



CARRERA LICENCIATURA EN MERCADEO

PROYECTO: KROLA`S NAILS

PARTICIPANTE

CAROLINA SEVERINO SANCHEZ

MATRÍCULA: 11-1697

DIPLOMADO

PLAN DE NEGOCIO Y GESTIÓN INTEGRAL DE PROYECTOS DE
EMPRENDIMIENTO EN LÍNEA

FACILITADORA

ELIANA CAMPOS, M.A./M.G.C.

FECHA Y LUGAR

Julio 12, 2020
SANFORD, FLORIDA

**PLAN DE NEGOCIO ENFOCADO EN EL PROYECTO ONLINE DE LA EMPRESA
KROLA NAILS UBICADA EN LOS ESTADOS UNIDOS, SANFORD, FLORIDA**

TABLA DE CONTENIDOS.

	Pág.
Resumen Ejecutivo.....	5
INTRODUCCIÓN	6
Antecedentes del sector.....	7
Planteamiento del problema o necesidades identificadas en el mercado.....	7
Objetivo general y objetivos específicos	8
Importancia y justificación del proyecto.....	8
Metodología.....	9
Delimitación y limitación del proyecto.....	10
SECCION I. ESTRUCTURA IDEOLÓGICA DEL PROYECTO.	11
1.1 Descripción de la empresa.....	12
1.2 Imagen Corporativa o Brand Kit.....	12
1.3 Filosofía del negocio.....	13
1.4 Ventajas competitivas.....	14
SECCION II. ESCTRUCTURA DEL ENTORNO.	15
2.1 Análisis FODA del proyecto.....	16
2.2 Análisis de la competencia.....	17
2.3 Análisis de la demanda o consumidores.....	18
SECCION III. ESTRUCTURA MERCADOLÓGICA	33
3.1 Mercado Meta.....	34
3.2 Estrategias de producto.....	34
3.3 Estrategias de precios.....	35
3.4 Estrategias de distribución.....	35
3.5 Estrategias de comunicación.....	36
SECCION IV. ESTRUCTURA TECNICA	38
4.1 Principales socios claves del proyecto.....	39
4.2 Asesores o especialistas de producción y Operaciones.....	39
4.3 Áreas operativas del proyecto.....	39

SECCION V. ESTRUCTURA FINANCIERA	44
CONCLUSIÓN	52
BIBLIOGRAFIA	53
ANEXOS	54

Resumen Ejecutivo.

En el presente proyecto se desarrolla un breve análisis del plan de negocio online para la empresa Krola Nails, especializada en los servicios de uñas acrílicas, a partir de 5 capítulos que serán objetos de estudios durante la realización de este.

A continuación, se describe cada de uno de ellos.

En el primer capítulo, se determinaron los aspectos preliminares del proyecto como los antecedentes, objetivos, necesidades, delimitaciones y limitaciones, del proyecto. Como también la estructura ideológica del mismo, tanto la descripción de la empresa, logo, eslogan, filosofía y las ventajas competitivas.

En el segundo capítulo, se creó el análisis FODA un aspecto importante de la empresa, pues permitió desarrollar sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, así también identificar sus principales competidores. Se elaboró un cuestionario en línea para 44 posibles consumidores obteniendo un resultado favorable.

En la elaboración del tercer capítulo, se logró determinar el mercado meta y sus principales deseos y expectativas. También se implementó el desarrollo de las estrategias de producto, estrategia de precios y estrategia de marketing.

En el capítulo cuatro se detallan los principales socios claves del negocio, como sus accionistas, suplidores y plataformas online, así también la estructura organizacional de la empresa, sus principales áreas operativas y sus especialistas de producción.

Cuando una empresa cuenta con una estructura financiera sólida tendrá recursos suficientes para crecer en el mercado. En esta parte del proyecto se realizó un plan de inversión, un estado de flujo de efectivo mensual, un presupuesto de plan de medio y una proyección de venta de la empresa a 12 meses para así determinar sus objetivos y factible ejecución.

Los puntos anteriores permitirán generar ideas rentables, para que se lleve a cabo este proyecto y permita que la empresa tenga éxito en el mercado, satisfaciendo las necesidades de sus consumidores y brindando Credibilidad en sus servicios.

INTRODUCCIÓN

Antecedentes del sector.

Se dedica al rubro de la belleza, especialidad en el cuidado de las uñas y La estética de uñas que es la continuación artificial y extensión de la uña mediante escultura u otro medio artificial auxiliar. El público objetivo son mujeres que se preocupan por su imagen personal, en su mayoría mujeres insertadas en el mercado laboral de oficina, al igual Las mujeres, en todos los estratos sociales, que están dispuestas a invertir su dinero para lucir uñas sanas y, de ser posible, con un decorado sofisticado.

Está ubicado en el condado de Seminole, Sanford Florida y es una empresa dedicada exclusivamente a la aplicación de uñas acrílicas, tiene competencia en el mercado, en el área de Sanford. Pero hasta el momento no ofrecen servicios de aprendizaje online, como se piensa la empresa comenzar a establecer en sus servicios, aparte de dar servicios regularmente.

Planteamiento del problema o necesidades identificadas en el mercado.

Se identifican que las personas buscan esta metodología de aprendizaje porque, tienen comodidad para programar su tiempo de estudio, pueden practicar cada módulo y aprenden de los materiales y el uso de ellos, personas que se dedican a esta estética y quieren agregar algo nuevo, lo pueden utilizar como medio de preparación personal. Cada día existen personas que por la cantidad de tiempo trabajado no tienen tiempo de estudiar presencial y optan por el estudio en línea.

Con respecto a la idea del proyecto de cursos online se visualizó en el ambiente que en al mundo de la belleza de las manos, es un mundo que vive cambiando con los años, cada día se aprenden diseños y técnicas vanguardista y sofisticadas, y aparte de las principiantes que vienen a incursionarse en este camino, las profesionales con experiencias de años también se motivan a aprender lo actual porque así su cartera de cliente sigue creciendo y siguen teniendo aún más experiencia y calidad en sus trabajos.

Objetivo general y objetivos específicos.

General.

Diseñar un modelo de aprendizaje online sobre las distintas formas de aplicado básico de uñas a través de Krola Nails, Sanford Florida, en el periodo mayo-agosto 2020.

Específico.

- Establecer iniciativas motivacionales con la creación de este proyecto de cursos de aplicación básicas de uñas acrílicas en línea.
- Realizar la evaluación general del entorno interno y externo que inciden en el proyecto en línea.
- Presentar al participante un pensamiento emprendedor, capaz de diseñar y crear con el fin de ofrecer servicios de calidad.

Importancia y justificación del proyecto.

Curso o taller de Técnico en Uñas te prepara para que sepas los conocimientos básicos de esta industria. Se hará un programa práctico que instruirá a los participantes en el cuidado de las uñas; incluyendo las aplicaciones básicas, y teorías. Usted obtendrá el conocimiento exhaustivo de realizar manicure básica, así como mostrar su lado artístico, creando arte en las uñas.

La creación de este proyecto de aprendizaje online se basa en la importancia de las personas tanto hombres como mujeres que, por motivación al arte de las uñas, quieran tener un conocimiento más profesional y claro del proceso.

Se pretende resolver a nivel social el distanciamiento que pueda tener una persona que viva en otro estado o lejos de la ciudad de Krola Nails de tener la oportunidad de participar donde quiera que se Encuentre

Metodología

En este proyecto se utilizó una investigación descriptiva mediante métodos de entrevistas, investigación por internet, se utilizó el método campo de juego, el canva board y el análisis FODA.

Con la investigación descriptiva en las diferentes plataformas de redes sociales, en internet y mediante entrevista para determinar la aceptación del proyecto de cursos de uñas online, a lo que se obtuvo un resultado muy favorable, porque es un negocio rentable y en crecimiento.

El método campo de juego permite agregar valor a cualquier idea de negocio, hasta transformarla en un modelo de negocio, mediante esta investigación se pudo identificar las fortalezas y debilidades de los competidores, las necesidades de los posibles clientes y lo que diferenciara la empresa de los competidores.

Se dispuso a entrevistar a la técnica de uñas Liz García a quien se le pregunto los principales desafíos de este tipo de proyecto a lo que ella contestó, que el mayor desafío es el aprender cada día más, pero que mientras se le ofrezca al cliente servicios de calidad y responsabilidad seguirá creciendo el emprendimiento online.

