



“III Edición del programa de formación en competencias emprendedoras e intraemprendedoras PowerYou Business 2025”

# 1. ACTA DE REUNIÓN

FECHA: 8 DE OCTUBRE DE 2024

## Asistentes

- Marta Rubio
- Paula Seda
- Raquel de la Mora
- Alba Moreno
- Lucía Manuela García

## Agenda

- Elección del nombre de equipo
- Elección de portavoz de equipo
- Puesta en común de puntos de unión

## Elección nombre de equipo

- Se sugieren varios nombres por parte de varios integrantes, llegando a la conclusión de que el nombre de equipo será Rubeti

## Elección portavoz de equipo

- Raquel de la Mora

## Puesta en común de puntos de unión

- Gustos/ intereses: moda y maquillaje
- Puntos fuertes: escucha activa, capacidad de esfuerzo y trabajo duro, asertividad, creatividad
- Inspiraciones: un trabajo que nos llene y nos haga felices

## 2. PLAN EJECUTIVO

- Rubeti es una empresa de asesoría de imagen personal y corporativa que busca **transformar la manera en que las personas comunican su identidad** a través de su apariencia. Nos especializamos en servicios personalizados, incluyendo análisis de colorimetría, estilismo, maquillaje, peinado y asesoramiento en redes sociales para ayudar a nuestros clientes a potenciar su presencia tanto en la vida cotidiana como en entornos profesionales.
- Aprovechamos **la digitalización** y las tendencias emergentes para ofrecer consultorías presenciales y online, permitiendo la expansión de nuestro alcance. Nuestra propuesta de valor se basa en la **personalización y la integración de herramientas innovadoras** como software de análisis de color y simuladores de estilo.
- Nuestro modelo de negocio combina ingresos por **sesiones individuales, paquetes premium y suscripciones a planes de asesoría continua**. A medida que crecemos, planeamos expandirnos a otros mercados mediante colaboraciones estratégicas y herramientas digitales.



### 3. EQUIPO

---

#### Marta Rubio

- CEO y asesora de imagen corporativa

---

#### Paula Seda

- Directora creativa y especialista en redes sociales

---

#### Alba Moreno

- Maquillaje y peluquería

---

#### Lucía Manuela García

- Estilista y experta en colorimetría

---

#### Raquel de la Mora

- Experta en Marketing, protocolo y organización de eventos

## 4. ANÁLISIS DE MERCADO DE ASESORÍA DE IMAGEN PERSONAL, CORPORATIVA Y EVENTOS

### 1. PANORAMA ACTUAL DE LA ASESORÍA DE IMAGEN

- **Transformación y Diversificación:** Esta profesión está en un proceso de diversificación y adaptación, buscando crear nichos especializados. Esto incluye el desarrollo de la imagen para videoconferencias, asesorías virtuales y el enfoque en la imagen consciente y sostenible
- **Integración Multidisciplinaria:** La asesoría de imagen combina varios aspectos, como la comunicación, protocolo y habilidades sociales, para mejorar la percepción externa de una persona. Esto refleja una visión más integral y personalizada, que busca no solo una apariencia adecuada sino también el equilibrio emocional y profesional de los clientes
- **Crecimiento del Sector:** Según datos de 2019 y 2020, la asesoría de imagen experimentó un crecimiento constante, con un incremento del 5% anual, llegando a un 9% en 2020. Esto sugiere que, a pesar de su carácter relativamente reciente, hay un interés creciente por este tipo de servicios, reflejando una mayor valoración de la imagen personal y corporativa en distintos contextos profesionales.

### 2. TENDENCIAS Y TEORÍAS RELEVANTES EN LA ASESORÍA DE IMAGEN

- **Métodos Clásicos y Modernos:** La evolución del sector de la asesoría de imagen se ha apoyado en teorías y métodos como la teoría del color de Johannes Itten y la morfopsicología de Louis Corman, entre otros. Estas bases son fundamentales para los profesionales del sector, permitiéndoles ofrecer un servicio más preciso y adaptado a las necesidades de cada cliente. Además, el auge del personal branding en los 2000s resalta la importancia de construir una marca personal sólida, especialmente relevante en entornos digitales y redes sociales.
- **Impacto de la Tecnología y el Cambio Social:** La creciente digitalización y la necesidad de una imagen adecuada para medios virtuales (como videollamadas) destacan cómo la tecnología ha influido en la asesoría de imagen. Esto se conecta con la necesidad de los clientes de mantener una imagen profesional coherente en todos los contextos, incluyendo los digitales.

