

Proyecto Final de Master

Bazart



Bazart

Autores:

Álvaro Gili Pozo

Alberto Tejeda Alcalde

Nathalie Emanuele Borja

Gabriel Antonio Calles Alonso

Tutor:

Julio Alonso Villasevil

Índice

1. Resumen	1
2. Propuesta de valor	2
a. Listado de soluciones que aporta Bazart	4
b. Diferenciación	5
3. Plan de marketing y comercial	6
a. Análisis de mercado	6
▪ Introducción al concepto de artesanía	6
▪ El mercado de artesanía español	6
▪ DAFO del mercado de artesanía español	8
b. Mercado objetivo	11
c. Análisis de la competencia	13
▪ Competidores Directos	13
▪ Competidores Indirectos	13
d. DAFO de Bazart	15
e. Objetivo del plan de marketing	16
f. Marketing Mix	16
▪ Precio	16
▪ Producto	16
▪ Distribución	22
▪ Promoción	23
I. Atracción de clientes	23
II. Retención de clientes	28
III. Fidelización de clientes	30
IV. Captación de Bazarters	30

4. Recursos humanos	31
a. Equipo promotor	31
b. Administración de la empresa	31
c. Comité de Dirección	32
d. Organización funcional de la empresa	32
5. Plan de operaciones	33
a. Proceso de compra	33
b. Funcionalidades de la aplicación informática	34
c. Precios y condiciones de venta	34
d. Responsabilidad del marketing	34
e. Pedidos	35
f. Política de devoluciones	36
g. Pago al Bazarter	37
h. Proceso de verificación de la calidad	38
i. Vinculación con el cliente	42
j. Medios de pago	43
k. Logística	45
l. Sello Confianza Online	47
6. Escalabilidad y crecimiento	48
7. Plan financiero	50
a. Estructura	50
▪ Forma social	50
▪ Financiación	50
▪ Inversión material	51

b. Estados financieros	52
▪ Cuenta de pérdidas y ganancias	52
▪ Costes	52
▪ Estado de tesorería	53
▪ Balance	53
c. Ratio de rentabilidad	54
d. Análisis de la inversión	54
e. Análisis de sensibilidad	55
▪ Escenario optimista	55
▪ Escenario pesimista	56
8. Anexos	57
a. Prototipos Web en diferentes idiomas	57
b. Prototipo Web para dispositivos móviles	61

1. Resumen

Bazart es una empresa de e-commerce, nace con la idea de convertirse en el líder en la venta de productos artesanos online. El objetivo principal de esta empresa es llegar a ser un punto de referencia para todos los artesanos a nivel mundial y así convertir el comercio de los artesanos en algo sostenible y fructífero.

Bazart será una plataforma donde se unirán artesanos alrededor del mundo con sus respectivos compradores de artesanía. En otras palabras, Bazart servirá como un nuevo canal de distribución para los artesanos, agrupándolos en un solo lugar y estableciendo un contacto con su demanda a través de la página web.

Cada artesano podrá abrir su propio virtual shop dentro de Bazart. En estos virtual shops cada uno se encargará de subir una descripción de su producto, categoría, precio, junto con una foto. Se venderán todo tipo de productos artesanos a condición de que pasen nuestra validación.

Se venderá básicamente cualquier producto hecho a mano, lo que incluye arte, fotografía, ropa, joyería, alimentos, baño, productos de belleza, edredones, juguetes etc. En definitiva Bazart ofrece todo tipo de productos artesanos con la salvedad de productos de alimentación u otros considerados poco éticos.

Los procesos de compra y venta de artesanía se harán de manera uniforme para todas las tiendas de artesanos. Además todas las compras realizadas en Bazart tendrán sello de garantía, permitiendo que los clientes no tengan problemas a la hora de devolver la mercancía de no cumplir las expectativas reflejadas en la página web.

Creemos que la garantía para las devoluciones de productos permitirá a los clientes comprar con mayor seguridad y confianza, aumentando su satisfacción y estimulando la recurrencia de ventas.

Bazart desea crear una comunidad abierta donde aprender, compartir, crecer conjuntamente y aunar fuerzas en un sector disgregado. Por ello a partir de ahora a nuestros proveedores/artesanos/colaboradores/asociados se les conocerá como **Bazarters**.

2. Propuesta de valor

La propuesta de valor se divide en dos, propuesta de valor para el cliente final y propuesta de valor para los Bazarters. Bazart actúa de intermediario entre ambas partes por lo que debemos individualizar nuestra propuesta de valor tanto para el cliente como para el artesano.

En cuanto a la propuesta de valor para el cliente final tenemos la conveniencia de tener una tienda online 24 horas 7 días a la semana con productos únicos e irrepetibles, hechos a mano, con garantía de seguridad y respaldados por un programa de Buyer Protection.

La propuesta de valor para los Bazarters es la posibilidad de añadir un canal paralelo de distribución para sus productos, incrementando sus ventas, expandiendo su mercado, además de pertenecer a una comunidad de artesanos. Siendo destacable la externalización de la gestión de los pedidos, marketing y un trato al cliente las 24 horas del día.

Entre los factores que consideramos críticos para diferenciarnos de nuestros competidores están:

El proporcionar a los artesanos las herramientas necesarias para crear su propio virtual shop dentro de Bazart totalmente gratis. A diferencia de nuestra competencia que cobra tanto por abrir el espacio personal dentro de su plataforma como por cada artículo que se pone a la venta. Bazart sólo cobrará una comisión por cada artículo vendido. Esto permite al artesano concentrarse en producir sus artículos dejando el resto en manos de Bazart. Esto beneficiaría al artesano reduciendo sus gastos al prescindir de la necesidad de tener su página web propia. Del mismo modo les brinda la oportunidad de vender sin la necesidad de invertir en marketing.

En Bazart dentro de la virtual shop de cada artesano habrá herramientas que les permitirán mejorar la gestión de sus inventarios, sus pedidos, envíos, devoluciones, y los comentarios de los clientes.

A su vez los consumidores de artesanía se beneficiarán de Bazart al tener una forma cómoda de comprar, con facilidades de devolución si están insatisfechos/as con sus compras, y la posibilidad de dar feedback al artesano. La idea general es agrupar una gran variedad de productos hechos a mano, para que todos los clientes encuentren lo que necesitan en un solo lugar. Creando así una gran comunidad de artesanos y consumidores de artesanía en línea.

Cada producto en Bazart irá acompañado de su correspondiente fotografía de forma que ilustre fielmente la descripción del producto. Todas las fotos que se publiquen en Bazart estarán hechas de forma artística y creativa, siguiendo unas pautas que proporcionaremos a los Bazarters de forma que todas ellas sigan una línea homogénea.

Además los artesanos podrán añadir etiquetas/palabras clave a sus productos para ayudar a los consumidores a encontrarlos. A su vez, la plataforma estará diseñada para que los compradores puedan buscar rápida y específicamente lo que necesiten, así como el origen de los propios productos.

Otro punto clave para diferenciarnos de nuestros competidores es la formación de relaciones estratégicas con los artesanos. Se formarán alianzas con compañías de distribución, para que el coste real de los envíos repercutidos en los clientes sea el menor posible.

Las alianzas con las compañías de tarjetas de crédito permitirán a Bazart ofrecer varias opciones de pago mejorando la experiencia de nuestros clientes.

Además, priorizaremos al cliente proporcionando un servicio excepcional que le permitirá conectar con la marca. Bazart dispondrá de diversas formas de contacto con sus clientes para ofrecerles un servicio excelente y atender todas sus posibles dudas. Contaremos así con un live chat, un número de atención al cliente y la posibilidad de dirigirse a Bazart a través de una dirección de correo electrónico. Todos los departamentos de la compañía van a estar alineados para proporcionar un servicio excelente al cliente durante todos los momentos de la verdad.

a. Listado de soluciones que aporta Bazart

Una vez descubiertas las carencias del mercado de la artesanía en la web, proponemos una serie de soluciones dentro de nuestra plataforma que fundamentan parte de nuestro factor diferenciador.

Al Bazarter

- ✓ Tener una tienda abierta 24/7
- ✓ Nuevo canal profesional de venta
- ✓ No tener que invertir en marketing
- ✓ Aumentar su cartera de clientes
- ✓ Captar demanda de otras regiones
- ✓ Información en tiempo real del éxito de los productos adecuando su oferta en consecuencia
- ✓ Canal de venta no estacional
- ✓ Mayor visibilidad
- ✓ Pertenecer a una comunidad de artesanos
- ✓ Ahorro en una web propia

Al cliente

- ✓ Comprar desde casa
- ✓ Comprar fuera del horario habitual
- ✓ “Feria de Artesanía” abierta todo el año
- ✓ Recomendador de compras
- ✓ Descubrir nuevas necesidades
- ✓ Artículos genuinos, garantía de calidad
- ✓ Buyer protection
- ✓ Facilidad de devolución
- ✓ Búsqueda rápida por etiquetas
- ✓ Chat
- ✓ Diseño accesible, facilidad de uso
- ✓ Gran variedad de artículos

b. Diferenciación

Dentro de la propuesta de valor de Bazart, encontramos una serie de pilares que fundamentarán nuestra diferenciación.

La calidad: Existen varios procesos por los que Bazart verifica la calidad: control en la adhesión de nuevos Bazarters, control en la calidad de los productos y la búsqueda de la excelencia en el servicio. De esta forma, existen diferentes filtros que nos permiten asegurar la calidad en la plataforma, proyectándose en una óptima experiencia de cliente.

Servicio marketing: A través de una fuerte inversión en marketing conseguimos dar a conocer nuestra plataforma tanto a posibles proveedores como a clientes. Esto nos ayuda a retener y fidelizar a nuestros artesanos asociados así como a conseguir un mayor crecimiento en el volumen de ventas.

Comunidad Bazarter: La creación de un punto de encuentro de artesanos permite la unión de los mismos donde compartir conocimiento y profesionalizar su oficio. A través del virtual shop los artesanos no solo muestran sus artículos sino que se dan a conocer a un público objetivo. Al agrupar la demanda en un solo lugar, a pesar de la competencia interna, logramos una sinergia unificando en nuestra plataforma un mayor número de clientes.

Servicio logístico: Al llegar a un acuerdo con una empresa que agrupe un gran número de pedidos conseguimos tener unos precios más competitivos que los que podría tener el artesano en solitario. Contamos con un sistema informático sólido que nos permite tener una mayor agilidad en procesos, facturas, pedidos, envíos, devoluciones.

3. Plan de marketing y comercial

a. Análisis de mercado

Introducción al concepto de artesanía

Dado que nuestra web está basada en los productos artesanos consideramos de vital importancia describir minuciosamente qué son y en qué se diferencian de las manualidades. Este es un tema delicado y reconociendo que el término puede resultar ambiguo pasamos a explicar las diferencias que existen entre ambos.

El concepto de artesanía lo podríamos definir como el trabajo del artesano o el objeto que, a través de procesos manuales y con la ayuda de herramientas básicas o mecánicas resulta en un producto que mantiene la identidad cultural y las raíces comunitarias de la región en la que se creó. Generalmente la materia prima utilizada en la creación es de ámbito local y sólo con el dominio de las técnicas tradicionales transmitidas de generación en generación se pueden imprimir los valores simbólicos que caracterizan la cultura local. El producto artesano se crea con el objetivo de perdurar en el tiempo, de ser único, en contraposición con los objetos creados en serie o industrializados.

Por otro lado, la manualidad consistiría en aquel objeto que a partir de una materia prima prefabricada y luego de un proceso de transformación resulta en un producto semiindustrializado. El desarrollo del mismo carece de unas técnicas de tradición cultural, de la ideología de la sociedad que los crea o del simbolismo asociado a esa región. El origen puede ser individual o familiar, sin embargo tanto los diseños como la decoración obedecen a modas y suelen tender a la estandarización de su producción en cuanto se convierten en un producto popular.

El mercado artesanal español

Cada una de las regiones que en la actualidad forman España, guardan una exquisita cultura artesanal propia, transmitida entre generaciones a lo largo del tiempo, dando así lugar a una gran variedad de oficios y productos del país que son reconocidos internacionalmente como unos de los mejores del mundo. Esto brinda la oportunidad de poder llevar la artesanía tradicional al mundo web.

A su vez, el comercio electrónico continúa creciendo y el miedo que la población en general sentía a la hora de comprar online por desconocimiento va perdiendo fuerza.

La artesanía en España es amplia, y diversa. El Real Decreto 1520/1982 del 18 de Junio sobre Ordenación y regulación de la Artesanía, establece que “Se considera artesanía la actividad de producción y reparación de bienes mediante un proceso en el que la intervención personal es un factor predominante, obteniendo un resultado final individualizado que no se acomoda a la producción industrial totalmente mecanizada o en grandes series”. Sin embargo cada comunidad autónoma ha asumido competencias propias en materia de artesanía.

Tradicionalmente, según zona geográfica, en España podemos encontrar:

- Cerámicas (Castilla y León, la provincia de Granada, en Talavera de la Reina, en Asturias o en Canarias)
- Vidrios (Segovia)
- Trabajo en madera (Galicia, Asturias, Cataluña, Castilla y León, Islas Baleares y Andalucía)
- Cuero (Huelva, Sevilla, Albacete y Madrid)
- Cestería, esparto (Andalucía, Extremadura, Castilla y León, Aragón o Valencia)
- Metales (Toledo)
- Tejidos y bordados (León, Salamanca, Segovia, y Galicia)

Registro de artesanía

El registro de artesanía tiene como finalidad la integración administrativa de todas las personas y empresas que se dedican a la artesanía en todas y cada una de las comunidades autónomas. En España, los artesanos pueden certificar la autenticidad de su producción mediante la obtención del “carné artesano” correspondiente a su oficio. Los carnés artesanos son otorgados por cada comunidad autónoma.

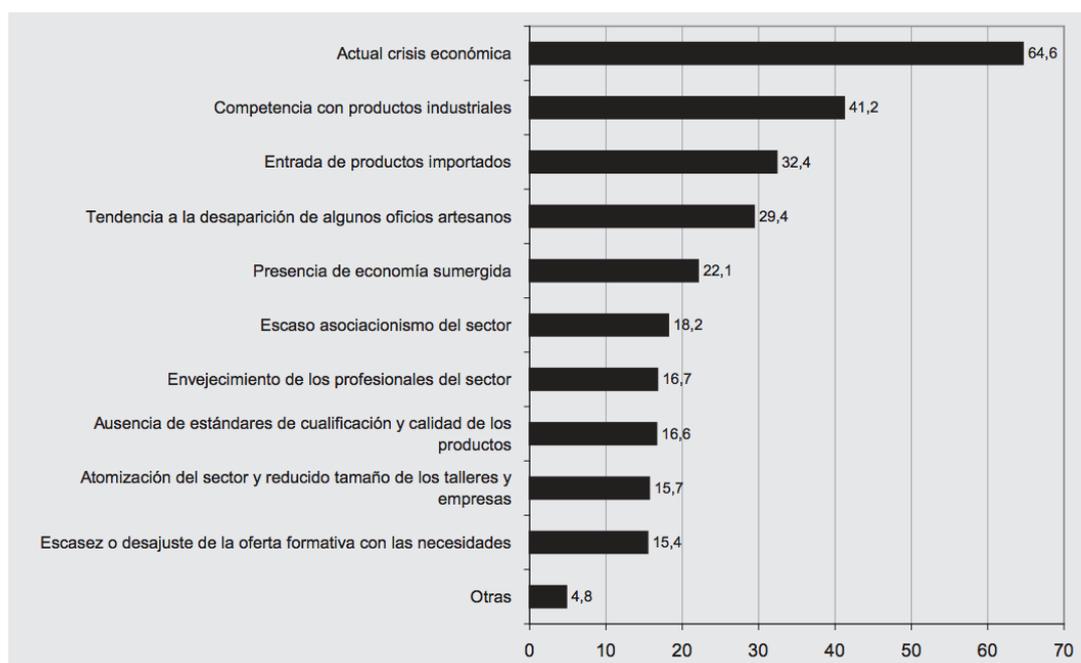
Esta gran cantidad de oferta da una oportunidad increíblemente valiosa para poder llevar la artesanía tradicional al mundo web abriendo nuevos horizontes, y ampliando así la productividad y competencia de los artesanos mediante la comercialización agrupada.

DAFO del mercado artesanal español

Amenazas

Dentro de las posibles amenazas, la más acusada por las empresas del sector de artesanía es la crisis económica actual, afectando especialmente a los sectores de cuero, textil, y cerámica. Otras amenazas son los productos sustitutivos industriales, productos importados, y la tendencia a la desaparición de algunos oficios artesanos.

Gráfico 1. Amenazas de las empresas artesanas. Porcentaje sobre el total de empresas.