El modelo de negocio canva board es una de las herramientas más usadas en el mundo empresarial para diseñar proyectos de negocios y este permitió a la empresa mediante investigaciones exploratorias desarrollar cual es la segmentación del cliente, los socios claves, las actividades claves, la propuesta de valor y la relación que tiene la empresa con los clientes.

El análisis FODA es una herramienta estratégica de análisis de la situación de la empresa con esta herramienta se recolectó información de las fortalezas y debilidades, y se logró determinar las oportunidades del lanzamiento de este proyecto.

Delimitación del proyecto.

La empresa Krola Nails es una empresa física y online dedicada a impartir cursos de uñas acrílicas para mujeres entre los 18 y más de 36 años, está ubicada en los Estados Unidos, en la carriage cove way Sanford, FI 32773, en el periodo comprendido entre Julio-agosto del año 2020 y será consumado en septiembre del año 2020.

Limitaciones del proyecto

Las limitaciones para crear este proyecto online, se dificulta por dos motivos, soy una madre y esposa 24/7, pero teniendo siempre en mente, que lo que me propongo, lo práctico y elaboro en el tiempo justo y perfecto.

El segundo motivo son mis estudios y el trabajo en mi mesa de uñas, estudio para perfeccionarme el idioma del inglés de lunes a jueves en las mañanas, y en horarios de la tarde atender a mis clientes. Puesto que ya tengo disponible los fines de semana para tomarle tiempo y preparar el curso online., pero también me espera una familia que desea compartir conmigo mis días libres.

ESTRUCTURA IDEOLÓGICA DEL PROYECTO

1.1 Descripción de la empresa

Krola Nails es una empresa dedicada a la aplicación y decoración de uñas acrílicas, con la finalidad de comprometerme con la calidad de diseños elaborados, satisfaciendo las necesidades de los clientes. Nuestro público objetivo son mujeres entre 18 o más 36 años, económicamente activas quienes cuidan su apariencia. A mediados del 2016 se creó la idea de dar este servicio y aunque como toda empresa los inicios fueron de mucho esfuerzo, motivación y constancia hoy en día se puede mostrar un espacio que está debidamente equipado, la tecnología se reflejará en los servicios brindados a nuestros clientes.

1.2 Imagen Corporativa o Brand Kit.





- **Eslogan.** "Your Hands in the best Hands"
- **Colores.** Oro dorado, Rosado Fucsia, Negro
- **Tipografías.** Arial

1.3 Filosofía de negocios.

Misión.

Es satisfacer las diferentes necesidades de las clientes, ofreciendo un servicio profesional y de calidad con precios competitivos.

Visión.

Ser reconocida en el rubro dentro del condado donde se opera Krola Nails, en un lapso de 3 años

Valores.

- Responsabilidad
- Calidad
- Amabilidad
- Respeto
- Tendencia.

1.4 Ventajas competitivas.

Valor agregado.

- Videos pregrabados
- Obtendrán un Certificado de participación, mayormente los cursos gratuitos no los ofrecen.

Estrategias de diferenciación.

- Comodidad de tomar el curso en cualquier parte que se encuentre.
- Tendrá la opción de tomar el curso individual o en grupo.
- Descuento y ofertas en días festivos.
- No se cobrará depósito para apartar el curso.

ESCTRUCTURA DEL ENTORNO

2.1 Análisis FODA del proyecto.

Fortalezas.

- Tener el negocio de uñas establecido.
- Negocio es recomendado por otras personas.
- Dominio del contenido.
- Tendrán Certificado de participación.
- Manipulación fácil de los programas de computadoras, para las ediciones del contenido.

Oportunidades.

- Evito tener local.
- Tener personas en casa.
- Demanda creciente online.
- Capacidad para llegar a más personas

Debilidades.

- Precios competitivos.
- Tiempo.
- Es una empresa en crecimiento.
- Falta de trayectoria en el mercado.

Amenazas.

- Competencia con bajos precios.
- Volumen de cursos online de uñas gratuitos.
- Fallas de conectividad.
- El participante no aprenda lo esperado.

2.2 Análisis de la competencia

En el condado de Seminole existen centros de uñas en su mayoría chinos con gran cantidad de clientela, pero la mayoría de los hispanos buscan sus raíces, porque el diseño y calidad de los productos que utilizamos no son chinos, pero además pueden elegir y exigir todo lo que este de su agrado para lucir sus uñas como desean.

Competencia Directa:

1. Bellagio Nails & Spa

Servicio completo de salón de uñas, especializado en el cuidado natural de las uñas, pedicuras especiales, tratamientos faciales, extensiones de pestañas, bronceado en spray, depilación con cera y mucho más. Cuenta con un movimiento de visitas de 1.543 personas registradas por Facebook.

▪ **Fortalezas.**

- Empresa ubicada en un local comercial.
- Empleados que desarrollan diferentes actividades.
- Confianza con su clientela.

▪ **Debilidades.**

- Mala calidad en la imagen de su trabajo.
- No ofrecen cursos en línea.
- No tienen un rápido servicio de atención al cliente por sus redes sociales.

2. Zurie Nails

Empresa localizada en el condado de seminole Sanford, Fl. Ofrece servicios de Acrílico a color Gel Pedicura Manicura Uñas en los pies. En la actualidad cuenta con más de 5.000 Seguidores por Facebook.

Fortalezas.

- Buena cartera de clientes
- Se visualiza buena calidad en sus trabajos.
- Trabaja desde su casa.

Debilidades

- No facilita un catálogo de servicios, ni precios de sus servicios.
- Cuenta solo con redes sociales como Facebook.
- No ofrece cursos en línea.

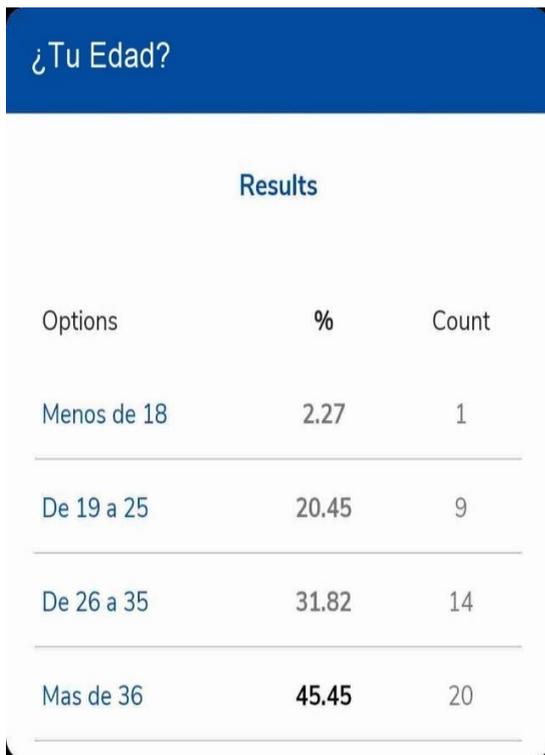
2.3 Análisis de la demanda o consumidores.

Encuesta

Se pretende conocer el nivel de aceptación de cursos de uñas online y para tales fines se Creó una encuesta a través de Survey Heart, una herramienta fácil y manejable.

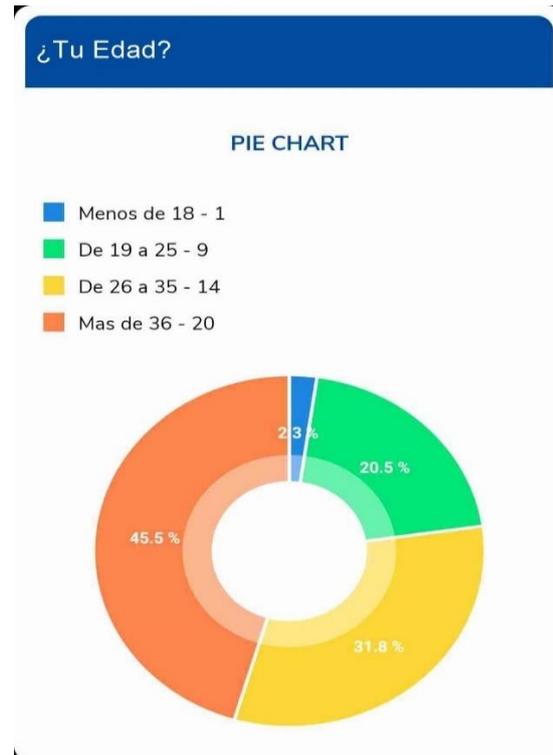
A continuación, detalles de los resultados obtenidos realizados a 44 personas en su mayoría mujeres.