### 3. Relación con la Industria de Eventos

- **Sinergia entre Eventos y Asesoría de Imagen:** La industria de eventos, que ha vivido un resurgimiento post-pandemia, ofrece un contexto valioso para la asesoría de imagen. Las empresas han redescubierto la importancia de la experiencia de marca y la interacción cara a cara, lo cual resalta la necesidad de una imagen adecuada y profesional en estos encuentros. La creciente inversión en eventos y la preferencia por experiencias inmersivas y saludables, favorece la demanda de servicios de asesoría de imagen.
- **Crecimiento Económico y Oportunidades de Mercado:** El crecimiento de la industria de eventos en 2023 y la previsión positiva para 2024 ofrecen oportunidades para los asesores de imagen que deseen especializarse en la preparación de profesionales y empresas para eventos corporativos. Esto puede incluir asesoramiento sobre vestimenta adecuada, presentación en público y estrategias de marca personal para maximizar la presencia en eventos.
- **Innovación y Adaptación:** La adopción de la inteligencia artificial en la industria de eventos, que facilita la creatividad y la organización, sugiere una apertura a la integración de nuevas herramientas tecnológicas en la asesoría de imagen. Esto podría significar:
  1. La incorporación de software de análisis de color.
  2. Simuladores de estilos.
  3. Otros recursos que potencien la calidad de los servicios de asesoría.

### 4. Desafíos y Perspectivas de Futuro

- **Competencia y Diferenciación:** A medida que la asesoría de imagen se populariza y diversifica, los profesionales nos enfrentamos al reto de diferenciarnos en el mercado. Esto puede lograrse mediante la especialización en nichos, como la asesoría inclusiva y diversa, y la oferta de servicios adaptados a las nuevas necesidades de los clientes (por ejemplo, asesoría para videoconferencias y redes sociales).
- **Enfoque en el Bienestar Integral:** Tanto la asesoría de imagen como la industria de eventos destacan un interés creciente por el bienestar integral. En el caso de la asesoría de imagen, esto se traduce en ayudar a los clientes a proyectar autenticidad y equilibrio emocional. En la industria de eventos, hay un énfasis en experiencias saludables, lo cual resalta una tendencia hacia una imagen que va más allá de lo estético y se enfoca en la autenticidad y el bienestar.

## 5. ASESORÍA DE IMAGEN PERSONAL

---

### ¿POR QUÉ ES UNA BUENA IDEA PARA EL MERCADO?

1. Aumento de la importancia de la imagen personal
  - La asesoría de imagen ayuda a conseguir proyectar la imagen que se quiere transmitir de manera auténtica y efectiva.
2. Aumento de la importancia de la imagen en el ámbito laboral
  - Se busca alinear la imagen con las metas propias y mejorar la presencia pública.
3. Impacto de las redes sociales y la era digital
  - La visibilidad en redes sociales y plataformas digitales aumenta la necesidad de gestionar la imagen personal.
  - Se busca cada vez más optimizar la marca personal y proyectar una coherencia online.
4. Mayor conciencia de la imagen corporal y el bienestar personal
  - El auge de la auto-aceptación y el bienestar personal impulsa la demanda de servicios que aumenten la seguridad y autoestima.
  - La asesoría de imagen ofrece un enfoque global que contribuye al bienestar integral del cliente.
5. Crecimiento del sector de servicios personalizados
  - Se valoran cada vez más los servicios personalizados.
  - La asesoría de imagen ofrece soluciones a medida, reflejando la personalidad y estilo de vida del cliente.
6. Oportunidades en diversos sectores y públicos
  - Se puede aplicar a varios colectivos o targets: ejecutivos, influencers, personas en transición (nuevos empleos, bodas, etc.).
  - Existe la posibilidad de crear servicios especializados para ocasiones específicas o moda sostenible.
7. Tendencia hacia la moda consciente y sostenible
  - La asesoría de imagen puede guiar a los clientes en la elección de prendas éticas, responsables y versátiles

## 8. Posibilidad de expansión digital

- La asesoría de imagen se puede realizar de manera virtual (consultorías online, plataformas digitales).
- Esto permite un mayor alcance y una gran flexibilidad para la empresa y los clientes.

## Conclusión

- La asesoría de imagen personal tiene un excelente potencial de crecimiento por la demanda de servicios personalizados.
- Las tendencias hacia el consumo consciente, la importancia de la imagen digital/profesional y el bienestar personal respaldan su relevancia.
- Es un sector con oportunidades para captar clientes, fidelizarlos y expandirse en mercados digitales.

## • CUÁLES SON LAS DESVENTAJAS Y CÓMO SOLVENTARLO

### 1. Mercado altamente competitivo

- El campo de la asesoría de imagen es en la actualidad muy competitivo, por ello, es importante especializarse en campos concretos de este sector.
- También es importante mantenerse en servicios digitales ofreciendo asesorías online, simuladores del servicio que se requiera (peluquería, estética, estilismo, etc...)

