

ANEXO I: Entrevistas a expertos, negocios similares y competidores

Tabla I1: Entrevista a expertos

Gabriela Bohl	Paul Cabrera
Asesora de salones de belleza y spa	Gerente General de CosmoBeauty
<p>Requisitos de contratación:</p> <p>No hay muchas exigencias. En una entrevista, hacen una pequeña prueba y les preguntan qué saben hacer. Se le observa cómo hace un servicio básico y esa es la evaluación que se realiza.</p> <p>No hay requisitos ni de edad ni de sexo ni conocimiento, porque son conocimientos prácticos en su mayoría.</p> <p>Después de que ingresan a trabajar, debería haber una capacitación. En la práctica, no hay un protocolo, inducción o capacitación interna en ningún salón que conozco.</p>	<p>Opinión del negocio:</p> <p>Totalmente próspero. Hay que hacer algunos filtros pero si se puede dar, mientras más atrevido eres tus porcentajes de éxito se pueden incrementar en el sector de belleza. Precisar sobre segmentación. Obviaría la molina porque es muy lejos porque los accesos son por dos vías Javier prado y circunvalación mucho tráfico y algo psicológico porque no eres parte del club porque somos PUCP. Como idea. Hay que crear una necesidad que ellos nos busquen pero los demás distritos tienen más acceso.</p>
<p>Tipos de remuneración:</p> <p>La primera es un sueldo fijo, que aproximadamente es S/.1500 para arriba. No es la modalidad más adecuada porque genera conformismo.</p> <p>La otra modalidad es un mix de un sueldo fijo básico a partir de 850 más comisión que es entre 10% a 15%. Si es un estilista junior, se le dará el sueldo básico, pero si tiene más experiencia, algo más. También tenemos la modalidad de comisión que en el mercado está entre 30 a 35% o la comisión 50% que son estilistas de muchos años e imagen muy trabajada, con una cartera importante de clientes. En este caso, el salón le cobra los insumos más caros.</p>	<p>Perfil de especialistas:</p> <p>Que sea medianamente técnicamente capacitado. Un poco abstracto pero que sea de buen corazón porque es un servicio de alto contacto. Conexión emocional es importante.</p> <p>Sobretudo que tenga tolerancia, paciencia y sea amable... seria de alto riesgo sino reúne esos elementos.</p>
<p>Sueldo promedio mensual:</p> <p>Depende, un estilista estándar gana 1.500, pero un estilista con un mejor perfil gana 2.000 o 2.500 soles, pero también hay estilistas que ganan de 7.000 a 13.000 soles, pero son muy pocos. Depende mucho de la categoría del salón. Si es un salón donde el corte es de 50 soles entonces posiblemente gane 3.000 soles.</p>	<p>Sueldo de profesional:</p> <p>Manicurista, pedicure y maquillaje normalmente gana comisiones de 45% a 50%. En peinado en algunos casos depende del modelo de negocio de cada peluquería. Tema de comisiones es más frecuente en esos servicios que en peluqueros.</p>
<p>Capacitaciones:</p> <p>Tiene que haber una capacitación mensual y visita de los vendedores de los productos. Los mismos salones tienen que capacitar en cuanto a las características del producto. Debería haber reuniones semanales donde se revisen los temas de promociones y protocolos.</p>	<p>Recomendaciones</p> <p>Tratar de estandarizar lo máximo que se pueda.</p>
<p>Opinión del negocio:</p> <p>Es un negocio muy complejo y complicado. Poniéndome desde la posición del consumidor es muy cómodo ya que viene alguien a casa y cubre emergencias. Lo malo es que los clientes podrían solicitar los servicios directamente al estilista y no por medio de la aplicación, porque esto suele pasar. Ya habría que ver qué tanto funcionarían sus estrategias de la acumulación de puntos para servicios gratis o cursos de asesoría. En cuanto a los precios, como los dan a domicilio, me parece que son adecuados.</p>	
<p>Recomendaciones:</p> <p>Los puntos que me preocupan, es el tema de seguridad, que introduces a un extraño a tu casa. Lo segundo es el nivel de fiabilidad de los comentarios, qué filtros habría para ver que los comentarios sean efectivamente de los clientes.</p> <p>Y deberían manejarlo por paquetes y no por servicios.</p>	