1. ¿Tu Edad?



Results		
Options	%	Count
Menos de 18	2.27	1
De 19 a 25	20.45	9
De 26 a 35	31.82	14
Mas de 36	45.45	20

Fuente: pregunta no.1 del cuestionario aplicado a los usuarios.



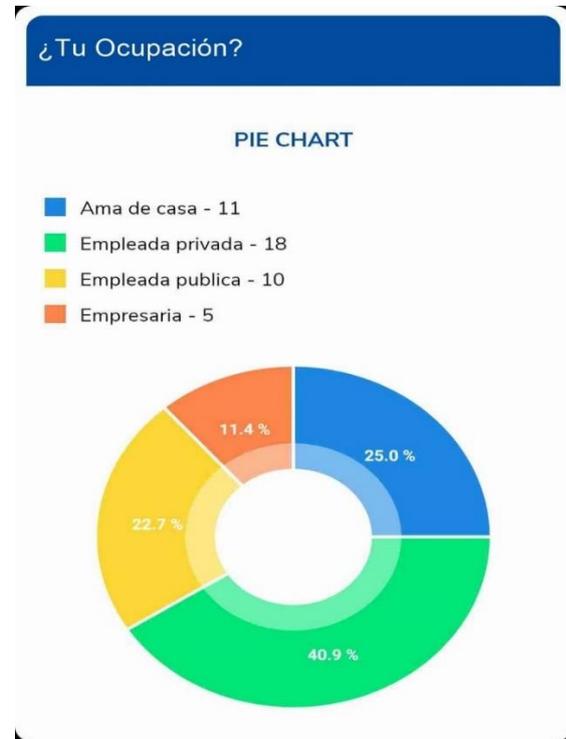
Fuente: tabla no.1 pregunta, no.1 del cuestionario aplicado a los usuarios.

El 45.45% se encuentran entre el rango de más de 36 años, a su vez con un 2.27% menor de 18 años; 20.45% Edades entre 19 a 25; y por último 31.82% entre las edades de más de 36 años.

2. ¿Tu Ocupación?

¿Tu Ocupación?		
Results		
Options	%	Count
Ama de casa	25.00	11
Empleada privada	40.91	18
Empleada publica	22.73	10
Empresaria	11.36	5

Fuente: pregunta no.2 del cuestionario aplicado a los usuarios.



Fuente: tabla no.2 pregunta no. 2 del cuestionario aplicado a los usuarios.

El 40.91% se encuentran entre las Empleada privada; El 25% Amas de casa; El 22.73% Empleadas publica; y por último el 11.36% Mujeres Empresarias.

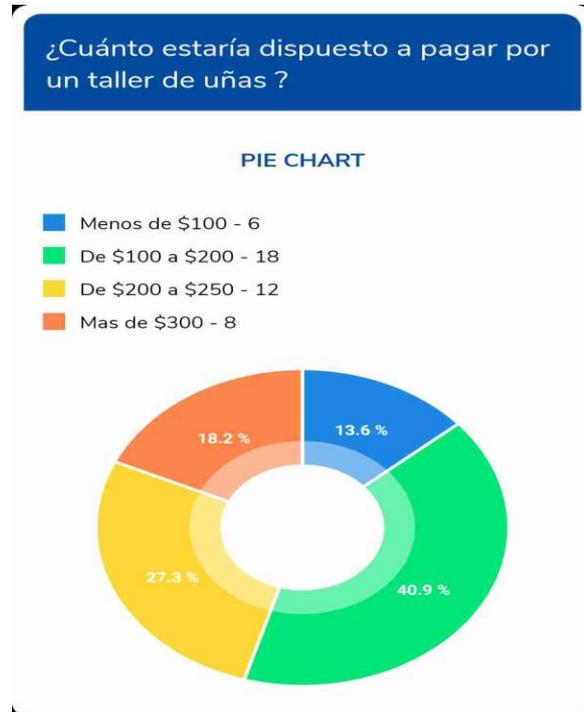
3. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un taller de uñas?

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un taller de uñas ?

Results

Options	%	Count
Menos de \$100	13.64	6
De \$100 a \$200	40.91	18
De \$200 a \$250	27.27	12
Mas de \$300	18.18	8

Fuente: pregunta no.3 del cuestionario aplicado a los usuarios.



Fuente: tabla no.3 pregunta no. 3 del cuestionario aplicado a los usuarios.

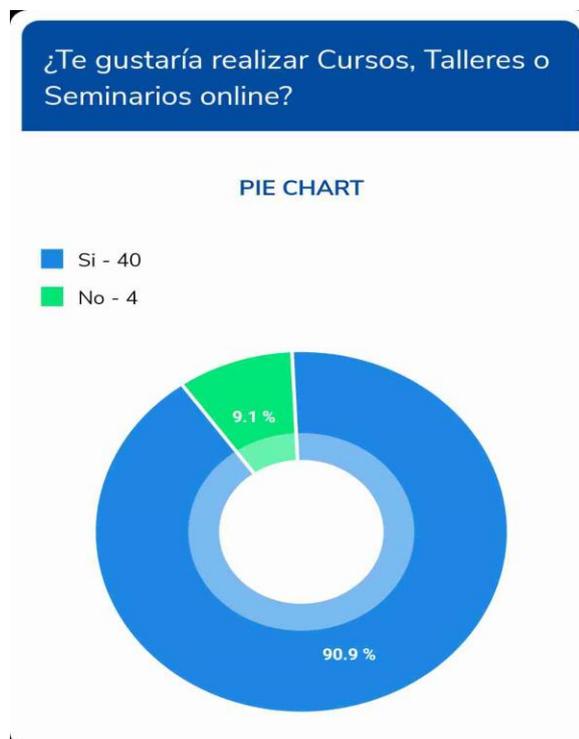
El 40.91% estaría dispuesto a pagar desde us100 A US\$200; El 13.64% Menos de US\$100; El 27.27% desde us\$200 A US\$250 y por último el 18.18% Más de US\$300.

4. ¿Te gustaría realizar Cursos, Talleres o Seminarios de uñas online?

¿Te gustaría realizar Cursos, Talleres o Seminarios online?

Results

Options	%	Count
Si	90.91	40
No	9.09	4



Fuente: pregunta no.4 del cuestionario aplicado a los usuarios.

Fuente: tabla no.4 pregunta, no.4 del cuestionario aplicado a los usuarios.

El 90.91% Les gustaría realizar cursos de uñas online y el 9.09% No están interesadas en tomar curso en línea.

5. Si tu respuesta es afirmativa, ¿Qué tipos habilidades te gustaría desarrollar en estos cursos d de uñas?

Si tu respuesta es afirmativa ¿ Qué tipos de habilidades te gustaría desarrollar en estos cursos de uñas online?

Results		
Options	%	Count
Aplicacion de acrílico	14.63	6
Preparación de la uña	2.44	1
Tecnicas 3D	0.00	0
Diseño de uñas	7.32	3
Todas las anteriores	75.61	31
No Answer	-	3

Fuente: pregunta no.5 del cuestionario aplicado a los usuarios.



Fuente: tabla no.5 pregunta, no.5 del cuestionario aplicado a los usuarios.

El 75% les gustaría realizar todas las actividades propuesta en la encuesta; El 14.63% solo Aplicación de acrílico; El 2.44% les gustaría desarrollar la Preparación de la uña; por último, El 7.61% les gustaría aprender Diseño de uñas.

6. ¿Qué aspecto valora más en un curso virtual de uñas?

¿Qué aspectos valoras mas en un curso virtual de uñas?

Results		
Options	%	Count
Programacion y organización	4.65	2
Instrucciones claras y precisas	39.53	17
Tecnicas innovadoras	20.93	9
Profesionalismo	34.88	15
others	0.00	0
No Answer	-	1

Fuente: pregunta no.6 del cuestionario aplicado a los usuarios.