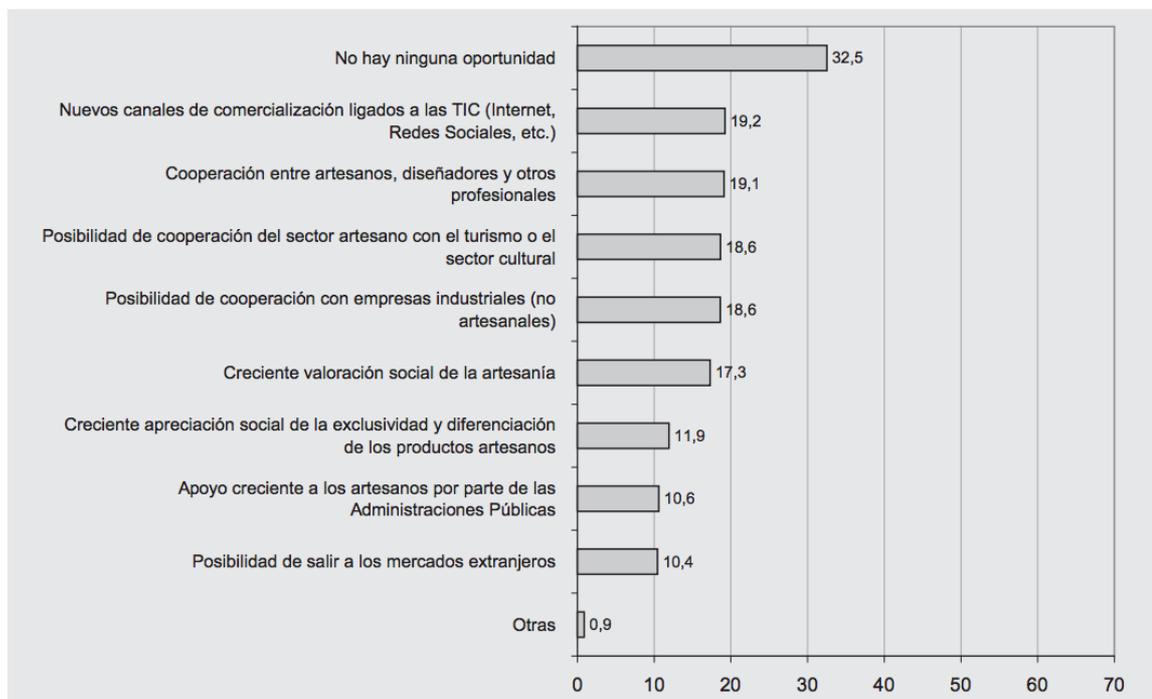
Fuente: Encuesta sobre la competitividad de las empresas artesanas españolas 2010.

Oportunidades

Las oportunidades del sector artesanal de cara al futuro pasan por la revalorización de sus productos gracias al marketing, la creciente apreciación social de la exclusividad y diferenciación además de la introducción del e-commerce y las nuevas tecnologías.

Un elemento clave será la cooperación entre los artesanos, diseñadores, y otros profesionales.

Gráfico 2. Oportunidades de las empresas artesanas. Porcentaje sobre el total de empresas.

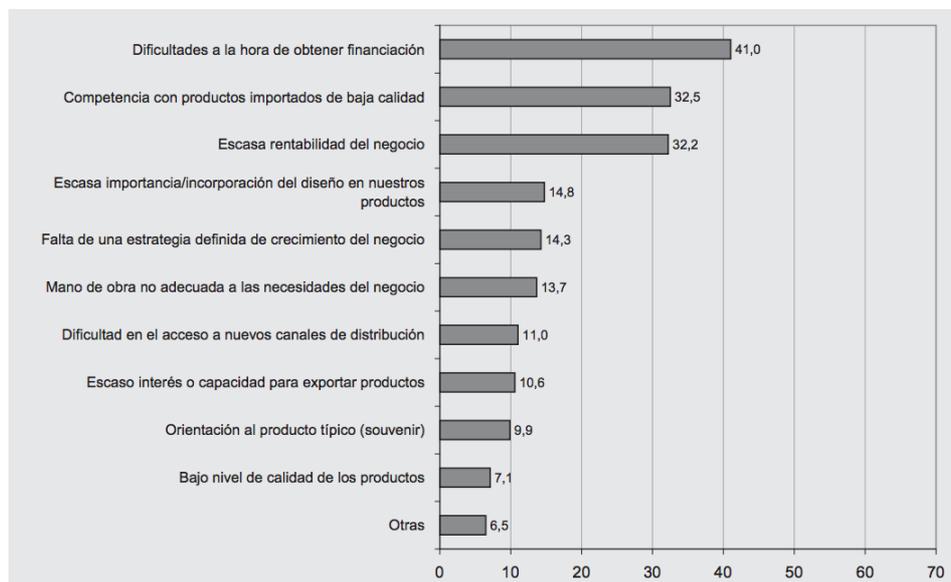


Fuente: Encuesta sobre la competitividad de las empresas artesanas españolas 2010.

Debilidades

Dentro de las debilidades podemos destacar las dificultades a la hora de obtener financiación. También mencionar la escasa importancia del diseño en los productos, falta de una estrategia definida para el crecimiento del negocio, y la menor implantación de tecnologías en procesos y productos.

Grafico 3. Debilidades o desventajas de las empresas artesanas españolas. Porcentaje sobre el total de empresas.

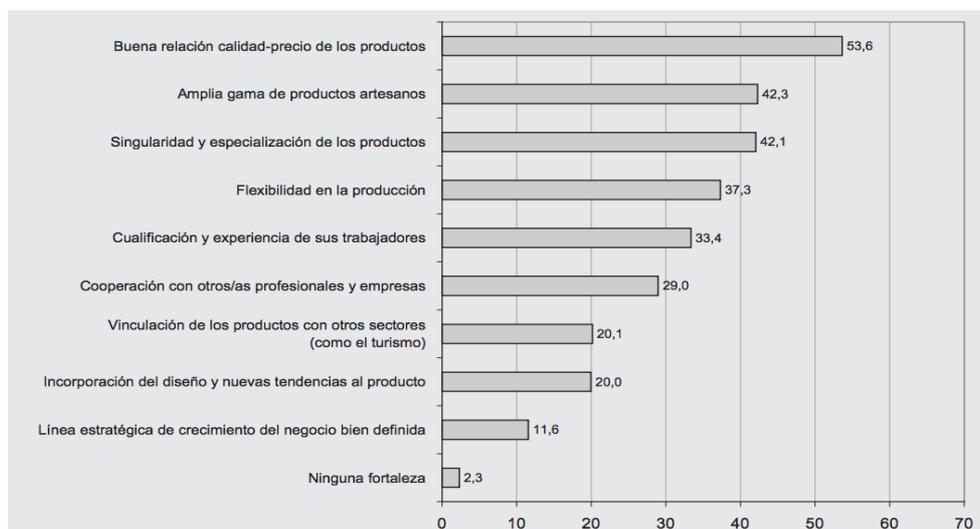


Fuente: Encuesta sobre la competitividad de las empresas artesanas españolas 2010.

Fortalezas

La relación calidad-precio predomina como la mayor fortaleza de los artesanos, seguida por la amplia gama de productos y la singularidad de los mismos. También consideran importante la flexibilidad en la producción y la cooperación con otros artesanos y empresas como otras fortalezas.

Gráfico 4. Fortalezas de las empresas artesanas. Porcentaje sobre el total de empresas.



Fuente: Encuesta sobre la competitividad de las empresas artesanas españolas 2010.

b. Mercado objetivo

Para el desarrollo del plan de marketing es necesario dividir nuestro mercado objetivo en dos: Los vendedores artesanos y los consumidores de artesanía, ya que para estos dos grupos tendremos estrategias diferenciadas.

Vendedores Bazarters

En los/as artesanas vendedores/as el perfil mayoritariamente serán mujeres. Por lo general tendrán entre 30 y 50 años, ya que existen informes que indican que ha habido un fuerte envejecimiento del sector, estas personas tienen formación desde su juventud. Actualmente los jóvenes que han hecho bellas artes o diseño gráfico muestran curiosidad por la artesanía.

Nuestro mercado objetivo es gente creativa, les gusta usar sus manos, graduados del instituto, y pueden estar solteros o casados. Su salario va desde los 15,000 euros para arriba. Los artesanos de Bazart irán desde los aficionados artistas profesionales que utilizan el sitio para ganarse la vida, hasta los que solo lo hacen por hobby y tienen otro trabajo como fuente principal de ingreso.

Compradores de artesanía

En este punto vamos a pasar a analizar el perfil del comprador online y sus principales características. En esencia el perfil de nuestro cliente es el de un internauta con edad comprendida entre los 25 y 49 años, con estudios secundarios o universitarios, de nivel socioeconómico medio o medio alto, trabajadores en activo a tiempo completo y residentes en capitales o hábitats urbanos de más de 100.000 habitantes. Se consideran personas tecnológicas, utilizan social media en especial: Facebook, Twitter e Instagram. También tienen una preferencia por la comodidad de comprar online.

A continuación analizaremos los hábitos de compra de nuestro comprador online:

- ✓ El lugar preferido para realizar las compras online sigue siendo el hogar, de hecho nueve de cada diez compradores realiza sus compras desde la comodidad de su casa. La empresa o lugar de trabajo se mantiene en segunda posición. Cabe destacar el aumento de las compras en movilidad que aumentan hasta situarse en el 8%.
- ✓ En cuanto a la frecuencia de compra online, el 8,3% de los compradores lo hace cada semana o quincena. Aquellos que compran al menos una vez al mes representan un 16,8%.
- ✓ Los principales métodos de búsqueda de información siguen siendo la búsqueda online y a través del móvil.
- ✓ Más de un 60% de los internautas que compran online prefieren pagar a través de tarjeta de crédito o débito. No obstante, esta cifra está descendiendo mientras que crece proporcionalmente la de aquellos que utilizan plataformas de pago electrónicas (PayPal, Google Wallet) y que se sitúa en segunda posición con un 15%. Como tercera opción se mantiene el pago contra reembolso. La tarjeta prepago incrementa su uso (7,2%) situándose como cuarta opción de preferencia. Finalmente transferencias bancarias, domiciliación bancaria y tarjetas propias del establecimiento tienen una incidencia poco significativa.
- ✓ Otro medio que poco a poco va creciendo es el de los internautas que utilizan las redes sociales como plataforma de compra, 1 de cada 3 ha establecido una relación con la marca de esta manera.

c. Análisis de la competencia

Competidores Directos

Artesanum: Es el mayor mercado online de artesanía en España, por tanto nuestra mayor competencia. Aquí se pueden comprar diseños exclusivos y personalizados directamente al artesano en todas partes del mundo.

Singularu: La compañía valenciana es uno de nuestros competidores directos más fuertes, vende objetos artesanos únicos con sello de calidad. Entre su repertorio se pueden encontrar muebles, joyas, piezas de cerámica, y objetos decorativos. Ganó el premio e-awards 2014 por su capacidad de adaptación del mundo offline al mundo online.

Dawanda: Su modelo de negocio compagina tienda de artesanía con productos de tipo manualidad, es decir, no tienen sello artesano ni de calidad, pero son cosas hechas por diseñadores a mano. Entre sus principales categorías de productos están los bolsos, las cosas vintage, moda, accesorios, y joyas.

Blonic: En su página web se pueden comprar productos realizados por artesanos, artistas locales, e incluso gente que hace cosas por hobby. Venden cosas auténticas de moda, niños, hombres, joyas, bisutería y decoración,

The flea: Se encarga de la venta de productos más Premium y caros. Este modelo no permite a artesanos abrir su propia tienda.

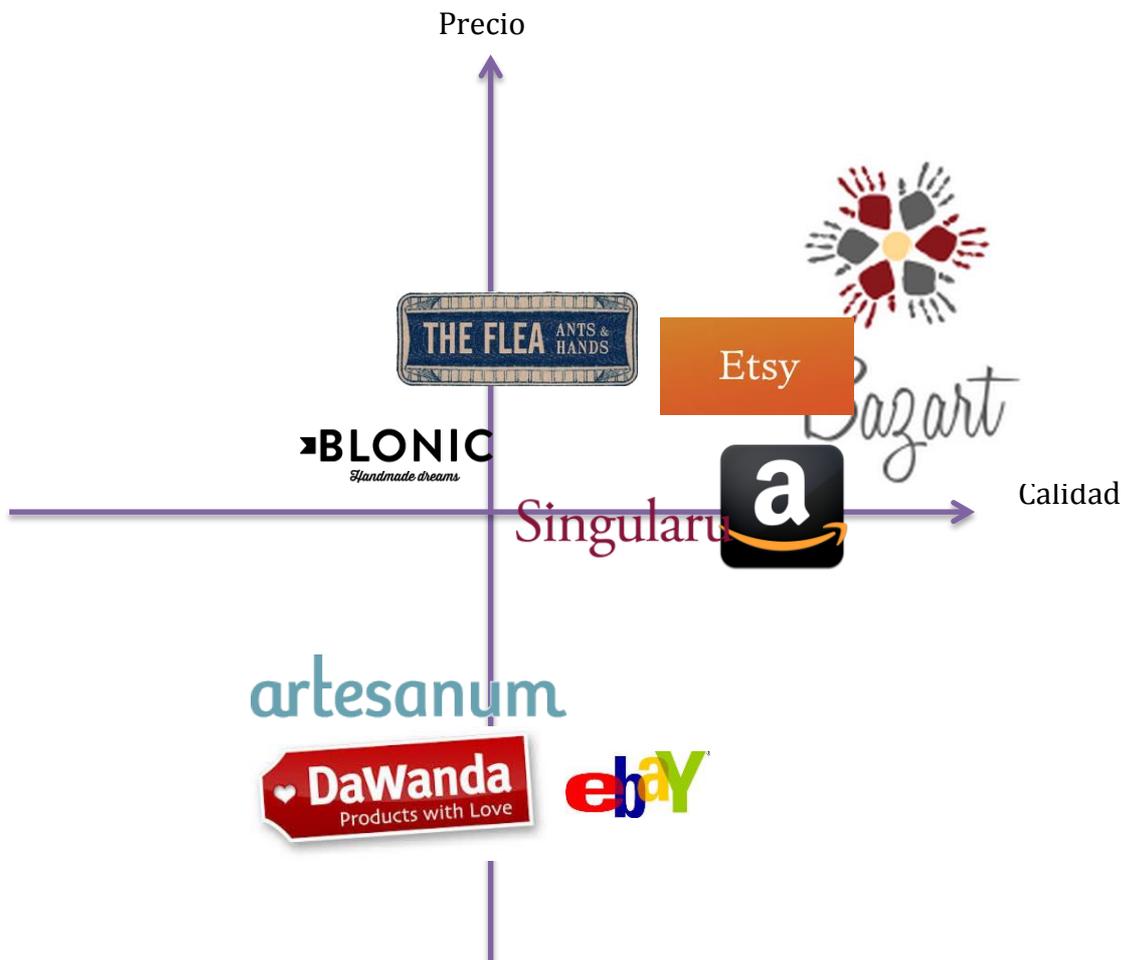
Etsy: Sitio web de comercio electrónico centrado en cosas hechas a mano. Estos artículos cubren una amplia gama, incluyendo el arte, la fotografía, la ropa, las joyas, comida, baño, productos de belleza, edredones, chucherías y juguetes.

Competidores Indirectos

Ebay: Empresa multimillonaria de e-commerce Americana fundada en 1995. Tiene operaciones en más de 30 países, hace subastas en línea, y compras de una gran variedad de productos y servicios en todo el mundo.

Amazon: Es una plataforma de comercio electrónico donde la empresa ofrece sus productos además de dar soporte a otras empresas y particulares para vender sus propios artículos. Consideramos Amazon como competencia indirecta debido a su gran diversificación en productos que pueden ser considerados sustitutos de nuestros artículos. En la actualidad trabaja en diversos sectores ofreciendo desde DVDs, música, software, electrónica, ropa, muebles, libros etc.

