



**MÁSTER EXECUTIVE EN DIRECCION DE EMPRESAS  
TECNOLOGICAS E INDUSTRIALES**

**PROYECTO SHOPINHAND**

**Integrantes**

**Buenaventura Pérez de los Santos  
Fanthely Pacheco Guerrero  
Madeline Jissel Mejía Roa  
Melvin Compres de los Santos  
Miguel Ángel Suriel del Rosario**

**Fecha: 03 junio 2018**

## **1. Por qué de la propuesta: descripción de problema/oportunidad**

La República Dominicana ha experimentado un gran crecimiento económico en años recientes, haciéndola la economía más fuerte en el Caribe y Centroamérica y una de mayores en crecimiento en América Latina. El crecimiento económico del país ha sido uno de los más fuertes de ALC en los últimos 25 años. Sobre la base de una demanda interna robusta se espera que el PIB crezca cerca de un 5 por ciento en 2018 y mantenga así en el futuro cercano.<sup>1</sup>

Gran parte de este crecimiento sumado a la estabilidad macroeconómica del país lo ha convertido en un gran receptor de inversiones extranjeras, sumado a las de capital extranjero que tienen entre sus principales pilares la construcción tanto residencial como comercial. Hoy en día el país cuenta con grandes centros comerciales, así como gran variedad de comercios medianos y pequeños ofreciendo una amplia variedad de productos y servicios.

Existen en Santo Domingo tiendas especializadas, centros comerciales, plazas comerciales, Mall y tiendas por departamentos que tienen diversas ofertas de múltiples productos en un sólo lugar, lo que hace de esta clase de empresa altamente competitivas. Esto hace que muchas veces los clientes pierdan tiempo buscando artículos que deseen comprar, o muchas veces no saben que existen determinados establecimientos con el o los productos que desean adquirir, así como sus precios, donde estaría más económico o cuáles son las ofertas. Esto provoca pérdida de tiempo a los clientes y a los negocios les provoca fugas, pues en muchos casos se dejan de captar clientes potenciales.

Se propone crear una plataforma gestionada que funcione a través de localización GPS que permita a los usuarios que visiten un lugar puedan recibir de manera rápida y eficaz un resumen de los establecimientos que tienen los artículos que están buscando, aquellos que sean similares, así como sus precios, ofertas y descuentos. También el usuario tendrá la posibilidad desde cualquier lugar de consultar por un artículo en específico o con ciertas características como color, marca, tamaño, tipo, entre otras, y automáticamente podrá ver los establecimientos en orden de cercanía y precios de acuerdo con lo elegido por el usuario.

---

<sup>1</sup> Fuente: Banco Mundial: <http://www.bancomundial.org/es/country/dominicanrepublic/overview#1>

## 2. Propuesta de valor Canvas

<b>Aliados Clave</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Proveedor de servicios de Desarrollo de Software</li> <li>● Empresas de Certificación de la aplicación</li> <li>● Centros Comerciales</li> <li>● Tiendas y comercios en General</li> <li>● Proveedor del servicio de SaaS</li> <li>● Agencias de Marketing</li> </ul>	<b>Actividades Clave</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Recolección de Datos</li> <li>● Comercialización del Servicio</li> <li>● Programas de Mantenimiento</li> </ul> <hr/> <b>Recursos Clave</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Bases de Datos de Comercios/Tiendas</li> <li>● Aplicación Web</li> <li>● App para dispositivos móviles</li> <li>● Recursos materiales como oficina, equipos de computo</li> </ul>	<b>Propuesta de Valor</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Acceder en tiempo real a los productos disponibles por establecimiento y tiendas</li> <li>● Permitir al usuario realizar búsquedas específicas de un producto o por características</li> </ul> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Enviar notificaciones con ofertas personalizadas</li> <li>● Acceso a estadísticas de búsquedas de artículos y preferencias del consumidor</li> </ul>	<b>Relación con el Cliente</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Negocio – Cliente: B2C</li> <li>● Negocio – Negocio: B2B</li> </ul> <hr/> <b>Canales</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Ventas directas</li> <li>● Ventas a través de la página web</li> <li>● Venta a través de Agencias de Marketing</li> <li>● Comunicación diversa</li> </ul>	<b>Segmentos de Clientes</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Grandes Centros Comerciales</li> <li>● Clientes de pequeña y mediana empresa</li> <li>● Dealers de Vehículos</li> <li>● Mueblerías</li> <li>● Ventas Diversas</li> <li>● Supermercados</li> <li>● Usuarios finales de la app</li> </ul>
<b>Estructura de Costes</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Plantilla de personal</li> <li>● Desarrollo de la plataforma web y Hosting</li> <li>● Investigación</li> <li>● Soporte</li> <li>● Alquiler de edificio u oficina</li> <li>● Marketing</li> </ul>		<b>Estructura de Ingresos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Venta del Software como un servicio (SaaS)</li> <li>● Contratos de Mantenimiento</li> <li>● Venta de Publicidad a través de la plataforma</li> </ul>		