### 2. Dificultad para fidelizar a los clientes

- Ofrecer tarifas más baratas para ocasiones especiales.
- Ofrecer planes de asesoría estacional (planes como revisiones de armarios o compras periódicas).
- Ofrecer servicios como maquillaje, colorimetría, asesoría de comunicación.

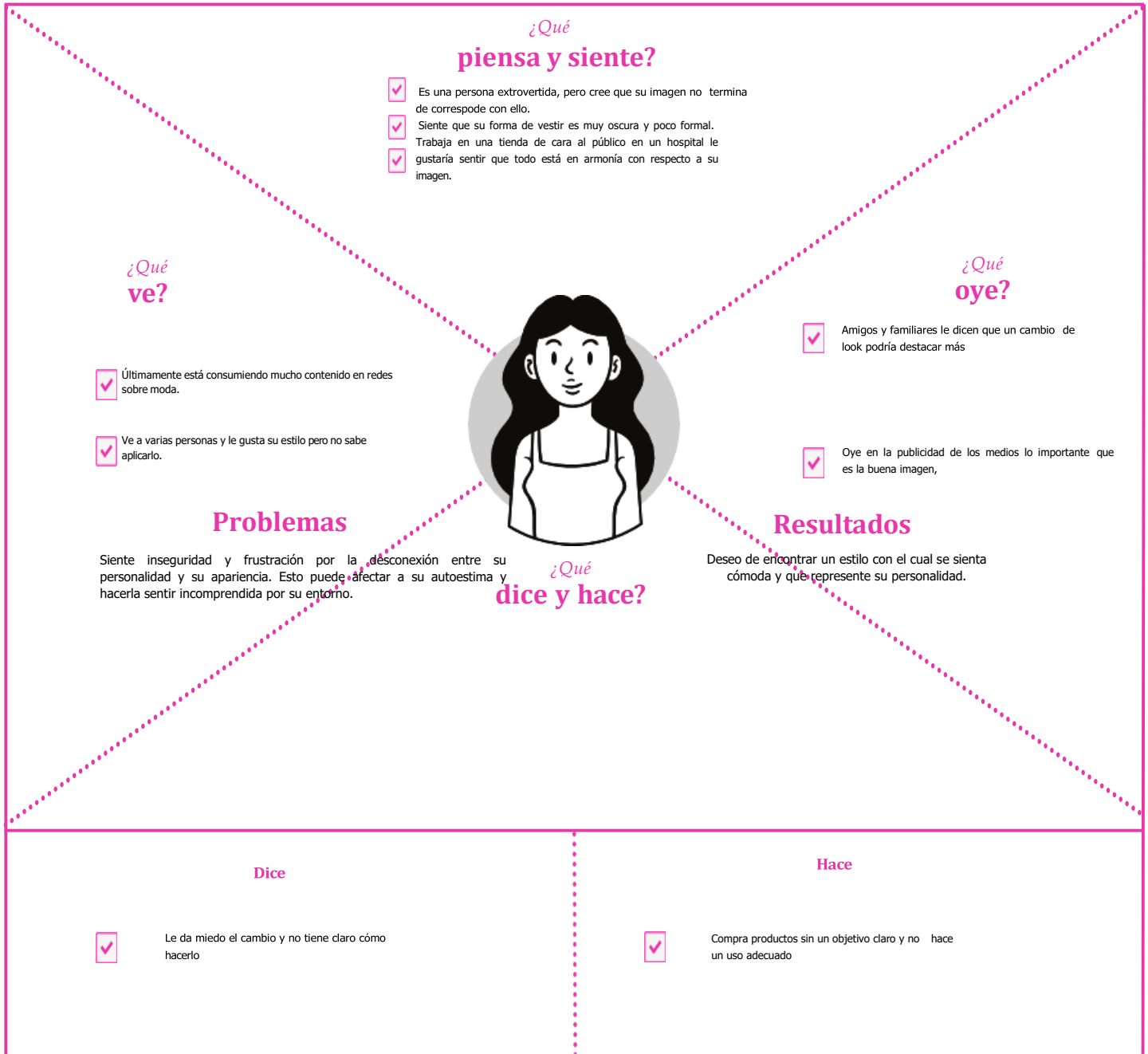
### 3. DIFICULTAD PARA JUSTIFICAR EL PRECIO

- Ofrecer desde los servicios más básicos hasta paquetes premium.
- Informar sobre la necesidad de otros especialistas y comunicar los precios de estos.