Fuente: tabla no.6 pregunta, no.6 del cuestionario aplicado a los usuarios.

El 39.53% valoran más las Instrucciones claras y precisas en un curso virtual para uñas; El 4.65% solo la Programación y organización; El 20.93% Valoran más las Técnicas innovadoras; y por último el 34.88% Valoran el Profesionalismo en un curso virtual de uñas.

7. ¿Qué tipo de situaciones de insatisfacción has visualizado en los videos o tutoriales de uñas online?

¿Qué tipo de situaciones de insatisfacción has visualizado en los videos o tutoriales de uñas online?

Results

Options	%	Count
Contenido deficiente	16.67	7
Falta de profesionalismo	14.29	6
Instrucciones confusas	38.10	16
Mala calidad de la imagen	23.81	10
others	7.14	3
No Answer	-	2



Fuente: pregunta no. 7 del cuestionario aplicado a los usuarios.

Fuente: tabla no.7 pregunta, no.7 del cuestionario aplicado a los usuarios.

De acuerdo con las situaciones insatisfactorias que han visualizado en los videos o cursos tutoriales de uñas el 38.10% han visualizado Instrucciones confusas; El 16.67% han visualizado un Contenido deficiente; el 14.29% han visualizado mucha Falta de profesionalidad; el 23.81% han visualizado una Mala calidad de imagen; y finalmente un 7.14% Otros.

8. ¿Cuál es tu mayor preocupación en el momento de comprar curso online de uñas?

¿Cuál es tu mayor preocupación en el momento de comprar cursos online de uñas?

Results

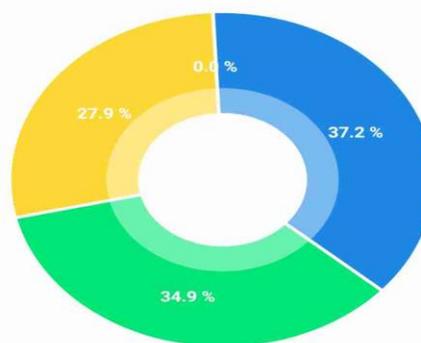
Options	%	Count
Publicidad engañosa	37.21	16
Perdida de dinero	34.88	15
Contenido de baja calidad	27.91	12
others	0.00	0
No Answer	-	1

Fuente: pregunta no.8 del cuestionario aplicado a los usuarios.

¿Cuál es tu mayor preocupación en el momento de comprar cursos online de uñas?

PIE CHART

- Publicidad engañosa - 16
- Perdida de dinero - 15
- Contenido de baja calidad - 12
- others - 0



Fuente: tabla no.8 pregunta, no.8 del cuestionario aplicado a los usuarios.

Al momento de comprar cursos online el 37.21% le preocupa encontrar una Publicidad engañosa; El 34.88% tiene una mayor preocupación de una Perdida de dinero; y por último el 27.91% le preocuparía encontrar al momento de comprar su curso online un Contenido de baja calidad.

9. ¿Cómo le gustaría que se programen los cursos de uñas online?

¿Cómo le gustaría que se programen los cursos de uñas online?

Results

Options	%	Count
Cursos pregrabados de acceso abierto	27.91	12
Cursos en vivo con dos o mas enc...	27.91	12
Cursos en vivo con un encuentro de d...	44.19	19
others	0.00	0
No Answer	-	1

¿Cómo le gustaría que se programen los cursos de uñas online?

PIE CHART

- Cursos pregrabados de acceso abierto - 12
- Cursos en vivo con dos o mas encuentros de dos ...
- Cursos en vivo con un encuentro de dos o tres ho...
- others - 0



Fuente: pregunta no.9 del cuestionario aplicado a los usuarios.

Fuente: tabla no.9 pregunta, no.9 del cuestionario aplicado a los usuarios.

Para un buen aprendizaje en la programación del curso un 44.19% prefiere tener los cursos en vivo con un encuentro de dos o tres horas a la semana; El 27.91% prefiere los cursos pregrabados de acceso abierto; y por último el 27.91% les gustaría los Cursos en vivo con dos o más encuentros de dos horas a la semana.

10. ¿A través de que medio o plataforma virtual te gustaría realizar el curso de uñas online?

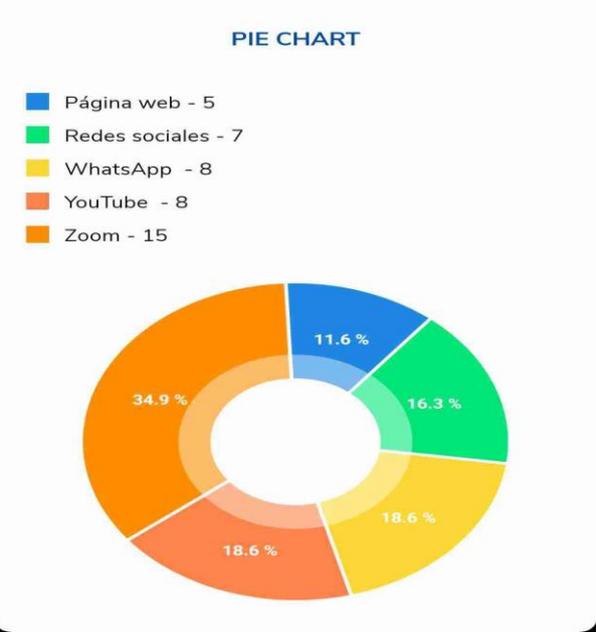
¿A través de que medio o plataforma virtual te gustaría realizar el curso de uñas online?

Results

Options	%	Count
Página web	11.63	5
Redes sociales	16.28	7
WhatsApp	18.60	8
YouTube	18.60	8
Zoom	34.88	15
No Answer	-	1

Fuente: pregunta no.10 del cuestionario aplicado a los usuarios.

¿A través de que medio o plataforma virtual te gustaría realizar el curso de uñas online?



Fuente: tabla no.10 pregunta, no.10 del cuestionario aplicado a los usuarios.

El 34.88% consideran Zoom como buena plataforma para la realización de cursos online; el 11.63% consideran vía Página web; el 16.28% Les gustaría vía Redes sociales; el 18.60% consideran por WhatsApp; y finalmente el 18.60% les gustaría vía Youtube.

11. ¿En qué formato desearía recibir los cursos de uñas online?

¿En qué formato desearía recibir los cursos de uñas online?

Results

Options	%	Count
Videos en vivo	53.49	23
Videos pregrabados	46.51	20
No Answer	-	1



Fuente: pregunta no.11 del cuestionario aplicado a los usuarios.

Fuente: tabla no.11 pregunta, no.11 del cuestionario aplicado a los usuarios.

El 53.4% desearían recibir Videos en vivo para el aprendizaje del curso de uñas online; a lo que un 46.51% prefieren los Videos pregrabados para la comodidad de que suceda un imprevisto y no puedan asistir a los en vivos.

12. ¿Qué aspectos considera de mayor importancia en el curso de uñas virtual?

¿Qué aspectos considera de mayor importancia en el curso de uñas virtual?

Results

Options	%	Count
Certificado de participación	30.23	13
Acceso de por vida a los videos p...	4.65	2
Accesoría sobre qué productos usar	23.26	10
Actualizaciones permanentes de lo...	34.88	15
others	6.98	3
No Answer	-	1

Fuente: pregunta no.12 del cuestionario aplicado a los usuarios.

¿Qué aspectos considera de mayor importancia en el curso de uñas virtual?

PIE CHART

- Certificado de participación - 13
- Acceso de por vida a los videos pregrabados - 2
- Accesoría sobre qué productos usar - 10
- Actualizaciones permanentes de los cursos - 15
- others - 3



Fuente: tabla no.12 pregunta, no.12 del cuestionario aplicado a los usuarios.

El 34.88% consideran de mayor importancia las actualizaciones permanentes de los cursos en líneas; el 30.23% prefieren el certificado de participación; el 4.65% desean el acceso de por vida a los videos pregrabados; 23.26% consideran la asesoría sobre qué productos usar; y finalmente el 6.98% Otros.

