



Plan de empresa

**Isaac Emmanuel Vásquez Montilla
Christy Chabeli Polanco Pérez
Cristina Yicel Cabrera Rivas
José Manuel Acosta Rubio
Julissa del Orbe Ortega**

Contenido

Resumen Ejecutivo	1
Presentación de Inside DR	6
Plan Estratégico	6
Concepto de Negocio	6
Oportunidad de negocio y problema que soluciona	6
Lienzo de la Propuesta de Valor	8
Business Model Canvas	9
Análisis PESTEL.....	10
Análisis DAFO	13
Posicionamiento Competitivo	13
Validación del modelo de negocios.....	14
Plan de Marketing y Comercial.....	16
Investigación de Mercado	16
Análisis de la competencia.....	17
Tamaño de mercado	17
Segmentación y Targeting.....	18
Usuario de la plataforma	18
Posicionamiento del Producto: Arquitectura de la Marca.	20
Ventaja en Costos.	20
Ventaja para nuestros Clientes.	20
Objetivos del equipo para establecer el negocio.	20
Marketing Mix.....	21
Customer Journey	22
FUNNEL y Presupuesto de Marketing	24
Responsables, Presupuesto, plazo, control	27
Gastos de publicidad	29
Plan de Operaciones	30
Cadena de Valor	30
Aspectos legales y societarios de Inside DR.....	32
Gestión de la calidad	34
Presupuesto de gastos operativos	34
Plan de Recursos humanos	35
Tipo de organización	35

Organigrama de la empresa.....	35
Distribución de personal.....	35
Funciones, responsabilidades y capacidades de la estructura.....	36
Costos estimados	38
Plan de selección y reclutamiento	38
Funciones de compañía subcontratada	39
Competencias	39
Plan Financiero	39
Plan de inversiones.....	40
Plan de Financiación	41
Capital social	41
Tesorería Inicial Disponible	41
Cuentas de pérdidas y ganancias	43
Gastos de personal	43
Gastos de explotación	45
Balance de situación	46
Cuenta de tesorería	47
Indicadores Económicos -Financieros Inside DR	48
VAN y TIR.....	49
Bibliografía	50
Anexos	51

Resumen Ejecutivo

¿Quiénes somos?

Un equipo de emprendedores dominicanos, que comparten interés por los proyectos cuyas operaciones tengan impacto social y conserven el medioambiente, que se han unido con la idea de conectar el campo y los recursos naturales dominicanos con el turismo, potenciando su productividad.

¿Qué es Inside DR?

Un proyecto de plataforma Web y APP móvil, que conecta la oferta de turismo comunitario rural y de aventura dominicano, con el turista nacional e internacional, ofreciendo al turista experiencias divertidas y memorables, mientras conoce e interactúa con la cultura, tradiciones, actividades artesanales y ambiente ecológico y/o rural de la República Dominicana.

¿Cuál es nuestro mercado Objetivo?

InsideDR está dirigido al vacacionista dominicano o al interesado en experiencias turísticas divertidas, aventureras y responsables por la sociedad y la conservación del medioambiente, trayendo ofertas de fácil acceso y a precios competitivos. Nuestro segmento de mercado tiene las siguientes características:

- Turista residente, no residente y de habla hispana entre 21 - 35 años.
- Tiene un nivel de ingresos medio o medio alto.
- Tienen acceso a internet, redes sociales y correo electrónico.
- Buscan vivir experiencias de aventuras diferentes rurales y ecológicas.
- Arriesgado, atrevido, aventurero y que le encante vivir experiencias diferentes.
- Les guste aportar a causas comunitarias.

Este nicho de mercado generará 45,240 turistas al año.

¿Qué ofrecemos?

Conectamos la oferta de turismo rural, comunitario y de aventura con la demanda a través de nuestra plataforma web. Añadimos valor a este segmento turístico mediante:

- Plataforma Digital de Turismo Comunitario en República Dominicana.
- Adaptable a dispositivos móviles (Responsive Design).
- Disponible 24 horas al día los 7 días de la semana para consultas en línea.
- Compra segura de ofertas turísticas.
- La optimización de la gestión de marketing.
- Automatización y eficientización de los procesos de reservación y logística de la experiencia del turista.
- Prestación de plataformas de gestión de pago automatizada, rápida, intuitiva y sin intermediarios.
- Dinamización de la economía de los sectores rurales de producción artesanal a pequeña escala.

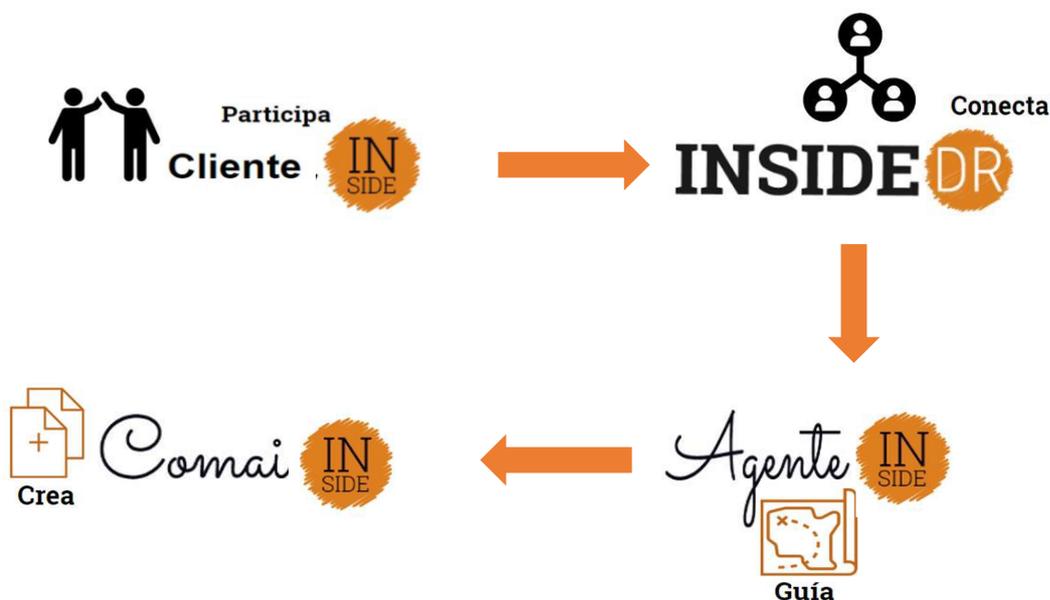
- Mejora de las habilidades de los miembros de las comunidades rurales para la gestión e interacción con los turistas.

Inside DR crea alianzas con personas de diferentes comunidades del campo a lo largo de toda la República Dominicana, formando un equipo integrado como entidad, que atrae y capta turistas, jóvenes con conexión a internet que sirven de contacto y de guía durante de la experiencia del turista, y los Comai y Compai, que son personas del campo, propietarios de terrenos y negocios artesanales, expertos en el desarrollo de las actividades y experiencias que vivirá el turista.

Este concepto de negocio resulta innovador, ya que en el mercado hasta el momento no contamos con iniciativas que conecten una plataforma virtual con personas de las comunidades rurales estableciendo relaciones de negocios que aportan valor al turista, a las comunidades y al negocio. Las actividades contempladas en el catálogo de servicios que ofertará el agente están:

- Elaboración de quesos, chocolates, casabe y artículos de artesanía.
- Recorridos por fincas para extraer mil, ordeñar vacas y realizar labores del campo.
- Montar a caballo, visitar granjas no industrializadas.
- Participar en fogatas, bailes típicos y tocar instrumentos (tambor, acordeón, güira, marimba, guitarra y otros instrumentos típicos).
- Participar en actividades folclóricas de temporada.
- Habitar en casas con estructura propia de la cultura del campo dominicano.
- Degustar comida artesanal y típica dominicana, o endémica de las regiones a las que pertenecen las comunidades
- Actividades terrestres como: alpinismo, cabalgatas, rápel o montañismo.
- Actividades aéreas como vuelo en parapentes y ala delta
- Actividades acuáticas como kyaquismo, rafting y pesca recreativa.

Cómo se ve nuestro proceso operativo?



¿Cómo se comporta nuestro mercado?

El mercado turístico de la República Dominicana favorece el desarrollo de **Inside DR**, debido a que en los últimos 10 años el turismo ha crecido un 50.3%, alcanzando un TAM de 5.5 millones de

turistas por año, con una expectativa de 10 millones de turistas al año para el año 2027 y una tasa de crecimiento anual de promedio de 8%. El subsector turismo de aventura, comunitario y de montaña, también registra un crecimiento de un 42.1% durante los últimos 10 años, con un SAM de 1,400 millones. El SON meta del proyecto es de un 3% anual, lo que se traduce en 45 mil turistas disfrutando la experiencia **Inside DR**.

Nuestros competidores son grandes cadenas hoteleras de turismo tradicional, con conceptos de negocios distintos, pequeños hoteles y villas de montaña especializados en ofrecer experiencias de aventura como trekking, montañismo, descenso en balsa o rafting, parapentes y experiencias afines.

Nuestra ventaja competitiva principal consiste en entregar experiencias artesanales y culturales divertidas y seguras disponibles desde una plataforma en internet que permite hacer todo el proceso de separación y compra desde la comodidad de un dispositivo móvil o computador.

¿A cuántos clientes llegaremos y cómo lo haremos?

El plan de marketing tiene el objetivo de generar visitas a la página web activos al final del año 2019, de un total de 1,469 clientes. Este objetivo será logrado mediante la implementación de una estrategia online, integrada por: optimización del posicionamiento web en motores de búsqueda (SEO), marketing de contenidos en redes sociales, email marketing, cupones de descuentos, generación de **INSIDE PUNTOS** para obtención de beneficios que buscan la fidelización de los clientes. Implementaremos acciones de marketing dirigidas a generar emociones en nuestros clientes que mejoren el posicionamiento de la empresa, para lo cual utilizaremos canales como:

- Optimización del posicionamiento web en motores de búsqueda (SEO)
- Marketing de contenidos mediante Blog, boletines, e-mail marketing.
- Redes Sociales (Instagram, Facebook, etc.).
- Workshop/Talleres en las comunidades.
- Asociación con entidades estatales.
- A través de ferias locales (OVOP).

El uso de estas estrategias implica un coste de 8,568€ en el primer año. Posteriormente tras ir consiguiendo un conocimiento y posicionamiento de la marca, también haremos uso de las opiniones y los testimonios de la experiencia del cliente. Mediante el uso de estas estrategias obtendríamos unas ventas que generarían un ingreso de 159,170€ en el primer año.

¿Cuánto nos cuesta Inside DR?

Las principales inversiones que se realizarán para el desarrollo del proyecto será en investigación y desarrollo, desarrollo de herramientas tecnológicas y pago de obligaciones de propiedad industrial para protección de la marca.

El coste de la inversión del proyecto es bajo, debido a que la experiencia turística será vivida en espacios cuya infraestructura y funcionamiento ya existe, y nuestra inversión se enfocará en proveer una plataforma virtual y estructura de marketing que consiga el posicionamiento de la marca. Los principales costes fijos corresponden a salarios, campañas de marketing y mantenimiento de la plataforma. En 2019, los gastos fijos serían un 42,395€, aumentando relativamente en el segundo año a unos 45,515€, pero en el tercer año, ya disminuiría a 42,395€

manteniéndose estable hasta el año 5. Para la financiación del proyecto se aportarán en total 8,000€ de los cuales cada socio realizará un aporte de 1,600€.

¿Funciona?

Inside DR en el primer año de actividad ya consigue obtener un EBIT de 5,355€ y unos flujos de caja positivos de 7,218€. Durante el 2019 se alcanza un ROE de 16.7%. En 2020, obtenemos un EBIT de 16,083€ y un flujo de caja de 17,443€, mientras que el ROE es de 45.3%.

¿Y Después?

La política estratégica de **Inside DR** está dirigida a cuidar celosamente la experiencia del cliente, dando importancia crucial al Customer Journey, momentos de verdad y feedbacks recibidos tanto a través de nuestra plataforma virtual como de las redes sociales y canales de contacto con el cliente para mejorar la experiencia del cliente desarrollando con ellos relaciones sostenibles a futuro.

Considerando la naturaleza de nuestra propuesta de valor y las posibilidades de expansión, una vez consolidados como marca las posibilidades de expansión son muy variadas, podremos desarrollar relaciones con más proveedores, ampliar nuestro catálogo de servicios a nuevas actividades de naturaleza rural. En cualquier caso, la estrategia se irá adaptando a las necesidades de nuestros clientes y de posibles nuevos clientes, escuchando y adaptando la propuesta de valor constantemente a sus necesidades.

INSIDE DR



SOM

45,240 Potenciales clientes al año



Target

Turistas 21 a 35 años, aventureros, conectados a internet



Crecimiento

Porcentaje de crecimiento del sector últimos años



Contribución del sector al PIB

8% anual



Catálogo

222 localidades disponibles para experiencias diferentes

Customer pain

Difícil acceso al turismo rural comunitario y de aventura en la República Dominicana. Falta de presencia en internet.

Solución

Plataforma virtual intuitiva que conecta al turista con una amplia oferta de turismo rural y de aventura

Misión

Ofrecer experiencias turísticas rurales y de aventura memorables, promoviendo la cultura local y aportando valor a las comunidades.

Visión

Ser la mejor opción en ofertas de experiencias turísticas rurales comunitarias y de aventura, obteniendo la mayor satisfacción del cliente.

Equipo



Visita a Inside DR en la Web: <https://insidedr.wixsite.com/inicio>

Datos financieros

	2019	2020	2021	2022	2023
Volumen de ventas	159,170	205,329	245,121	285,710	318,340
Flujo de efectivo	7,218	17,433	32,049	43,774	53,201
Beneficio neto	3,266	13,480	24,973	36,702	46,128
Recursos propios	15,612	23,784	35,477	44,851	52,398
ROE	16.70%	45.30%	63.40%	71.00%	75.20%
ROI	11.00%	26.90%	41.1	29.50%	54.50%
EBITDA	5,355	16,083	28,018	40,198	49,987

VAN

28,270
Tasa de descuento
25%

TIR

47%

Plazo recuperación inversión

3 años

Plan de marketing y ventas

	2019	2020	2021
Unidades vendidas	1,419	1,910	2,277
Costes de marketing	8,568	8,568	8,568
Cuota de mercado	3%		
Lifetime value	5 años		

Presentación de Inside DR

Inside DR es una plataforma Web y una APP multilateral de servicio, que vincula la oferta de turismo comunitario rural en República Dominicana a la demanda nacional e internacional. El valor de Inside aumenta en la medida en que crece la cantidad de experiencias turísticas generadas por los Agentes Inside y el uso posterior por los turistas clientes.

Nuestro enfoque social permite que se establezcan relaciones de negocios equitativas entre los miembros de comunidades rurales, los agentes de servicio y el mercado turístico, añadiendo valor en tres áreas principales: Comercialización, Marketing y Gestión de Pagos Online.

Inside DR es la cara más auténtica del turismo dominicano, conectando al turista con una variada oferta de experiencias rurales en comunidades que promuevan una sana diversión, experiencias únicas, expansión de la cultura local y el desarrollo de las comunidades.

Plan Estratégico

Concepto de Negocio

Logo



Propuesta de Valor

Entregar experiencias turísticas únicas, que se conjuguen con recuerdos inolvidables de lo vivido en cada lugar visitado y la participación en el desarrollo de comunidades rurales en diferentes partes de la República Dominicana, es lo que busca **Inside DR** que cada turista se lleve consigo. A cada turista que utilice los servicios de **Inside DR** se pretende crear valor, entregando un servicio único y oportuno, con precios altamente competitivos, garantizando una gestión y asistencia personalizada en sus reservas y calidad en cada experiencia contratada.

Misión de Inside DR

Ofrecer una experiencia turística rural comunitaria única que permita conocer la cultura local y tradiciones de República Dominicana, a través de la integración de turistas, agentes y comunidades a fin de asegurar experiencias memorables y mejorar la calidad de vida de las comunidades locales.

Visión de Inside DR

Ser la mejor opción en ofertas de experiencias turísticas rurales comunitarias, presentando innovadores servicios y asegurando actividades turísticas estables y sostenibles, obteniendo la mayor satisfacción de nuestros clientes.

Oportunidad de negocio y problema que soluciona

La República Dominicana es, en la actualidad, una de las principales potencias turísticas de toda el área del Caribe. La actividad turística en el país ha tomado un gran auge en los últimos diez años. Esto gracias a que el país cuenta con una gran diversidad de atractivos turísticos en cada uno de los polos turísticos que se encuentran enclavados en cada región del territorio nacional.