Grafico 5. Posicionamiento de Bazart.



d. DAFO de Bazart

Fortalezas

- Productos únicos, singulares
- Calidad garantizada
- Amplia selección de productos
- Facilidad de compra y devolución
- Cooperación entre artesanos
- Canal de venta no estacional
- Captar demanda de otras comunidades

Debilidades

- Productos caros
- Poco/nada de control sobre producción
- Empresa nueva
- Alta inversión inicial
- Necesidad de educar a una parte de los artesanos

Oportunidades

- La artesanía en España es muy valorada lo que presenta una oportunidad para captar Bazarters y clientes
- Lo importante que es para compradores de artesanía la calidad de los productos
- Modificación de los estilos de vida actuales enfocado a un aumento de la tendencia de las compras online.
- Acercar las nuevas tecnologías a un sector muy tradicionalista
- Incrementar el valor de los productos gracias al marketing
- Aumentar el volumen de negocio a los artesanos

Amenazas

- La crisis económica actual
- La competencia directa e indirecta
- Productos do it yourself
- Posible rechazo de los artesanos a las nuevas tecnologías

e. Objetivos del Plan de Marketing

- Dar a conocer Bazart a nuestros dos mercados objetivos.
- Captación, retención y fidelización de clientes y Bazarters.
- Conseguir 25,000 visitas mensuales a nuestra web antes de cumplir un año.
- Mantener un crecimiento constante de ventas.
- Disminuir en lo posible los costes de adquisición de los clientes.

f. Marketing mix

Precio

Bazart no fija precios, son los artesanos los encargados de decidir los precios de venta de sus productos. Nosotros aplicamos un 10% de comisión sobre el precio establecido por el artesano en cada artículo vendido, siendo esta nuestra fuente de ingresos.

Producto

En Bazart ofrecemos productos de diversa índole vidrio, textil, piel y cuero, piedra y mármol, metal, cerámica, joyería, etc. Todos los artículos serán realizados a mano transmitiendo en cada producto el toque personal de la persona que los realiza.

Una de las posibilidades es la personalización de alguno de los productos, cómo puede ser la inclusión de las iniciales del cliente.

Cabe decir que únicamente los productos de alta calidad serán aprobados para estar en la plataforma. Estos deberán pasar por un control de calidad detallado en el plan operativo.

Una de nuestras premisas es la satisfacción del cliente, en caso contrario, ante la insatisfacción de este aceptaríamos la devolución. Nuestro mayor éxito es que el cliente realmente consiga lo que busca.

Artículos bajo demanda

Dentro de los servicios disponibles en Bazart que nos aporta un punto extra de diferenciación frente a nuestros competidores es la posibilidad de crear artículos bajo demanda. Se trata de artículos exclusivos y únicos que se adaptan a las necesidades específicas de cada cliente.

Imagen 1. Prototipo de la página para solicitar artículos a demanda.



Dentro de la página web los clientes disponen de un apartado donde describir las características del producto deseado, una vez recibida la petición, Bazart inicia un proceso de subasta interna donde se pone a disposición de los Bazarters dichas especificaciones de forma que puedan analizar la viabilidad del desarrollo y pujar en consecuencia.

El plazo de subasta será lo suficientemente amplio para que todos los Bazarters puedan analizar las oportunidades y añadir sus pujas. Una vez la subasta ha finalizado, el cliente es informado del presupuesto final para que pueda discutir los detalles con el artesano.

Bazart a cambio de su intermediación recibe el 10% de las ventas de producto.

Virtual Shop

En Bazart entendemos que comprar cualquier artículo sin la posibilidad de tenerlo en las manos es todo un reto, por ello ponemos toda nuestra voluntad en crear un espacio virtual donde el cliente pueda disfrutar de una experiencia cercana al mundo de la artesanía.

Nosotros entendemos que detrás de cada Bazarter hay una historia que contar, de la misma manera que sus creaciones forman parte de ella. Cada artículo lleva intrínseca la esencia de su lugar de origen.

Por esta razón los productos incluidos dentro de la web de Bazart vienen acompañados de una descripción detallada que incluye los siguientes puntos:

- Descripción del artículo.
- Medidas
- Materiales
- Origen y tradición

En Bazart para resaltar el hecho de que detrás de cada artículo existe una persona, incluimos un video presentación con el perfil de cada uno de nuestros artesanos. Por nuestra parte ofrecemos unas directrices para la homogeneidad de cada uno de los videos.

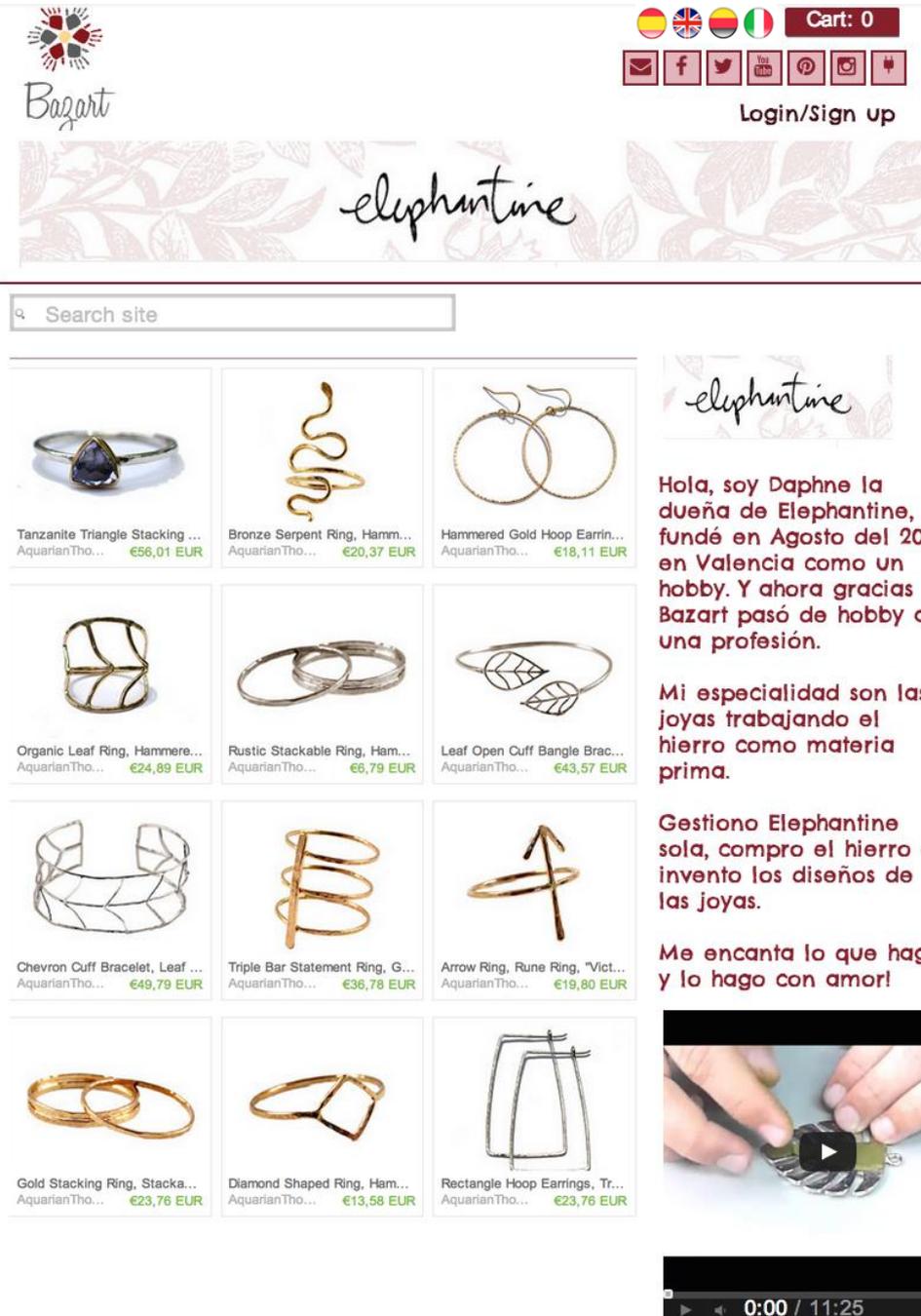
A la hora de grabar los videos proponemos estas recomendaciones:

- ¿Quién soy?
 - ✓ Breve presentación del Bazarter.
- Esta es mi historia
 - ✓ Origen de su vocación.
- Ubicación
 - ✓ Lugar de procedencia.
- Cuál es mi campo
 - ✓ Su especialidad dentro del gremio.
- Un paseo por el taller
 - ✓ Sus instalaciones.
- Trabajando
 - ✓ Una muestra de su día a día como artesano.
- Despedida
 - ✓ No es un adiós, es un hasta pronto.

Imagen 2. Ejemplo de la herramienta del Bazarter para crear su Virtual Shop.



Imagen 3. Ejemplo de una Virtual Shop.



Cart: 0

Login/Sign up

Search site

 Tanzanite Triangle Stacking ... AquarianTho... €56,01 EUR	 Bronze Serpent Ring, Hamm... AquarianTho... €20,37 EUR	 Hammered Gold Hoop Earrin... AquarianTho... €18,11 EUR
 Organic Leaf Ring, Hammere... AquarianTho... €24,89 EUR	 Rustic Stackable Ring, Ham... AquarianTho... €6,79 EUR	 Leaf Open Cuff Bangle Brac... AquarianTho... €43,57 EUR
 Chevron Cuff Bracelet, Leaf ... AquarianTho... €49,79 EUR	 Triple Bar Statement Ring, G... AquarianTho... €36,78 EUR	 Arrow Ring, Rune Ring, "Vict... AquarianTho... €19,80 EUR
 Gold Stacking Ring, Stacka... AquarianTho... €23,76 EUR	 Diamond Shaped Ring, Ham... AquarianTho... €13,58 EUR	 Rectangle Hoop Earrings, Tr... AquarianTho... €23,76 EUR

elephantine

Hola, soy Daphne la dueña de Elephantine, lo fundé en Agosto del 2009 en Valencia como un hobby. Y ahora gracias a Bazart pasó de hobby a una profesión.

Mi especialidad son las joyas trabajando el hierro como materia prima.

Gestiono Elephantine sola, compro el hierro e invento los diseños de las joyas.

Me encanta lo que hago y lo hago con amor!

0:00 / 11:25

© 2023 by ROCHETTE. Proudly created with [Wix.com](https://www.wix.com)



Una vez hecho el vídeo, nos es remitido de forma que podamos verificar la calidad del mismo y que éste se ajusta a nuestros estándares, si pasa el filtro será publicado y en caso contrario se facilitarán las directrices oportunas para su mejora.

Categorías de Productos

Bazart ofrece todo tipo de productos artesanos con la salvedad de productos de alimentación u otros considerados poco éticos. Los productos estarán divididos en diferentes tipos de categorías. Por un lado encontramos una clasificación por categorías generales, donde se dividen por tipos de artículos similares; y por materiales, donde se clasifican para facilitar al cliente encontrar los artículos según las preferencias que tenga sobre los materiales que conforman los artículos. Por otro lado dispondremos de otras categorías más específicas según el género y por ocasiones especiales, lo que puede ayudar a las personas a la hora de buscar artículos, en función del consumidor final de destino.

Categorías generales:

- Arte. (Collage, portarretratos, arte decorativo, pinturas, cuadros, fotografía, printmaking, posters, esculturas, cerámica)
- Joyería (Pulseras, broches, aretes, joyería fina, collares, personaliza tu joya, anillos, relojes, organizador de joyas)
- Hogar (Decoración, muebles, utensilios de cocina, herramientas de jardín, storage y organización)
- Vintage (Accesorios, antigüedades, ropa, objetos coleccionables, decoración de hogar, joyas, bolsos y carteras)

Categorías según el material principal:

- | | | |
|----------|----------------|----------------|
| • Vidrio | • Cobre | • Piedra Metal |
| • Oro | • Textil | • Cerámica |
| • Plata | • Piel y Cuero | |

Categorías por género y edad:

- Hombre (Billeteras, cinturones, pantalones, chaquetas, abrigos, gemelos, sombreros, camisas, camisetas, zapatos, trajes, corbatas, otros)
- Mujer (Accesorios, carteras, bolsos, pantalones, faldas, vestidos, ropa de frio, zapatos, pijamas, bikinis, camisas, otros)

- Niños (Recién nacidos, niños, niñas, disfraces, muebles y decoración, escuela y aprendizaje, personalización, ocasiones especiales, juguetes, otros)

Categorías de ocasiones especiales:

- Cumpleaños
- Bodas
- San Valentín
- Aniversarios
- Día del padre
- Día de la madre
- Navidad Año nuevo

Distribución

La distribución es clave en el funcionamiento de Bazart. El coste de los envíos es una de las principales barreras que encontramos en la puesta en marcha del negocio. Debido a ello es imprescindible para Bazart una buena relación y gestión de sus proveedores logísticos. El coste de envío será repercutido al cliente, por lo que nuestros costes logísticos deberán ser competitivos. En caso de devolución el artesano estará obligado bajo contrato a pagar el envío del nuevo producto así como la devolución, lo que esperamos se traduzca en un desempeño más responsable por su parte.

En términos de “Lugar” el único punto de venta que tendremos por ahora será nuestra página web. En el futuro pretendemos hacer ferias, exposiciones, demostraciones comerciales y talleres para conectar con más clientes. Nuestro fin no es solo lograr una venta sino poder establecer una relación con nuestros clientes, tanto nosotros mismos con los Bazarters y clientes finales, así como ayudar a que se cree un vínculo personal entre los Bazarters y sus compradores.

Como nuestros clientes podrán acceder a la web desde sus casas, comprar con sus tarjetas de crédito y el pedido se les enviará a donde ellos/as deseen, consideramos que establecer una distribución directa será lo más conveniente para ellos. A su vez tenemos que hacer el procedimiento lo más fácil y seguro posible para darles la confianza de utilizar sus datos personales y tarjetas de crédito en nuestra página web.

Una de las mayores ventajas de un e-commerce, a diferencia de una tienda física, es que nos permitirá tener un CRM más efectivo y eficiente con toda la información que tendremos almacenada en nuestra base de datos, esto repercutirá en un mejor servicio a nuestros clientes y en la eficiencia de nuestros procesos.

Para agilizar el tiempo entre la compra y la entrega, ponemos énfasis en la distribución de los productos que se compran en Bazart. Nuestro compromiso es asegurar que el producto llegue al consumidor a tiempo y se adecúe a lo que esperaba. De no ser así tenemos sistemas de devolución para generar confianza en el cliente y afianzar nuestra relación con él. Nuestras estrategias de procesos logísticos se explicarán en detalle a continuación en nuestro plan operativo.

Promociones

I. Atracción de clientes

Social Media

Para dar a conocer Bazart tomaremos diferentes iniciativas. Como primer acercamiento empezaremos con páginas de Social media: Facebook, Twitter, Instagram y Pinterest. Aquí haremos uso gratuito de la cantidad de usuarios existentes y publicaremos de forma continua fotos de los productos de nuestros artesanos para darlos a conocer.

Instagram es una herramienta con grandes posibilidades dada su relación con Twitter y Facebook (Ver Anexo 3). Cada foto publicada en Instagram se muestra automáticamente en estos 2 medios.

Imagen 4. Ejemplo Instagram móvil.



La mejor manera de obtener seguidores en Instagram y Twitter es con el uso de "hashtags". Otro enfoque será la realización de concursos para obtener descuentos en productos, envíos gratis y artículos.

Imagen 5. Ejemplo de la página de Bazart en Twitter.



Pinterest es una red social donde se pueden publicar fotos de productos que los usuarios clasifican en tableros personales temáticos. Este medio será clave para que las fotos de nuestros productos estén vinculadas con Bazart.

Imagen 6. Ejemplo de la página de Bazart en Pinterest.