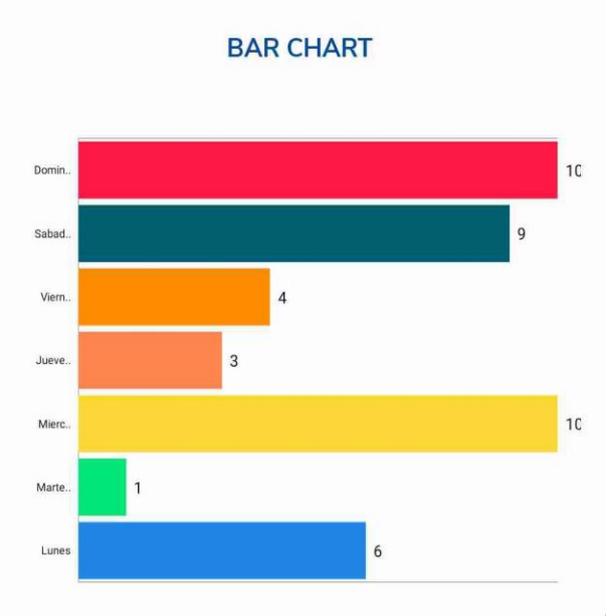
13. ¿Cuáles días de la semana te gustaría tomar el curso de uñas online?

¿Cuáles días de la semana te gustaría tomar el curso de uñas online?

Results

Options	%	Count
Lunes	13.95	6
Martes	2.33	1
Miercoles	23.26	10
Jueves	6.98	3
Viernes	9.30	4
Sabado	20.93	9
Domingo	23.26	10
No Answer	-	1

¿Cuáles días de la semana te gustaría tomar el curso de uñas online?



Fuente: pregunta no.13 del cuestionario aplicado a los usuarios.

Fuente: tabla no.13 pregunta, no.13 del cuestionario aplicado a los usuarios.

El 23.26% consideran tomar el curso de uñas los miércoles y Domingo; el 13.95% les gustaría el lunes; el 2.33% prefieren el martes; el 6.98% prefieren el jueves; el 9.30% prefieren los viernes; y finalmente el 20.93% les gustaría los sábados.

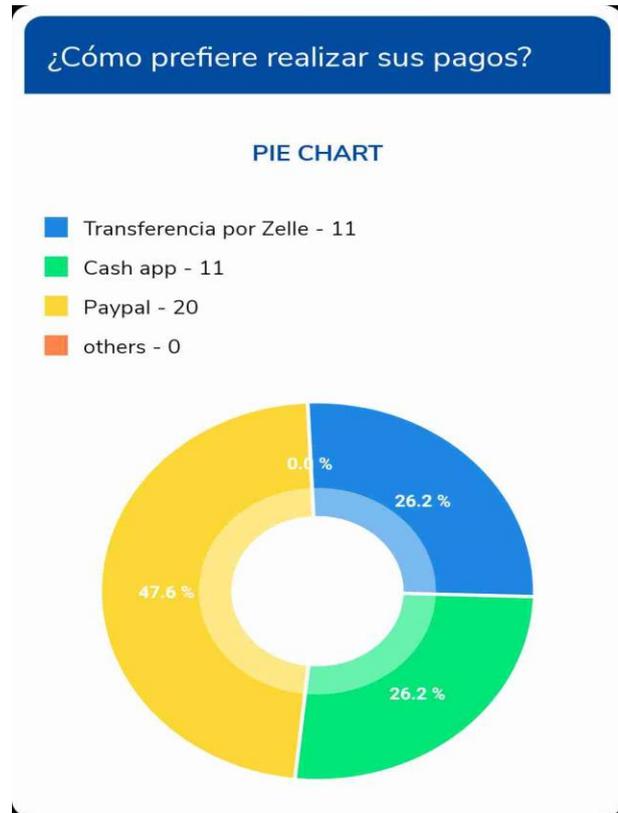
14. ¿Cómo prefiere realizar sus pagos?

¿Cómo prefiere realizar sus pagos?

Results

Options	%	Count
Transferencia por Zelle	26.19	11
Cash app	26.19	11
Paypal	47.62	20
others	0.00	0
No Answer	-	2

Fuente: pregunta no.14 del cuestionario aplicado a los usuarios.



Fuente: tabla no.14 pregunta, no.14 del cuestionario aplicado a los usuarios.

El 47.62% prefiere realizar por comodidad y seguridad los pagos vía PayPal; mientras que el 26.19% prefiere usar Transferencia por Zelle y Cash app.

15. Si tu experiencia es satisfactoria. ¿Recomendarías un curso de uñas online?

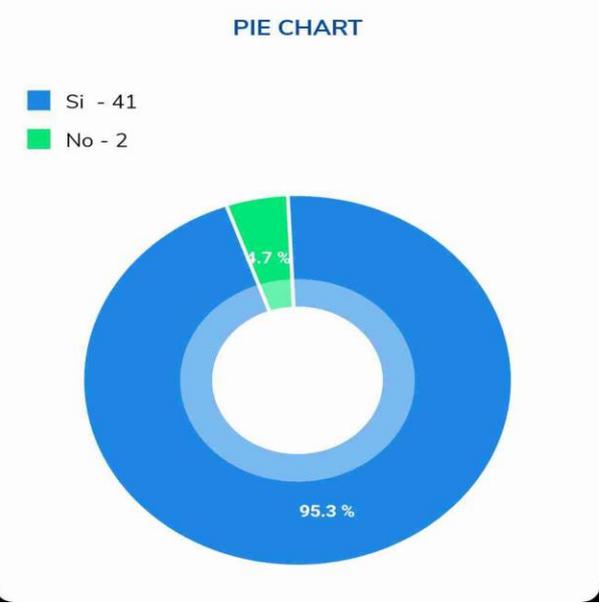
Si tu experiencia es satisfactoria.
¿Recomendarías un curso de uñas online?

Results

Options	%	Count
Si	95.35	41
No	4.65	2
No Answer	-	1

Fuente: pregunta no.15 del cuestionario aplicado a los usuarios.

Si tu experiencia es satisfactoria.
¿Recomendarías un curso de uñas online?



Fuente: tabla no.15 pregunta, no.15 del cuestionario aplicado a los usuarios.

El 95.35% de nuestras encuestadas están dispuestas a recomendar los cursos online de uñas; y finalmente un 4.65% por su experiencia no recomendarían estos cursos en líneas.

ESTRUCTURA MERCADOLÓGICA

3.1 Descripción del Mercado Meta.

El objetivo del mercado meta está dirigido a mujeres de 18 o más de 36 años, entre clase media y alta, amas de casa, empresarias, empleadas públicas y privadas, con culturas diferentes con el objetivo de alcanzar mujeres en cualquier parte de los Estados Unidos y Santo Domingo, que están dispuestas a pagar vía transferencia por Zelle, cash app y PayPal un curso o taller de uñas acrílicas para su uso personal o empresarial.

Entre las necesidades, deseos o expectativas, afirman el deseo de aprender habilidades de aplicación de acrílico, preparar una uña, técnicas 3D y diseños que estén a la vanguardia y que sean sofisticados, valorando los aspectos de la programación y organización, las instrucciones claras y precisas, y mucho profesionalismo a la hora de tomar el curso online. Les preocupa que a la hora de comprar este servicios la publicidad sea engañosa, pierdan su dinero y que el contenido sea de baja calidad.

La principal idea del mercado meta es que entre el objetivo que va dirigido el servicio puedan satisfacer de manera positiva el aprendizaje a desarrollarse en cada programación, a través de medios o plataformas como páginas web, redes sociales, WhatsApp, YouTube o en su mayoría por zoom, con formatos en videos en vivos y pregrabados, considerando de mayor importancia las actualizaciones de los cursos online.

3.2 Estrategias de producto.

- Curso online de Diseños en 3D se diseñan con el material de acrílico dándole vida con colores a los diseños de flores, dibujos animados, entre otros. Tendrá dos de encuentros a la semana de 2 horas.
- Curso completo de básico de uñas aprendiendo, preparación, limado, higiene, aplicación de acrílico, formas de tip, diseños comerciales 4 horas los sábados o domingos.
- Cursos Avanzados preparación limado, estructura y parámetro comercial, colorimetría, preparaciones, combinaciones, poco relieve, técnica comercial. Con una duración de 8 horas. Tiene el beneficio de tomarlos en dos días.