Es importante destacar, que la mayoría de las actividades turísticas se desarrollan en la zona costera, confiriéndole al litoral un orden estratégico por su importancia económica pero coincidentalmente estas zonas se caracterizan por su alta fragilidad ecológica. En estas zonas, el turismo se oferta a través de grandes cadenas hoteleras bajo el concepto “Todo incluido” que brindan atractivos paquetes de entretenimiento y diversión dentro de sus complejos hoteleros. Estas actividades desarrollan la económica, pero la realidad ambiental es otra, ya que no conjugan el desarrollo y la conservación del medio ambiente, que permitan mantener los procesos ecológicos esenciales y optimizar los beneficios económicos a su máximo potencial sostenible.

En ese mismo sentido, podríamos resaltar tres problemas pocos controlados del turismo tradicional desarrollado en República Dominicana:

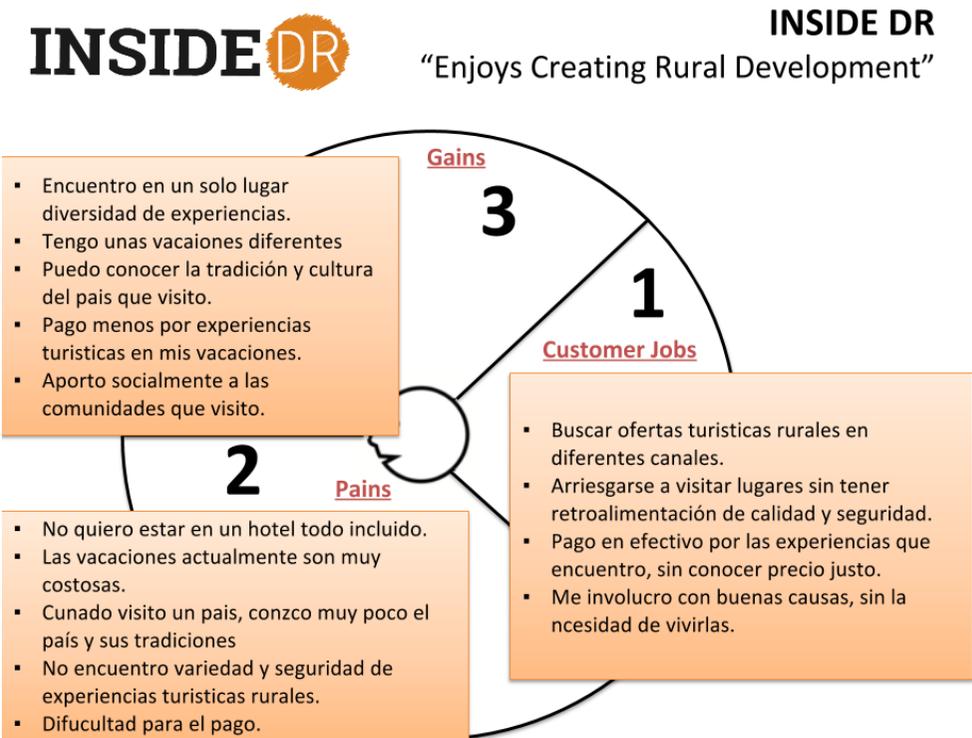
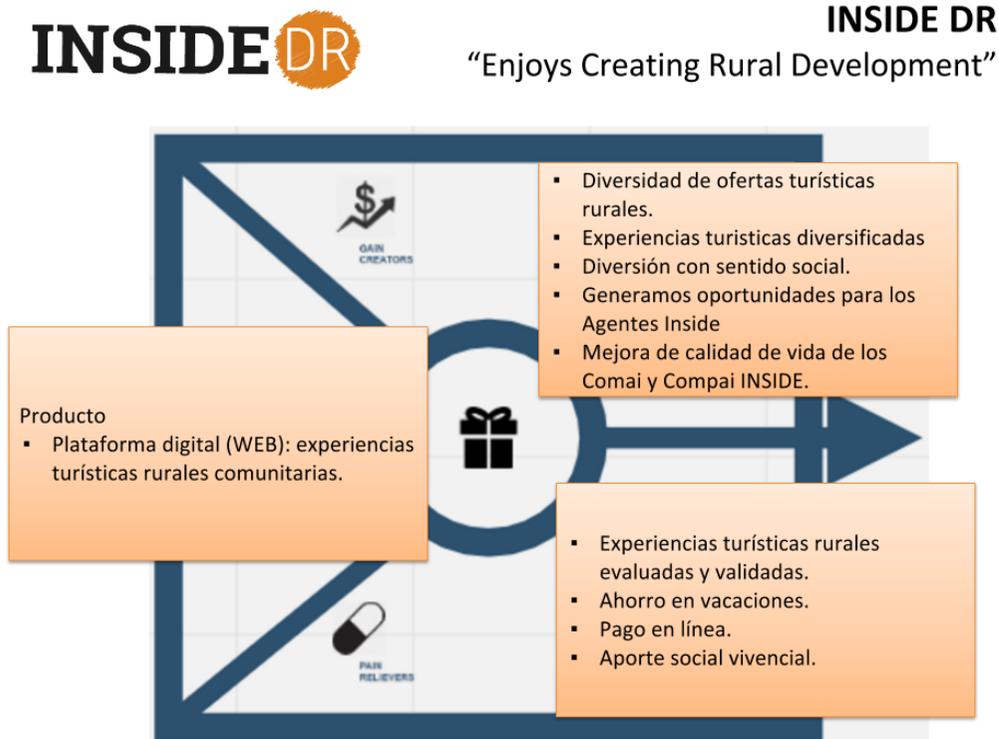
1. **Contaminación por operaciones turísticas.** A lo largo de las costas dominicanas es frecuente observar la contaminación de las playas por las aguas negras no tratadas, siendo muy pocos los establecimientos turísticos que poseen plantas de tratamiento para las aguas residuales. Al mismo tiempo, es muy frecuente ver la contaminación por desechos sólidos, por no poseer la municipalidad ni los centros hoteleros mecanismos ágiles de recolección o reciclaje de basura. Si bien es cierto, que las grandes corporaciones hoteleras generan una importante fuente de empleos y beneficios económicos a los dominicanos. Pese al daño a la biodiversidad y los ecosistemas de las zonas donde se instalan las grandes corporaciones hoteleras, no existen acciones compensatorias dirigidas a apoyar la ecología de la isla.
2. **Impacto ambiental por construcción.** La construcción de los llamados “resorts” e infraestructuras asociadas, causan irreversibles daños a los ecosistemas en la zona costera. En algunos casos, comunidades de dunas y humedales han sido alterados para dar paso a los complejos turísticos, y,
3. **Pérdida de la biodiversidad.** La magnitud de la degradación de la zona costera es difícil de cuantificar. Mayormente cuando no existen mecanismos de control adecuados. La falta de infraestructura y medios para conocer con más profundidad nuestra biodiversidad nos impide conocer a qué velocidad se pierde nuestra flora y fauna y sus habitats.

Por otro lado, los turistas que visitan República Dominicana no siempre están interesados en hacer turismo tradicional, en hospedarse en hoteles todo incluido que limita las actividades turísticas a las programaciones realizadas por el hotel, sin poder optar por experimentar actividades más cotidianas del país que se visita. Es por esto que **Inside DR**, busca ofrecer, a esas personas interesadas en realizar un turismo diferente no tradicional, experiencias rurales en comunidades de todas partes del país que permitan conocer, compartir y ser parte de la realidad de esas comunidades. Asimismo, podrán interactuar con personas, locales comprender su cultura y tradiciones, aportando a estas comunidades y realizando actividades no invasivas ni destructoras de nuestro medio ambiente.

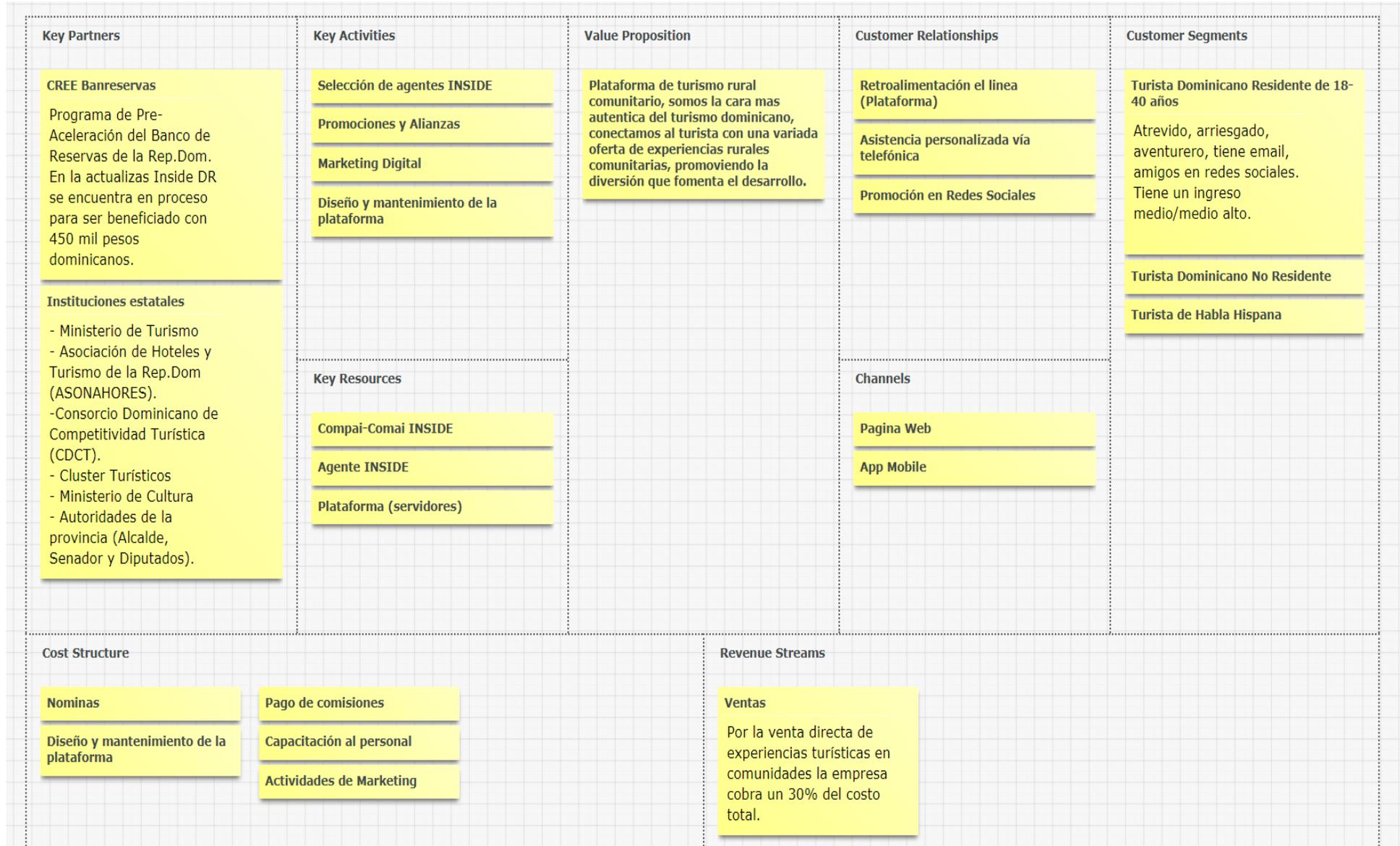
Necesidad del Mercado que Satisface

La necesidad que soluciona **Inside DR** tiene varias perspectivas. Por un lado, ofrecemos experiencias turísticas inolvidables a personas con el interés de conocer los aspectos culturales y tradiciones de la República Dominicana y que quieren escapar del turismo tradicional, y por el otro lado, aportamos al desarrollo de las comunidades que integran las experiencias turísticas, dinamizando sus economías con la visita de turistas de diversas partes del país y del mundo que podrán adquirir productos locales y recuerdos únicos de cada comunidad visitada y, por último, incentivamos la conservación del medio ambiente, la correcta utilización de los recursos naturales de las comunidades y una convivencia con la naturaleza sin afectar todo lo que nos rodea.

Lienzo de la Propuesta de Valor



Business Model Canvas



Análisis PESTEL

Aspecto Político/legal.

A nivel político la Industria del Turismo en la República Dominicana presenta una tendencia favorable, ya que para el gobierno del Presidente Danilo Medina en su Plan de Gobierno 2015-2020 enuncia lo siguiente: *“Ampliaremos la definición de la República Dominicana más allá de destino de “Sol y Playa”, incluyendo: turismo de aventura, cultural, de salud, de convenciones, religioso, rural, de la tercera edad, entre otros. Brindaremos especial atención al fortalecimiento del turismo de alto consumo y de cruceros. Para este último mejoremos las facilidades e infraestructuras necesarias tales como puertos, servicios de migración, transporte y otros.”*

Las normativas y regulaciones vigentes en la República Dominicana a las que deberá dar cumplimiento **Inside DR** son entre otras, las siguientes: La principal regulación legal que debe observar **Inside DR** es la Ley 158-01, que al mismo tiempo ofrece exoneraciones de impuesto sobre la renta, y facilidades para la obtención de permisos de construcción de instalaciones, y exoneraciones de pago de impuestos en la compra de activos fijos. Como medidas dirigidas a incentivar la inversión turística en el país. Entre las regulaciones legales que deberemos cumplir están también, la ley 16-92 que regula las relaciones empleado empleador, la ley 172-13 de protección de datos personales, No. 126-02 sobre el Comercio Electrónico y firmas digitales, Ley no. 358-05 de protección al consumidor.

Nuestras políticas y procedimientos operacionales serán adaptados a suplir las necesidades del cliente y aliados estratégicos dentro del marco de cumplimiento a las normativas nacionales vigentes. Para asegurar el adecuado cumplimiento a estas regulaciones legales, implementaremos un sistema de auditorías. Nuestra política de empleo se basa en la ausencia de cualquier tipo de discriminación por raza, discapacidad física, religión, nacionalidad, edad, etc.

Aspecto Económico.

El Banco Central de la República Dominicana en su presentación de los resultados económicos del año 2017 publicó que la nuestra fue la economía de mayor crecimiento en Latinoamérica desde el año 2015. En el 2017 la economía dominicana creció un 7.4% siendo una de las de mayor crecimiento en el mundo. Este crecimiento económico tuvo sus bases según la siguiente distribución, donde el sector turístico destaca ocupando el primer lugar:

- Hoteles, Bares y Restaurantes (6.8%)
- Servicios Financieros (6.2%)
- Agropecuario (5.9%)
- Zonas Francas (5.5%)
- Transporte y Almacenamiento (5.1%)
- Construcción (3.7%)
- Manufactura local (3.0%)
- Comercio (3.0%).

El aporte del sector turístico al PIB en 2017 fue de un 17%, creciendo con relación al año 2016 que había sido de un 11.1%. El sector turístico de la República Dominicana ha tenido un crecimiento económico sostenido desde el año. El despegue del desarrollo turístico en nuestro país tiene su origen en el año 1985. Desde ese año en adelante la generación de divisas por concepto de las actividades turísticas ha ido en aumento progresivo, exceptuando el año 1991 que registró una baja con relación al año 1990, lo que ha colocado la tendencia de crecimiento sostenida, alcanzando un crecimiento promedio de 50.3% en los últimos diez años según la estadísticas del

Banco Central que muestran que en 2007 fueron registrados unos 3 millones de turistas 965,055 y al cierre de 2017, esta cantidad ascendió a 5,959,347. Este promedio lleva a las actuales proyecciones que plantean lograr 10 millones de turistas al 2027 (proyección a 10 años).

El sector ecoturístico, donde se enfoca **Inside DR**, es una modalidad emergente en la economía turística dominicana que pretende impulsar el turismo de capital endémico, así como los componentes del patrimonio cultural. Este sector también reporta un crecimiento promedio anual de un 42.1% en los últimos 10 años, mostrando el mayor incremento en los últimos 5. Su oferta actual de 270 habitaciones, con una ocupación promedio anual de 82%.

Aspecto Social.

Una de las consideraciones principales evaluadas por el turista es la relacionada a la seguridad durante experiencia vacacional. Los países en vías de desarrollo, como el nuestro, muestran datos de actos delictivos que afectan de manera directa el sector turístico, sin embargo, la República Dominicana ha creado un organismo llamado CESTUR (Cuerpo Especializado de Seguridad Turística), que junto a los demás organismos de seguridad del país, ha desplegado acciones estratégicas enfocadas en brindar seguridad para los turistas tanto nacionales como extranjeros. Este organismo ha recibido reconocimientos por la Asociación de Hoteles de Santo Domingo por la labor y resultados obtenidos al proveer seguridad a este sector.