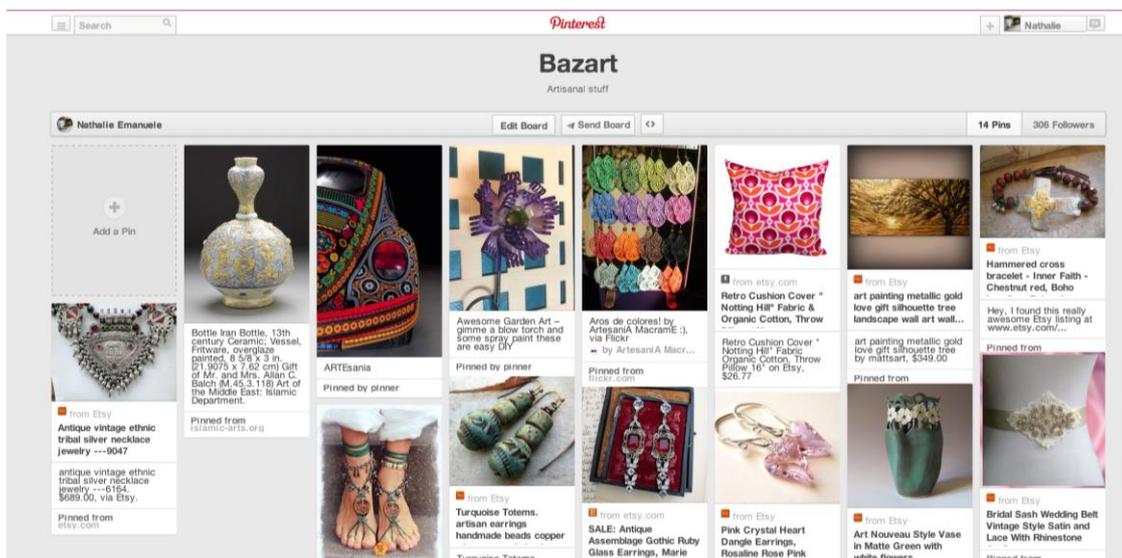
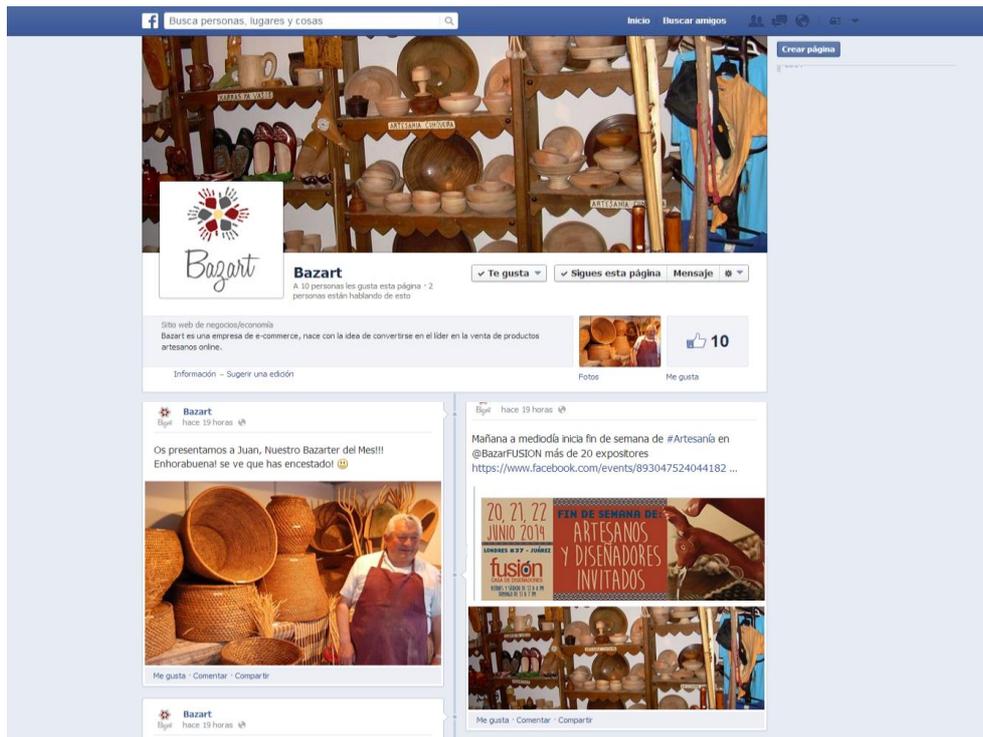


Imagen 7. Ejemplo de la página de Bazart en Facebook.



Facebook tiene más de 800 millones de usuarios activos, con 25% de estos uniéndose cada año. Las estadísticas que demuestran la relación basada entre “usuarios” y “page views” ponen a Facebook en segundo lugar detrás de Google, como influencia entre las páginas que visitan sus usuarios. Por esto consideramos apropiado usar Facebook Ads para atraer a clientes a Bazart. Tenemos un presupuesto de 20 euros al día y Facebook promete a cambio darnos entre 26-103 likes por día. Estos anuncios van a ser enviados únicamente a hombres y mujeres mayores de 21 años que vivan en España.

Imagen 8. Página de contratación de Facebook Ads.

Sample ad [?]



Bazart
Community
Sponsored



Location [?] Countries ▾ Spain x

Interests [?] Interesado en comprar productos unicos artesanales hechos en

Age 21 ▾ - No max ▾

Gender All Men Women

Daily budget [?] \$20.00 Est. 26 - 103 likes per day ▾

Schedule [?] Run this ad continuously

SEO

Para que nuestro SEO atraiga a compradores, incluiremos en nuestra web contenidos (de calidad y relevantes) que despierten el interés de nuestro mercado objetivo. Esto hará que seamos percibidos como expertos en artesanía y animará a otros usuarios a compartir nuestro website. Para elaborar buenos contenidos tendremos en cuenta el uso de keywords, que serán los términos que nuestro mercado objetivo introduce en los motores de búsqueda para encontrar algún tipo de producto artesano. Incluiremos estos keywords en distintas partes del website, como por ejemplo el Título, la URL y los meta tags. Además estaremos actualizando, y rediseñando, nuestra estructura interna de la web para intentar causar una buena impresión en el usuario. Todo esto será nuestra estrategia SEO on page la cual estará siempre monitorizada.

Para nuestro SEO off-page, es de vital importancia disponer de links de otras páginas que refieran a la nuestra. Para conseguir estos links crearemos un blog y pediremos a clientes, y empresas que tengan website o blog que incluyan nuestro link en su página. También redactaremos artículos y los enviaremos a agregadores de contenidos y tendremos una lista de blogs de gurús de artesanía e influyentes en internet para invitarlos a nuestra web.

Tanto SEO on-page como off-page serán analizadas con herramientas para ver si su funcionamiento es óptimo o no, estas herramientas permiten analizar links, menciones, ver nuestro ranking en los buscadores y nos ayudarán a optimizar nuestras keywords entre otras cosas.

SEM

Colocaremos anuncios en buscadores (Google, Yahoo y Bing) y pagaremos solamente por click recibido. Una vez analicemos los resultados incrementaremos o disminuirémos los anuncios en ciertos buscadores y nos basaremos más del SEO orgánico.

Entre las acciones que utilizaremos para SEM destacan: etiquetar nuestros "URLs" y modificar nuestros códigos de Google Analytics manualmente para poder observar con más detalle el origen de nuestro tráfico. Además podremos identificar exactamente que término es el que está llevando a los clientes a comprar.

Otra acción de SEM será la de actualizar nuestros anuncios en los buscadores para que estén al día con nuestro nuevo inventario.

Imagen 9. Ejemplo de la herramienta Google Analytics.

Product	Keyword	Quantity	Unique Purchases	Product Revenue
		1,869 % of Total: 100.00% (1,869)	1,328 % of Total: 100.00% (1,328)	\$95,857 % of Total: 100.00%
1. Shirt	[your brand term]	1	1	\$4,800.00
2. Pants	+non +brand +term	1	1	\$4,013.99
3. Shirt	nonbrand term	1	1	\$3,600.00
4. Shirt	[your brand term]	1	1	\$3,600.00
5. Pants	[your brand term]	1	1	\$3,400.00
6. Socks	nonbrand term	1	1	\$3,200.00

RRPP

Para crear una buena primera impresión intentaremos salir en artículos de bloggers de renombre en la industria sonde alguien de Bazart sea entrevistado o haya algún link en ese post que envíe a clientes a nuestra página.

También trataremos de salir en entrevistas de radio hablando sobre Bazart para darlo a conocer.

Vamos a tener las cuentas de medios sociales activas y responderemos rápido a noticias y eventos recientes para que la gente que busque sobre ellos en Twitter o Facebook nos vea.

Por ultimo haremos algún tipo de alianza y publicidad por medio de Fundesarte la cual es una organización dedicada a la promoción de la artesanía en España.

Publicidad en revistas

Como queremos llegar a nuestro cliente objetivo, vamos a publicar anuncios en la revista *Oficio y Arte*, esta es una revista trimestral de artesanía en España. El precio va desde 55 euros por un módulo hasta 925 euros por una contraportada.

Otra revista que consideramos conveniente utilizar para llegar a nuestro mercado objetivo es la *Revista Cerámica*, cuyos precios oscilan entre los 75 euros hasta los 315 euros por publicidad.

En ambas revistas pretendemos poner códigos QR que llevan a nuestro website o app con cupones de descuentos para primeras compras.

Folletos

Haremos folletos propagandísticos de 1 página que distribuiremos en Mercados artesanales alrededor de España, en CentroCentro, y en el teatro de Bellas artes de Madrid. Estos folletos tienen el fin de captar a clientes que son más tradicionales en cuanto a preferencias de publicidad.

En los folletos incluiremos información sobre nuevos productos, futuras ferias, Bazarter del mes y otra información de interés. También se incluirán códigos QR que se convertirán en un cupón regalo o de descuento para el portador del folleto, que caducará a la semana de ser revelado. De este modo, este tipo de acciones se dirigen a incentivar la compra por impulso en clientes más difíciles de atraer por medios puramente digitales.

II. Retención de clientes

Direct emailing

Email Marketing es una de las formas originales del marketing online. Nosotros lo usaremos para retener a nuestros clientes usando emails para crear una relación con nuestros clientes actuales y potenciales. Estos recibirán E-mails con newsletters sobre los últimos productos añadidos en la tienda con una periodicidad de una vez por semana, esta información vendrá en relación a sus compras previas.

Todos los emails podrán ser leídos desde el móvil. La lista de emails se mantendrá actualizada y optimizada. El contenido de los emails es lo más importante, por esto lo mantendremos interesante para asegurarnos que se abran. Por último para tener una buena medición de esta herramienta de marketing, implementaremos un Email analytics que nos informará quien abrió y quien no abrió el email, que links fueron clicados y cuánto dinero generó nuestro email. (Aweber communications)

SEM

Para retener tanto a clientes que ya han comprado algunos de nuestros productos como a los que no, usaremos "Sitelink extensions". Para los recurrentes crearemos anuncios en los que aparezcan productos similares. Para los que abandonaron su carrito de compra sin finalizar satisfactoriamente la misma, tendremos anuncios que les recuerden que en Bazart encontrarán lo que buscan.

Cuponing

Les mandaremos a sus emails cupones de descuento para la tienda. Esto incentivará a nuestros clientes a seguir comprando en Bazart ya que sienten que están siendo recompensados por su lealtad.

Los cupones son una de las acciones de marketing más fáciles de medir con el "redemption rate" y la ubicación. Conseguiremos información importante sobre nuestros clientes y justificaremos la parte del presupuesto destinada a ello.

A través de este sistema de cupones ofreceremos a nuestros clientes la oportunidad de estrechar su relación con Bazart. Los cupones nos permiten comunicarnos con nuestros clientes de una forma directa a diferencia de la TV, radio u otras formas de publicidad.

Los cupones además tienen una mayor propensión de uso en familias de clase media, lo cual va acorde a nuestro mercado objetivo, lo que aumentará el deseo de compra y nuestros índices de recurrencia.

III. Fidelización de clientes

Bazart Loyalty points (Bazacredits)

En Bazart ofrecemos la posibilidad de acumular puntos canjeables por productos de la propia plataforma de forma gratuita. Estos puntos se consiguen en función del número de artículos que el cliente compre y del valor de estos. Dentro de la cuenta de cada cliente, existirá una sección donde podrán consultar los puntos acumulados gracias a las compras anteriores en la plataforma Bazart.

IV. Captación de Bazarters

La captación de artesanos se hará por medio de las siguientes maneras:

Anuncios Online y Offline

Anuncios en páginas web de mercadillos, ferias de artesanía y comunidades artesanas. También, teniendo en cuenta las distintas ferias repartidas por el territorio nacional, realizaremos visitas sobre el terreno para dar a conocer y captar a posibles nuevos Bazarters.

Direct Marketing

Como es un segmento bastante específico para captarlos será necesario una fuerte inversión de tiempo en llamadas e emails a partir de las bases de datos de artesanos que tengamos disponibles. A eso se le añadirán visitas a comunidades artesanas con el fin de educar a los artesanos con seminarios de 2 días acerca de los beneficios que ofrece Bazart para sus negocios en términos de escalabilidad.

WOM

Debido a que las comunidades artesanas españolas trabajan en conjunto, tenemos confianza en que una gran parte de nuestros Bazarters se unirán a nuestra comunidad por medio del boca oreja o Worth of Mouth.

Networking

Haremos visitas a mercados artesanales alrededor de España y a eventos como las "Gallery Nights" y "Los premios de artesanía" organizados por Fundesarte con el fin de hacer networking e ilustrar a artesanos sobre Bazart y las posibilidades que les ofrece tener tienda dentro de la plataforma.

4. Recursos Humanos

a. Equipo Promotor

El equipo promotor está formado por Álvaro Gili Pozo, Gabriel Antonio Calles Alonso, Alberto Tejeda Alcalde y Nathalie Emanuele Borja.

Álvaro Gili Pozo Ingeniero Agrónomo, MBA en Madrid, encargado de supervisar la buena relación con los Bazarters y problemas logísticos asociados. En esta línea, se encargará de la aceptación y bienvenida de los nuevos artesanos en la comunidad Bazarter, verificando que se cumplen los criterios en calidad establecidos. Igualmente examinará la calidad de los productos que los artesanos decidan comercializar en nuestra plataforma.

Gabriel Antonio Calles Alonso Ingeniero Telecomunicaciones, MBA en Madrid, su objetivo principal será la gestión de todo lo relacionado directamente con la plataforma web así como la implementación de mejoras futuras, aplicaciones móviles y soporte técnico.

Alberto Tejeda Alcalde Diplomado en Ciencias Empresariales, MBA en Madrid, su labor principal consiste en el manejo de las cuentas y balances, así como la revisión de facturas y dirección financiera.

Nathalie Emanuele Borja licenciada en Marketing en Estados Unidos y con un MBA en Madrid, será la encargada de todo lo relacionado con el Marketing y Ventas de Bazart. La actividad de Marketing abarcada desde la investigación de mercado hasta el manejo del Social Media, para dar a conocer Bazart al público.

b. Administración de la empresa

La empresa estará dirigida por un Consejo de Administración formado por 4 miembros:

- Presidente: Nathalie Emanuele Borja.
- Consejero Delegado: Álvaro Gili Pozo.
- Vocal: Gabriel Antonio Calles Alonso.
- Vocal: Alberto Tejeda Alcalde.

c. Comité de Dirección

- Director General: Álvaro Gili Pozo.
- Director Financiero: Alberto Tejeda Alcalde.
- Director de Marketing y Ventas: Nathalie Emanuele Borja.
- Director Técnico y de Proyectos I+D: Gabriel Antonio Calles Alonso.

d. Organización funcional de la empresa

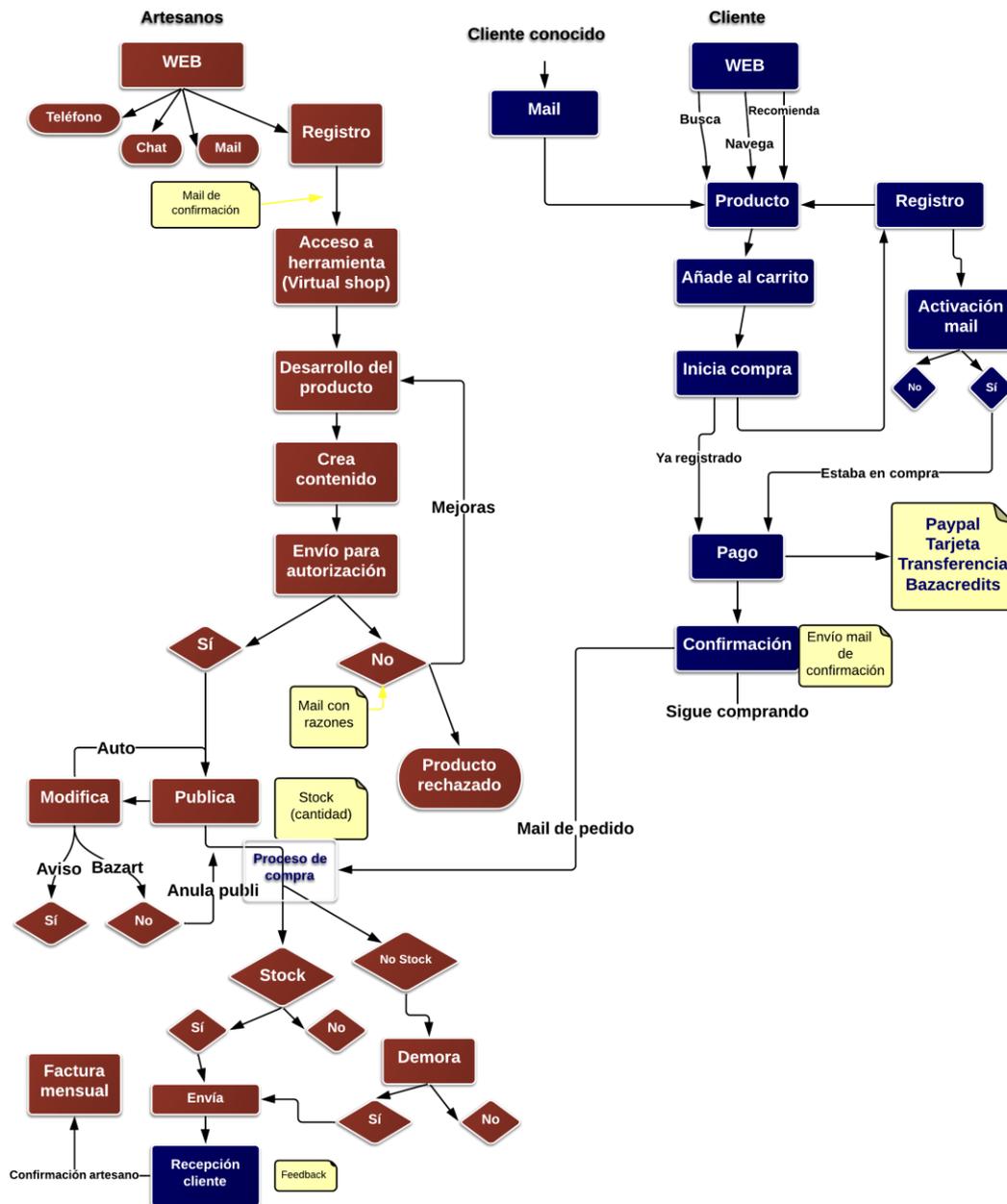
La empresa inicialmente se organiza en los siguientes departamentos:

- Dependientes de la Dirección General:
 - I. Atención al Cliente.
 - II. Control de Calidad.
- Dependientes de la Dirección Financiera:
 - I. Administración y finanzas.
 - II. Recursos Humanos y formación.
 - III. Servicios y mantenimiento.
- Dependientes de la Dirección de Marketing y Ventas:
 - I. Marketing.
 - II. Telemarketing.
 - III. Ventas.
- Dependiente de la Dirección Técnica:
 - I. Servicio Técnico.
- Dependiente de la Dirección de Desarrollo de Proyectos:
 - II. Desarrollo de proyectos.
 - III. Investigación y desarrollo.