3.3 Estrategias de precios.

- Curso online de Diseños en 3D por el precio de us\$100.00 (Se ha definido una ganancia de 60%).
- Curso completo de básico de uñas por el precio de us\$150.00 (Se ha definido una ganancia de 65%)
- Cursos avanzados por el precio de us\$175.00 (Se definido una ganancia de 70%)
- Por cada transacción de pago a través de Cash App o PayPal se cobrará un extra de us\$2.00.

Precios promocionales.

Estas acciones se llevarán a cabo para atraer al cliente y para darle apertura el proyecto estipulado.

- Las primeras personas inscritas no tendrán que pagar depósito para separar el curso.
- Las personas que sugieran la página web y se inscriba tendrán un 10% de descuento en su próximo taller o cita.
- Precios promocionales Flash donde los cursos estarán a mitad de precio y caducarán en un plazo de 5 horas.

3.4 Estrategias de distribución.

Los medios de distribución son los más importantes para proyectar una empresa con el avance de la tecnología, el mundo digital crece de forma exponencial; es por ello por lo que los medios de distribución digital toman más fuerza cada día.

Estas estrategias digitales son las que esta empresa va a implementar para obtener una mejor proyección a través de anuncios y publicidad, con el objetivo de atraer e incentivar al interesado en aprender de estos cursos.

Social Media Marketing (SMM)

Entre los puntos de exhibición y ventas del servicio de cursos online con estos canales de distribución se puede llegar a los clientes objetivos mediante la participación directa, es decir un contacto personal.

Entre los canales de distribución de SMM, se encuentran:

- Facebook. <https://www.facebook.com/krolanails> Anuncio en videos y diseñar la publicad para darse a conocer el curso online.
- YouTube. Krola Nails. Subir a esta plataforma los videos realizados en vivos, para facilitar al participante verlos nuevamente.
- Twitter. Propaganda del curso, fotos y videos.
- Instagram. @krolanails: postear los videos y anuncios de la realización del nuevo servicio online.
- LinkedIn. Conectar las plataformas virtuales donde se estará realizando el servicio y también los métodos de pagos.
- Página web como www.krolanails.com.

3.5 Estrategias de comunicación.

Tácticas promocionales

- las primeras 5 personas que se inscriban en el curso, recibirán bonos para futuros cursos y kits de productos de uñas.
- Elaboración de material de apoyo, donde estarán las explicaciones teóricas, se harán en formato digital.
- Certificado de participación que le servirá en el transcurso de su carrera como un aprendizaje más.

Tácticas publicitarias promocionales:

- Elaboración de mini videos promocionales, se considera que con los videos se atrae muchos espectadores e interesados en aprender de esta técnica.
- Regalo sorpresa para las primeras 5 personas en inscribirse.
- Código de descuento del %10 con la marca de fantasy nails.

Tácticas promocionales de medios.

- Las promociones se realizarán por medios de las principales redes sociales, como Facebook e Instagram. A través de @krolaNails.
- habrá videos de catálogo de fotos y premios.

Tácticas de ventas:

- Se pretende realizar un catálogo de fotos pdf para los diferentes tipos de habilidades que se van a realizar entre ellas fotos de calidad del resultado de cómo preparar unas uñas, y de cuales diseños aprenderán en el curso.
- Mini videos
- Fotos

Tácticas de relaciones públicas.

Patrocinar a través de la página web www.krolanails.com las promociones del curso digital, con un enlace directo desde las plataformas de redes sociales para que reciba la información necesaria, con una publicidad llamativa.

.

ESTRUCTURA TECNICA

4.1 Principales socios claves del proyecto.

Como accionista esta la propietaria de la empresa Krola Nails, la licenciada en mercadeo y Técnica certificada en uñas acrílicas Carolina Severino.

La empresa cuenta con suplidores que garantiza productos de marca y calidad, tales como: Brito cuba. Indias nails, Amazon, para la realización de uñas acrílicas.

Proveedor de servicios se caracteriza principalmente por servicios intangible, pero así mismo está apoyado por bienes para lograr dicha actividad, como lo son las compañías telefónicas, el internet, luz y otros.

Mediante las plataformas online como la página web www.krolanails.com, y las redes sociales e Instagram, linktree, y Facebook, la empresa va a mostrar sus catálogos, promociones, fotos y videos, para dar a conocer el proyecto.

4.2 Asesores o especialistas de producción y Operaciones.

Los especialistas en producción y operación de la empresa son los encargados de la planificación, control y mejora de los sistemas que producen bienes y en este caso los servicios que la empresa va a ofrecer.

Diseño gráfico. El diseño gráfico es una profesión y disciplina académica cuya actividad consiste en proyectar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales, con objetivos determinados.

Soporte técnico. Es recomendable tener un sistema automático que de soporte en las horas no laborables en caso de que el cliente nos contacte

Manejo de sitios webs. Contaremos con diseñadores de página web, algunas plataformas digitales ofrecen sus servicios.

4.3 Áreas operativas del proyecto.

Gerencia administrativa.

Es la encargada de gestionar todas las funciones administrativas de la empresa.

- Hacer cumplir las normas y políticas de la empresa.
- Administrar los materiales
- Desarrollar decisiones precisas.
- Gestionar la Logística, ingresos y egresos.
- Gestionar promociones y publicidad para la empresa.
- Manejar estrategias de ventas de servicios.

Atención al cliente.

Se necesita escuchar, atender las necesidades del cliente y ofrecer respuestas rápidas cumpliendo con los niveles de exigencia del negocio. Como responder al cliente:

- Realizar una Guía para responder a las preguntas del cliente.
- Canales de atención al cliente disponibles en un e-commerce, como lo son el correo electrónico, redes sociales y el WhatsApp de negocio.

Ventas y gestión de pedidos.

La gestión de pedidos es el proceso desarrollado en una empresa mediante en cuál se organiza, realiza seguimiento y se solicitan las compras de productos o servicios. Esta gestión procura mantener un registro de los pedidos y administración de las personas, procesos y asociaciones necesarias para realizarlos.

Esto consiste en el seguimiento de los pedidos y la gestión de datos en torno al cliente que nos dirigimos.

- Analizar la capacidad de pagos.
- Volúmenes de pedidos
- Seguimiento de inventarios

Producción.

- Realización de contenidos para los cursos online.
- Creación de páginas web.
- Creación de redes sociales.
- Creación de catálogos de fotos.

Facturación y cobros.

- Solicitar el pago de los clientes con facturas digitales.
- realizar un seguimiento de los pagos mediante la aplicación de venta Square.
- Transferencia de pagos a través de la aplicación Zelle y PayPal.

Contabilidad.

- Área responsable del control de gastos e ingresos y de la situación financiera de la empresa.
- Costes de los servicios online.
- Costes de páginas web (Dominio y Hosting)

Legal.

Krola Nails es una empresa Unipersonal esta es la forma más simple de estructura legal para empresas, porque solamente tiene un propietario. No hay diferencia legal entre el dueño y la empresa que es completamente responsable de cualquier actividad relacionada con el negocio.

Compras y control de inventarios.

Es el área responsable de abastecer la mercancía de la empresa y el manejo de lo que existe dentro de ella.