### **3. Primeras hipótesis del Business Model Canvas y desarrollo de los 9 puntos**

#### **★ PROPUESTA DE VALOR**

El proyecto Shopinhand Ofrece a los consumidores una forma rápida y eficiente de conocer la disponibilidad, precios, ofertas, entre otros de los productos en que esté interesado de diversas maneras; puede hacer uso de geolocalización para que de estar físicamente en un gran centro comercial, pueda obtener de una forma precisa y simplificada los establecimientos que poseen disponibilidad de artículos específicos, así como otros con características especificadas por el usuario de acuerdo al tipo de artículo. Además, podrá ver los diferentes precios para escoger aquellas opciones que mejor se ajusten a lo que busca y ayuda para llegar al o los establecimientos seleccionados.

Permite a los establecimientos tener mejor visibilidad de cara a los clientes, así como poder ofertar sus productos de forma más directa al tener un canal rápido donde el potencial cliente los pueda ver, conocer sus precios, ofertas. También obtener estadísticas de cuales artículos han estado solicitando los usuarios para ayudar a suplir la demanda y realizar proyecciones.

Se propone una herramienta donde tanto los clientes como las empresas tengan una ventaja a la hora de buscar y ofrecer algún producto o servicio, economizando tiempo, dinero, y colocando los negocios a la vista de los clientes potenciales.

#### **★ ALIADOS CLAVE**

- Proveedor de Servicios para el desarrollo del software de la plataforma Online, las API y el APP.
- Proveedor del servicio de Software as a Service (SaaS).
- Agencias de Marketing
- Agencias del gobierno encargadas del controlar el comercio: Proconsumidor, Inespre

#### **★ ACTIVIDADES CLAVE**

Una vez implementada la empresa, las actividades clave las enumeramos a continuación:

- Desarrollo de la plataforma Online y de la APP
- Venta del servicio
- Servicio de venta de publicidad

- Mantenimiento de la plataforma
- Gestión de recolección y venta de estadísticas

### ★ RECURSOS CLAVE

- **Las bases de datos** de información y productos de los centros comerciales, tiendas y establecimientos. Las mismas se estarán actualizando de manera continua a medida que se efectúa la interacción comercio/clientes
- **Aplicación Web.** Que proporciona el acceso principal para que los comercios puedan administrar la plataforma.
- **APP.** Proporciona a los usuarios clientes el acceso a ver productos, ofertas, realizar consultas, entre otros.
- **Recursos Humanos.** personal necesario para el desarrollo de las aplicaciones, gestión de la empresa, ventas, etc.
- **Recursos materiales.** Entre estos se incluyen el local de oficina, equipos informáticos, aplicaciones de desarrollo, entre otros.

