que en este post queremos mostrarte cómo hacer un plan de marketing y qué pasos seguir para desarrollarlo, con imágenes de ejemplos de un plan de marketing.



Empresa

ASHLAU GLAMOUR BEAUTY STUDIO
 RNC: 1-21-829066
 Ubicación: Plaza Garden 3erº Nivel, San Francisco de Macoris

Misión

Brindar servicios de salud, bienestar y belleza integral de calidad con atención personalizada, que superen las expectativas de nuestros clientes. Aspiramos ser una empresa con un crecimiento sostenido, innovadora y dedicada a servir y ayudar a nuestros clientes a verse y sentirse bien, estando conformada por un equipo de trabajo comprometido y sólido.

Visión

Ser reconocidos como una marca de salud y belleza líder en el mercado local, identificados por nuestro profesionalismo, calidad y excelente servicio al cliente, lo que nos permita ser la mejor opción en el mercado.

Valores

- Actitud de Servicio
- Honestidad
- Responsabilidad
- Compromiso
- Respeto
- Integridad

Logo



11

12

Descripción Comercial del Negocio.

La empresa ASHLAU GLAMOUR BEAUTY STUDIO, se dedica actualmente a ofrecer servicio de peluquería, estética, extensiones de pelos humana, montura de pestañas y maquillaje en general. Por tanto, forma parte del sector financiero del país.

Objetivo General Comercial.

Realizar un diagnóstico competitivo del mercado de la Estética ASHLAU GLAMOUR BEAUTY STUDIO, a través de la recolección y análisis de información, tanto interna como externa, que permitan la formulación de estrategias que mejoren el posicionamiento de estas en el mercado, orientadas a generar ventajas competitivas a largo plazo.

Objetivo Enfocado al Producto.

Ofrecer lavados de pelo, postura de uñas, extensiones, manicura y depilación en general alcance de todos, en un tiempo rápido y con el mínimo de exigencias posibles para nuestros clientes.



Sección 2

El Plan de Marketing: Enfoque Mercadológico

- Objetivo General del Negocio.
- Objetivos Enfocado al Producto.
- Objetivos Enfocado en el Precio.
- Objetivo Enfocado en la Distribución.
- Análisis de los competidores.
- Descripción de Mercado Meta



Objetivo Enfocado a la Promoción y Publicidad.

De grata manera garantizar de manera flexible todas las actividades promocionales y publicitarias para dar a conocer nuestros servicios, las diversas ofertas de temporadas que ofrecemos a nuestros clientes actuales y potenciales.



Productos o Servicios que Ofrece la Empresa. (Características, Beneficios y Ventajas)

Lavado de Pelo

El servicio fundamental de esta empresa es el lavado y secador de pelo, ya sea con línea normal o una línea de nivel 1ª que el cliente prefiera.

Servicio:



- Lavado y secado normal
- Lavado y secado con línea Premium.
- Lavado y secado con línea nivel 1.
- Lavado y secado con línea nivel 2.
- Porciones adicionales.

Manicure y Pedicura



Los tratamientos de manos y pies, uñas acrílicas, semipermanentes o diseños modernos.

- Manicure
- Pedicura
- Pintado Normal

- Pintado en Gel
- Baby Boomer
- Uñas Normales

Piedras Decorativas El creativo: Este perfil se caracteriza por ser una persona innovadora que siempre está pensando en nuevas ideas y soluciones, y utiliza su

Masajes



Masajes antiestrés, masajes para bajar de peso, masajes para la retención de líquidos y masajes faciales antiarrugas.

Servicio:

- Masajes de Relajación
- Masajes Reductores
- Masaje Drenaje
- Faciales

Maquillaje para Eventos

El maquillaje para bodas, eventos nocturnos, formales, de graduación, entre otros.

- Maquillaje Básico RDS

Sección 3

Plan de Marketing: Estrategias o Decisiones del Mix de Marketing.

- Modalidades de Negocios (Asistencia Local Físico-Asistencia Telefónica-Asistencia Virtual)
- Estrategias O Decisiones Sobre Las Comunicaciones Integrales Del Marketing

ESTRATEGIAS O DECISIONES SOBRE PLAZA

Modalidades de Negocios (Asistencia Local Físico-Asistencia Telefónica Asistencia Virtual)

Las modalidades de negocios que esa usando la empresa en estos momentos.

Página Web

Esta los clientes puedes acceder a la diversa variedad de productos para brindar el mejor servicio.



Redes Sociales

La estética cuenta con diferentes redes sociales para comunicarse y relacionarse con sus clientes; estar en Facebook, Instagram, LinkedIn y, más recientemente, TikTok.

Plataformas

La estética cuenta con una app Easy For You, donde se puede agendar cualquier tipo de servicio relacionado a la

estética, además el cliente cuenta con asesoría personalizada para resolver dudas o recibir asistencia en la compra.



Territorio de ventas.