En el aspecto transporte, en el último decenio el gobierno dominicano venido desarrollándose un programa de construcción y adecuación de carreteras enfocadas en ofrecer transporte turístico y no turístico seguro, así como una campaña de educación que inició con un acuerdo entre el ministerio de educación y la dirección general de transporte terrestre enfocada en mejora corto, mediano y largo plazo de la educación y seguridad vial con la creación y /o reparación de más de 1000 carreteras y autopistas en los últimos 10 años.

De otro lado, existe una tendencia mundial hacia la concientización y la responsabilidad social. En el ministerio de medioambiente han desarrollado campañas de concientización ciudadana para el cuidado del medioambiente, los recursos naturales y la biodiversidad. En 13 de las 30 provincias del país, el ministerio de medioambiente ha desplegado un programa que funciona a través de las escuelas del estado, enfocado en crear conciencia sobre la necesidad de preservar el medioambiente, los recursos naturales y la biodiversidad.

Nuestro proyecto tiene un gran componente social, ya que estará incorporando personas de comunidades vulnerables en el país, los cuales tienen recursos naturales con mucho potencial para explotar el turismo rural comunitario. El sector turístico genera 332,589 empleados directos, el 8.4 % del total de fuentes de empleos en el año 2017.

Aspecto Tecnológico.

El desarrollo de la tecnología ha tenido avances significativos transformando la manera de comunicarnos, transportarnos, alimentarnos, hacer negocios, divertirnos y consumir el tiempo de ocio en casi cada rincón del mundo. En el 2018 el número de usuarios de Internet en el mundo supera el 50% de la población: 4,000 millones y ese número tiende al alza. Los usuarios de tecnologías web y móviles son nuestros potenciales clientes, por lo que el aprovechamiento de internet y sus tecnologías es una gran oportunidad para establecer relaciones de confianza con nuestra marca.

A nivel tecnológico el mercado turístico presenta una gran transformación en la República Dominicana, ya que según estadísticas de Cuentas Nacionales del Banco Central para el año 2000 los turistas llegaban al país mayormente por Tour Operadores, representando tan solo un 3.8% el total de los turistas que llegaban vía internet. Sin embargo, al año 2015 esta tendencia ha cambiado drásticamente, ya que el acceso masivo a medios tecnológicos ha permitido que más de un 20% de turistas llega a la República Dominicana a través de la compra vía internet. En el año 2016, en República Dominicana, uno de cada 2 viajeros, utilizó un dispositivo móvil o computadora para planear sus vacaciones, compartir fotos o dar Feedback sobre la experiencia turística.

El origen de la población turista del país muestra que el 53.9% de los visitantes llega desde América del Norte, el 25.5% desde Europa, el 14.2% desde América del Sur, 6.2% desde América Central y el Caribe y el 0.2% restante, desde Asia y el resto del mundo. La región con mayor crecimiento respecto años anteriores fue la europea, con un crecimiento de un 19.3%.

Considerando el origen de nuestros turistas, el desarrollo de las tecnologías facilita el contacto con potenciales de clientes de países donde nuestro país tiene buen posicionamiento como destino turístico. Los clientes encontrarán toda la información necesaria para sus vacaciones desde la comodidad de su casa.

Aspecto Ambiental.

Las últimas regulaciones medioambientales han establecido normativas dirigidas a proteger el medioambiente donde el principal parámetro para la regulación es la Ley General de Medio Ambiente 64-00, que establece la convivencia humana amigable con el medio ambiente, con la finalidad de asegurar una sostenibilidad en los recursos naturales.

Entre las acciones emprendidas por el Ministerio de Medioambiente está el desarrollo turístico eco-amigable, donde las 128 áreas protegidas del país han sido abiertas al sector turístico, para visitas controladas, guiadas y conservacionistas de los turistas generando ingresos sin generar alteraciones en el ecosistema y la morfología de estas áreas protegidas. En el año 2017 un total de 1,012,287 personas acudieron a éstas áreas protegidas de los cuales el 78% eran extranjeros y el 22% restante, fueron dominicanos según los datos del Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales.

El fortalecimiento de la concientización y el compromiso con el medioambiente a nivel global apoya el fortalecimiento del turismo eco-amigable y eco-responsable, logrando que más personas se interesen por hacer un turismo que cuide al medio ambiente al tiempo que se disfruta el contacto con la naturaleza de la que somos parte.

Análisis DAFO

A continuación, presentamos el estudio de la situación de nuestra empresa según el modelo DAFO, Evaluando tanto las características internas (Debilidades y Fortalezas) así como las externas, del sector (Amenazas y Oportunidades). Este análisis sirve como punto de partida para la planeación de estratégica de **InsideDR** una estrategia a futuro.

Fortalezas

- F1:** Miembro del equipo especialista en turismo.
- F2:** Muy bajo costo, lo que permite ofrecer muy bajos precios.
- F3:** Relaciones y convenios con una amplia red de comunidades rurales.
- F4:** Buena oferta de actividades culturales y artesanales.
- F5:** Plataforma intuitiva, amigable, robusta y segura.

Debilidades

- D1:** Marca desconocida en el mercado (nuevo proyecto)
- D2:** Equipo sin experiencia en manejo de tecnologías o desarrollo web
- D3:** Necesidad de tercerizar el desarrollo de la app y sitio web.

Oportunidades

- O1:** Mercado en crecimiento. (8% anual)
- O2:** La República Dominicana es un destino atractivo para turistas extranjeros
- O3:** Gobierno facilita el emprendimiento relacionado con el turismo rural y el emprendimiento social.
- O4:** Poca inversión inicial requerida.
- O5:** Oportunidad de optar por planes de financiamiento gubernamentales (**Banreservas y otras instituciones gubernamentales**)

Amenazas

- A1:** Modelo fácilmente replicable
- A2:** Disminución del tiempo de ocio de los clientes
- A3:** Aparición de ocio alternativos, tanto dentro de la industria del turismo como fuera de ella.
- A4:** Motores de marketing de grandes cadenas hoteleras compiten por la atención y el interés de los clientes.

Posicionamiento Competitivo

Ventaja en diferenciación

El enfoque participativo y colaborativo de los miles de personas que trabajaran como Agentes Inside para subir la información de la experiencia turística diferenciada, le proporciona un desarrollo profesional, económico y contribuye al aporte social que perseguimos en cada una de las comunidades.

Al igual que el **Agente Inside**, los **Compai** y las **Compai Inside**, al recibir a los Agentes y a los turistas en sus lugares de trabajo, están percibiendo un ingreso mayor y de igual manera están contribuyendo al turismo sostenible, enseñando y educando en base a la experiencia de la labor en cuestión.

Ventaja para nuestros Clientes

- **Plataforma Online:** El turista podrá escoger por medio de la plataforma online de **Inside DR**, la o las experiencias que más le gusten por medio de videos o fotos subidos por el **Agente Inside** a la plataforma que mostrarán una breve descripción de la experiencia a vivir.

- **Horario Online:** El turista podrá escoger la fecha en el calendario de la plataforma que marca la disponibilidad de los **Agentes Inside**, para poder vivir juntos la experiencia.
- **Pago Online:** Una vez visto la descripción de la experiencia, los videos y haber escogido la fecha de la experiencia según el calendario, el turista podrá hacer su pago Online de forma segura, a través de la plataforma garantizando un bajo costo.
- **Información Online:** Una vez realizado el proceso de pago, se le enviará al turista toda la información que necesita saber para vivir la experiencia **Inside** al máximo.
- **Feedback Online:** Después de vivir la exitosa experiencia, el turista tiene la opción de subir su feedback a la plataforma, donde podrá exponer todos los momentos vividos. Esto permitirá a otros interesados poder tener opiniones sobre otros que ya han vivido la experiencia.

Validación del modelo de negocios

Para definir nuestro servicio a ofrecer, se procedió con la identificación de una necesidad existente. Para ello investigamos sobre los tipos de turismo, en donde encontramos que dentro de la industria estaba comenzando a ser más demandado el turismo rural comunitario en jóvenes de entre 18-40 años. De esta manera nuestra primera idea de negocio fue el diseño de una plataforma Web y una APP multilateral de servicio, que vincula la oferta de turismo comunitario rural a la demanda nacional e internacional.

Con la idea definida nos dedicamos a realizar entrevistas a clientes potenciales alcanzando un total de 200, focalizadas en nuestro target, desde aspectos como los niveles de ingresos mensuales, el nivel de estudio alcanzado, el tipo de turismo de su preferencia, sobre cuanto estaría dispuesto a pagar por estas experiencias y el interés en ayudar a la comunidad, etc.

Así pudimos concluir que dentro de este segmento las edades entre 18-21 el turismo rural comunitario no era de gran interés, sumado al hecho de que muchos no tenían acceso a realizar transferencias bancarias por internet por ser jóvenes estudiantes que aún estaban bajo la custodia de sus padres y no tenían una fuente de ingreso fijo.

Producto Mínimo Viable en la entrevista

En el desarrollo de la presente investigación, se identificó el perfil de los clientes potenciales que pueden adquirir o interesarse en vivir una experiencia rural comunitaria; para esto, se realizaron entrevistas a personas entre los 18 a 50 años que dieran una opinión sobre este tipo de servicios.

Durante el desarrollo de las entrevistas se utilizaron folletos, los cuales contenían preguntas específicas basadas en inquietudes sobre servicios adquiridos con anterioridad al realizar turismo, dichas preguntas estaban enfocadas en conocer las facilidades o requisitos de los clientes potenciales para adquirir el servicio, como precio, transporte, comida, alojamiento, entretenimiento, etc. En función a lo antes mencionado, las entrevistas se desarrollaron de manera presencial con algunos entrevistados, así como vía Skype con personas no residentes en el país, con el objetivo de contar con una visión más amplia sobre la percepción de los clientes respecto a la propuesta de **Inside DR**.

Resultados de la investigación

Luego de esta fase decidimos modificar el segmento enfocándonos en personas entre los 21-35 años con mayor poder adquisitivo y deseos de vacacionar de una forma diferente. Así pudimos concluir que dentro de este segmento de turistas las ofertas de turismo tradicional “todo incluido” no sería la primera opción a escoger; estaban abiertos a la idea de salir de lo convencional e

intentar nuevas experiencias de turismo más orientado a lo ecológico. Por lo que no encontramos ningún elemento que nos indicara que debíamos modificar nuestro segmento actual de clientes.

Un segundo proceso de validación fue realizado en la semana del 1ero al 8 de Junio de 2018 donde realizamos un proceso de empatización y validación con la comunidad de Bayaguana, República Dominicana y sus comunitarios. La misma fue guiada por un representante de la Asociación de Desarrollo Local de la Provincia de Monte Plata, Rep. Dom., en la misma logramos identificar potenciales “Comai o Compai Inside”, los cuales dentro de nuestro modelo de negocios juegan un rol muy importante como beneficiarios y referentes de impacto social en la comunidad. De igual manera, logramos identificar potenciales Agentes Inside, los cuales fungen como creadores de contenido a nivel de intermediarios dentro de nuestro portal.

Resumen entrevistas

Se realizó un total de 200 entrevistas a clientes potenciales donde el 56% dominicanos residentes y el resto extranjeros. De las entrevistas se obtuvieron los siguientes resultados:

- El 56% de la población percibe un ingreso diario entre \$500.00-\$2,000.00 pesos dominicanos (9.00€-34.00€).
- El 64% de la población eran graduados universitarios actualmente activos en el mercado laboral.
- El 31% de la población estaba abierta a la idea de hacer turismo rural, mientras que el 27% estaba abierta a la idea de hacer turismo de aventura para un total de un 58% para el turismo rural comunitario y aventura; mientras que el otro 42% prefirió el turismo tradicional de (sol y playa).
- El 98% de los encuestados estaban dispuestos a aportar a la comunidad dominicana.
- El 38% de la población están en la disposición de pagar por encima de los 40 dólares por experiencia.
- El 70% de la población sugirieron como vía de contacto entre el cliente y la empresa una APP o Pagina Web para recibir detalles y pago del servicio.

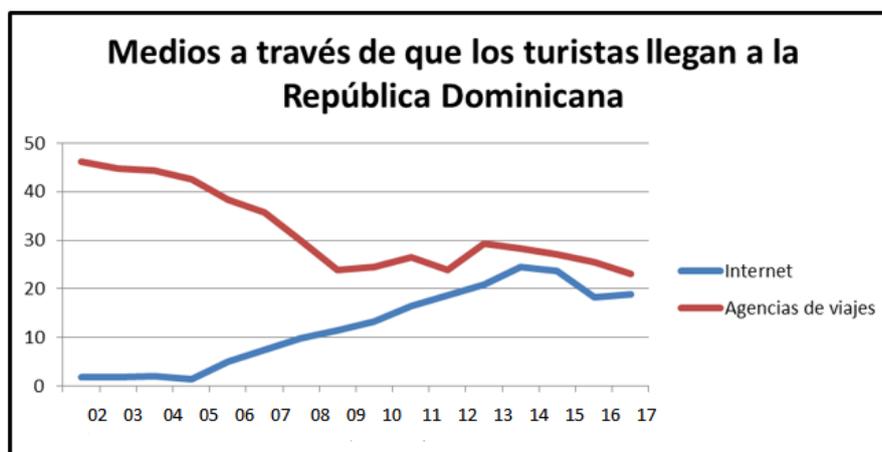
Tomado como base los resultados obtenidos en las entrevistas damos como validado nuestro producto mínimo viable. Ya que más del 50% de los clientes potenciales estarían dispuestos a vivir este tipo de experiencia y más de un 30% estarían en disposición de pagar el rango de precio fijado por experiencia.



Plan de Marketing y Comercial

Investigación de Mercado

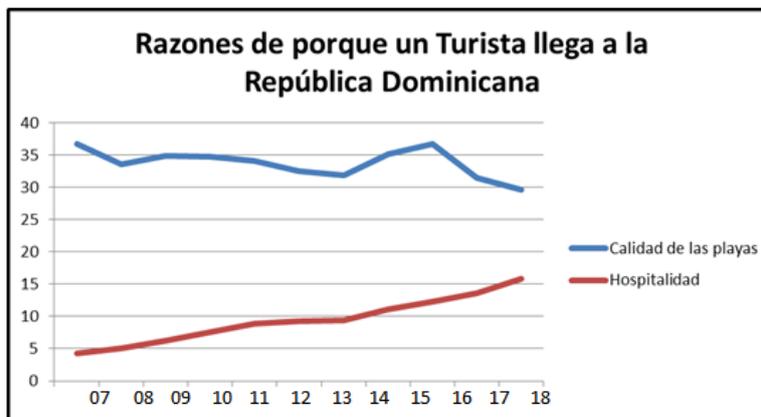
Según las Estadísticas Turísticas de Cuentas Nacional del Banco Central de la República Dominicana, al analizar la llegada de pasajeros no residentes del año 2017, se observa que los visitantes extranjeros y dominicanos no residentes alcanzaron una cifra sin precedentes de 5,599,859 pasajeros, al arribar 458,482 viajeros adicionales con respecto al año 2014, para un Crecimiento interanual acumulado de 8.9 %. De este incremento, se observa que el 80.3% corresponde a turistas extranjeros (368,313 pasajeros) y el 19.7% restante a dominicanos residentes en el exterior (90,169 pasajeros).



*Fuente: Banco Central de la República Dominicana

Este crecimiento mostrado en la llegada de no residentes obedece principalmente a las mejores perspectivas de crecimiento en los Estados Unidos de América, país desde el cual arribaron el 59.5% de los turistas adicionales que visitaron al país el año pasado, así como al esfuerzo conjunto del Ministerio de Turismo y el sector privado en la promoción del turismo dominicano en los mercados internacionales.

En los próximos años se prevé un crecimiento de alrededor de un 8% promedio en la industria turística en la República Dominicana, con buenas expectativas de crecimiento de los Estados Unidos, como nuestro principal socio, representando un 42% del total de turistas que llegan en el país.



*Fuente: Banco Central de la República Dominicana

Análisis de la competencia

El mercado informal, dada su naturaleza puede ofrecer precios más bajos. A su vez la mayoría de empresas hoteleras y/o turísticas, incluyendo las no de lujo (aparta hotel, los campings, los bungalows o cabañas) están sindicalizadas y asociadas con las grandes líneas hoteleras. Por último, el alto posicionamiento de mercado de RBNB la convierte en una gran rival, especialmente complementado por el mercado informal.