5. Plan de operaciones

a. Proceso de compra

Diagrama 1. Interacción de clientes y artesanos en Bazart y proceso de compra.



b. Funcionalidades de la aplicación informática

En Bazart para lograr manejar satisfactoriamente grandes volúmenes de ventas, de clientes y de artesanos necesitamos implementar un potente sistema informático que nos ayude a gestionar la plataforma, las incidencias y automatizar en la medida de lo posible muchos de estos procesos. A continuación se muestran las funciones que podrá desempeñar la aplicación informática de la que se hará uso.

- ✓ Automatización del envío de facturas
- ✓ Automatización del proceso de compra (avisar al Bazarter y al transportista)
- ✓ Automatización de réplica con respuestas predefinidas a algunas preguntas por mail
- ✓ Automatización del proceso de control de stocks
- ✓ Buyer protection
- ✓ Chat de ayuda (asistente automático)
- ✓ Email analytics
- ✓ Generador de platillas para las newsletters
- ✓ Gestión de base de datos de clientes
- ✓ Gestión de base de datos de artesanos
- ✓ Gestión del carrito de compra
- ✓ Gestión de las devoluciones
- ✓ Plantillas predefinidas del virtual shop
- ✓ Potente buscador de artículos (etiquetas)
- ✓ Recomendador de artículos

c. Precios y condiciones de venta

El precio unitario de cada uno de los productos será establecido por el Bazarter. A Bazart le corresponderá un porcentaje sobre el precio final. Las variaciones que se produzcan en los precios no supondrá en ningún caso la variación del porcentaje sobre el precio final del producto que le corresponde percibir a Bazart. A Bazart le corresponderá percibir un porcentaje sobre el precio total de la venta que se estipula en el 10%.

d. Responsabilidad del Marketing

Bazart hará publicidad de los productos en internet cómo se describe en el Plan de Marketing. Los costes de publicidad serán por cuenta de Bazart, así como todo lo relativo al hosting y el diseño y suministro de contenido de la web.

e. Pedidos

Los pedidos de los clientes llegarán automáticamente vía email al Bazarter gracias al programa diseñado específicamente para la plataforma. Acompañando al pedido se incluye la factura a cargo del cliente que acompañará al envío además de los datos del transportista destinado a cubrir el servicio de envío, en el momento de la recepción del email el Bazarter estará obligado a comprobar su stock autorizando a través de la plataforma su recogida por parte del transportista y disponiendo el artículo para su recogida.

Dentro del virtual shop, el stock se actualizará automáticamente descontando pedidos ya realizados del volumen aportado primeramente por el Bazarter. El Bazarter deberá acceder a su cuenta periódicamente para asegurar que dicha información se mantiene actualizada siendo responsable de las rupturas de stock.

Tras 3 quejas acerca de niveles de stock distorsionados se procederá a avisar al Bazarter. Si la situación se repitiera se procederá a su expulsión.

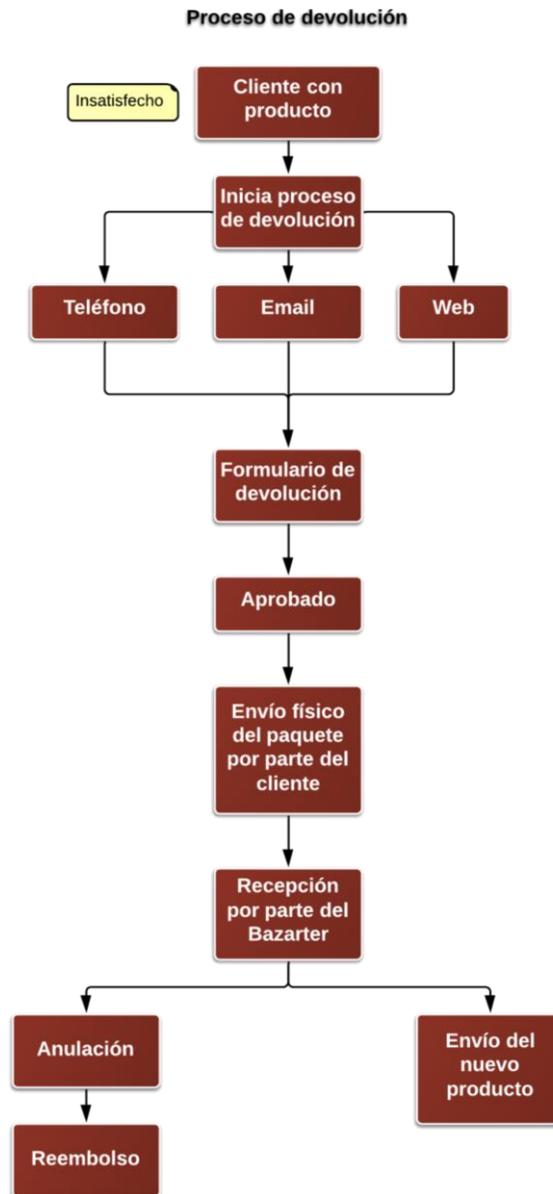
En caso improbable de pedido y falta de stock el Bazarter tendrá que informar a Bazart en el transcurso de las 2 horas siguientes a la recepción del pedido, dentro del horario laboral, ofreciendo un producto similar o reconfirmando un nuevo plazo, para que Bazart se ponga en contacto con el cliente informando de la nueva situación del pedido.

El Bazarter incluirá en el envío, junto con los productos solicitados, todos aquellos documentos complementarios relativos a la información del producto, factura, garantías, política de devoluciones, etcétera.

Los costes de transporte de los pedidos desde el Bazarter hasta el domicilio de entrega designado por el cliente serán asumidos por el Bazarter.

f. Política de devoluciones

Diagrama 2. Proceso de devoluciones de artículos.



En el caso de una devolución el cliente contactará directamente con Bazart para la aceptación de la devolución, y posterior abono o cambio de mercancía.

El comprador o cliente dispondrá de un plazo de 14 días hábiles desde la entrega del producto para devolverlo sin penalización y sin indicación de motivos, obligándose al artesano a aceptar las devoluciones que se produzcan en ejercicio de este derecho sin posibilidad de repercutir a Bazart coste ni cargo alguno por este concepto.

Si la causa de la devolución fuese la existencia de cualquier tipo de defecto del producto, será el Bazarter el que asuma el coste de reposición del producto. El coste del transporte de la devolución se asumirá por parte del artesano en caso de que sea por defecto del producto, o por que el producto llegue dañado por embalaje inadecuado.

Si se determina que el producto llega dañado por una inadecuada manipulación por parte del transportista se iniciarán las reclamaciones oportunas para que sea este quien corra con los costes.

g. Pago al Bazarter

Los Bazarteros nos facturarán con los datos automáticos de la plataforma donde se detallaran los productos enviados a nuestros clientes. Tras la validación de las ventas se emitirá una factura a cargo de Bazart de forma mensual.

Bazart abonará el importe resultante de cada una de las facturas dentro del plazo de 5 días desde la fecha de su emisión, pudiendo realizar el pago mediante transferencia, ingreso en cuenta.

En cada una de las facturas se desglosará con el debido detalle el número de unidades suministradas, la fecha de entrega, el precio unitario y el importe total, será la diferencia entre lo facturado a Bazart por parte del Bazarter y lo facturado por parte de Bazart a sus clientes lo que corresponderá con el porcentaje atribuible a Bazart por prestación de sus servicios conforme a lo indicado en el apartado Precios y condiciones de venta.

h. Proceso de verificación de la calidad

En Bazart nos preocupamos por la calidad, tanto la calidad entendida como el valor que tienen los objetos que se comercializan en nuestra plataforma, como la calidad ofrecida en el servicio. Para Bazart la calidad se convierte en un pilar fundamental en nuestro proceso de diferenciación, un pilar sobre el que pivotan otros factores importantes en nuestro e-commerce que conforman el valor por medio de la excelencia.

La calidad en los objetos es una de nuestras prioridades. En todo momento se quiere crear una plataforma donde los productos que se comercialicen compartan unas características de valor similares, de forma que tengamos una homogeneidad y sigan un criterio igualitario para dotar de un sentido completo a la plataforma.

Para ello, la calidad será verificada varias veces a lo largo del contacto con Bazart. En un primer momento nos aseguraremos de ofrecer esta calidad por medio de la verificación de los artesanos, más adelante los artesanos que deseen convertirse en Bazarters y comiencen a vender sus objetos en la plataforma, se volverá a verificar esta calidad en los productos que ofrecen de forma individualizada.

Por medio de la valoración de la satisfacción del usuario, tras la finalización del proceso de compra, obtendremos un feedback de todo ello, aportándonos información del artesano, del artículo y del servicio en general. Ello nos permitirá hacer cambios en nuestros procesos, permitiéndonos siempre seguir de cerca cualquier desviación en los criterios establecidos de calidad.

Verificación de la calidad en el proceso de captación de Bazarters

La captación de artesanos se hará por medio de anuncios en páginas web de mercadillos, ferias de artesanía y comunidades artesanas. También, teniendo en cuenta las distintas ferias repartidas por el territorio nacional, realizaremos visitas sobre el terreno para dar a conocer y captar a posibles nuevos Bazarters.

Control de calidad para el artesano:

- Primer paso: registro del artesano mediante formulario estándar con datos personales.
- Segundo paso: Memoria explicativa con la actividad que realiza.
- Tercer paso: Adjuntar Curriculum Profesional
- Cuarto paso: Fotografías de al menos 3 productos diferentes artesanos que fabrica, así como alguna fotografía del taller.
- Quinto paso: Certificados, títulos, o carnets expedidos por organismos oficiales que acrediten el ejercicio de la actividad artesana y el grado de especialización en el oficio. En caso de pertenecer a alguna asociación artesanal, presentar documentación acreditativa.

En caso de no disponer ninguno de estos certificados Bazart solicitara entrevistarse con el artesano vía Skype. Del mismo modo podrá solicitarlo en los casos en que Bazart lo estime oportuno para completar la información del artesano y asegurar la adecuación del artesano como Bazarter.

Verificación de la calidad en el producto

El proceso de validación comienza desde el momento en que los artesanos suben sus productos a su virtual shop dentro de la web. Antes de que sus productos se puedan hacer públicos han de pasar por un proceso de validación que consiste en el cumplimiento de unos requisitos. Para ello en Bazart empleamos una tabla basada en una matriz de diferenciación del Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONARD) que se muestra a continuación. Gracias a esta Matriz de verificación de calidad en artesanía se establecerán unos criterios mínimos y se proporcionara un valor a los artículos.

Puntuación mínima necesaria para aceptar el producto en Bazart: 80

- * 1 estrella: entre 80 y 129 puntos.
- * 2 estrellas: 130 a 179 puntos.
- * 3 estrellas: 180 a 229 puntos.
- * 4 estrellas: 230 a 279 puntos.
- * 5 estrellas: 280 a 316 puntos.

Características del producto	4	3	2	1	Valor (a)	Priorización (b)	Total (a*b)
Origen de la materia prima	Natural	Natural de procedencia industrial	Artificial			7	
Obtención de la materia prima	Siembre/Cría/Manejo	Recolección/Extracción	Reciclaje	Compra		3	
Forma de elaboración de a pieza	Creación total de la pieza	Engarzado o cosido manualmente	Engarzado o cosido con maquina	Ensamblaje con pegamento industrial		14	
Herramientas	Manualmente (Incluye agujas tradicionales, telares, maquinaria de pedal, moldes tradicionales y herramientas hechas por el productor)	Herramientas adaptadas por el productos o alguien de la región	Maquinaria eléctrica	Herramientas comerciales		13	
Teñido/tintado	Colorantes, pigmentos naturales/ al natural o esmalte para vidriado		Material adquirido con color	Pinturas industriales		6	
Tiempo de elaboración	Más de 24 horas	De 9 a 24 horas	De 5 a 8 horas	Hasta 4 horas		8	
Diseño del producto	Tradicional (respetando forma color e iconografía de su grupo)	Tradicional con innovación	Nuevo/neo artesanía	Estilos		2	
Representatividad	Localidad/ región	Estado	País	No representativo		20	
Uso del producto	Ceremonial	Utilitario	Decorativo utilitario	Solo decorativo		2	
División del trabajo	Por género o por edad	Por especialidad	individual	Sin división		2	
Transmisión del conocimiento	Herencia familiar/legado cultural	Capacitación impartida por una institución o persona externa	Autoaprendizaje (cursos de menos de 1 año)	Cursos (en tiendas, ferias, exposiciones)		9	

Obligaciones de los Bazarter

El Bazarter responderá directamente frente a Bazart de los daños y perjuicios que puedan ser causados a sus clientes si los productos resultan ser defectuosos.

En el caso de que dichos clientes reclamasen a Bazart y por razón de dicha reclamación éste viniera obligado a indemnizar o compensar a dichos clientes, Bazart tendrá derecho a repetir contra el Bazarter, que vendrá obligado al abono inmediato de las cantidades pagadas por Bazart a dichos terceros.

Es responsabilidad del Bazarter controlar el estado óptimo y calidad de los productos antes de que salgan de sus instalaciones, garantizando la calidad y la correcta fabricación de todos sus productos para que los mismos sean entregados en el domicilio indicado por el distribuidor en perfecto estado.

La calidad del embalaje para el envío del producto será siempre apropiada y suficiente para cada tipo de producto.

En caso de que un cliente reciba un producto defectuoso o cuya calidad no se corresponda con el adquirido, tendrá derecho a optar entre la devolución del producto con la consiguiente anulación del pedido o solicitar del Bazarter la sustitución de dicho producto defectuoso por otro nuevo de las mismas características, siendo en tal caso de su cuenta el coste de la devolución y el del posterior envío en sustitución del devuelto.

Las solicitudes de cambio, devolución o anulación por problemas con la calidad del producto se tramitarán por el cliente directamente con el servicio al cliente de Bazart o los procesos automatizados de la plataforma, quien a su vez las hará llegar al Bazarter a los efectos indicados en los párrafos anteriores.

Marcas de los Bazarter

Bazart acordará mediante contrato el uso de las marcas, nombres comerciales o cualquier otro distintivo del Bazarter con el fin de aumentar su promoción y publicidad así como la realización de ofertas especiales en nombre de Bazarter.