### ★ RELACION CON EL CLIENTE

- **Usuarios consumidores:** son los usuarios o clientes que utilizan la app para hacer consultas sobre productos o artículos. La app será descargada de forma gratuita y estaría disponible para las plataformas IOS y Android. Solo se requiere un registro sencillo con los datos más importantes. No se necesita registrar ninguna TC o documento comprometedora. La app le informara al cliente sobre el uso de sus datos para mejorar la experiencia de compra y servicios. Las búsquedas no representan ningún compromiso de compra por parte del usuario.  
Podrán recibir publicidad tanto de productos y servicios como de otra índole a través de la tecnología PUSH.
- **Usuarios de Centros Comerciales/Tiendas/Establecimientos:** utilizan la página web para administrar sus micrositos privados, obtener información útil y realizar cualquier tarea de índole administrativa. Se les dará acceso una vez se establezca la firma de un contrato de servicios y es una plataforma autoadministrable. Tendrán acceso a soporte si presentan algún inconveniente.

### ★ CANALES

- **Venta:**
  - A través de la página web
  - Ventas directas a través de la fuerza comercial
  - Ventas indirectas a través de agencias de marketing que administren estos comercios

- **Comunicación:**
  - Mercadeo directo
  - Publicaciones en Periódicos de circulación nacional
  - Spots publicitarios en la radio

## ★ SEGMENTOS DE CLIENTES

Podemos separarlos en dos grandes grupos:

- Cientes Empresariales/Comerciales: son los establecimientos suscritos al servicio que deseen estar disponible en la plataforma.
- Usuarios finales: son los clientes suscritos a la app que realizaran consultas.

## ★ ESTRUCTURA DE COSTES

- Gastos de Plantilla de personal
- Costo de Desarrollo de la plataforma web y Hosting
- Costo de Investigación
- Gastos de Soporte
- Alquiler de edificio u oficina
- Gastos de Marketing y promoción

## ★ INGRESOS

- Ingresos por ventas: consiste en una suscripción por parte de los clientes comerciales. Tendremos varios planes o niveles
  - **Básico:** permite tener disponible los productos del establecimiento para fines de consulta y búsqueda.
  - **Premium:** además de lo contenido en el plan Básico, permite enviar promociones/publicidad y además que el cliente participe en el plan de “producto preferencial” donde a través de un código QR el usuario será avisado de disponibilidad y/o promociones de los productos que considere preferido.
- Ingresos por mantenimiento anual: garantiza el soporte a los clientes comerciales, entrenamientos o asesoría.

- Ingresos por venta de publicidad: se podrá vender publicidad que aparecerá como notificaciones PUSH en los usuarios de la app.

#### 4. Breve descripción del mercado y competencia

##### Aspectos Económicos

La República Dominicana es una de las economías de Centroamérica y Caribe con mayor crecimiento y dinamismo. Una gran parte de este se corresponde con el consumo. Un aspecto sumamente interesante porque define el segmento domestico de la economía.

Según datos de la Oficina Nacional de Estadística (ONE) en el año 2007 los hogares dominicanos tuvieron gastos de consumo de RD\$51,637,308,856, aproximadamente US\$1,541,412,205. Esta cifra es mensual, lo que representa un consumo anual de aproximadamente RD\$620 mil millones o US\$18,500 mil millones. La siguiente tabla muestra la distribución de este consumo:<sup>2</sup>

<b>Alimentos y bebidas no alcohólicas</b>	<b>RD\$132,438,943,404</b>	<b>US\$4,000 millones)</b>
<b>Bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes</b>	RD\$15,792,427,992	US\$471 millones
<b>Prendas de vestir y calzado</b>	RD\$31,207,299,564	US\$932 millones
<b>Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles</b>	RD\$61,809,240,912	US\$1,800 millones
<b>Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar</b>	RD\$36,014,228,136	US\$1,100 millones
<b>Salud</b>	RD\$37,658,288,400	US\$1,100 millones
<b>Transporte</b>	RD\$107,301,143,472	US\$3,200 millones
<b>Comunicaciones</b>	RD\$18,750,389,184	US\$560 millones
<b>Recreación y cultura</b>	RD\$26,531,638,020	US\$792 millones
<b>Educación</b>	RD\$17,094,602,508	US\$510 millones
<b>Restaurantes y hoteles</b>	RD\$85,451,219,388	(US\$2,600 millones)
<b>Bienes y servicios diversos</b>	RD\$49,598,285,292	US\$1,500 millones