Tabla I2: Entrevista a negocios similares

Hiromi Tsuha	Enrique Alvarez
Propietaria de Tomyko Spa	Jefe de marketing de Montalvo
<p>Capacitaciones:</p> <p>Las marcas grandes te capacitan en productos gratis siempre cuando les compras. Pero en corte y peinado, ellos mismos llevan a sus colaboradores. Dependiendo del personal los mandan todas las semanas no tienen días libres (al principio). Tomyko hace 6 semanas de training de producto.</p>	<p>Opinión de la idea de negocio:</p> <p>Modelo innovador, no hay formatos de este tipo en el mercado. Brinda facilidades al cliente. Se puede generar cartera de clientes en caso más adelante se decida colocar un salón</p> <p>Los servicios a ofrecer están bien. Recomendaría también enfocarlo para hombres, porque si bien actualmente la proporción de quienes usan servicios de belleza es 70% mujeres y el 30% hombres, es un cliente potencial que muchas veces no asiste al salón por vergüenza.</p>
<p>Servicios de belleza a domicilio:</p> <p>Novias funciona bien a domicilio, ya que suelen estar estresadas, no quieren ir a ningún lado y solicitan atención en casa u hotel. Sin embargo, ellos no lo han hecho. Alguna vez se ha mandado a alguien a peinar a Hillary Clinton (recomendación de una cliente que era esposa de un embajador) y a Rafael al hotel.</p> <p>Es un negocio con oportunidades.</p>	<p>Recomendaciones:</p> <p>Es importante fidelizar a los clientes y una buena manera de hacerlo es ofrecer promociones. Se debe ofrecer servicios adicionales que fidelicen al cliente con la empresa y no con el profesional.</p> <p>El estilista suele tener una relación muy cercana al cliente, se convierte en un amigo más. Es por eso que cuando el estilista se va a otro lado, el cliente se va con él.</p>
<p>Dificultades:</p> <p>El control. Se podría combatir poniendo tiempo para los servicios que ofrece el especialista y se calcula cuánto debería demorarse por vez.</p> <p>Inversión en control.</p>	
<p>Opinión de la idea de negocio:</p> <p>Mientras sea bueno el servicio, funciona el formato. Los servicios que ofrecen están bien porque son los de mayor demanda.</p>	

Tabla I3: Entrevista a competidores

Propietario Competidor 1	Especialista Competidor 2
<p>Cientes: Los clientes no pueden ser segmentados por niveles socioeconómicos porque hay personas que pueden vivir en distritos de bajo nivel socioeconómico pero que sin embargo tienen un buen ingreso. Es más importante el estilo de vida o la necesidad que tengan los clientes.</p>	<p>Ingreso al mercado: Se encuentran testeando la aplicación y aceptación del público desde el mes de noviembre de 2015; sin embargo, en el mercado se encuentra desde hace 3 meses. De acuerdo a los servicios brindados y análisis de aceptación ha sido favorable y a los clientes les encanta este tipo de negocios que son novedosos para ellos.</p>
<p>Reserva de citas: Buscamos incentivar la compra por internet y que los clientes paguen por adelantado. Por eso damos un descuento al cliente por hacer la compra por la página web. Las citas deben realizarse con 2 días de anticipación. Sin embargo, si hay disponibilidad, se puede atender a un cliente con poca anticipación.</p>	<p>Staff de profesionales: Cuenta con un staff de trabajadoras full time y otro grupo de independientes que realizan los servicios siempre y cuando no se den abasto para los servicios.</p>
<p>Local: Tenemos un pequeño almacén en San Borja y otro en Breña. Los especialistas van a estos almacenes a coger los insumos necesarios para los servicios del día. Ellas se transportan en taxis. El taxi debe esperarla hasta que termine el servicio.</p>	<p>Horario de atención del staff: El staff atiende de 7am a 7pm de lunes a sábado. Las asociadas que trabajan por servicios reciben comisiones y no cumplen un horario de trabajo, se las llama cuando existe la necesidad.</p>
<p>Opinión de la propuesta: La idea es buena e innovadora sobre todo por la aplicación móvil. Hay personas que sí disponen de tiempo, pero no pueden salir de casa, ya sea porque tienen hijos pequeños o por temas de seguridad. Tenemos algunos clientes que tienen mucho dinero y que prefieren ser atendidas en casa ya que si salen de su casa deben movilizarse con su seguridad personal. También hay clientes que tienen impedimentos físicos y la propuesta es buena opción para ellos.</p>	<p>Reserva del servicio: Se realiza por medio de la aplicación y la reserva debe ser mínimo de dos días de anticipación.</p>
<p>Recomendaciones: Una propuesta similar a la que plantean es tener el aplicativo móvil pero en el que estén registrados las personas o empresas que quieran ofrecer el servicio a domicilio y el cliente podría seleccionar a cualquiera de ellos. Ustedes serían el proveedor de esta aplicación y el enlace entre negocio y cliente.</p>	<p>Promociones: A manera de hacerse conocidos están promocionándose en gimnasios como el Gold's Gym haciendo servicios gratuitos y se encuentran promociones para los estudiantes de la universidad de Lima. Luego pagan por publicidad en redes sociales como Facebook.</p>
	<p>Materiales de trabajo: Las que forman parte del staff de trabajadoras reciben los materiales y productos del negocio. Las asociadas que trabajan por servicio que se le solicite tienen que llevar sus propios materiales a los domicilios.</p>
	<p>Staff de profesionales: Cuenta con un staff de trabajadoras full time y otro grupo de independientes que realizan los servicios siempre y cuando no se den abasto para los servicios.</p>
	<p>Horario de atención del staff: El staff atiende de 7am a 7pm de lunes a sábado. Las asociadas que trabajan por servicios reciben comisiones y no cumplen un horario de trabajo, se las llama cuando existe la necesidad.</p>
	<p>Reserva del servicio: Se realiza por medio de la aplicación y la reserva debe ser mínimo de dos días de anticipación.</p>