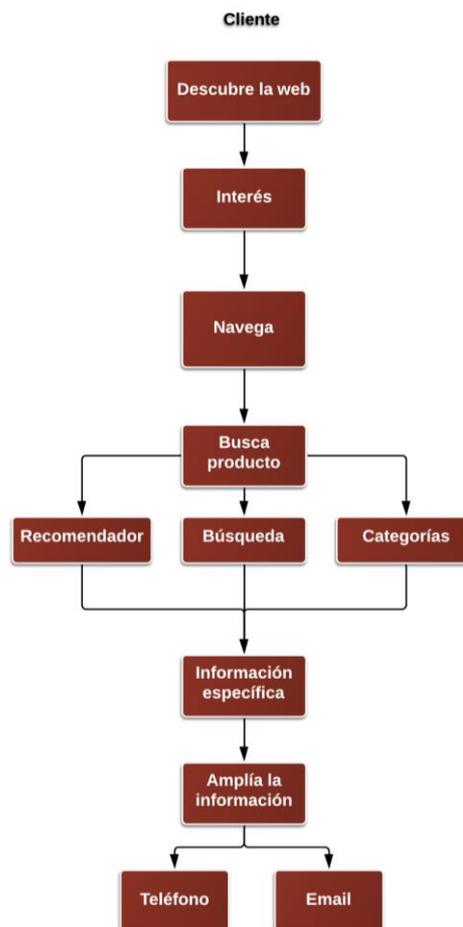
i. Vinculación con el cliente

No existe relación alguna entre el cliente y los Bazarters. Toda cuestión, duda o incidencia de los clientes son remitidas y atendidas por Bazart.

El Bazarter no podrá suministrar ni vender sus productos directamente a aquellos clientes de Bazart que hayan contactado inicialmente con él o tomado conocimiento de su existencia a través de la tienda de Bazart.

En el caso que se produjesen ventas directas por parte del Bazarter incumpliendo lo previsto, éste estará obligado a abonar el porcentaje correspondiente que le habría correspondido percibir si la venta se hubiese formalizado directamente por Bazart.

Diagrama 3. Proceso de búsqueda de información de clientes en Bazart.



j. Medios de pago

En Bazart nos gusta vestirnos con el traje de cliente para vivir la experiencia desde su punto de vista, analizando los procesos y mejorándolos siempre que nos sea posible.

Uno de los procesos críticos dentro de la experiencia del cliente es la conclusión de una compra. El hecho de que un cliente se decida por adquirir uno de nuestros artículos es la materialización de un largo proceso y esfuerzo por nuestra parte, lo último que queremos es echar a perder dicha venta por un tedioso proceso de pago.

Dentro de las formas de pago online podemos distinguir dos tipos:

- Procesos Offline
- Procesos Online

Dentro de los procesos Offline analizamos dos opciones teniendo en cuenta el estudio realizado con los diferentes perfiles de compradores online que se encuentran en la actualidad.

- Transferencia Bancaria
 - En Bazart consideramos que este método nos aleja de nuestro ideal de hacer simple y sencillo el proceso de pago, por lo tanto se ha descartado como posible medio de pago.
- Pago contra reembolso
 - Aunque puede parecer una sistema de pago anticuado, superado hoy en día por diversas alternativas, no hay que olvidar que aún hoy no es difícil encontrar personas poco receptivas a la hora de facilitar información que consideran delicada a través de portales online, es por ello que en Bazart se ha decidido incluir esta forma de pago.
 - Como hemos visto en el perfil de compradores, el pago contra reembolso se sitúa en tercer lugar como opción preferida por los usuarios y no es nada desdeñable un 10% de cuota como forma de pago.

- En esta modalidad el efectivo es abonado en nuestra cuenta dos días laborales tras el envío, además el coste asociado a este medio de pago es de un 3% de la cantidad a reembolsar.

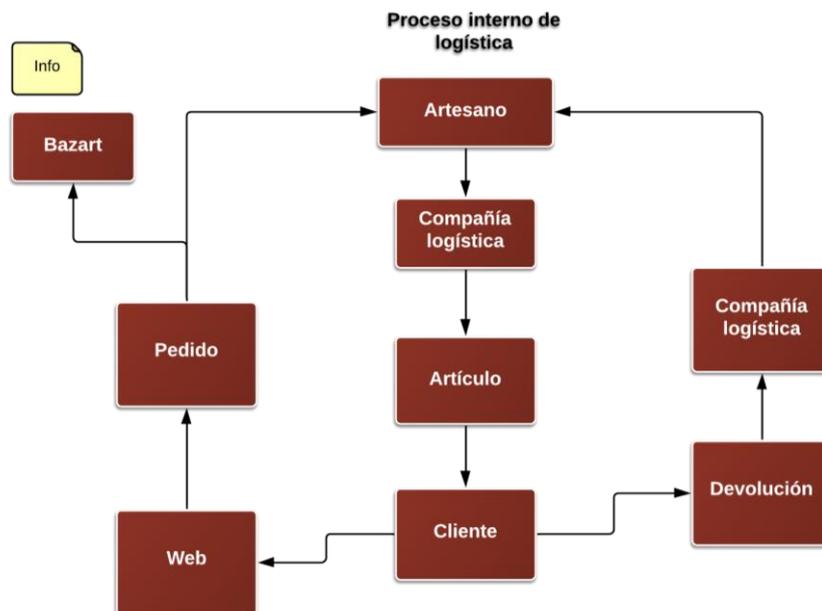
Dentro de los procesos Online hemos considerado.

- Pago con tarjeta de crédito
 - El pago con tarjeta de crédito es el más extendido a día de hoy, incluir un TPV Virtual nos permite realizar los cobros con tarjeta de crédito, su formato SET permite redirigir directamente a la página del Banco para tramitar los pedidos sin necesidad de que Bazart disponga de ningún tipo de servidor.
 - El coste del TPV Virtual que empleará Bazart y que será proporcionado por el Banco Santander es de un 0,9% del pago de cada transacción realizada.
- Pago con PayPal
 - Las ventajas del pago con PayPal son numerosas, a través de su servicio se puede pagar con la tarjeta de crédito sin exigir al cliente ser usuario de la compañía. Es un medio de pago muy extendido, además el servicio pago exprés permite al cliente pagar sin registrarse en la website si ya es usuario de PayPal. Bazart transmite los datos del pedido a PayPal y una vez efectuado el pago, PayPal nos remite su dirección para que el artículo se envíe.
 - El uso de PayPal viene acompañado con una tarifa fija de 0,35€ más un variable que va desde 1,9€ a 2,9€ por artículo dependiendo del volumen de negocio mensual, no cobran mensualidad.
 - A pesar de los costes, debido a la facilidad de uso esta forma de pago será incluida en Bazart.

k. Logística

Dentro del negocio de los e-commerce, los servicios de distribución son un punto clave en el modelo, los artículos de poca cuantía económica minan seriamente la viabilidad de la venta, por ello, encontrar el sistema más eficiente y económico es de vital importancia.

Diagrama 4. Proceso interno de logística.



Estrategias por procesos logísticos

La estrategia logística podemos dividirla en varias etapas.

- Almacenamiento físico del artículo: Bazart no dispone de Stocks propios, los artículos son almacenados por los propios artesanos.
- Tramitación de la orden de compra: Bazart recibe la orden de compra a través de la plataforma online y son remitidos directamente a los artesanos para su gestión.
- Embalaje y disposición del pedido para su envío: Ya que Bazart no dispone de stocks y los pedidos son tramitados por los artesanos, son ellos los que se encargan exclusivamente de este proceso.
 - El embalaje es un proceso realizado con paquetes estándar debidamente identificados con el logotipo de Bazart mediante adhesivo.

- **Distribución:** El envío de la práctica totalidad de los artículos se hace por compañía logística ajena a las partes, Bazart y Artesanos, si bien se contempla la posibilidad de acuerdo especial entre el Artesano y el cliente debido a inusual cercanía.
- **Devoluciones:** La atención al cliente y gestión de inconvenientes es gestionada por Bazart. En caso de aceptar una devolución el coste del envío es asumido por Bazart para ser posteriormente descontado de la factura al artesano, siendo éste el último responsable.

En el modelo de negocio de Bazart los artículos son enviados directamente desde el artesano al cliente final, esto implica un gran número de puntos de origen de los artículos.

A la hora de elegir un operador de servicios logísticos nos hemos basado en empresas que ya disponen de servicios específicos para plataformas e-commerce, dichas empresas nos han facilitado sus tarifas. De todas ellas se ha elegido Enviaia como la más adecuada para comenzar como socio logístico, más adelante, alcanzando los volúmenes esperados de venta de artículos las tarifas negociadas serán más ajustadas o podríamos cambiar de operador. A continuación se muestran las tarifas que se nos ofrecen como e-commerce:

e-comm 72H Initial				e-comm 72H Business			
< 200 envíos / mes				> 200 envíos / mes			
KG	Provincial	Regional	Peninsular	KG	Provincial	Regional	Peninsular
2	4.90 €	5.39 €	5.68 €	2	4.51 €	4.96 €	5.22 €
5	5.94 €	6.34 €	7.62 €	5	5.46 €	5.84 €	7.01 €
10	6.43 €	7.25 €	8.48 €	10	5.91 €	6.67 €	7.80 €
15	8.70 €	10.10 €	11.83 €	15	8.00 €	9.29 €	10.88 €
20	9.45 €	11.09 €	13.55 €	20	8.69 €	10.20 €	12.46 €

A pesar de que el ahorro respecto a la paquetería convencional es significativo, aún percibimos una alta probabilidad de que el coste de envío actúe como barrera ante una nueva compra.

Las medidas para paliar este aspecto adverso difieren según la cuantía del artículo:

- Para artículos de hasta 100€, la totalidad del coste irá a cargo del cliente.
- Para artículos de cuantía superior a 100€ el coste del envío se dividirá entre Bazart y el artesano equitativamente.

En referencia a los envíos de pedidos con diferente punto de origen, distintos artesanos, las soluciones logísticas ofrecidas por nuestros proveedores de servicios no aportan un beneficio tangible. A pesar de existir la posibilidad, debido al alto coste se tratará de evitar en la medida de lo posible a través de una distribución de artículos divididos por artesano en la propia website.

1. Sello Confianza Online

La incorporación del sello “Confianza Online” permitirá a Bazart generar una mayor confianza hacia los clientes. Este logotipo estará visible en todo momento en la web, siendo resaltado en los momentos críticos de la formalización de la compra.

La incorporación de este sello a nuestra página, implica la aceptación voluntaria de una serie de medidas establecidas por la Asociación para certificar los compromisos éticos y responsables. De este modo obtenemos un nuevo punto de diferenciación y confianza de cara al cliente, que lo percibirá como un valor de transparencia.

El sello de Confianza Online es una forma seria y sencilla de representar el compromiso de cumplir con las reglas de conducta del Código Ético de Confianza Online. Es el único sello que cuenta con todos los reconocimientos oficiales (Comisión Europea, Instituto Nacional de Consumo, Agencia Española de Protección de Datos, Comunidad de Madrid) y verifica el cumplimiento de la legislación vigente en Internet.

El sello Confianza Online logra aumentar la diferenciación frente a la competencia, mejorando el posicionamiento a nivel de marketing y la responsabilidad social corporativa.

De cara a los clientes y su fidelización, es una herramienta que permite aportar garantías de protección adicional, mejorando la transparencia y de esa forma la percepción de seguridad y tranquilidad a la hora de comprar. Así obtendremos una mejora de los ratios de conversión en los momentos de la verdad del proceso de compra.

6. Escalabilidad y crecimiento

Bazart-Labs es un proyecto de futuro que consistirá en la creación de un espacio físico de trabajo ubicado en diferentes zonas geográficas tanto a nivel nacional como internacional. Donaremos materiales y equipos con los que los artesanos puedan impartir talleres, crear artículos, asistir a eventos especiales y fomentar las relaciones entre profesionales. Estos eventos serán temáticos y servirán como punto de encuentro para que los expertos de un tipo de artesanía en concreto puedan intercambiar conocimiento. De esta forma damos especial valor a la especialización y profesionalización. La ubicación de estos espacios será dinámica, con una duración aproximada de entre 1 y 3 días. Esta idea es a futuro ya que requerimos un número mínimo de expertos en un mismo arte que sean Bazarters y deseen participar en un evento de este tipo.

Siguiendo una línea similar, organizaremos (junto a nuestros Bazarters) ferias tradicionales abiertas al público donde popularizar los trabajos del mundo de la artesanía. De esta forma promocionaremos Bazart al público en general y daremos a los Bazarters un nuevo lugar (temporal) de comercialización donde interactuar cara a cara con sus clientes. Estas ferias se celebrarán en los países en los que tengamos mayor éxito, en ellas dispondremos de exposiciones, demostraciones comerciales e incluso pequeños talleres para los visitantes.

La expansión de Bazart

Bazart nace como una plataforma e-commerce dentro del territorio español. Como plan de expansión, el objetivo será continuar con la comercialización de los productos nacionales a nivel europeo. Más adelante, se contempla la opción de comercializar artesanías de otros países europeos, primero a nivel local y luego a nivel Europa. Es por ello que en los anexos se muestra el prototipo web adaptado a diferentes idiomas de países donde comenzaríamos este proceso de internacionalización.

Bazart en el Móvil

En los anexos se muestra un prototipo de la web de Bazart adaptada a dispositivos móviles. Sin embargo, para tener una mayor diferenciación debemos ir más allá. En esta era de las apps, Bazart no puede quedarse atrás, por esto debemos crear una aplicación que no solo permita comprar desde el móvil sino que también tenga la ventaja de dar descuentos y sugerir productos parecidos a los que nuestros clientes buscan durante su navegación. Con la app tendremos también la oportunidad de enviar notificaciones “Push” a todos los usuarios que se la descarguen, para así tener mayor contacto con nuestros clientes y mantenerlos informados de nuevos productos y rebajas.

7. Plan financiero

a. Estructura

Forma social

La estructura legal que conforma Bazart será una Sociedad Mercantil con forma Anónima, según rige la Ley de Sociedades Anónimas, y demás disposiciones legales de general aplicación, de esta forma se constituye con razón social Bazart S.A. Esta estructura es la que mejor se adapta, ya que la empresa contará con un Consejo de administración compuesto por los 4 miembros, ya mencionados en el plan de recursos humanos, con el mismo porcentaje de participación sobre la sociedad.

Objeto Social: Comercio al por menor de todo tipo de objetos no industrializados: arte joyería, textil y otros de análoga naturaleza.

La empresa tendrá domicilio en distrito zona industrial, polígono industrial de San Sebastián de los Reyes (Madrid) donde se ubican nuestras oficinas centrales.

Financiación

Para la financiación del proyecto contamos con dos vías. Por un lado, el 69% proviene de los fondos propios, con la aportación de los socios al capital social de la empresa. Cada uno de los 4 socios aportarán 50.000 Euros para sumar como capital social de Bazart obteniendo un total de DOSCIENTOS MIL EUROS (200.000 €).

Por otro lado, el proyecto se financia en un 31% mediante deuda. Se decide continuar con una financiación a largo plazo con entidades de crédito mediante la solicitud de dos préstamos. El motivo de emplear bancos diferentes para la financiación es el riesgo de las entidades de crédito, que no querían asumir en su totalidad. Uno por valor de 50.000€ a 5 años con un tipo de interés del 7,05%. Y otro por valor de 40.000€ a 5 años con un tipo de interés del 6,00%.

Características del préstamo	
Capital del préstamo	50.000,0 €
Interés	7,05%
Años	5
Nº de pagos por año	12
Periodos de carencia	0
Gastos de Formalización	0

Totales por ejercicio				
Año	Cuota	Intereses	Devolución del Capital	Capital Pendiente
2015	11.894,9 €	3.249,2 €	8.645,7 €	41.354,30 €
2016	11.894,9 €	2.619,6 €	9.275,3 €	32.079,00 €
2017	11.894,9 €	1.944,1 €	9.950,8 €	22.128,24 €
2018	11.894,9 €	1.219,5 €	10.675,4 €	11.452,83 €
2019	11.894,9 €	442,1 €	11.452,8 €	0,00 €

Características del préstamo	
Capital del préstamo	40.000,0 €
Interés	6,00%
Años	5
Nº de pagos por año	12
Periodos de carencia	0
Gastos de Formalización	0

Totales por ejercicio				
Año	Cuota	Intereses	Devolución del Capital	Capital Pendiente
2015	9.279,7 €	2.207,6 €	7.072,1 €	32.927,87 €
2016	9.279,7 €	1.771,4 €	7.508,3 €	25.419,55 €
2017	9.279,7 €	1.308,3 €	7.971,4 €	17.448,14 €
2018	9.279,7 €	816,7 €	8.463,1 €	8.985,06 €
2019	9.279,7 €	294,7 €	8.985,1 €	0,00 €

Inversión material

Como se observa en la tabla, la mayor inversión para la puesta en marcha del proyecto es la incorporación, a nuestro activo no corriente, de las oficinas centrales. La segunda inversión viene dada por el sistema informático que se ha de desarrollar que ayudará a automatizar muchos de los procesos de Bazart, así como el diseño de la página web. Esta inversión tiene que ser elevada ya sobre esto se apoya el buen funcionamiento y la diferenciación con otras páginas web.