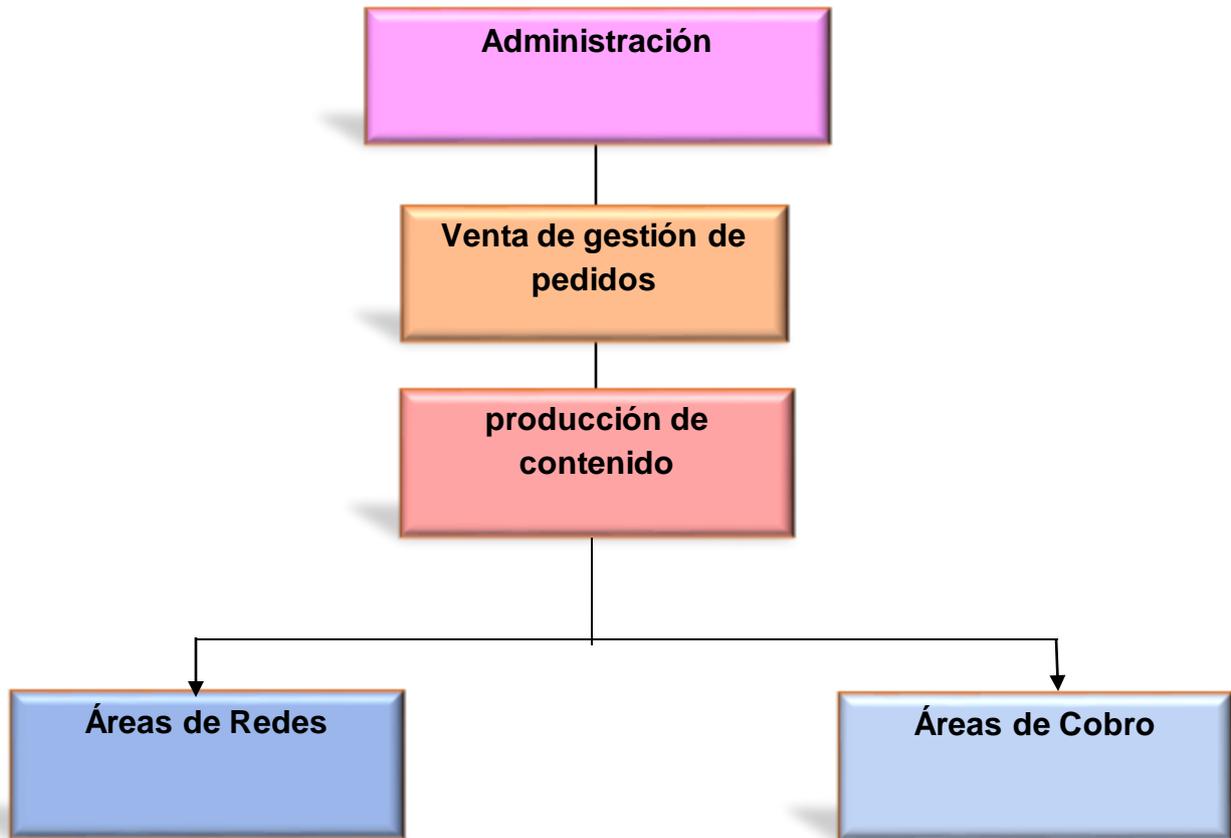
- Lista de equipos para las grabaciones del contenido como, Cámaras y luces.
- Compras de sistemas para la publicidad del contenido.
- Catálogo de contenido de proyección del curso.

Actualización de contenidos online.

Tener una página web o redes sociales actualizada de forma constante por parte de un redactor o generador de contenidos , implica que está siempre va a estar actualizada con contenidos de calidad. Uno de los principales motivos para actualizar una web es tener toda la información al día.

Es por eso por lo que en este proyecto de cursos online tendrá un contenido a velocidad rápida, que la información siempre valla cambiando para que se no se llegue a tener un contenido quebrado obsoleto.

Organigrama.



Horario de trabajo y asistencia al cliente.

- Krola Nails está laborando de lunes a jueves desde las 2:00pm -6:00 y viernes a sábado de 10:00am – 6:00pm, con una asistencia al cliente para tomar Citas previas hasta las 8:00pm.
- Los cursos serán impartidos dos veces a la semana miércoles y domingo con un tiempo establecido de 4 horas, de 2:00pm a 4:00pm.

Políticas operativas del negocio.

Políticas Krola Nails

Trabajo desde casa por ende trabajo por Citas

A través del tiempo que estamos viviendo es OBLIGATORIO tener Mascarillas puestas durante todo el proceso en mi mesa siempre habrá Sanitizer.

- No Acompañantes por favor.
- Confirmar citas antes de las 8pm. vía mensaje directo o WhatsApp.
- También Pueden realizar sus citas directamente en la página (Clic en el botón Booking)
- Si no es una emergencia no doy cita el mismo día.
- NO trabajo encima de otros trabajos (remuevo y aplico todo nuevo)
- Depósito para citas es Requerido sin distinción de cliente y será incluido en el total del servicio (deposito NO es Reembolsable si cancela el mismo día).
- La empresa protegerá en todo momento la información y datos personales de los clientes.

Todo esto para brindarles un espacio cómodo y agradable y puedan sentirse relajadas durante todo el Procesó.

¡¡¡¡Gracias!!!!

Carolina Severino

Certificada en la Florida como técnica en uñas.

Normas laborales.

- Usar el uniforme.
- Tener su licencia al día.
- Elaboración del calendario Laboral.
- Plan de prevención de Riesgos de productos.
- Cumplir con los tiempos estipulados para los talleres.
- Generar una cultura de servicio.
- Implementar mejoras en el servicio.

ESTRUCTURA FINANCIERA.

**PLAN DE INVERSION
Krola Nails.**

Descripción	Costo	Total
Ordenador de mesa o laptop	\$ -	\$ -
Impresora de inyector de tinta	\$ -	\$ -
Mobiliario de oficina	\$ 500.00	\$ 500.00
Dispositivo móvil o Tablet	\$ -	\$ 500.00
Aire acondicionado*	\$ -	\$ 500.00
Hosting y dominio web	\$ 43.00	\$ 543.00
Software especializados	\$ 30.00	\$ 573.00
Soporte técnico	\$ -	\$ 573.00
Diseñador grafico	\$ -	\$ 573.00
Equipos y maquinarias*	\$ -	\$ 573.00
Insumos y materiales	\$ -	\$ 573.00
Materia prima*	\$ -	\$ 573.00
mercancía*	\$ 200.00	\$ 773.00
Suministro electricidad	\$ 30.00	\$ 803.00
Servicios de data o internet	\$ 30.00	\$ 833.00
Embalaje o empaques	\$ -	\$ 833.00
Otros especifique	\$ -	\$ 833.00
Total		\$ 833.00

**Plan de Medios Online
Krola Nails.**

Contenido online	Cantidad	Costo	Importe total
Flyers	4	\$ 5.00	\$ 20.00
Videos	5	\$ 10.00	\$ 50.00
Tutoriales	3	\$ 20.00	\$ 60.00
Catálogos	1		\$ -
Fotos	30		\$ -
Artículos		\$ -	\$ -
Infomerciales		\$ -	\$ -
Publicidad en Youtube	10	\$ 5.00	\$ 50.00
Publicidad en redes sociales	12	\$ 5.00	\$ 60.00
Capsulas informativas		\$ -	\$ -
Otros		\$ -	\$ -
Total		\$ 45.00	\$ 240.00

PROYECCION DE VENTAS POR TEMPORADAS
Krola Nails.

Producto/Servicio	Precio Unitario	MES 1		MES 2		MES 3		MES 4	
		Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta
Cursos básicos	\$ 150.00	1	\$ 150.00	2	\$ 300.00	1	\$ 150.00	2	\$ 300.00
Diseño y 3D	\$ 100.00	2	\$ 200.00	2	\$ 200.00	1	\$ 100.00	3	\$ 300.00
Curso avanzados	\$ 175.00	1	\$ 175.00	1	\$ 175.00	1	\$ 175.00	1	\$ 175.00
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
Totales	\$ 425.00	4	\$ 525.00	5	\$ 675.00	3	\$ 425.00	6	\$ 775.00
Total									\$ 2,400.00

Producto/Servicio	Precio Unitario	MES 5		MES 6		MES 7		MES 8	
		Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta
Cursos básicos	\$ 150.00	2	\$ 300.00	3	\$ 450.00	1	\$ 150.00	3	\$ 450.00
Diseño y 3D	\$ 100.00	2	\$ 200.00	2	\$ 200.00	2	\$ 200.00	2	\$ 200.00
Curso Avanzados	\$ 175.00	1	\$ 175.00	1	\$ 175.00	2	\$ 350.00	1	\$ 175.00
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
Totales	\$ 425.00	5	\$ 675.00	6	\$ 825.00	5	\$ 700.00	6	\$ 825.00
Total									\$ 3,025.00

Producto/Servicio	Precio Unitario	MES 9		MES 10		MES 11		MES 12	
		Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta
Cursos básicos	\$ 150.00	3	\$ 450.00	2	\$ 300.00	3	\$ 450.00	2	\$ 300.00
Diseño y 3D	\$ 100.00	3	\$ 300.00	2	\$ 200.00	1	\$ 100.00	2	\$ 200.00
Curso Avanzados	\$ 175.00	1	\$ 175.00	1	\$ 175.00	2	\$ 350.00	1	\$ 175.00
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
Totales	\$ 425.00	7	\$ 925.00	5	\$ 675.00	6	\$ 900.00	5	\$ 675.00
Total									\$ 3,175.00