Dado el Core Bussiness de **Inside DR**, la formalización del mercado local (Tours guiados y/o rurales) sumado a la virtualización de sus canales de venta es la competencia futura mejor identificada.

Matriz Comparación Competidores			
Atributos	Inside DR	Competencia	
		Couchsurgig	RBNB
Diversidad de oferta de turismo rural (Puedo conocer la tradición y cultura del país que visito)	5	4	3
Experiencias social/comunitaria	5	4.5	3
Fácil y rápido acceso	4	5	5
Modelo plataforma online y PPT	5	5	5
Precio de venta del servicio	5	5	4.5
Just in time	4	5	5
Supply chain management	3.5	4.5	5
Garantías de servicio	3.5	5	5
Facilidad de internacionalizar el modelo de negocio	5	5	5
Vacaciones diferentes	5	4.5	4
Penetración de mercado	5	5	5
Posibilidades de nuevos nichos	5	5	4
Sencillo proceso de compra	5	5	5
diversidad de Intermediarios	4	4	5
Retribución rural	5	4	3

Tamaño de mercado

Para conocer el potencial de nuestro proyecto, determinamos el tamaño de mercado al cual nos estamos enfrentando. Para esto realizamos una investigación con el fin de determinar al mercado al que podemos llegar.

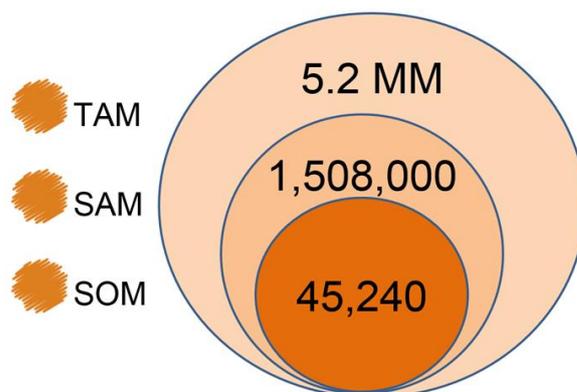
- **Mercado total (TAM o Total Adressable Market):** viene dado por el número de turistas que entraron a la República Dominicana en (2017), unos 5.200.000 turistas.
- **Mercado al que podemos servir (SAM o Serviceable Available Market):** se obtiene al multiplicar el TAM por el porcentaje de turistas que no se hospedan en hoteles todo incluido en la República Dominicana (un total de 1.508.000).
- **Mercado que podemos conseguir (SOM o Serviceable Obtainable Market):** se obtiene al multiplicar el SAM por el porcentaje jóvenes entre 21-35 años que no se hospedan en hoteles todo incluido y que muestran interés en actividades rurales comunitarias. (Aproximadamente un 3% del total de 45.240).

Segmentación y Targeting

El segmento elegido para nuestro producto, presenta las siguientes características:

- Turista residente, no residente y de habla hispana entre 21 - 35 años.
- Tiene un nivel de ingresos medio o medio alto.
- Tienen acceso a internet y redes sociales, correo electrónico.
- Buscan vivir experiencias de aventuras diferentes rurales u ecológicas. Arriesgado, atrevido, aventurero, le encanta vivir experiencias diferentes.
- Les guste aportar a causas comunitarias.

RESIDENCIA	21 - 28	29 - 35	SAM	Consulta Experto	SOM
Dominicanos Residentes	97,688	43,661	141,349	3%	4,240.47
Dominicanos No Residentes	150,420	91,742	242,162	3%	7,264.86
Argentina	29,093	15,476	44,569	2%	935.95
Chile	14,658	9,308	23,966	2%	479.32
Colombia	19,665	10,072	29,737	2%	446.06
España	28,971	20,850	49,821	1%	498.21
Canadá	153,094	111,870	264,964	1%	2,914.60
Estados Unidos	484,181	227,251	711,432	4%	28,457.28
Total de Segmento			1,508,000		45,240



Usuario de la plataforma

En Inside DR interaccionan tres usuarios:





 Comai


Señora (Comai) o señor (Compai) de la comunidad rural, de clase económica baja o media baja, con disponibilidad de recursos naturales, productora de artesanía, queso, miel, chocolate o algún otro tipo de producto de la cadena de valor agropecuaria o agroindustrial.



 Agente


Joven de 18 a 35 años de edad residente en la comunidad rural, bachiller o estudiante universitario, con acceso a Internet, con disponibilidad de correo electrónico y redes sociales.



 Cliente


Personas interesadas en realizar actividades turísticas no tradicionales, con deseos de vivir experiencias rurales comunitarias inolvidables, conocer culturas locales y tradiciones y al mismo tiempo aportar a la comunidad.

Posicionamiento del Producto: Arquitectura de la Marca.

El enfoque participativo y colaborativo de las personas que trabajaran como Agentes Inside para subir la información de la experiencia turística diferenciada, le proporciona un desarrollo profesional, económico y contribuye al aporte social que perseguimos en cada una de las comunidades. Al igual que el Agente Inside, los Compai y las Comai Inside al recibir a los agentes y a los turistas en sus lugares de trabajo, están percibiendo un ingreso mayor y de igual manera están contribuyendo al turismo sostenible, enseñando y educando en base a la experiencia de la labor en cuestión.

Ventaja en Costos.

Tenemos una gran ventaja en costos, nos encontramos por debajo de los precios de RBNB y de Couchsurfing. El mismo modelo de negocios nos permite estos precios, ya que estamos trabajando con comunidades rurales, de manera tal que no nos afectan los grandes procesos industriales, la mano de obra, entre otras, que nos harían aumentar los costos. El costo por experiencia ronda entre los 65 euros, solamente para la experiencia, sin incluir las compras adicionales dentro de la misma.

Ventaja para nuestros Clientes.

Plataforma ONLINE: El turista podrá escoger por medio de la plataforma online de InsideDR, la o las experiencias que más le gusten por medio de videos subidos por el Agente Inside a la plataforma que mostraran una breve descripción de la experiencia a vivir.

Información ONLINE: Una vez realizado el proceso de pago, se le enviara al turista toda la información que necesita saber para vivir la experiencia INSIDE al máximo.

Feedback ONLINE: Después de vivir la exitosa experiencia el turista tiene la opción de subir su feedback a la plataforma.

Horario ONLINE: El turista podrá escoger la fecha en el calendario de la plataforma que marca la disponibilidad de los Agentes Inside, para poder vivir juntos la experiencia

Objetivos del equipo para establecer el negocio.

1. Crear un modelo de negocios que cree valor y ganancias.
2. Conformar un equipo aun mayor de técnicos competitivos que nos permitan estar actualizados con las nuevas tendencias de marketing, turismo, tecnología, redes, gobierno y sociedad.
3. Utilizar todos nuestros recursos para mejorar las condiciones de vida de muchas personas excluidas y de bajos recursos.

4. Capacitar a los agentes Inside sobre la plataforma para que pueden atraer clientes y de esa manera obtener ingresos y ejercer una práctica laboral.
5. Investigar a fondo todas las posibles experiencias que tenga la Republica Dominicana, de manera tal, que podamos elevar las condiciones de vida y los ingresos de las familias de la Comai y el Compai Inside.
6. Seguir especializándonos en temas turísticos para dotar a los turistas de la mejor experiencia diferenciada por el bajo costo y el carácter vivencial.

Marketing Mix

Descripción del Producto

Queremos ofrecerles a nuestros clientes:

- Plataforma Digital de Turismo Comunitario en Rep. Dominicana.
- Adaptable a dispositivos móviles (Responsive Design).
- Disponible 24 horas al día los 7 días de la semana para consultas en línea.
- Compra segura de ofertas turísticas.
- Rápida, fácil de usar, y sin intermediarios.

Modelo de Pricing y Margen

El precio está definido en base a los costes, el valor percibido del servicio y la competencia. Nuestro emprendimiento genera ingresos por medio del 30% de comisión por cada experiencia turística reservada a través de la plataforma, de igual manera por aportes complementarios de aliados estratégicos. El precio mínimo estimado por experiencia es de 65.00 euros.

- 70% agente / Comai y Compai Inside
- 30% Plataforma.

Plaza (distribución)

Nuestro canal de ventas es únicamente internet, a través de nuestra página web. Esta será amigable y de fácil uso, en donde el poder realizar una compra de servicio implicando la menor cantidad de pasos posibles. Una vez el cliente crea su usuario tiene acceso a las experiencias en línea donde haciendo un clic encima de la opción deseada podrá verificar la oferta, precio y su contenido.

- Únicamente a través de Internet (Web page).
- Aplicación móvil (etapa 2).

Promoción

Mensaje

El mensaje que queremos promocionar es que **Inside DR** te permite disfrutar de unas vacaciones diferentes, donde el centro es conocer la verdadera esencia cultural, rural y la idiosincrática del país.

Medios y Promoción

- Redes Sociales (Instagram, Facebook, etc).
- Workshop/Talleres en las comunidades.

- Asociación con entidades estatales.
- Trabajar el tema Marca País.
- A través de ferias locales (OVOP).
- Marca Inside DR.

Gente (People)

- Agente Inside: es la persona que mapea y registra la experiencia rural comunitaria.
- Comai & Comai Inside: son los proveedores de un servicio en la comunidad que puede ser ofrecido al turista (dueños de granjas, establos, productores de quesos, casabe, entre otros).

Procesos

Se debe asegurar el buen desarrollo en la interacción de búsqueda y compra online, y por igual asegurar la calidad del servicio offline y enlazarlo a los diferentes canales de comunicación activos.

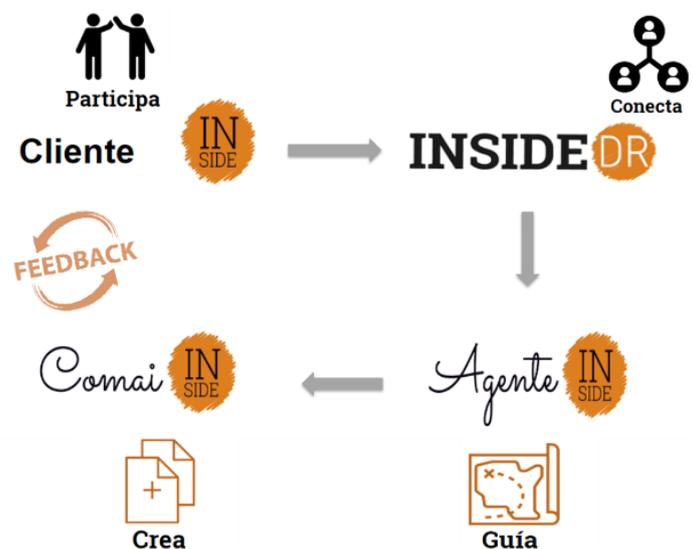
- **Hospitalidad:** coordinar con los Compai y Compai Inside un esquema de atención adecuado al cliente.
- **Storytelling:** mantener un “mito o historia” asociado a cada una de las experiencias dentro de la comunidad para reforzar la experiencia.
- **Seguridad:** reforzar en cada etapa la sensación de seguridad a través de la coordinación con el Agente Inside y la policía local.

Entorno Físico

- Procurar un entorno limpio y seguro para el cliente.
- Mantener un diseño autóctono pero confortable.
- Integrar servicios online que se adapten al entorno offline.

Customer Journey

El cliente adquiere el servicio a través de InsideDR.com. El servicio es creado por los Agentes y las Comáis y Compais brindan la experiencia. El Agente guía y sube el servicio a la plataforma para que el cliente pueda adquirirlo y participar de la experiencia.



Cliente participa:

- El cliente accede a plataforma web o APP móvil y visualiza las diferentes turísticas.
- Escoge entre las diferentes opciones de turismo ofrecidos entre turismo rural comunitario o turismo de aventura.
- Confirma la reserve.
- Realiza el pago.

Inside DR conecta

- Se genera un reporte automático al agente confirmando la asistencia del turista.

Agente INSIDE

- Realiza una inspección sobre las condiciones óptimas de medios de transporte y lugares de visita.
- Guía a los turistas hacia el lugar la comunidad o lugar de turismo de aventura.

Comai o Compai INSIDE

- Muestra todo el proceso de producción de productos agrícola.

Inside DR

- Se generara de manera automática un correo llamado "cuéntanos tu experiencia" donde se pretende evaluar la calidad del servicio ofrecido desde que el cliente accede a la plataforma hasta la experiencia vivida.

Presupuesto de ventas

A continuación se muestra el presupuesto de ventas para el primer año de operación, donde se pretende obtener ingresos totales de 140,842.7 euros, esto a través de la estrategia de ventas en que se propone captar en los primeros cinco años de operación 45,240 clientes (3% del SON) esto dividido entre 60 meses, dándonos un total de captación de clientes a 754 por mes.

		Ejercicio 2019											Totales		
		Presupuesto de Ventas													
Variación respecto al mes anterior		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept	Oct	Nov.	Dic		
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.0%	1.0%	0.0%	0.0%	2.0%	0.0%	5.0%			
Ventas		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept	Oct	Nov.	Dic	Totales	
Turismo rural comunitario	Uds a vender o Euros a facturar	120.0	120.0	120.0	120.0	120.0	121.2	122.4	122.4	122.4	124.9	124.9	131.1	1,469.3	
	Precio Venta Unitario	65.0	65.0	65.0	65.0	65.0	65.0	65.0	65.0	65.0	65.0	65.0	65.0		
	Venta Mensual	7,800.0	7,800.0	7,800.0	7,800.0	7,800.0	7,878.0	7,956.8	7,956.8	7,956.8	8,115.9	8,115.9	8,521.7		95,501.9
Turismo de aventura	Uds a vender o Euros a facturar	80.0	80.0	80.0	80.0	80.0	80.8	81.6	81.6	81.6	83.2	83.2	87.4	979.5	
	Precio Venta Unitario	65.0	65.0	65.0	65.0	65.0	65.0	65.0	65.0	65.0	65.0	65.0	65.0		
	Venta Mensual	5,200.0	5,200.0	5,200.0	5,200.0	5,200.0	5,252.0	5,304.5	5,304.5	5,304.5	5,410.6	5,410.6	5,681.1		63,667.9

FUNNEL y Presupuesto de Marketing

	OBJETIVO	ESTRATEGIA	TÁCTICA	MICRO CONVERSIÓN	PAID	OWNER	EARNED
AWARENESS (Tráfico)	Generar reconocimiento da la marca "Inside DR" en el periodo Oct - Dic 2018 con una comunidad (redes sociales) de 900 usuarios activos al final de periodo.	Estrategia de contenido (Inbound Marketing) potenciada con publicidad	Desarrollar Landing Page (info del negocio y blog) para información	Clics únicos al landing page	MOBILE ADS: visitas, no de impresiones únicas -SEM: No. de visita. -RRSS: Cantidad de Click al Website "click to website", nuevos "me gusta" en la página.	Cantidad de usuarios registrados / 10% del monto estipulado en el obj. / SEO: cantidad de visitas organicas. Blog:Número de comentarios por post.	Blog: enlaces que hacen referencia al blog
			Boletín (suscripción) que sirva de soporte a la estrategia de Awareness	Cantidad de suscriptores	N/A	Número de suscripciones, número de shares	N/A
			Publicidad en RRSS y móvil para potenciar la estrategia de Awareness	Cantidad de visitas únicas	N/A	Número de interacciones. Número de menciones., No. de shares	N/A
		Generación de contenido para RRSS con la filosofía de Inside DR potenciado con Social ADS.	Publicaciones con una frecuencia de 2 a 3 por semana segmentadas a partir de los intereses y ubicación geográfica de las diferentes audiencias	Comentarios y shares generados en las RRSS	RRSS: Post Promocionado (likes, shares and comments)	Blog: cantidad de visitas en la publicación, cantidad de veces que se compartió en RRSS / SEO: cantidad de visitas organicas	RRPP
		Generación de 300 visitas al sitio Web través de optimización SEO	Identificación y utilización de palabras claves que se asocien a nuestro perfil de usuario a fin de atraer	Visitas únicas al landing page	Número de visitas únicas	N/A	N/A

			usuarios nuevos cada semana.				
CONSIDERATION (Activación de tráfico)	Lograr la interacción usuario-marca / Engagement' - 2019	Publicación en la plataforma de rutas turísticas diferenciadas según el temporadas/análisis del mercado	Cargar a la plataforma 4 rutas turísticas nuevas por trimestre conectadas al contenido difundido	Cantidad de personas registradas en la plataforma	N/A	Plataforma: cantidad de nuevos usuarios registrados	N/A
			RRSS + Ofertas	Cantidad de ofertas adquiridas	N/A	Número de RTs/shares	N/A
		Estrategia de Retargeting para potenciar la finalización de la compra	Seguimiento por Email con ofertas de las rutas y ampliación de información	Cantidad de usuarios que finalizaron su proceso de compra	CPL, CTR	N/A	N/A
			Impactar al usuario en red DISPLAY mientras navega	Cantidad de usuarios que finalizaron su proceso de compra	CTR, CPL	N/A	N/A
ACTION	Generación de ingresos de al menos 65€ por la venta de rutas turísticas por cliente (2019)	Implementación de E-commerce	Desarrollar/Integrar "E-commerce tools"/carrito de compras a la Web para el proceso de compra online	Cantidad de compras realizadas	N/A	Número de visitas, duración de la navegación, CPA	N/A
		Lograr que los usuarios completen el proceso de compra	Cupones con descuentos (10%,15%,20%) según la ruta	Cantidad de rutas vendidas	Visitas a la Web, cupones canjeados	cantidad de visitas a la web, lead, cupones canjeados , CPA	N/A
ADVOCACY	Convertir en embajadores de la marca a personas que han comprado más de una ruta	Crear un plan de incentivos (descuentos o visitas gratis) para los usuarios que han	Email Marketing: Cantidad de usuarios que repiten un proceso de compra (fidelizados)	Segunda compra realizada	BBDD: Fidelidad = Desc. No. de clientes a partir de 2 compras (COMPRA+1)	N/A	N/A

		comprado "x" cantidad de rutas					
		Gratificaciones para incentivar la recompra y crear fidelidad	Creación de los INSIDE PUNTOS: acumulas puntos para llegar a metas, cada meta ofrece beneficios al afiliado	Cantidad de personas que avanzan en el proceso	N/A	Cantidad de personas que realizan una recompra por recompensa del juego	N/A