## 6. MAPA DE EMPATÍA

Identificando el comportamiento del usuario



## 7. RSC (RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA)

Para nuestra rsc, hemos decidido que queremos tener responsabilidad medioambiental, y económica.

Por ello, haremos promoción del consumo consciente y responsable de moda y productos de belleza que no sean testados en animales y que no sean fabricadas por personas que posean malas condiciones laborales, por otro lado, fomentar el minimalismo para concienciar de vivir con lo esencial sin querer gastar demasiado.

Tendremos alianzas con marcas sostenibles que también promuevan productos de bajo impacto medioambiental.

## 8. HOJA DE RUTA.

### Fase 1: Lanzamiento (0-3 meses)

- **Registro de empresa y formalización legal:**
  - Trámites para constituir legalmente la empresa.
  - Elección de la forma jurídica (autónomo, sociedad limitada, etc.).
  - Registro en la Seguridad Social y Hacienda.
  - Obtención de licencias y permisos.
  - Contratación de seguros.
- **Desarrollo de la página web y redes sociales:**
  - Creación de una página web profesional y atractiva.
  - Establecimiento de una presencia activa en las redes sociales relevantes.
  - Contenido visual de alta calidad y estrategia de interacción.
- **Creación de contenido y estrategia de branding:**
  - Definición de la identidad de marca (nombre, logotipo, colores, etc.).
  - Desarrollo de una estrategia de contenido (publicaciones, artículos, videos).
  - Posicionamiento como experto en asesoría de imagen.
- **Campaña de lanzamiento con influencers y promociones iniciales:**
  - Colaboración con influencers del sector.
  - Promociones y descuentos especiales durante el lanzamiento.

### Fase 2: Expansión Local (4-12 meses)

- **Captación de clientes mediante publicidad segmentada:**
  - Campañas de publicidad online (Google Ads, Facebook Ads, etc.).
  - Publicidad local (revistas, periódicos, eventos).
- **Consolidación de alianzas con marcas de moda y belleza:**
  - Acuerdos de colaboración con tiendas de ropa, salones de belleza, etc.
  - Eventos conjuntos y talleres.
- **Lanzamiento de suscripciones y fidelización de clientes:**

- Programas de suscripción con beneficios exclusivos.
- Estrategias de fidelización (correos personalizados, regalos, comunidad online).
- Participación en eventos y ferias del sector:
  - Presencia en eventos y ferias locales de moda y belleza.

### **Fase 3: Escalabilidad y Digitalización (1-2 años)**

- **Desarrollo de una aplicación móvil con asesoramiento digital:**
  - Aplicación con servicios de asesoría personalizados.
  - Tecnologías como inteligencia artificial y realidad aumentada.
  - Funcionalidades como análisis de imagen y prueba virtual de prendas.
- **Expansión a mercados internacionales con consultorías online:**
  - Servicios de consultoría online a clientes de otros países.
  - Adaptación de servicios y contenido a cada mercado.
- **Implementación de inteligencia artificial en análisis de imagen:**
  - Algoritmos de inteligencia artificial para recomendaciones personalizadas.
  - Herramientas de análisis de color y forma.
- **Creación de cursos y certificaciones online para formar asesores de imagen:**
  - Programas de formación online para asesores de imagen.
  - Certificaciones que avalen conocimientos y habilidades.

## 9. ESTRATEGIA DE PRECIOS.

### Presupuesto aproximado

Producto/servicio	Coste por unidad de producto	Estrategia de precio
Consulta inicial	Gratuita	Penetración
Análisis individual (Colorimetría, morfología...etc)	90€	Precio medio de competencia
Personal shopping	100€	Estrategia basada en el coste
Estilismo	60€	Precio desconectado de competencia
Branding personal	180-750€	Estrategia basada en el valor
Protocolo y usos sociales	95€	Precio primado de competencia

### Total aproximado

Pack asesoría personal	250€
Pack asesoría corporativa	905€

## Finanzas

### Préstamo francés Rubeti

Principal                    20.000  
Años                            5  
T. Int.                         10%

Años	Anualidad	Intereses	Amortización	Cap. Vivo	Cap. Amort.
0				20.000	
1	5.275,95 €	2000	3.275,95 €	16.724,05 €	3.275,95 €
2	5.275,95 €	1672,41	3.603,54 €	13.120,51 €	6.879,49 €
3	5.275,95 €	1312,05	3.963,90 €	9.156,61 €	10.843,39 €
4	5.275,95 €	915,66	4.360,29 €	4.796,32 €	15.203,68 €
5	5.275,95 €	479,63	4.796,32 €	0,00 €	20.000,00 €