Actualmente la empresa tiene una diversa y estable cartera de clientes en las

UAPA-PLAN DE MARKETING 2023

siguientes urbanizaciones: Álvarez Sn, Toribio Piantinis y Favidrio.

ESTRATEGIAS O DECISIONES SOBRE LAS COMUNICACIONES INTEGRALES DEL MARKETING

Promoción de ventas

Algunas de las estrategias promocionales:

- Combos para varias personas (familia, amigos, pareja, etc.)
- Regalos para los clientes más fieles.
- Descuentos por invitar a un amigo.
- Paquetes especiales para clientes nuevos.

Publicidad.

La estética cuenta con una publicidad a través de un spot comercial o un flyer en redes sociales, radio o YouTube varias veces al día.

Relaciones Publicas.

La estética patrocinar los uniformes de Bastón Ballet y Equipos Deportivos de alguna comunidad cercana, hacer entrega formal y participar en algunos de los juegos para participar.

A la vez patrocina las actividades organizadas por la junta de vecino de las ciudades más concurridas.



UAPA-PLAN DE MARKETING 2023

Ventas

La estética cuenta con un catálogo virtual sobre los productos y servicios, especiales.

Por Ejemplo: Para Navidad este catálogo será enviado de manera masiva por correo, WhatsApp, chats de redes sociales y todos los medios posibles. que la empresa este promocionando por temporada.



UAPA-PLAN DE MARKETING 2023



Sección 4

Plan de Marketing: Plan Publicitario y Promocional.

- Plan Publicitario
- Plan Promocional.

PLAN DE MARKETING EMPRESA ASHLAU GLAMOUR BEAUTY STUDIO

PLAN PUBLICITARIO 2023

Actividad	Costo RD\$	Observación
Mención radial en las siguientes estaciones de Radio FM 101 Programa: Amanecer RD\$ 650.00 Radio FM 95.7 Programa: La llave del Amor RD\$ 550.00	RD\$1200.00	5 MENCIONES SEMANALES
Mención televisiva en los siguientes programas: Canal 56 Somos TV, Programa: SFC Noticias RD\$ 500 Canal Telenor Programa: Esta noche RD\$ 500.00	RD\$1000.00	4 MENCIONES SEMANALES
Anuncio o comercial radial en las siguientes emisoras: FM 101 Programa: Amanecer RD\$ 850.00 Radio FM 95.7 Programa: La llave del Amor RD\$ 950.00	RD\$1800.00	5 ANUNCIOS SEMANALES
Anuncio o comercial televisivo en los canales: Canal 56 Somos TV, Programa: SFC Noticias RD\$ 1000 Canal Telenor Programa: Esta noche RD\$ 900.00	RD\$1900.00	4 ANUNCIOS SEMANALES
Anuncio en Facebook. Postear en la pagina de la Estética Con etiquetas a Varios Clientes. Gratis.	RD\$ Gratis	5 POSTEO SEMANAL
Anuncio Vallas Fijas calles o avenidas: Vallas Paul RD\$ 40,000.00	RD\$40,000.00	2 VALLAS

UAPA-PLAN DE MARKETING 2023

PLAN DE MARKETING EMPRESA ASHLAU GLAMOUR BEAUTY STUDIO PLAN PROMOCIONAL 2023

Actividad	Costo RD\$	Observación
Gorras: Empresa Print Express SFC	RD\$,125.00	200 GORRAS DE NUEVOS CLIENTES
Camisetas: Empresa Print Express SFC	RD\$80.00	100 CAMISETAS PARA CLIENTES FIELES
Termos de agua: Empresa Print Express SFC	RD\$65.00	50 TERMOS DE AGUA PARA CLIENTE QUE TRAIGAN NUEVOS CLIENTES
Agendas 2023: Empresa Print Express SFC	RD\$100.00	30 AGENDAS PARA LOS PRIMEROS CLIENTES DEL AÑO.

Anexo. Agradecimientos y dedicatorias.

En primer lugar, agradezco a Dios porque sin él nada es posible. Él ha sido nuestro ayudador y por su gracia, amor, fidelidad y misericordia he tenido la fuerza y sabiduría para alcanzar lo que me he propuesto.

Gracias a la **Universidad Abierta Para Adultos (UAPA)**, sus colaboradores y especialmente a nuestra facilitadora acompañante **Eliana Campos, M.A.-M.G.C.** que me ha acompañado en este proceso de aprendizaje, me han guiado por el camino del conocimiento y me ha impulsado a querer seguir capacitándome para ser una excelente profesional.

Gracias a mi madre **Ramona Álvarez** por darme la vida, inculcarme el valor a los estudios y siempre estar dispuesta a ayudarme. También a mis amigos, compañeros y a todos los que aportaron su granito de arena para que este logro fuera posible, que Dios los bendiga.

Agradezco también el apoyo brindando por mi esposo **Carlos Aquino** el cual ha estado conmigo en todo momento, motivándome a seguir adelante sin importar las dificultades.