Responsables, Presupuesto, plazo, control

	OBJETIVO	ESTRATEGIA	TÁCTICA	RESPONSABLE	(No. META)	PRESUP. POR TÁCTICA	PRES. POR ESTRATEGIA	COSTO UNITARIO ESTRATEGIA	Presupuesto %	PLAZO	META	CONTROL
AWARENESS (Tráfico)	Generar reconocimiento da la marca "INSIDE DR" en el periodo Oct - Dic 2018 con una comunidad (redes sociales) de 900 usuarios activos al final de periodo.	Estrategia de contenido (Inbound Marketing) potenciada con publicidad	Desarrollar Landing Page (info del negocio y blog) para información	Desarrollador / Dep. Marketing Digital		1,086	2,165	2.7	12.69%	3 meses	Desarrollo al 100% de la plataforma	Clics únicos al landing page
			Boletín (suscripción) que sirva de soporte a la estrategia de Awareness	Dep. Marketing	800	479			5.60%	3 meses	Ganar suscriptores	Cantidad de suscriptores
			Publicidad en RRSS y móvil para potenciar la estrategia de Awareness	Dep. Marketing		600			7.01%	3 meses		Cantidad de visitas únicas
		Generación de contenido para RRSS con la filosofía de Inside DR potenciado con Social ADS	Publicaciones con una frecuencia de 2 a 3 por semana segmentadas a partir de los intereses y ubicación geográfica de las diferentes audiencias	Dep. Marketing	225	300	300	1.33	3.50%	3 mese	Captar al menos 225 seguidores activos al mes	Comentarios y shares generados en las RRSS
		Generación de 300 visitas al sitio Web través de optimización SEO	Identificación y utilización de palabras claves que se asocien a nuestro perfil de usuario a fin de atraer usuarios nuevos cada semana.	Desarrollador / Dep. Marketing Digital	300	245.00	245.00	0.82	2.86%	4 meses	Generar 300 visitas	Visitas únicas al landing page
CONSIDERATION (Activación de tráfico)	Lograr la interacción usuario-marca / Engagement' - 2019	Publicación en la plataforma de rutas turísticas diferencias según el temporadas/análisis del mercado	Cargar a la plataforma 4 rutas turísticas nuevas por trimestre conectadas al contenido difundido	Desarrollador	16	800	1,700	2	9.35%	12 meses	Cargar MIN 16 rutas turísticas a la plataforma	Cantidad de personas registradas en la plataforma
			RRSS + Ofertas	Desarrollador / Dep. Marketing Digital	960	900			10.51%	12 meses	Generar 960 interacciones con la marca	Cantidad de ofertas adquiridas
		Estrategia de Retargeting para potenciar la finalización de la compra	Seguimiento por Email con ofertas de las rutas y ampliación de información	Desarrollador / Dep. Marketing Digital	1200	900	2,100	1	10.51%	12 meses	1440 personas que abren correos con ofertas e incentivos para completar la compra	Cantidad de usuarios que finalizaron su proceso de compra

			Impactar al usuario en red DISPLAY mientras navega	Desarrollador / Dep. Marketing Digital	960	1,200			14.02%	12 meses	960 personas impactadas con publicidad para continuar su proceso de compra	Cantidad de usuarios que finalizaron su proceso de compra	
ACTION	Generación de ingresos de al menos 65.00€ por la venta de rutas turísticas (2017)	Implementación de E-commerce	Desarrollar/Integrar "E-commerce tools"/carrito de compras a la Web para el proceso de compra online	Desarrollador / Dep. Marketing Digital	187	800.00	800.00	4.28	9.35%	2 meses		Cantidad de compras realizadas	
		Lograr que los usuarios completen el proceso de compra	Cupones con descuentos (10%,15%,20%) según la ruta	Desarrollador / Dep. Marketing Digital		350.00	350.00	1.87	4.09%	3 meses	187 rutas turísticas vendidas	Cantidad de rutas vendidas	
ADVOCACY	Convertir en embajadores de la marca a personas que han comprado más de una ruta	Crear un plan de incentivos (descuentos o visitas gratis) para los usuarios que han comprado "x" cantidad de rutas	Cantidad de usuarios que repiten un proceso de compra (fidelizados)	Desarrollador / Dep. Marketing Digital		400.00	400.00	2.14	4.67%	3 meses			Segunda compra realizada
		Gratificaciones para incentivar la re-compra y crear fidelidad	Creación de los INSIDE PUNTOS: acumulas puntos para llegar a metas, cada meta ofrece beneficios al afiliado	Desarrollador / Dep. Marketing Digital		500	500	2.67	5.84%	2 meses			Cantidad de personas que avanzan en el proceso

Gastos de publicidad

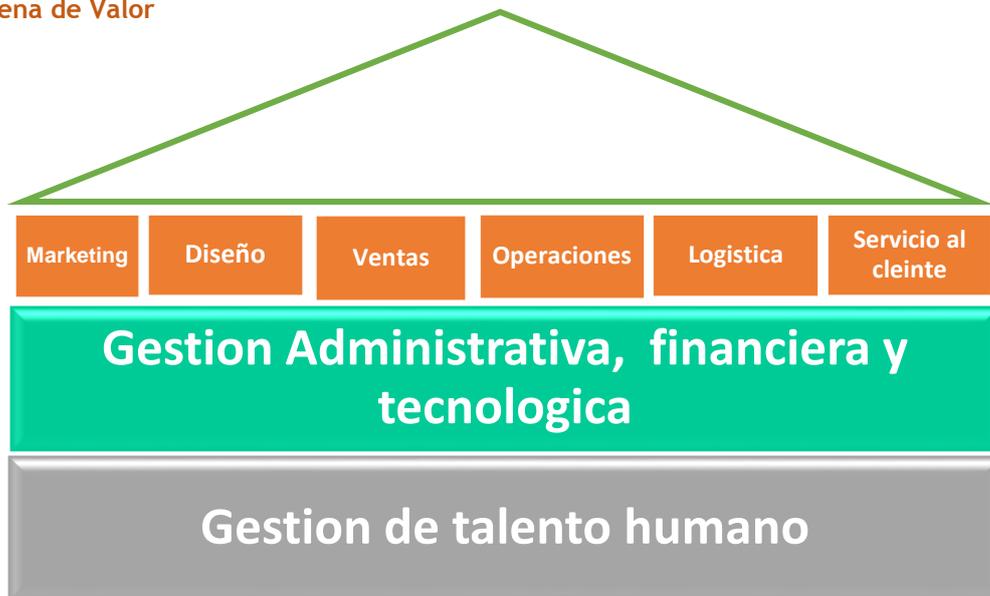
INSIDE-DR Presupuesto en gastos de publicidad Año 2019 Valores en euros				
	OBJETIVO	ESTRATEGIA	PRES. POR ESTRATEGIA	COSTO UNITARIO ESTRATEGIA
AWARENESS (Tráfico)	Generar reconocimiento da la marca "INSIDE DR" en el periodo Oct - Dic 2018 con una comunidad (redes sociales) de 900 usuarios activos al final de periodo.	Estrategia de contenido (Inbound Marketing) potenciada con publicidad	2,165	2.7
		Generación de contenido para RRSS con la filosofía de Inside DR potenciado con Social ADS	300	1.33
		Generación de 300 visitas al sitio Web través de optimización SEO	245	0.82
CONSIDERATION (Activación de tráfico)	Lograr la interacción usuario-marca / engagement' - 2019	Publicación en la plataforma de rutas turísticas diferencias según el temporadas/análisis del mercado	1,700	2
		Estrategia de Retargeting para potenciar la finalización de la compra	2,100	1
ACTION	Generación de ingresos de al menos 65.00€ por la venta de rutas turísticas (2019)	Implementación de E-commerce	800	4.28
		Lograr que los usuarios completen el proceso de compra	350	1.87
ADVOCACY	Convertir en embajadores de la marca a personas que han comprado más de una ruta	Crear un plan de incentivos (descuentos o visitas gratis) para los usuarios que han comprado "x" cantidad de rutas	400	2.14
		Gratificaciones para incentivar la re-compra y crear fidelidad	500	2.67
Total de Gastos en Publicidad			8,560	

Plan de Operaciones

Inside DR es una plataforma digital, la cual tiene como objetivo conectar la oferta del turismo rural comunitario a la demanda nacional e internacional, asegurando actividades estables y sostenibles, ofreciendo innovadores servicios de alta calidad desde el proceso de generación de venta hasta la post-venta. Todos los procesos operativos de la entidad se encuentran bien definidos con los mayores estándares de calidad y supervisión, con el objetivo de satisfacer las demandas de los clientes y mantenernos a la vanguardia del mercado.

Tener los procesos bien definidos permitirá a la empresa mantener un estándar en el servicio a ofrecer, lo que se traduce a una mayor satisfacción de los clientes.

Cadena de Valor



Actividades misionales

En el primer nivel de la cadena de valor se muestran las actividades básicas que debe desempeñar **Inside DR** para lograr su misión empresarial, las cuales se subdividen en tácticas necesarias que debe realizar la empresa para ofrecer servicios eficiente a sus clientes, a continuación se presentan las principales actividades operativas de la entidad.



Actividades de soporte

Para lograr una optimización de los recursos y operaciones, la misma debe desempeñar actividades básicas, las cuales servirán de soporte a las actividades operativas de la entidad, la relación con el cliente y las partes interesadas.

Gestión administrativa financiera y tecnológica

Gestión administrativa	Gestión financiera	Gestión tecnológica
Metodología de cobros	Manejo eficiente de recursos	Base de datos
Asignación de recursos	Presupuestos de ingresos y ventas	Mantenimiento de software
Planificación estratégica	Inversión y manejo de excedentes	

Gestión de talento humano

- Capacitación de personal
- Formación

Desarrollo de servicio

Queremos ofrecerles a los usuarios de la página web o app una experiencia memorable, desde el acceso a la plataforma donde pueda obtener toda la información necesaria sobre servicios turísticos y los diferentes polos turísticos del país donde podrá acceder y organizar su viaje desde la comodidad de su ordenador o dispositivo móvil.

Políticas operativas

Para ofrecer un servicio de calidad a los usuarios, a continuación se presentan las principales políticas las cuales permitirán que los colaboradores tengan una orientación clara sobre el desarrollo de las operaciones:

- Realizar un mantenimiento diario de la plataforma, con el objetivo de que esta se mantenga actualizada sobre las ofertas y viajes a realizarse.
- Establecer un generador de notificación en el sitio web o app, que permita responder de manera inmediata a las inquietudes del usuario.
- Establecer un protocolo de servicio al cliente, el cual permita que este se sienta a gusto con el trato brindado.
- Elaborar fichas técnicas en la cual se encuentre desglosada según el viaje a realizar, los diferentes atractivos turísticos y culturales de nuestro país, donde del usuario podrá acceder a una gran variedad de lugares atractivos que visitar.
- Establecer un tiempo máximo de respuesta a los clientes en caso de reclamaciones o respuesta a inquietudes.
- Definir el tiempo del tour desde la salida en el autobús hasta el regreso del lugar de visita.
- Desarrollo de un adecuado sistema de control de calidad.
- Contar con proveedores de transporte que ofrezcan un servicio de calidad, confianza, buen precio, facilidades financieras y seguridad en el camino.

- Realizar una supervisión continua de los lugares donde se realizara las actividades turísticas, que estas sean seguras para los turistas, así como estar en condiciones ambientales, higiénicas y seguras para los usuarios.
- Mantener un nivel estricto de supervisión a los productos y servicios ofrecidos por los Compai y Comai Inside, los cuales serán de consumo directo de los turistas.
- Establecer relaciones adecuadas con los ayuntamientos de las comunidades, donde se pueda dar un trato adecuado a la turista y el agente sobre los lugares turísticos de la zona.

Aspectos legales y societarios de Inside DR

La actividad comercial de InsideDR estará sujeta a todas las leyes y normativas aplicables en la República Dominicana. Previo al inicio de las operaciones en el país, es necesario el cumplimiento de los requisitos para la constitución legal de la empresa.

Para determinar el tipo de empresa que será InsideDR, se tomaron en cuenta algunos aspectos claves:

- **Tipo de actividad a ejercer.** La actividad que ejercerá la empresa será administrar las reservaciones online de las experiencias turísticas contratadas por los clientes a través de la plataforma. **InsideDR** servirá de enlace entre los agentes que ofrecen las experiencias turísticas y las personas interesadas en vivir esas experiencias.
- **Número de personas que participen en el proyecto empresarial:** En sus inicios, la empresa tendrá 5 socios fundadores. Tras iniciadas las operaciones y como medidas de expansión y crecimiento la sociedad tendrá todo el interés de recibir otros socios e inversionistas.
- **Responsabilidad de los socios.** La responsabilidad de todos los socios estará restringida al capital aportado a la sociedad, por lo que el patrimonio personal de cada socio no afrontará ningún tipo de responsabilidad de la sociedad ni estará en riesgo en asuntos netamente de la sociedad InsideDR.
- **Relaciones que mantienen los socios entre sí:** Cabe la posibilidad de restringir la entrada de nuevos/as socios/as o de valorar simplemente la aportación económica. Necesidades económicas del proyecto. Influyen en la medida que es necesario un capital social mínimo para determinados tipos de sociedad. Determinadas formas jurídicas exigen un capital mínimo para su formalización.

Teniendo en cuenta el tipo de actividad que se va a desarrollar, la responsabilidad de los socios, el desembolso de capital inicial y la carga fiscal, **InsideDR** como forma legal de la empresa será una Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.), es decir, “InsideDR, S.R.L.”, esta presentará unas características propias de su tipo de sociedad que se desarrollan a continuación.

- Se forma por dos o más personas, cuya responsabilidad se limita a sus aportes.
- El capital social se encuentra dividido en cuotas sociales.
- El aporte de cada socio puede ser en numerario o en naturaleza.
- La sociedad posee personalidad jurídica distinta a la de los socios.
- La atribución del poder de representación de este tipo de sociedades se otorga al gerente o los gerentes (Consejo de Gerentes).
- Cantidad de Socios: mínimo de 2 y máximo 50.
- Su denominación social debe estar seguida por las siglas “S.R.L”.
- Capital Social mínimo de RD\$100,000.00.
- Valor Nominal de las Cuotas Sociales mínimo de 100 pesos.

- Las cuotas sociales deberán estar enteramente suscritas y pagadas al momento de la formación de la sociedad.
- Gerentes mínimo 1. Pueden designarse más gerentes y formar un Consejo de Gerentes.

Trámites para la constitución de InsideDR.