<sup>2</sup> Encuesta Nacional de Ingresos y Gatos de los Hogares 2007

Por un lado, estas cifras muestran en qué los hogares dominicanos gastan sus ingresos. Por lo tanto, y tal como se puede observar, el patrón de gastos del ingreso familiar dominicano es de un 21.4% en alimentos y bebidas no alcohólicas, 17.3% en transporte, 13.8% en restaurantes y hoteles, y 10.3% en alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles; que en conjunto forma 62.8% del gasto total. El 37.2% restante es distribuido entre prendas de vestir y calzado, muebles y artículos para el hogar, recreación y cultura, educación, entre otras cosas.

### **Régimen jurídico en aspectos comerciales.**

Estas cifras representan información importante para los inversionistas locales y extranjeros porque muestra un alto potencial de consumo. Indica además que el país ofrece muchas oportunidades de negocios para empresas existentes y nuevas.

El país cuenta con leyes que fomentan el desarrollo de las MIPYMES y la defensa de la competencia comercial, así como también el marco jurídico consta de instituciones que dan seguimiento estricto a estas regulaciones, tales como PROCOMPETENCIA (creada bajo Ley 42-08), los ministerios De Industria, Comercio y Pymes (creado bajo Ley 290-66 y modificado por Ley 37-17), De Trabajo, De Economía Planificación y Desarrollo, entre otros organismos.

El código de trabajo, que data de la década de los 90, es un logro del esfuerzo compartido de los sectores empresarial, sindical-laboral y político. El mismo regula la relación de los empleadores con sus empleados, y de ambos con el estado, solo por citar su concepto general a groso modo.

### **Comercio electrónico**

Durante el 2016 en la República Dominicana se generaron negocios por 40 mil millones de pesos en transacciones de comercio electrónico, informó Augusto Romano, presidente de Digo Interactive Media Network durante su participación en la décimo tercera entrega de la serie de conferencias Encuentros Interactivos, junto a Ana Karina Cárdenas, directora regional de la firma de estrategia y comunicación venezolana Pizzolante.

Estos resultados fueron generados por operaciones locales en tarjetas de débito, tarjetas de crédito y tarjetas prepagadas, además del pago de servicios en la mayoría de los servicios públicos como el agua, electricidad y pago de marbete de vehículos, entre otras acciones.

De acuerdo con Romano, en el país existen seis millones de usuarios de Internet, logrando una penetración de un 51 por ciento en el total de la población conectada a la red; un 69 por ciento de penetración en personas económicamente activas en edades comprendidas entre 18 y 69 años y un 88 por ciento de penetración en teléfonos inteligentes sobre la población conectada,<sup>3</sup> y los reportes oficiales del INDOTEL (ente regulador de las Telecomunicaciones) arrojan que el país cuenta con 7.15 millones de cuentas de servicio de internet<sup>4</sup>.

Podemos concluir, después de leer estos resultados, que los medios digitales tienen grandes oportunidades, porque es la manera en la que se encuentran conectados los consumidores.

### **Competencia**

Actualmente no existe en el país una empresa que ofrezca el tipo de solución que proponemos en este proyecto. Lo más cerca es el uso de envío de notificaciones masiva vía correo electrónico con ofertas, pero las mismas no son dirigidas y llegan a través de correo electrónico a usuarios que se hayan inscrito al servicio de mensajería. Por lo que nuestra propuesta resulta innovadora en un mercado de consumo creciente y de crecimiento económico.

---

<sup>3</sup> Fuente: Periódico Hoy, publicación de Julio 14, 2017

<sup>4</sup> Estadísticas de las Telecomunicaciones, Indotel, Abril 2018.