Inversión o activo comprado	Precio de compra sin IVA	%IVA	Mes de compra
Oficina San Sebastián de los Reyes	160.000,00	21,00%	ENE - 2015
Mobiliario	3.352,90	21,00%	ENE - 2015
Equipos informáticos	2.651,60	21,00%	ENE - 2015
Aplicación y página web	41.322,31	21,00%	ENE - 2015
Total	207.326,81		

b. Estados financieros

Para el desarrollo del plan financiero tomamos Enero de 2015 como el punto de partida en la actividad de la empresa Bazart.

Cuenta de pérdidas y ganancias

En la siguiente tabla se observa la proyección de la cuenta de pérdidas y ganancias para los cinco primeros años de la actividad del negocio.

Pérdidas y ganancias (P&G)	€ 2015	€ 2016	€ 2017	€ 2018	€ 2019
+ Importe neto de la cifra de negocio.....	674.971	3.225.786	5.957.039	9.904.431	16.467.056
- Aprovisionamientos.....	-616.599	-2.889.037	-5.335.165	-8.870.476	-14.748.010
+ Otros ingresos de explotación.....	0	0	0	0	0
- Gastos de personal.....	-55.440	-108.224	-148.872	-209.513	-282.065
- Otros gastos de explotación.....	-77.507	-211.208	-363.291	-583.502	-949.088
- Amortización del inmovilizado.....	-30.772	-30.772	-30.772	-38.146	-37.141
+ Imputación de subvenciones LP.....	0	0	0	0	0
= BAIL.....	-105.347	-13.455	78.938	202.794	450.754
+ Ingresos financieros.....	0	0	0	0	0
- Gastos financieros.....	-4.699	-4.172	-3.113	-1.986	-786
= RESULTADO FINANCIERO.....	-4.699	-4.172	-3.113	-1.986	-786
= BAI.....	-110.046	-17.627	75.825	200.807	449.968
- Impuesto sobre Sociedades (+ Imp. Diferido)	27.512	4.407	-18.956	-50.202	-112.492
= RESULTADO NETO.....	-82.535	-13.220	56.869	150.605	337.476

Costes

A continuación, se muestra la tabla donde se especifican los costes fijos y variables de en los que incurrimos y el cálculo del margen resultante:

Costes y márgenes	€ 2015	€ 2016	€ 2017	€ 2018	€ 2019
+ Ventas.....	674.971	3.225.786	5.957.039	9.904.431	16.467.056
(A) = VENTAS	674.971	3.225.786	5.957.039	9.904.431	16.467.056
- Aprovisionamientos variables.....	616.599	2.889.037	5.335.165	8.870.476	14.748.010
(B) = COSTES VARIABLES	616.599	2.889.037	5.335.165	8.870.476	14.748.010
(A-B) = MARGEN DE COBERTURA	58.372	336.750	621.874	1.033.954	1.719.047
- Servicios, impuestos, intereses y amort.....	85.467	241.746	416.133	673.836	1.099.506
- Costes fijos de personal.....	55.440	108.224	148.872	209.513	282.065
(C) = COSTES FIJOS	140.907	349.970	565.005	883.349	1.381.571
(A-B-C) = MARGEN NETO	-82.535	-13.220	56.869	150.605	337.476

Estado de tesorería

En la siguiente tabla se muestran las proyecciones realizadas en los estados de tesorería en los diferentes años proyectados.

	TOTAL AÑO	TOTAL AÑO	TOTAL AÑO	TOTAL AÑO	TOTAL AÑO
+ Aportaciones de socios.....	200.000	0	0	0	0
+ Préstamos.....	90.000	0	0	0	0
- Cuotas de préstamos y com. apertura.....	-19.207	-20.953	-20.953	-20.953	-20.953
- Gastos constitución.....	-1.100	0	0	0	0
(A) = FLUJOS POR FINANCIACIÓN	269.693	-20.953	-20.953	-20.953	-20.953
- Inversiones.....	-250.865	0	0	-72.600	-3.630
= FLUJOS POR INVERSIONES	-250.865	0	0	-72.600	-3.630
+ Cobros por ingresos.....	816.715	3.903.202	7.208.017	11.984.361	19.925.138
- Pagos por compra de materias primas.....	-510.632	-3.130.243	-5.864.624	-9.750.917	-16.211.834
- Pagos por subcontrataciones.....	-28.495	-174.675	-327.261	-544.125	-904.660
- Pagos por servicios exteriores.....	-91.085	-242.918	-416.246	-667.261	-1.083.962
- Pagos por impuestos.....	0	0	0	0	-37.240
- Pagos por gastos de personal.....	-54.840	-99.384	-133.260	-186.095	-246.830
± Pagos por liquidaciones de IVA.....	0	0	-69.302	-118.880	-216.006
± Pagos por liquidaciones de IRPF.....	-6.600	-11.160	-15.733	-22.405	-29.798
= FLUJOS POR ACTIVIDAD CORRIENTE	125.064	244.820	381.591	694.678	1.194.808
= FLUJO NETO MENSUAL	143.892	223.867	360.638	601.125	1.170.225

Balance

En la siguiente tabla se observa la proyección del volumen de activos y pasivos para los cinco primeros años de la actividad del negocio.

ACTIVO	€ 2015	€ 2016	€ 2017	€ 2018	€ 2019
ACTIVOS NO CORRIENTES.....	204.066	177.700	127.972	136.864	102.723
Inversiones materiales e intangibles.....	176.555	145.782	115.010	136.864	102.723
Activos por Imp. Sociedades diferido.....	27.512	31.918	12.962	0	0
ACTIVOS CORRIENTES.....	143.892	367.759	728.397	1.329.522	2.499.747
Clientes.....	0	0	0	0	0
Tesorería.....	143.892	367.759	728.397	1.329.522	2.499.747
TOTAL ACTIVO.....	347.958	545.460	856.369	1.466.385	2.602.470

P. NETO Y PASIVO	€ 2015	€ 2016	€ 2017	€ 2018	€ 2019
PATRIMONIO NETO	116.365	103.145	160.014	310.619	648.095
Capital.....	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000
Reservas.....	-1.100	-1.100	-1.100	-1.100	110.619
Resultados negativos ejercicios anteriores.....	0	-82.535	-95.755	-38.886	0
Resultado del ejercicio.....	-82.535	-13.220	56.869	150.605	337.476
Subvenciones.....	0	0	0	0	0
PASIVOS NO CORRIENTES	58.710	40.871	21.904	1.737	0
Deuda con entidades financieras LP.....	58.710	40.871	21.904	1.737	0
PASIVOS CORRIENTES	172.882	401.443	674.451	1.154.029	1.954.375
Deuda con entidades financieras CP.....	16.781	17.840	18.967	20.167	1.737
Proveedores.....	206.958	397.774	661.439	1.099.673	1.828.271
Hacienda Pública (Deudora / Acreedora).....	-50.858	-14.170	-5.955	34.189	124.367
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	347.958	545.460	856.369	1.466.385	2.602.470

c. Ratio de rentabilidad

Los ratios de rentabilidad que se han calculado para evaluar el proyecto son el ROI, el ROE y EBITDA como se muestra a continuación.

Rentabilidad y EBITDA	2015	2016	2017	2018	2019
ROI (Rentabilidad económica).....	Pérdidas	Pérdidas	10,3%	15,9%	20,5%
ROE (Rentabilidad financiera).....	Pérdidas	Pérdidas	55,1%	94,1%	108,6%
EBITDA.....	-74.575 €	17.317 €	109.710 €	240.940 €	487.894 €
Inversión inicial en ENE - 2015.....	290.000		% Rentabilidad exigida....		28,0%

d. Análisis de la inversión

Para realizar el análisis de la inversión se han utilizado varias herramientas. La primera es el Valor Actual Neto (VAN), que nos permite conocer el valor presente de los flujos de efectivo generados durante los periodos proyectados. Otro de los instrumentos utilizados ha sido la Tasa Interna de Retorno Modificada (TIRM). Como resultado se ha obtenido:

VAN	835.280€
TIRM	52,76%

e. Análisis de sensibilidad

Para el análisis de sensibilidad del proyecto emplearemos como variable las ventas y por tanto los ingresos esperados. Mediante esta variable se analizarán los dos escenarios, el optimista y el pesimista.

Escenario optimista

En el escenario optimista, se estima una mejora en las ventas gracias a la recurrencia de los clientes. Esta recurrencia se fija en 1,2. También contemplamos una reducción en los costes de transporte. La cuenta de pérdidas y ganancias resultante es la siguiente:

Pérdidas y ganancias (P&G)	€ 2015	€ 2016	€ 2017	€ 2018	€ 2019
+ Importe neto de la cifra de negocio.....	806.366	3.853.742	7.116.681	11.832.502	19.672.658
- Aprovisionamientos.....	-735.420	-3.445.764	-6.363.270	-10.579.948	-17.590.002
+ Otros ingresos de explotación.....	0	0	0	0	0
- Gastos de personal.....	-55.440	-108.224	-148.872	-209.513	-282.065
- Otros gastos de explotación.....	-77.507	-211.208	-363.291	-583.502	-949.088
- Amortización del inmovilizado.....	-30.772	-30.772	-30.772	-38.146	-37.141
+ Imputación de subvenciones LP.....	0	0	0	0	0
= BAII.....	-92.773	57.774	210.476	421.494	814.363
+ Ingresos financieros.....	0	0	0	0	0
- Gastos financieros.....	-4.699	-4.172	-3.113	-1.986	-786
= RESULTADO FINANCIERO.....	-4.699	-4.172	-3.113	-1.986	-786
= BAI.....	-97.472	53.602	207.362	419.507	813.577
- Impuesto sobre Sociedades (+ Imp. Diferido)	24.368	-13.401	-51.841	-104.877	-203.394
= RESULTADO NETO.....	-73.104	40.202	155.522	314.630	610.183

El análisis de la inversión en este caso queda:

VAN	1.222.451€
TIRM	63,42%

Escenario pesimista

En el escenario pesimista, se estiman unas ventas menores que en el escenario real en un 20% y también se contempla una reducción de nuestro margen en dos puntos porcentuales. La cuenta de pérdidas y ganancias resultante es la siguiente:

Pérdidas y ganancias (P&G)	€ 2015	€ 2016	€ 2017	€ 2018	€ 2019
+ Importe neto de la cifra de negocio.....	539.977	2.580.629	4.765.631	7.923.544	13.173.645
- Aprovisionamientos.....	-503.662	-2.359.875	-4.357.967	-7.245.744	-12.046.737
+ Otros ingresos de explotación.....	0	0	0	0	0
- Gastos de personal.....	-55.440	-108.224	-148.872	-209.513	-282.065
- Otros gastos de explotación.....	-77.507	-211.208	-363.291	-583.502	-949.088
- Amortización del inmovilizado.....	-30.772	-30.772	-30.772	-38.146	-37.141
+ Imputación de subvenciones LP.....	0	0	0	0	0
= BAI.....	-127.404	-129.451	-135.271	-153.360	-141.385
+ Ingresos financieros.....	0	0	0	0	0
- Gastos financieros.....	-4.699	-4.172	-3.113	-1.986	-786
= RESULTADO FINANCIERO.....	-4.699	-4.172	-3.113	-1.986	-786
= BAI.....	-132.103	-133.623	-138.384	-155.346	-142.171
- Impuesto sobre Sociedades (+ Imp. Diferido)	33.026	33.406	34.596	38.837	35.543
= RESULTADO NETO.....	-99.077	-100.217	-103.788	-116.510	-106.628

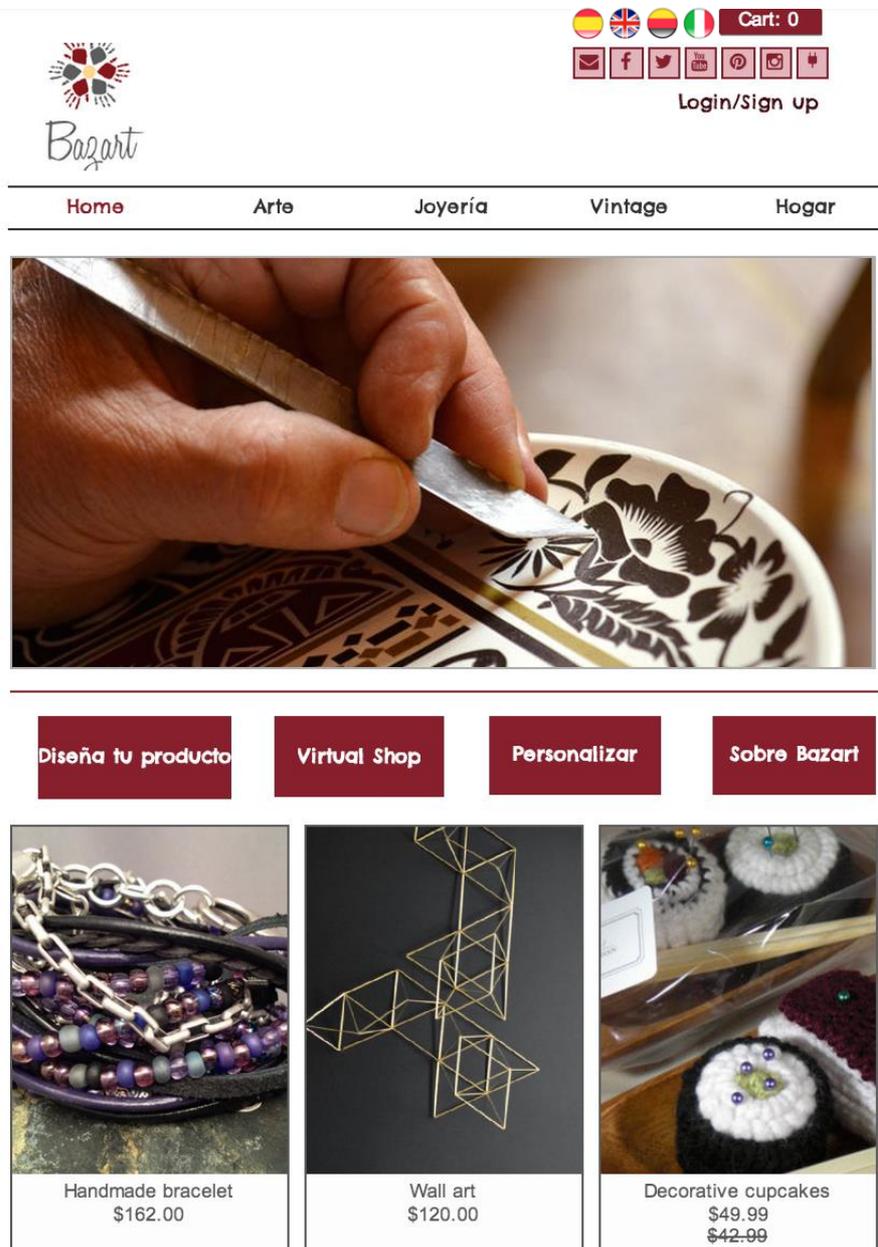
El análisis de la inversión en este caso queda:

VAN	202.617€
TIRM	26,84%

8. Anexos

a. Prototipos Web en diferentes idiomas

Prototipo Web en Castellano



Cart: 0

Login/Sign up

Home Arte Joyería Vintage Hogar

Diseña tu producto Virtual Shop Personalizar Sobre Bazart

Handmade bracelet
\$162.00

Wall art
\$120.00

Decorative cupcakes
\$49.99
\$42.99

Prototipo Web en Alemán



Cart: 0

✉ f 🐦 📺 📌 📷 🛒

Login/Sign up

Home

Kunst

Schmuck

Vintage

Heim & Wohnen



Entwerfen Ihr Produkt

Virtuellen Shop

Personalisieren

Über Bazart



Prototipo Web en Inglés



Cart: 0

Login/Sign up

Home

Art

House&Living

Vintage

Jewelry



Design your product

Virtual Shop

Personalize it

About Bazart



Prototipo Web en Italiano



Login/Sign up

Home

Arte

Casa

D'annata

Gioielli



Progettare il tuo prodotto

Negozio Virtuale

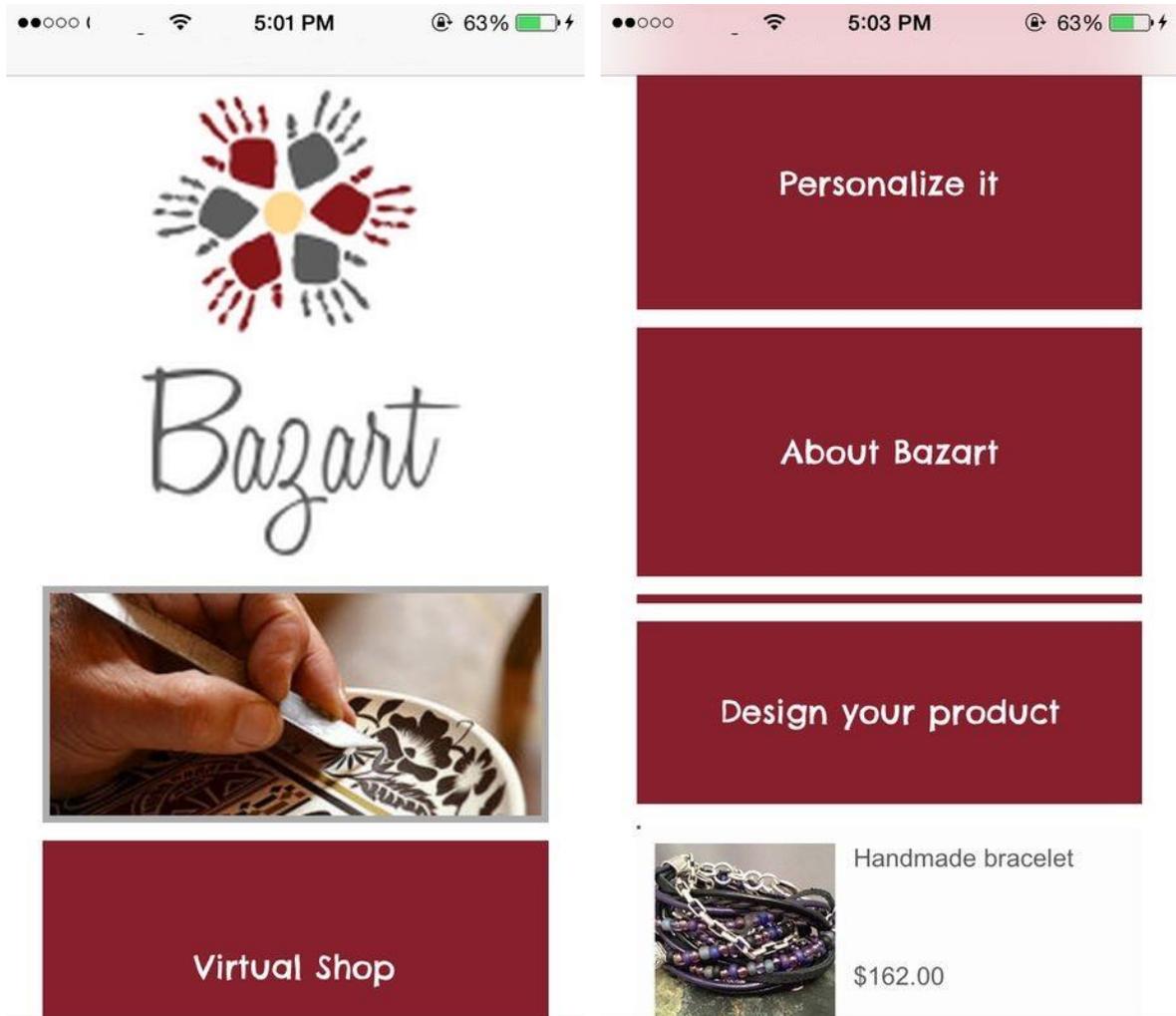
Personalizzazione

Informazioni di Bazart





b. Prototipo Web para dispositivos móviles



MBA Full Time 2013–2014

Resumen Ejecutivo

Bazart



Bazart

Autores:

Álvaro Gili Pozo

Alberto Tejeda Alcalde

Nathalie Emanuele Borja

Gabriel Antonio Calles Alonso

Tutor:

Julio Alonso Villasevil

Índice

1. INTRODUCCIÓN	1
2. MISIÓN Y VISIÓN	1
3. MERCADO OBJETIVO	1
4. ANALISIS DE LA COMPETENCIA	2
5. VALORES	2
6. RECURSOS HUMANOS	4
7. E-COMMERCE	5
8. PLAN DE CRECIMIENTO	5
9. PLAN FINANCIERO	6

1. Introducción

Bazart es una plataforma web (e-commerce) que une a artesanos de toda España con sus potenciales clientes añadiendo un canal paralelo de distribución a sus tiendas, facilitando la búsqueda de estos productos, agilizando el proceso de compra y garantizando la calidad de los mismos. Bazart ofrece una solución del siglo XXI a un negocio muy tradicionalista y reacio a aceptar los avances tecnológicos. El catálogo de productos es muy amplio, tanto como el oficio en sí, dispondremos de joyería, complementos, textil, arte, decoración, etc. Uno de los puntos clave será la calidad, en Bazart solo incluiremos artesanía filtrando aquellos productos considerados como manualidad o derivados de un proceso industrial. De esta forma conseguiremos crear una comunidad de apasionados por la artesanía que pueda servir de referente en el entorno virtual. Estos artesanos asociados se conocen como Bazarters.

2. Misión y visión

Crear una web donde facilitar la compra de artesanía a los clientes de este tipo de productos ofreciendo gran variedad de artículos, un sello de calidad y un óptimo servicio al cliente. Bazart busca convertirse en la plataforma líder de artesanía a nivel europeo y crear una comunidad de clientes y Bazarters alrededor de ella.

3. Mercado Objetivo

Bazart es una plataforma que une a artesanos con sus clientes, por tanto hay que diferenciar dos mercados objetivos.

El primer mercado objetivo es el Bazarter o artesano, que crea su tienda virtual en nuestra plataforma con sus productos. Este mercado tiene un perfil mayoritariamente de sexo femenino. Por lo general tendrán entre 30 y 50 años, y graduados de instituto. Son gente creativa que les gusta usar sus manos, y pueden estar solteros o casados. Los artesanos de Bazart irán desde los aficionados artistas profesionales que utilizan el sitio para ganarse la vida, hasta los que solo lo hacen por hobby y tienen otro trabajo como fuente principal de ingreso.

El segundo es el cliente final que compra productos a través de nuestra plataforma. En esencia el perfil de nuestro cliente es el de un internauta con edad comprendida entre los 25 y 49 años, con estudios secundarios o universitarios, de nivel socioeconómico medio o medio alto. Se consideran personas tecnológicas y utilizan las redes sociales, en especial: Facebook, Twitter e Instagram. También tienen una preferencia por la comodidad de comprar online.

4. Análisis de la competencia

Bazart tiene mucha competencia tanto directa como indirecta. Los competidores directos son websites similares de España que ofrecen productos artesanales entre los más importantes están: Artesanum, Singularu, Dawanda, Bionic, y The flea.

Los competidores indirectos son principalmente grandes websites de e-commerce internacionales en las que los clientes podrían encontrar cosas artesanales pero no es su principal categoría de productos. Los dos más grandes son: Ebay, y Amazon.

Por último, la mayor página de artesanía del mundo es Etsy, que al igual que Bazart

sirve como un portal para conectar a los artesanos con sus clientes. Se fundó en New York en el año 2005, pero por el momento no es tan conocida en España.



5. Valores

Comunidad de Bazarters

Formando parte de esta comunidad los artesanos se dan a conocer, consiguen aumentar su cartera de clientes, acceden a un nuevo canal de venta paralelo al habitual y logran tener una tienda abierta las 24 horas del día en todo el territorio nacional.

Sello de calidad

En Bazart solo contamos con productos y artesanos de calidad que nos permiten mantener nuestra reputación en la web. Para ello implementamos una serie de procesos de verificación de la calidad para asegurar este pilar básico en la diferenciación.

Servicio logístico

Por medio de la automatización de procesos (programa informático) como facturas o devoluciones y a la intermediación con empresas de distribución, conseguimos unos precios atractivos a los que el artesano no podría llegar en solitario, creando una mejora competitiva por medio de sinergias.

Servicio marketing

En Bazart, el plan de marketing es fundamental ya que constituye uno de nuestros pilares de diferenciación clave. Debido a la cantidad de competencia directa e indirecta que tenemos, es esencial definir las acciones que llevaremos a cabo para captar, retener y fidelizar a nuestros clientes.

Los productos que venderán los artesanos en nuestra página web serán únicos, elaborados a mano y con distintos materiales. Estos productos estarán divididos en diferentes tipos de categorías: generales, por material, por sexo, y por ocasiones especiales. Todos estos productos deberán superar un estricto control de calidad antes de publicarse.

Bazart no fija precios, son los artesanos los encargados de decidir los precios de venta de sus productos. Nosotros aplicamos un 10% de comisión sobre el precio establecido por el artesano en cada artículo vendido, siendo esta nuestra fuente de ingresos.

En cuanto a promoción, para los Bazarters haremos campañas de direct marketing, anuncios online y offline, networking a través de visitas a mercados artesanales y haciendo alianzas con organizaciones de artesanía alrededor del país. Finalmente, contamos con el boca oreja ya que sabemos que las comunidades artesanas españolas trabajan en conjunto.

Para los clientes finales haremos campañas de anuncios en Facebook y utilizaremos todas las redes sociales que estén a nuestro alcance para ganar seguidores. También haremos uso del SEO y SEM para atraer a clientes a nuestra página. Para retener a nuestros clientes haremos campañas de direct emailing, couponing y Bazart Mobile. Por último, para la fidelización de nuestros clientes utilizaremos los Bazart Loyalty Points o Bazacredits.

La distribución de los productos es parte fundamental del plan de marketing ya que sabemos que los costos de envío pueden ser una barrera de entrada para los clientes a la hora de comprar online. Por esta razón ponemos énfasis en establecer buenas relaciones con las compañías logísticas para mantener la competitividad. Por el momento, el único lugar donde nuestros clientes podrán adquirir nuestros productos será nuestra página web, en la cual nos hemos asegurado de que el proceso de compra sea lo más fácil y seguro posible.

6. Recursos humanos

Bazart está formada por 4 socios promotores de la idea, en la cual cada miembro tiene un cometido claro según sus habilidades y competencias. Álvaro Gili Pozo es Ingeniero Agrónomo y MBA, se encarga de supervisar la buena relación con los Bazarters y problemas logísticos asociados. Gabriel Antonio Calles Alonso es Ingeniero de Telecomunicaciones y MBA, su cometido principal está asociado a la gestión de la plataforma web y la implementación de mejoras futuras. Alberto Tejeda Alcalde Diplomado en Ciencias Empresariales y MBA se encarga del manejo de las cuentas y balances, así como la revisión de facturas y dirección financiera. Nathalie Emanuele Borja licenciada en Marketing en Estados Unidos y MBA en Madrid, será la encargada de todo lo relacionado con el Marketing y Ventas de Bazart.

7. E-commerce

Nuestra plataforma da soporte a los artesanos a través de las virtual shop, en las cuales los Bazarters se dan a conocer y comercializan sus productos. Gracias a nuestra potente aplicación informática un gran número de procesos están automatizados de forma que ganamos competitividad, algunos de ellos son: generación automática de facturas, control de stocks, gestión de bases de datos, etc. De esta forma, los pedidos que hacen los clientes a través de la web se le comunican al Bazarter y este realiza el envío. Un mes después, si todo ha ido correcto, se le paga descontando el porcentaje que nos corresponde como intermediarios.

8. Plan de crecimiento

Bazart cuenta con un ambicioso plan de expansión a medio/largo plazo. En una primera etapa Bazart concentra sus esfuerzos en reunir nuevos clientes y artesanos dentro del territorio nacional. Una vez que ha adquirido un volumen suficiente, tratará de exportar estos productos españoles a otras zonas de Europa. Posteriormente, se iniciarán conversaciones con otros artesanos europeos para poder contar con sus productos en nuestra plataforma y venderlos en sus comunidades locales. La idea final consiste en lograr un Bazart europeo donde todos los clientes puedan encontrar productos de cualquier región.

Otras medidas de crecimiento que llevará a cabo Bazart serán, no solo la adaptación de la plataforma al móvil sino la creación de una App que permita una mayor interacción con los clientes.

Bazart comienza con una pequeña plantilla de 4 personas que a medida que vaya teniendo necesidades crecerá en número. Estos requerimientos responden a la creación de nuevos proyectos como los Bazart Labs (un espacio de especialización e intercambio de conocimiento entre artesanos profesionales) o Ferias-Bazart (incluyen eventos, demostraciones, exposiciones e incluso pequeños talleres abiertos a un público en general).

9. Plan financiero

Plan de financiación

Para la puesta en marcha de Bazart contamos con dos vías de financiación. Por un lado, el 69% proviene de los fondos propios, aportado por los cuatro socios a partes iguales, con un capital social total de 200.000€.

Por otro lado, el proyecto se financia con un 31% de deuda mediante la solicitud de dos préstamos. Uno por valor de 50.000€ a 5 años con un tipo de interés del 7,05%. Y otro por valor de 40.000€ a 5 años con un tipo de interés del 6,00%.

Inversión inicial

Inversión o activo comprado	Precio de compra sin IVA	%IVA	Mes de compra
Oficina San Sebastián de los Reyes	160.000,00	21,00%	ENE - 2015
Mobiliario	3.352,90	21,00%	ENE - 2015
Equipos informáticos	2.651,60	21,00%	ENE - 2015
Aplicación y página web	41.322,31	21,00%	ENE - 2015
Total	207.326,81		

Balance

ACTIVO	€ 2015	€ 2016	€ 2017	€ 2018	€ 2019
ACTIVOS NO CORRIENTES.....	204.066	177.700	127.972	136.864	102.723
Inversiones materiales e intangibles.....	176.555	145.782	115.010	136.864	102.723
Activos por Imp. Sociedades diferido.....	27.512	31.918	12.962	0	0
ACTIVOS CORRIENTES.....	143.892	367.759	728.397	1.329.522	2.499.747
Clientes.....	0	0	0	0	0
Tesorería.....	143.892	367.759	728.397	1.329.522	2.499.747
TOTAL ACTIVO.....	347.958	545.460	856.369	1.466.385	2.602.470
P. NETO Y PASIVO	€ 2015	€ 2016	€ 2017	€ 2018	€ 2019
PATRIMONIO NETO.....	116.365	103.145	160.014	310.619	648.095
Capital.....	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000
Reservas.....	-1.100	-1.100	-1.100	-1.100	110.619
Resultados negativos ejercicios anteriores.....	0	-82.535	-95.755	-38.886	0
Resultado del ejercicio.....	-82.535	-13.220	56.869	150.605	337.476
Subvenciones.....	0	0	0	0	0
PASIVOS NO CORRIENTES.....	58.710	40.871	21.904	1.737	0
Deuda con entidades financieras LP.....	58.710	40.871	21.904	1.737	0
PASIVOS CORRIENTES.....	172.882	401.443	674.451	1.154.029	1.954.375
Deuda con entidades financieras CP.....	16.781	17.840	18.967	20.167	1.737
Proveedores.....	206.958	397.774	661.439	1.099.673	1.828.271
Hacienda Pública (Deudora / Acreedora).....	-50.858	-14.170	-5.955	34.189	124.367
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO.....	347.958	545.460	856.369	1.466.385	2.602.470

Cuenta de pérdidas y ganancias

Pérdidas y ganancias (P&G)	€ 2015	€ 2016	€ 2017	€ 2018	€ 2019
+ Importe neto de la cifra de negocio.....	674.971	3.225.786	5.957.039	9.904.431	16.467.056
- Aprovisionamientos.....	-616.599	-2.889.037	-5.335.165	-8.870.476	-14.748.010
+ Otros ingresos de explotación.....	0	0	0	0	0
- Gastos de personal.....	-55.440	-108.224	-148.872	-209.513	-282.065
- Otros gastos de explotación.....	-77.507	-211.208	-363.291	-583.502	-949.088
- Amortización del inmovilizado.....	-30.772	-30.772	-30.772	-38.146	-37.141
+ Imputación de subvenciones LP.....	0	0	0	0	0
= BAIL.....	-105.347	-13.455	78.938	202.794	450.754
+ Ingresos financieros.....	0	0	0	0	0
- Gastos financieros.....	-4.699	-4.172	-3.113	-1.986	-786
= RESULTADO FINANCIERO.....	-4.699	-4.172	-3.113	-1.986	-786
= BAI.....	-110.046	-17.627	75.825	200.807	449.968
- Impuesto sobre Sociedades (+ Imp. Diferido)	27.512	4.407	-18.956	-50.202	-112.492
= RESULTADO NETO.....	-82.535	-13.220	56.869	150.605	337.476

Análisis de la inversión

Rentabilidad y EBITDA	2015	2016	2017	2018	2019
ROI (Rentabilidad económica).....	Pérdidas	Pérdidas	10,3%	15,9%	20,5%
ROE (Rentabilidad financiera).....	Pérdidas	Pérdidas	55,1%	94,1%	108,6%
EBITDA.....	-74.575 €	17.317 €	109.710 €	240.940 €	487.894 €
Inversión inicial en ENE - 2015.....	290.000		% Rentabilidad exigida....		28,0%

VAN	835.280€
TIRM	52,76%