1. Registrar el Nombre Comercial en la Oficina Nacional de Propiedad Industrial (ONAPI).

Esta oficina es una institución adscrita al Ministerio de Industria y Comercio, con autonomía técnica y con patrimonio propio, que administra todo lo relativo a la concesión, al mantenimiento y vigencia de las diferentes modalidades de la Propiedad Industrial (Patentes de Invención, de Modelos de Utilidad, Registro de Diseños Industriales y de Signos Distintivos). El nombre **InsideDR** será registrado en la ONAPI como nombre comercial para protegerlo, proteger la denominación, designación o abreviaturas que identificaran la empresa. Este registro es una certificación acreditativa de que el nombre elegido para la sociedad no coincide con el de otra existente.

2. Elaboración de los Estatutos de Constitución.

Los estatutos regirán la sociedad (nombre, objeto social, capital social, domicilio social, régimen de participación de cada socio...). Este documento lo realizará un Abogado Notario y son las normas que marcan el régimen interno de la empresa a nivel legal.

3. Liquidación del Impuestos por Constitución de Compañía.

Este pago se realiza a la Dirección General de Impuestos Internos. Es un impuesto que grava la constitución, aumento de capital, fusión, transformación o disolución de una sociedad. Se realizará el pago del 1% del capital inicial que se coloque en los estatutos de la compañía.

4. Registro Mercantil de la empresa.

Esta gestión se realiza a través de la Cámara de Comercio y Producción. Este registro permitirá a InsideDR estar autorizado a realizar actividades comerciales o actividades con fines lucrativos en todo el territorio de la República Dominicana. A través de este trámite se matriculan, renuevan e inscriben los libros, actos y documentos legales de la sociedad.

5. Solicitar el Registro Nacional del Contribuyente (RNC)

El RNC o Registro Nacional De Contribuyente es un número que se utiliza como código de identificación de los contribuyentes en sus actividades fiscales en el país y como control de la Administración para dar seguimiento al cumplimiento de los deberes y derechos de la empresa. Este registro se realiza en la Dirección General de Impuesto Internos (DGII).

6. Apertura de cuenta bancaria a nombre de la Sociedad.

La apertura de la cuenta bancaria de la empresa es necesaria para realizar actividades comerciales en nombre de InsideDR. Este trámite se realiza directamente en una institución bancaria del país. Todas las operaciones que se realicen en ejercicio de la actividad comercial la empresa serán realizadas bajo el nombre de InsideDR, S.R.L., esto incluye todo tipo de adquisición de muebles e inmuebles, pago y cobros de servicio o comisiones, ya sean estos presenciales o electrónicos.

Gestión de la calidad

El objetivo de Inside DR es ofrecer experiencias a los clientes a través de un servicio de calidad, para esto las actividades estarán basadas en la filosofía FQM con el objetivo de que la compañía mejore su gestión, para esto las operaciones de la empresa fuera de sus actividades operativa desempeñara las siguientes funciones:

Desarrollo e investigación

Se encargara de diseñar modelos de turismo tradicional atractivos, encaminados a un turismo tradicional, ecológico, aventura y conexión con la comunidad y medioambiente, creando experiencias y conocimientos de la cultura dominicana.

Publicidad y marketing

A través de la plataforma y los diferentes medios de comunicación, INSIDE-DR se enfocara en realizar publicidad mostrando un turismo genuino y diferente de los campos dominicanos.

Presupuesto de gastos operativos

INSIDE DR						
Presupuesto de gastos operativos						
Año 2019						
Valores en euros						
GATOS	Descripción	Periodo				
		2019	2020	2021	2022	2023
Propiedad industrial	Registro de marca comercial	100				
Constitución de compañía	Certificación, legalización, DGII	600				
Asesoría	Asesoría contabilidad, fiscal y laboral	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
Alquiler	Alquiler de oficina		2,400	2,400	2,400	2,400
Tecnología	Desarrollo de la plataforma	5,000				
	Reparaciones, Mantenimiento y Conservación					
Mantenimiento		6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
Total gastos operativos		12,900	9,600	9,600	9,600	9,600

Plan de Recursos humanos

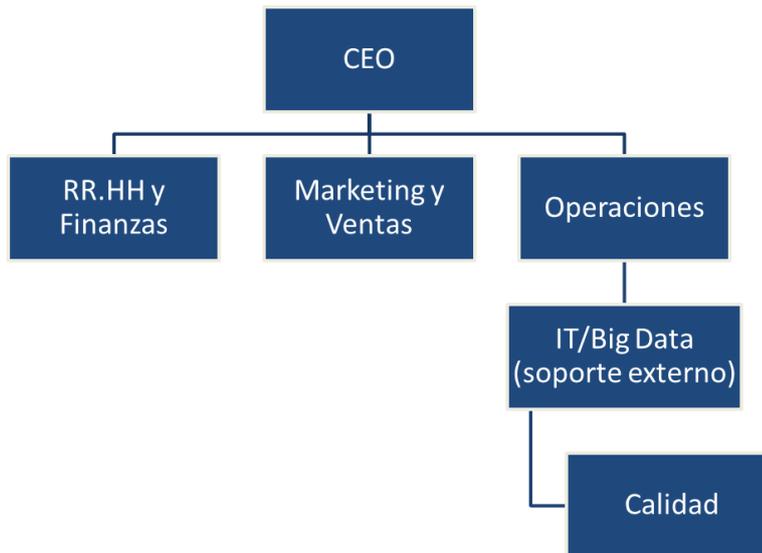
Tipo de organización

Inside DR es una nueva compañía que será fundada por cinco socios que formarán el núcleo de decisión empresarial como Administración del Consejo, en la que la presencia de un CEO estará a cargo del buen funcionamiento de la junta y la organización. La Administración del Consejo será formada por los cinco miembros fundadores de la compañía:

1. Isaac Emmanuel Vásquez Montilla
2. Christy Chabeli Polanco Pérez
3. Cristina Yicel Cabrera Rivas
4. José Manuel Acosta Rubio
5. Julissa del Orbe Ortega

Organigrama de la empresa

Nuestra propuesta de organigrama estará formada por tres grandes bloques. El primer bloque compartirá las áreas de Recursos Humanos y Finanzas, los dos bloques restantes abarcarán las áreas de Marketing, ventas y Operaciones.



Distribución de personal

Al comienzo de las operaciones el área de recursos humanos estará limitada. La idea de arranque será con 3 personas (3 de los integrantes de la administración del consejo), donde 2 de ellos estará a cargo del área de marketing y ventas y el otro estará a cargo del área de operaciones y áreas de soporte mientras el resto de los socios se unen a la compañía.

Las primeras 3 personas dedicadas a nuestra compañía serán:

1. Isaac Emmanuel Vásquez Montilla
2. José Manuel Acosta Rubio
3. Cristina Yicel Cabrera Rivas

José y Cristina serán las personas a cargo del área de marketing y ventas, debido principalmente a que tiene una vasta experiencia con los clientes, ella sabe cómo crear una propuesta de valor de un producto y cómo aumentar la percepción y la satisfacción de nuestro servicio por parte de los clientes.

Isaac será la persona a cargo del Área de Operaciones. Él controlará y dará soporte al subcontratista de IT y Big Data. Además, él estaría coordinando las actividades de apoyo (cuestiones financieras) temporalmente. Isaac también será el administrador o CEO de la compañía.

Progresivamente el resto de los socios estarán uniéndose a la compañía:

Año	2019	2020	2021
Cantidad personas	3	4	5

Para calcular el costo laboral estimamos los siguientes costos:

1. Salario neto de 600 € / mes por persona: 7,200 € / año
2. Seguridad social y resto de impuestos: Salud: 7.09% Fondo pensiones: 7.10%

	Marketing y ventas Costos por persona	Operaciones Costos por persona
Salario	600 €	600 €
Seguridad social e impuestos	14.19%	14.19%
Celulares	*	*
PC	*	*
Transporte	*	*
Costos Labor (USD/Año)	8,161,68 €	8,161,68 €

*El empleado cubre estos gastos hasta que la empresa comience a recibir el retorno de la inversión. Luego estos beneficios serán incluidos. **Nota:** Los costos por Recursos Humanos aumentaran a medida que los demás asociados se vayan integrando a la compañía.

Funciones, responsabilidades y capacidades de la estructura

Posición	GERENTE GENERAL
Grado	Profesional en áreas administrativas o financiera. Mínimo 4 años de experiencia.
Resumen del cargo	Sus funciones son planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y deducir el trabajo de la empresa.
Actividades regulares	Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.
	Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias.
	Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.

	Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros.
Características requeridas	1. Liderazgo para el cambio 2. Pensamiento estratégico 3. Trabajo en equipo 4. Compromiso y Ética. 5. Capacidad de Planificación y Organización 6. Capacidad de Análisis y Solución de Problemas.

Posición	ENCARGADO DE MARKETING Y VENTAS
Grado	Profesional en áreas administrativas, mercadeo o publicidad. Mínimo 4 años de experiencia.
Resumen del cargo	Promueva y venda el producto. Abrir nuevos mercados.
Actividades regulares	Análisis del mercado definiendo a los clientes prospectos y la estrategia para llegar a ellos.
	Implementación de estrategias de marketing en los medios
	Promociones de ventas y servicios. Gestión de cobros.
	Servicio al cliente. Atención a quejas, elogios y sugerencias.
	Atraer nuevos clientes.
Características requeridas	*Capacidades de negociación. *Buena comunicación oral y escrita. *Habilidades de automotivación, comerciales conciencia, iniciativa y la capacidad de trabajar como parte de un equipo.

Posición	ENCARGADO DE OPERACIONES
Grado	Profesional en áreas de ingeniería industrial o administración. Mínimo 3 años de experiencia.
Resumen del cargo	Planear, organizar, dirigir y controlar los procesos de operación. Monitoreo de procesos existentes y análisis de su efectividad.
Actividades regulares	Encargado del soporte y el mantenimiento de los servidores y los sistemas de información, planificación y respuesta a interrupciones del servicio, optimizar los procesos y recursos tecnológicos.
	Generar los indicadores y hacer seguimiento para que se consigan las metas, según lo solicitado.
	Generar los informes necesarios para apoyar la gestión del área, en el tiempo solicitado.
	Apoyar en el levantamiento de las bases de datos requeridas para el análisis de la información.
	Hacer las auditorías de calidad antes de cargar las experiencias a la plataforma.
Características requeridas	Eficacia y Eficiencia, Iniciativa Orientación al cliente interno y externo Orientación al logro de objetivos Orientación al mejoramiento continuo

Posición	ENCARGADO DE FINANZAS Y RR. HH (ÁREAS DE SOPORTE)
Grado	Profesional en áreas de administración o contabilidad. Mínimo 4 años de experiencia.

Resumen del cargo	Asegurar que los fondos se utilicen de la manera más eficiente. Asegurar que la organización con el personal adecuado en términos de habilidades y experiencia, y que las oportunidades de capacitación y desarrollo estén disponibles para que los empleados mejoren sus capacidades.
Actividades regulares	Presupuesto: Preparar el anual presupuesto de la compañía (costos, ingresos.) Seguimiento mensual las desviaciones de costos reales versus el presupuesto.
	Análisis financiero: interpretación, comparación y estudio de los estados financieros y datos operacionales de la empresa, para evaluar el desempeño financiero y operacional del negocio. diagnóstico en que se reflejen aspectos como la rentabilidad, la liquidez y los riesgos
	Reportes e informes: Mantener un documentado sistema de contabilidad, ingresos, flujo de efectivo, gastos...
	Recursos humanos y reclutamiento: selección y contratación de personal, contratación, política salarial, política de formación, planes de desarrollo, condiciones laborales.
Características requeridas	Buenas habilidades de comunicación oral y escrita, trabajo en equipos, resolución de problemas, pensamiento analítico, habilidades numéricas.

Costos estimados

Costos de labor por personal

La estimación de costo de Recursos humanos se muestra en la siguiente tabla:

Año	2019	2020	2021
Cantidad personas	3	4	5
Costo por año	24,666.5€	34,512.2€	44,552.3€

Otros costos

Después de consultar los precios de las oficinas en República Dominicana, decidimos que el primer año las 3 personas que trabajarán a tiempo completo trabajarán en casa, por lo que podemos ahorrar dinero en el alquiler de la oficina y todos los costos asociados.

Desde el segundo año la idea es alquilar un piso en el centro de la ciudad de Santo Domingo, siendo el costo de unos 350 € / mes (y teniendo en cuenta un depósito de tres meses (1,050 €) y la estimación de los costos asociados (electricidad, Internet, teléfono) en 100 € / mes.

Plan de selección y reclutamiento

En un inicio algunas de las tareas operativas tecnológicas de la compañía serán realizadas por un servicio subcontratado. La agencia seleccionará un número de candidatos adecuados y el currículum vitae de ellos será enviado a **Inside DR**. Después de un análisis previo de los CV, se

realizará una entrevista en donde se evaluarán las competencias técnicas y psicológicas de cada candidato. La decisión final será tomada por todos los socios de INSIDE DR.

Funciones de compañía subcontratada

Soporte de IT: gestionar las redes internas, externas, las comunicaciones tanto de líneas fijas, como las líneas móviles, instalaciones y contratos con los proveedores de comunicaciones. Mantenimiento de los servidores, control de riesgos (planes de contingencia, back up, recuperación) y atención al usuario.

Big Data: la recopilación de grandes cantidades de datos y la búsqueda de tendencias dentro de los datos nos permitirá conocer las experiencias de clientes más demandadas, zonas más demandadas, entre otros, que nos ayudara como empresa a crecer más rápido.

Competencias

Las competencias profesionales, son todas aquellas habilidades y aptitudes que tienen las personas que les permiten desarrollar un trabajo de forma exitosa.

Cada posición dentro de INSIDE DR esta soportada con un conjunto de competencias independientemente de si el servicio es subcontratado o no. Las dividimos en dos grandes bloques que mencionamos a continuación:

Competencias transversales:

- Trabajo en equipo
- Comunicación eficaz y relaciones interpersonales
- Organización
- Iniciativa
- Liderazgo
- Polivalencia

Competencias técnicas:

- Resolución de problemas
- Análisis de datos cuantitativos
- Manejo de los programas de software
- Venta y marketing
- Orientación al cliente y a resultados

Plan Financiero

Inside DR estará constituida como una Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.), a finales del año 2018. En enero de 2019 iniciara sus operaciones en la República Dominicana. Las proyecciones del presente plan financiero son a cinco años, periodo comprendido entre 2019-2023. Sin embargo se realizarán actualizaciones periódicas de dicho plan para ir mejorando las suposiciones realizadas con el objetivo optimizar las presiones de las estimaciones. Para este plan se han establecido las siguientes informaciones básicas:

- La moneda utilizada es el Euro.
- Un IVA soportado del 21%
- Un impuesto de sociedad de 25% al ser una empresa de responsabilidad limitada.
- Aplicación de políticas fiscales, monetarias y legales de la Republica Dominicana.

Plan de inversiones

Gastos iniciales

El gasto inicial para que la **Inside DR** inicie sus operaciones es de 5,700 €, en la tabla siguiente se detallan los gastos a incurrir, donde la mayor cantidad es destinados al desarrollo del software o página web y los demás a tramites serán de constitución de compañía.

Activos y pasivos iniciales

Luego de haber establecido los gastos operativos iniciales de la compañía, una vez realizado el pago de los impuestos correspondientes, a continuación se presentan los activos inmovilizados y activos circulantes, dándonos como resultado el total de activos con un importe de 39,480 €.

ACTIVO	Importe
ACTIVO NO CORRIENTE ("Inmovilizado")	5,700 €
Aplicaciones Informáticas y Páginas Web	5,000 €
Propiedad Industrial	100 €
De Constitución	600 €
ACTIVO CORRIENTE ("Circulante")	33,780 €
Hac. Pública Deudora por IVA Soportado	1,197€
Tesorería Inicial (Disponible)	32,583 €
ACTIVO TOTAL	39,480 €

En función a las cuentas de Pasivos y Patrimonio, en la siguiente tabla se muestra un total de estas partidas de 39,480 €. De igual forma, se puede visualizar que del total de la inversión, los socios realizaran un aporte de solo 8,000 € en efectivo, 7,000 € serán préstamos a largo plazo y 24,480 € serán deudas a corto plazo de salarios a pagar durante el primer año de operación.

Gastos de constitución	Importe
Notaría	280.00 €
Certificación DGII	100.00 €
Registro Mercantil	120.00 €
Impuesto sobre el Capital Social	100.00 €
Registro de marca ONAPI	100.00 €
Inmovilizado intangible	Importe
Software y Desallos Web	5,000.00 €
Total	5,700.00 €

PATRIMONIO NETO y PASIVO	Importe
PATRIMONIO NETO - Recursos Propios (No Exigible)	8,000 €
Aportación en efectivo	8,000 €
Aportaciones en especie	-
PASIVO - Recursos Ajenos (Exigible)	31,480 €
Deudas a Largo Plazo	7,000 €
Acreeedores L.P. Financieros - Préstamo (1)	5,000 €
Acreeedores L.P. Financieros - Préstamo (2)	2,000 €
Deudas a Corto Plazo	24,480 €
PATRIMONIO NETO y PASIVO TOTAL	39,480 €

Plan de Financiación

Para el inicio de las operaciones, se ha definido los medios que serán utilizados como forma de financiamiento de las actividades operativas.