<i>Primer cuatrimestre</i>	\$	2,400.00
<i>Segundo cuatrimestre</i>	\$	3,025.00
<i>Tercer cuatrimestre</i>	\$	3,175.00
<i>Total, proyección de ventas</i>	\$	8,600.00

**Estado de Flujos de Efectivo Proforma
Krola Nails.**

Cuentas por cobrar		
Ventas al contado mensual	\$ 700.00	
Ventas a crédito mensual	\$ -	
Otros ingresos	\$ -	
Total, cuentas por cobrar		\$ 700.00
Gastos Operacionales		
Servicio de luz eléctrica	\$ 30.00	
Plan de teléfono fijo y móvil	\$ 25.00	
Plan de internet fijo y móvil	\$ 30.00	
Transporte	\$ -	
Otros	\$ -	
Total, Gastos Operacionales		\$ 85.00
Costos Operacionales		
Hosting y dominio	\$ 43.00	
Software seguridad	\$ 23.00	
Software especializados	\$ 30.00	
Diseño gráfico o contenido web	\$ -	
Embalaje	\$ -	
Envíos	\$ -	
Otros	\$ -	
Total, Costos Operativos		\$ 96.00
Prestamos o financiamientos		
Tarjeta de crédito	\$ -	
Prestamos independiente	\$ -	
Financiamiento bancario	\$ -	
Otros	\$ -	
Total, Prestamos o financiamientos		\$ -
Total		\$ 519.00

**Estado de Resultados Proforma
Krola Nails.**

Ingresos por ventas anuales		
Cursos básicos	\$ 2,400.00	
Diseño y 3D	\$ 3,750.00	
Cursos Avanzado	\$ 2,450.00	
Total, de ingresos		\$ 8,600.00
Costos		
Costos directos	\$ -	
Costos indirectos	\$ -	
Costos fijos	\$ 85.00	
Costos variables	\$ 96.00	
Total, costos		\$ 181.00
Intereses sobre prestamos o imp.		
Financiamientos bancarios	\$ -	
Tarjeta de crédito	\$ -	
Prestamos independientes	\$ -	
Impuestos = 8,600 x 7%	\$ 602.00	
Total, intereses o impuestos		\$ 602.00
Ganancia o Pérdida Neta		\$ 7,817.00

CONCLUSIÓN.

Como resultado de la investigación de este proyecto concluye que la empresa Krola Nails tiene una gran oportunidad de introducirse en este estilo de mercado y con todos los análisis de investigación de cada módulo se obtuvo la información requerida para poder determinar la organización de la empresa y como puede lograr un buen posicionamiento.

Con desarrollar un buen manejo de campañas de publicidad, promoción y plan de marketing se podrá llegar con facilidad a nuestro mercado meta, tanto el estudio organizacional como el estudio financiero, permitieron a la empresa darle una estructura de manera formal de cómo establecer estrategia de acuerdo con las características principales, como también el funcionamiento de esta.

La información recopilada mediante encuestas e internet revelaron resultados muy positivos y márgenes de rentabilidad satisfactorio para el primer año de la puesta en marcha de la empresa y se determinó que siempre que la empresa tenga un buen plan de estrategia mejorara su productividad, a medida que transcurre el tiempo lograra crecer en el mercado y obtener un alta en sus ganancias.

BIBLIOGRAFIA

Cegos Online university. (2020). Qué es el emprendimiento digital. 23/5/2020, de Cegos online university Sitio web: <https://www.cegosonlineuniversity.com/que-es-el-emprendimiento-digital/>.

CAROLINA G. NOMBELA. (17 MARZO 2019). Negocios online: estas son sus ventajas y desventajas. 23/5/2020, de Forbes Sitio web: <https://forbes.es/empresas/41855/negocios-online-estas-son-sus-ventajas-y-desventajas/>

Pau Forner. (2020). Los 10+ negocios online para empezar en 2020. 13/05/2020, de Una Vida Online Sitio web: <https://unavidaonline.com/negocios-online-rentables/>

PABLO RENAUD. (16 FEBRERO 2020). El coronavirus y su impacto en ecommerce. 23/5/2020, de Renaud Sitio web: <https://www.renaud.es/2020/coronavirus-impacto-en-ecommerce/>

Lic. Selvio Guzmán. (2020). ¿Qué Es Un Emprendedor Online y Cómo Es el Proceso de Prueba y Error? 23/5/2020, de Marketing y Redes Sociales Sitio web: <https://marketingenredessociales.blogspot.com/2014/02/que-es-un-emprendedor-online-proceso-de.html>

Soledad Pagés. (febrero 15, 2019). Cómo impulsar el crecimiento de tu empresa a través de las redes sociales de forma orgánica. 23/5/2020, de Workana Sitio web: <https://www.workana.com/blog/emprendimiento/redes-sociales-para-impulsar-crecimiento-de-tu-empresa-de-forma-organica/>

Hotmart. (2018). ¿Cómo vender infoproductos en Internet? 2020, de hormart Sitio web: <https://blog.hotmart.com/es/vender-infoproductos/>

ANEXOS.

ENCUESTA
MODELO DE ACEPTACIÓN CURSOS DE UÑAS ONLINE

1. ¿Tu Edad?
 - a. Menos de 18
 - b. De 19 a 25
 - c. De 26 a 35
 - d. Más de 36

2. ¿Tu Ocupación?
 - a. Ama de casa
 - b. Empleada privada
 - c. Empleada publica
 - d. Empresaria

3. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un taller de uñas?
 - a. Menos de US\$100.
 - b. De us100 A US\$200
 - c. De us\$200 A US\$250
 - d. Más de US\$300

4. ¿Te gustaría realizar Cursos, Talleres o Seminarios de uñas online?
 - a. Si
 - b. No

5. Si tu respuesta es afirmativa, ¿Qué tipos habilidades te gustaría desarrollar en estos cursos d de uñas online?
 - a. Aplicación de acrílico
 - b. Preparación de la uña
 - c. Técnicas 3D
 - d. Diseño de uñas
 - e. Todas las anteriores

6. ¿Qué aspecto valora más en un curso virtual de uñas?
 - a. Programación y organización
 - b. Instrucciones claras y precisas
 - c. Técnicas innovadoras
 - d. Profesionalismo
 - e. Otro

7. ¿Qué tipo de situaciones de insatisfacción has visualizado en los videos o tutoriales de uñas online?
 - a. Contenido deficiente
 - b. Falta de profesionalidad
 - c. Instrucciones confusas

- d. Mala calidad de imagen
- e. Otro

8. ¿Cuál es tu mayor preocupación en el momento de comprar curso online de uñas?

- a. Publicidad engañosa
- b. Pérdida de dinero
- c. Contenido de baja calidad
- e. Otro

9. ¿Cómo le gustaría que se programen los cursos de uñas online?

- a. Curso pregrabados de acceso abierto
- b. Curso en vivo con dos o más encuentros de dos horas a la semana
- c. Curso en vivo con un encuentro de dos o tres horas a la semana
- d. Otra

10. ¿A través de que medio o plataforma virtual te gustaría realizar el curso de uñas online?

- a. Página web
- b. Redes sociales
- c. WhatsApp
- d. Youtube.
- e. Zoom

11. ¿En qué formato desearía recibir los cursos de uñas online?

- a. Videos en vivo.
- b. Videos pregrabados

12. ¿Qué aspectos considera de mayor importancia en el curso de uñas virtual?

- a. Certificado de participación.
- b. Acceso de por vida a los videos pregrabados.
- d. Asesoría sobre qué productos usar.
- e. Actualizaciones permanentes de los cursos.
- f. Otro

13. ¿Cuáles días de la semana te gustaría tomar el curso de uñas online?

- a. Lunes
- b. Martes
- c. Miércoles
- d. Jueves
- e. Viernes
- f. Sábados
- g. Domingo

14. ¿Cómo prefiere realizar sus pagos?

- a. Transferencia por Zelle
- b. Cash app
- c. PayPal

e. Otro

15. Si tu experiencia es satisfactoria. ¿Recomendarías un curso de uñas online?

a. Si

b. No