En función de lo antes descrito, es necesario una inversión de 40,434 € para el funcionamiento del negocio durante el primer año de operación, de los cuales, se obtendrán ingresos por ventas de 159,169.8€, costes variables directos de 111,418.9 €, gastos de personal de 21,600 €, seguridad social de 3,066 €, gastos de publicidad de 8,568, mantenimiento de la plataforma 6,000 €. Los socios realizarán una aportación de 1,600 € para el primer año sumando un total de 8,000 € como monto de capital y otros ingresos que se obtendrán a través de préstamos por un monto de 7,000€.

Capital social

El monto total de capital social asciende a los 8,000 €, monto de los que cada socio realizara un aporte de 1,600 € al inicio de la creación de INSIDE-DR antes del 01/12/2018.

Tesorería Inicial Disponible

Para el inicio de sus operaciones, INSIDE-DR cuenta con una tesorería inicial para operaciones de 19,000 €, valor constituido por recursos propios y recursos ajenos; en el siguiente cuadro se muestra de manera detallada los importes.

Tesorería Inicial Disponible	Importe
Capital (aportaciones dinerarias)	8,000 €
Capital (aportaciones en especie)	-
Software y desarrollo Web	5, 000 €
Préstamo 1	5, 000 €
Préstamo 2	2,000 €
Total	20,000.00 €

Proyección de ventas

Los ingresos de Inside DR provienen principalmente de las ventas a través de la plataforma web y app multilateral, cuyos servicios serán pagados al contado al momento de contratar el servicio. Nuestro catálogo de productos turísticos se dará a conocer a través nuestra página web, app y a través de las diferentes redes sociales y medios de comunicación, dirigidos a jóvenes aventureros que se interesen en vivir una experiencia genuina del turismo rural comunitario, ecológico y de aventura de la República Dominicana.

El margen bruto se ha calculado teniendo en cuenta como punto principal un porcentaje mínimo de clientes que se espera captar de los turistas que ingresan al país y no realizan turismo tradicional (sol y playa), partiendo de la meta establecida de captar el 3% (SON) 45,245 clientes en los cinco primeros años de operación, pretendemos captar 1,469 para el primer año, donde se pretende alcanzar un 20% de las ventas de un año respecto al otro.

Estas informaciones de mercado, nos permiten realizar proyecciones de ventas, donde se establece como margen de beneficio de un 30% para la plataforma y un 70% será destinado al Compai, Comai y al agente INSIDE, quienes serán parte de la experiencia.

A continuación, se muestra una tabla representativa de la proyección de ventas para los primeros cinco años y las unidades a vender por año, según el tipo de turismo (turismo de aventura y turismo rural comunitario).

INSIDE-DR						
Proyección de ventas 2019-2023						
Del 2019 al 2023						
Valores en Euros						
Ventas		2019	2020	2021	2022	2023
Turismo rural comunitario	Uds a vender	1,469	1,910	2,277	2,632	2,987
	Precio Venta ud.	65	65	65	65	65
	Venta anual	95,502	124,152	148,028	171,108	194,187
Turismo de aventura	Uds a vender	980	1,249	1,494	1,763	1,910
	Precio Venta ud.	65	65	65	65	65
	Venta anual	63,668	81,177	97,094	114,602	124,152

De igual forma, a continuación se muestra la proyección de ventas según el tipo de turismo (turismo rural comunitario y turismo de aventura).



Cuentas de pérdidas y ganancias

En el primer año operativo se visualizan resultados ingresos netos de 159, 170€, donde el costo de venta asciende a 111,419€ y obteniéndose un margen bruto en ventas de 47,751€, sin embargo durante los años siguientes se presenta aumentos positivos en las ventas para los siguientes cuatro años obteniéndose un margen bruto en ventas de 61,599€, 73,536€, 85,713€ y 95,502€ en los años 202-2023 respectivamente.

De igual forma, aunque los gastos para los últimos cuatro años de operación presentaron un aumento significativo, afectando de igual forma los resultados, el beneficio neto fue positivo para los cinco años proyectados. A continuación se muestra una tabla representativa de dichos valores.

INSIDE-DR					
Cuenta de pérdidas y ganancias, o de Resultados					
Del 2019 al 2023					
Valores en Euros					
Conceptos	2019	2020	2021	2022	2023
Ventas (Ingresos)	159,170	205,329	245,121	285,710	318,340
Coste de Ventas (Costes Variables)	111,419	143,730	171,585	199,997	222,838
Margen Bruto s/Ventas	47,751	61,599	73,536	85,713	95,502
Sueldos y Salarios (Empleados)	21,600	21,600	21,600	21,600	21,600
Cargas Sociales (RETA y Seg Soc a Cargo Emp)	3,066	3,066	3,066	3,066	3,066
Suministros (Luz, Agua, Teléfono, Gas)	-	960	960	960	960
Gestoría, Asesoría y Auditoras (Servicios Profesionales Indep.)	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
Material de Oficina	-	960	960	960	960
Publicidad, Propaganda y Relaciones Públicas	8,568	8,568	8,568	8,568	8,568
Primas de Seguros	-	1,200	1,200	1,200	1,200
Reparaciones, Mantenimiento y Conservación	4,008	4,008	4,008	4,008	4,008
Resultado Operativo (EBITDA)	9,308	20,036	31,974	44,151	53,940
Dotación Amortizaciones	3,953	3,953	3,953	3,953	3,953
Total Gastos de Explotación	42,395	45,515	42,395	42,395	42,395
Resultado de Explotación (EBIT) o (BAII)	5,355	16,083	28,018	40,198	49,987
Gastos Financieros	2,090	2,603	3,045	3,496	3,859
	-	-	-	-	-
Resultado Financiero	2,090	2,603	3,045	3,496	3,859
Resultado Antes de Impuestos y Res. Excepcionales	3,266	13,480	24,973	36,702	46,128
+ - Otros Ingresos y Gastos Excepcionales	-	-	-	-	-
Resultado Antes de Impuestos (EBT) o (BAI)	3,266	13,480	24,973	36,702	46,128
Flujos de efectivo	7,218.51	17,433.37	32,048.9	43,774.4	53,200.8

Gastos de personal

Para INSIDE-DR los principales gastos son el de personal y el de marketing y publicidad, de los cuales el importe en el personal asciende a los 21,600€ en el primer año de operación, monto correspondiente a un salario bruto de 600€ por tres socios, sin embargo para el segundo y tercer año, el gasto de personal aumentara a 28,800€ y en el tercer año a 36,000€ debido a que en estos

dos años se integraran un socio por cada año, dichos valores sin incluir un 1% de aumento de salario cada año. Respecto a lo anterior, se incurrirán en gastos de seguridad social sumando un total de 3,066€ para el primer, para el segundo año dicho importe ascenderá a los 5,424.2€ y en el tercer año a 7,828.6€, manteniéndose igual este último monto para el año 4 y 5.

INSIDE-DR													
Cuenta de pérdidas y ganancia , o de resultados													
Desde enero hasta diciembre 2019													
Valores en euros													
Conceptos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Total
Ventas (Ingresos)	13,000	13,000	13,000	13,000	13,000	13,130	13,261	13,261	13,261	13,527	13,527	14,203	159,170
Coste de Ventas (Costes Variables)	9,100	9,100	9,100	9,100	9,100	9,191	9,283	9,283	9,283	9,469	9,469	9,942	111,419
Margen Bruto s/Ventas	3,900	3,900	3,900	3,900	3,900	3,939	3,978	3,978	3,978	4,058	4,058	4,261	47,751
Sueldos y Salarios (Empleados)	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800	21,600
Cargas Sociales (RETA y Seg Soc a Cargo Emp)	256	256	256	256	256	256	256	256	256	256	256	256	3,066
Gestoría, Asesoría y Auditoras (Servicios Profesionales Indep.)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1,200
Publicidad, Propaganda y Relaciones Públicas	714	714	714	714	714	714	714	714	714	714	714	714	8,568
Reparaciones, Mantenimiento y Conservación	334	334	334	334	334	334	334	334	334	334	334	334	4,008
Resultado Operativo (EBITDA)	696	696	696	696	696	735	775	775	775	854	854	1,057	9,308
Dotación Amortizaciones	329	329	329	329	329	329	329	329	329	329	329	329	3,953
Total Gastos de Explotación	3,533	3,533	3,533	3,533	3,533	3,533	3,533	3,533	3,533	3,533	3,533	3,533	42,395
Resultado de Explotación (EBIT) o (BAII)	367	367	367	367	367	406	445	445	445	525	525	728	5,355
Gastos Financieros	29	186	186	185	185	186	187	187	186	189	188	196	2,090
Resultado Financiero	29	186	186	185	185	186	187	187	186	189	188	196	2,090
Resultado Antes de Impuestos y Res. Excepcionales	338	181	181	182	182	220	258	259	259	336	337	532	3,266
Resultado Antes de Impuestos (EBT) o (BAI)	338	181	181	182	182	220	258	259	259	336	337	532	3,266
Resultado Acumulado Ejercicio Antes de Impuestos	338	519	700	882	1,064	1,285	1,543	1,802	2,061	2,397	2,734	3,266	

Beneficio Bruto: 3,266

Provisión Impuesto sobre Beneficios: 653

Beneficio Neto: 2,612

Costes Fijos (o de Estructura) Anuales (Ejercicio Económico): 44,485

Balance de situación

A continuación se presenta el balance de situación para el primer año operativo proyectados, donde se muestra una tesorería positiva de 33,780 euros, representando un 85.6% del total de activos, de igual forma se visualiza una buena distribución entre recursos ajenos y recursos propios.

	Apertura Ejercicio 2019	
	Euros	%
Activo No Corriente ("Inmovilizado")	5,700.0	14.4%
Inmovilizado Intangible	5,100.0	12.9%
Gastos Amortizables Netos	600.0	1.5%
Activo Corriente ("Circulante")	33,780.0	85.6%
Realizable (Clientes, Deudores y H.P. Deudora)	1,197.0	3.0%
Tesorería (Disponible)	32,583.0	82.5%
Total Activo	39,480.0	100.0%
Patrimonio Neto - Recursos Propios	8,000.0	20.3%
Capital	8,000.0	20.3%
Pasivo No Corriente ("Exigible a LP")	7,000.0	17.7%
Acreeedores L.P. Financieros - Préstamos (1+2)	7,000.0	17.7%
Otros Acreeedores a LP.	0.0	0.0%
Pasivo Corriente ("Exigible a CP")	24,480.0	62.0%
Salarios y Arrendamientos a Pagar	24,480.0	62.0%
Total Patrimonio Neto y Pasivo	39,480.0	100.0%

Total Recursos Permanentes	15,000.0	38.0%
Total Recursos Ajenos	31,480.0	79.7%

Cuenta de tesorería

El saldo de tesorería de Inside DR al cierre del primer año presentara un aumento significativo, ascendiendo a los 42,151 €, donde de igual forma se presentan aumentos positivos durante los siguientes cuatro años proyectados. De igual forma, a continuación se muestra una tabla que muestra el plan de tesorería detallando los ingresos y egresos para el primer año de operación.

INSIDE-DR													
Plan de Tesorería													
Desde enero hasta diciembre 2019													
Valores en euros													
Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Total
Saldo Inicial (1)	32,583	32,855	34,020	35,185	35,810	36,975	38,186	37,674	38,930	40,187	39,214	40,563	
Cobro de Ventas + IVA Repercutido	15,730	15,730	15,730	15,730	15,730	15,887	16,046	16,046	16,046	16,367	16,367	17,185	192,595
Otras Entradas (sin IVA) (Control de Financiación)													-
Retenciones IRPF	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	2,160
Total Entradas	15,910	15,910	15,910	15,910	15,910	16,067	16,226	16,226	16,226	16,547	16,547	17,365	194,755
Pago de Compras y Otros Costes Variables + IVA Soportado	11,011	11,011	11,011	11,011	11,011	11,121	11,232	11,232	11,232	11,457	11,457	12,030	134,817
Sueldos y Salarios de Empleados (del Periodo en Curso)	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800	21,600
Cargas Sociales (RETA y Seg Soc a Cargo Emp)	256	256	256	256	256	256	256	256	256	256	256	256	3,066
Gestoría, Asesoría y Auditoras (Servicios Profesionales Indep.)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1,200
Material de Oficina	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Publicidad, Propaganda y Relaciones Públicas	714	714	714	714	714	714	714	714	714	714	714	714	8,568
Reparaciones, Mantenimiento y Conservación	334	334	334	334	334	334	334	334	334	334	334	334	4,008
Gastos financieros	29	186	186	185	185	186	187	187	186	189	188	196	2,090
Devolución del Capital del Préstamo	103	103	104	104	105	105	106	106	106	107	107	108	1,264
Devol. Préstamos de Socios y Administradores													-
Inversiones Realizadas (sin IVA) (Control de Inversiones)													-
IVA Soportado Inversiones y Gastos de Explotación	1,291	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	3,943
Total Salidas	15,638	14,745	14,745	14,745	14,745	14,857	14,970	14,970	14,970	15,197	15,197	15,778	180,556
Liquidación Trimestral del I.V.A.				-	513		1,229		1,783				
Liquidación IRPF (5)				540			540		540				
Tesorería del Periodo =	272	1,165	1,165	625	1,165	1,211	512	1,257	1,257	973	1,350	1,587	
Saldo Final = Tesorería Periodo Siguiente	32,855	34,020	35,185	35,810	36,975	38,186	37,674	38,930	40,187	39,214	40,563	42,151	

Indicadores Económicos -Financieros Inside DR

A continuación mostramos un cuadro representativo sobre el resultado económico de INSIDE-DR según las proyecciones previamente detalladas, obteniéndose como resultado que para el último año, el saldo de tesorería ascenderá a los 90,731 euros y la inversión será recuperada en el tercer año de operación.

Indicadores Económico-Financieros

Liquidez, Garantía, Rentabilidad, Endeudamiento y Seguridad

Año (o Ejercicio Económico)	Cierre Ejerc. 2019 (1º año)	Cierre Ejerc. 2020 (2º año)	Cierre Ejerc. 2021 (3º año)	Cierre Ejerc. 2022 (4º año)	Cierre Ejerc. 2023 (5º año)
Saldo de Tesorería (Cierre Ejercicio) (% s/ Total Activo)	42,150	53,018	68,384	80,772	90,731
Recursos Propios (Cierre Ejercicio) (% s/ Total Patrim. Neto + Pasivo)	15,612	23,784	35,476	44,867	52,398
ROE (Return on Equity) Rentabilidad Financiera	16.7%	45.3%	63.4%	71.0%	75.2%
ROI (Return on Investment) Rentabilidad Económica	11.0%	26.9%	41.1%	29.5%	54.5%
Punto de Equilibrio (Umbral de Rentabilidad o Break Event Point)	148,248	160,394	151,468	152,971	154,180
Coficiente de Seguridad (Ventas/Punto de Equilibrio)	1.07	1.28	1.62	1.87	2.06
Plazo Recuperación de la Inversión	3.0 años				

Datos Financieros	Cierre Ejerc. 2019	Cierre Ejerc. 2020	Cierre Ejerc. 2021	Cierre Ejerc. 2022	Cierre Ejerc. 2023
Volumen de Ventas (euros)	159,170	205,329	245,121	285,710	318,340
Cash-Flow (euros)	7,218	17,443	32,048	43,774	53,200
Beneficio Neto (euros)	3,266.0	13,480.0	24,973.0	36,702.0	46,128.0
Recursos Propios (euros)	15,612.4	23,784.3	35,476.8	44,857.1	52,398.2

VAN y TIR

La rentabilidad de la compañía se muestra a través de la VAN que es de 28,270 € con una tasa de retorno sobre la inversión de (TIR) a cinco años de 0.47 y con un plazo de recuperación de la inversión de 3.0 años.

V.A.N	28,270 € (Tasa de descuento 25%)
T.I.R.	47%
Plazo de recuperación (Pay Back)	En el tercer año (3 años)

Bibliografía

<http://hoy.com.do/el-turismo-rural-del-pais-tiene-condiciones-para-su-desarrollo/>

<https://revistas.intec.edu.do/index.php/ciso/article/view/Artic4012>

<http://cestur.gob.do/>

<http://www.evaluandosoftware.com/desarrollo-del-turismo-electronico-e-tourism/>

<https://www.acercateard.com/es/turismo-en-la-republica-dominicana>

<http://mitur.gob.do/>

<http://www.dgii.gov.do/contribuyentes/personasJuridicas/inicioOperaciones/Paginas/default.aspx>

<https://camarasantodomingo.do/registro-mercantil/Home/RegistroMercantil>

Anexos

ANEXO I: Entrevista de Validación

Entrevista de validación [Empresa Inside DR]

Nombre entrevistador: _____ Fecha: _____ Lugar: _____

1. Identificación del cliente

SEXO:
EDAD:
NACIONALIDAD:
ZONA (PUEBLO):
PROFESION:
TRABAJA (SI/NO):
RANGO DE INGRESOS:

2. Preguntas generales

¿Qué tipo de turismo es el de su preferencia? (Turismo tradicional (sol y playa), Turismo Rural, Turismo de Aventura, Otros? Especifique.
¿Alguna vez has vivido la experiencia de actividades de entretenimiento turístico rural?
¿Utilizaste una página de internet o App para este servicio?
¿Contrataste una agencia de viajes? ¿Por qué?
¿Estarías interesado en vivir este tipo de experiencia recientemente?
¿A través de que medio pensarías hacerlo? (página web, app, agencia de viajes)

3. Hipótesis 1: Quieren vivir una experiencia turística rural comunitaria.

¿Estarías interesado en vivir experiencias ecológicas en comunidades rurales de la Rep.Dom?
¿Estarías interesado en conocer la cultura y tradiciones de la comunidad rural Dominicana?
¿Si tuvieras la oportunidad de vivir la experiencia de hacer tu propio chocolate orgánico, al mismo tiempo que tomas lo mejores Snap del campo dominicano, te animarías?
¿Si tuvieras la oportunidad de vivir la experiencia de todo el proceso de producción de las abejas, llevarte a la casa tu propio frasco de miel al mismo tiempo que te diviertes con la gente de la comunidad, te animarías?
¿Si tuvieras la oportunidad de ir con tus amigos a vivir la experiencia de una fiesta de palos, al mismo tiempo que tomas lo mejores Snap del campo dominicano, te animas?
¿Si tuvieras la oportunidad de recorrer uno de los senderos más hermosos y verdes de Monte Plata, llegando a una humilde casita de guano, donde podrás guardar en el lente de tu cámara uno de los mejores atardeceres que hayas visto antes, te animarías?
¿Qué tipo de actividades rurales estarías interesado en hacer? (montar caballo, cocina, artesanía, apicultura, producción agrícola, bailes típicos, etc.).

4. Hipótesis 2: Quieren aportar a la comunidad Dominicana.

Estarías dispuesto a vivir experiencias que conjuguen el desarrollo y la conservación del medio ambiente?
¿Si te dijera que al mismo tiempo que vives estas experiencias rurales estarías aportando a la comunidad dominicana de clase económica baja (colaborando para llevar una mejor calidad de vida de estas personas) te animarías?

5. Hipótesis 3: Quieren vivir experiencias a un precio asequible.

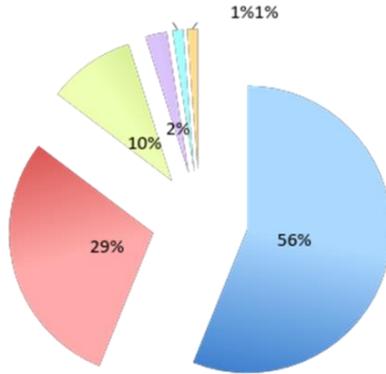
¿Es justo el precio que cobran las empresas hoteleras "todo incluido" por sus paquetes de entretenimiento?
¿El servicio que dan justifica su precio?
¿En su opinión que cosas no ofrecen las empresas hoteleras que les gustaría que ofrecieran?
¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por un tipo de experiencia rural comunitaria?
¿Bajo qué condiciones estaría dispuesto pagar más?
¿Estaría dispuesto a pagar este servicio a través de la web o App?

COMENTARIOS Y SUGERENCIAS:

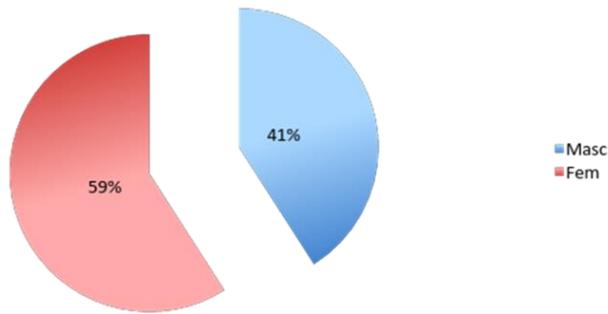
ANEXO II: Gráficos resultados Encuesta de Validación

Nacionalidad de los Encuestados

■ Dominicano ■ Estados Unidos ■ España ■ Mexico ■ Alemania ■ Reino Unido

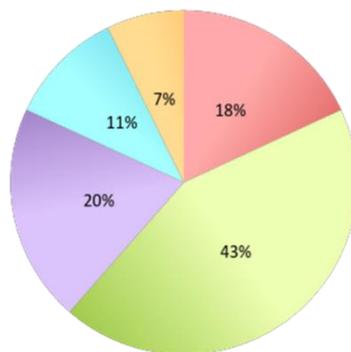


Genero de los Encuestados



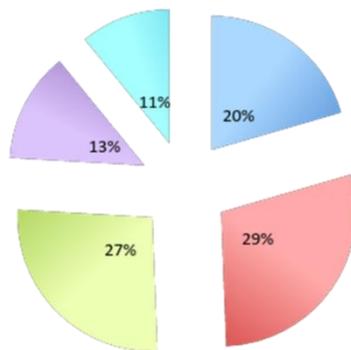
Edad de los Encuestados

■ Menos de 18 ■ De 18 a 24 ■ 25 a 35 ■ 35 a 50 ■ 50 a 60 ■ Mayor de 60

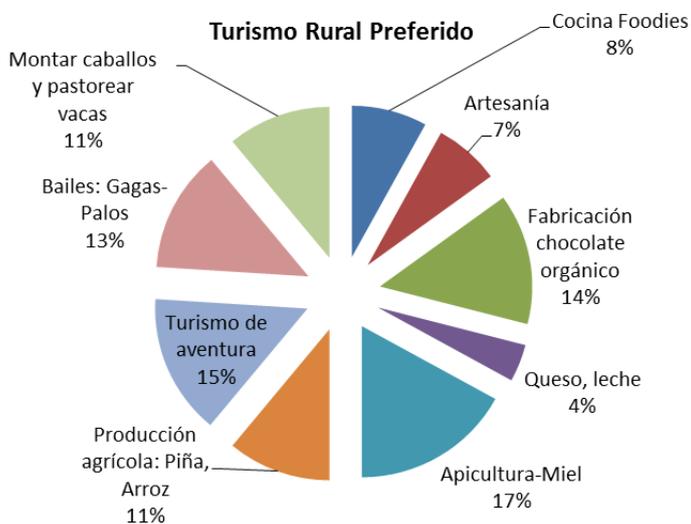


Nivel de Ingresos Encuestados

■ Menos de 500 ■ De 500 a 1,000 ■ 1,000 a 2,000 ■ 2,000 a 3,000 ■ Más de 3,000

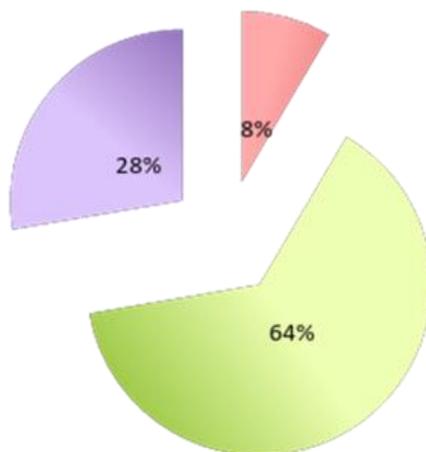


Turismo Rural Preferido



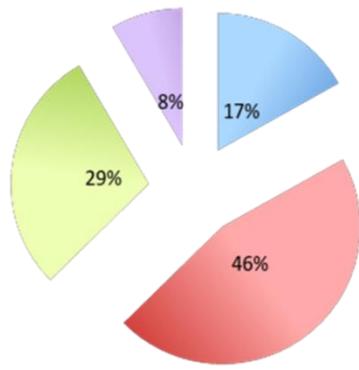
Nivel de Estudios Encuestados

■ Primaria ■ Secundaria ■ Universitaria ■ Postgrado



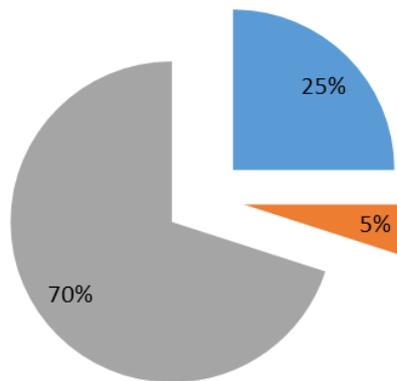
Disposición a Pagar Encuestados

■ Menos de 20 dolares ■ De 20 a 40 dolares ■ De 40 a 60 dolares ■ Más de 60



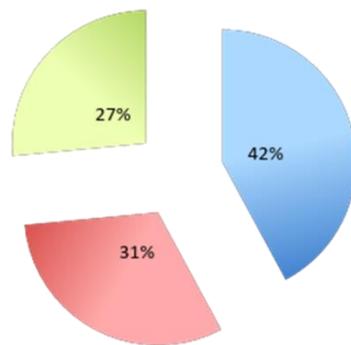
Via de contacto

■ Agencia de Viajes ■ Recomendación de amigos ■ App / Página Web

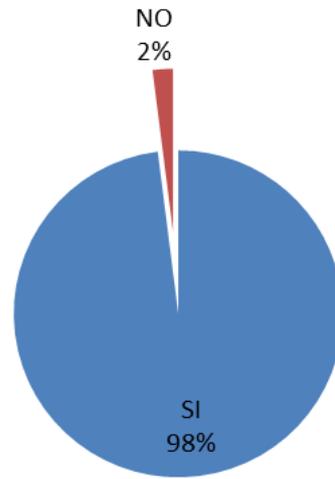


Tipo de Turismo de Preferencia

■ Turismo tradicional (Sol y playa) ■ Turismo rural ■ Turismo de Aventura ■ Otro. Especifique



Disposición de aporte a la comunidad Dominicana



ANEXO III: Términos y Condiciones de Inside DR.

Términos y Condiciones de InsideDR.

A continuación se presentan los términos y condiciones aplicables a los servicios que ofrecerá InsideDR a través de su plataforma Online a los que todos los usuarios podrán tener acceso.

Introducción.

Estos términos y condiciones (modificables cada cierto tiempo) son aplicables a todos los servicios directos o indirectos, a través de cualquier dispositivo móvil, por correo electrónico o por teléfono. Al acceder, navegar y utilizar el sitio web (móvil) o cualquiera de las aplicaciones que podrían estar disponibles a través de plataformas (en adelante, mencionados de forma conjunta como la "Plataforma") y/o realizar una reserva, se acepta haber leído, entendido y estar de acuerdo con los términos y condiciones que tiene InsideDR.

Estas páginas, su contenido e infraestructura, y el servicio de reservas online (incluyendo el servicio para facilitar los pagos) que se proporcionan en estas páginas y a través de este sitio web pertenecen, son gestionadas y suministradas por InsideDR, S.R.L. y se ponen a la disposición de todos solo para tu uso personal, no comercial (B2C), conforme a los términos y condiciones especificados a continuación. La relación que tiene la empresa con los Proveedores de las experiencias está regida por diferentes términos y condiciones que conforman la relación comercial (B2B) que tienen la empresa con cada uno de los Agentes. Cada Agente actúa de forma profesional con InsideDR al ofrecer su producto y/o servicio en o a través de InsideDR.com (tanto para la relación de negocio a negocio ("B2B") y/o la relación de negocio a consumidor ("B2C")). Tener en cuenta que los Agentes de las experiencias pueden disponer, declarar aplicables y/o solicitar (la aceptación de), además de las condiciones, sus propios términos y condiciones (de entrega/envío/transporte/uso) y normas de uso, acceso y consumo de la experiencia contratada (que puede incluir descargos de responsabilidad y responsabilidad limitada).

0. Definiciones.

"InsideDR.com", "nosotros", "nos" o "nuestro/a" se refiere a InsideDR, S.R.L., una sociedad de responsabilidad limitada, constituida según la legislación de la República Dominicana y con sede en el mismo país. El término "Plataforma" se refiere a la app y la página web (móvil) donde está disponible el Servicio de viajes que pertenece, controla, gestiona, mantiene y/o alberga InsideDR.com. El término "Experiencia" se refiere a los diferentes tipos de productos y servicios del Agente que se pueden pedir, adquirir, comprar, pagar, alquilar, ofrecer, reservar, combinar o consumir.

"Proveedor, Agente de Experiencia o Agente" se refiere al Agente de las atracciones turísticas, visitas turísticas, Agente de transporte, operadores turísticos, y cualquier otro producto o servicio relacionado con las experiencias turísticas que, cada cierto tiempo, estén disponible en la Plataforma para reservar.

"Servicio de Experiencia" se refiere a los servicios de compra, petición, reserva o pago online (incluido el servicio para facilitar los pagos) que ofrece o proporciona InsideDR.com con respecto a varios productos y servicios que los Proveedores ponen a disposición en la Plataforma cada cierto tiempo.

"Reserva" hace referencia a la petición, compra, pago, reserva o contratación de una experiencia turística.

1. Ámbito y naturaleza del Servicio que ofrece InsideDR.

A través de la Plataforma, se proporciona una plataforma online a través de la cual los Proveedores, en su conducta profesional del negocio, pueden anunciar, publicitar, vender, promocionar y/u ofrecer (según corresponda) sus productos y servicios para que se soliciten, compren, reserven, alquilen, contraten, y a través de la cual los que visitan la Plataforma pueden descubrir, buscar, comparar, solicitar, reservar, comprar o pagar. Al utilizar el Servicio, se establece una relación contractual directa (legalmente vinculante) con el Agente con el que has reservado o al que le has comprado un producto o servicio (según corresponda). Desde el momento en que realizas tu Reserva, InsideDR actúa únicamente como intermediarios entre el usuario y el Agente de la experiencia, transmitiendo los datos relevantes de la reserva al (a los) Proveedor(es) y enviándole al usuario un correo electrónico de confirmación en representación del Proveedor. InsideDR.com no (re)vende, alquila ni ofrece ningún tipo de producto o servicio turístico.

Al prestar nuestro Servicio, la información que se muestra está basada en la información que proporcionan los Proveedores de la experiencia. Como tales, los Proveedores que publicitan y promocionan sus experiencias en la Plataforma tienen acceso a nuestros sistemas y a una extranet mediante la cual se hacen totalmente responsables de actualizar las tarifas/cargos/precios, la disponibilidad, los términos y condiciones y otros datos relevantes que aparecen en la Plataforma. Aunque intentamos que nuestro Servicio sea lo más preciso posible, no podemos verificar ni garantizar que toda la información sea exacta, completa o correcta. Tampoco nos hacemos responsables de errores (como errores manifiestos y tipográficos), interrupciones (debido a caídas temporales y/o parciales del servidor o a reparaciones, actualizaciones y mantenimiento de la Plataforma u otros motivos), información imprecisa, engañosa o falsa, o falta de información. Cada Agente es responsable en todo momento de la precisión, la exactitud y la corrección de la información (tanto descriptiva como referente a tarifas/cargos/precios, términos y condiciones y disponibilidad) que aparece en la Plataforma. La Plataforma no constituye ni debe ser vista como una recomendación o promoción de la calidad, el nivel de servicio, la calificación o clasificación (por estrellas) de ningún Agente o sus instalaciones, recintos, vehículos, productos o servicios (principales o suplementarios) disponibles.

Los Servicios están disponibles únicamente para uso personal y no comercial. Por lo tanto, no está permitido revender, realizar deep-links, utilizar, copiar, monitorizar (ej. spider, scrape), mostrar, descargar o reproducir el contenido, la información, el software, las reservas, las entradas, los productos o los servicios disponibles en la Plataforma para cualquier actividad o fin comercial o competitivo.

2. Precios y tarifas.

Los precios que ofrecen los Proveedores en la Plataforma son muy competitivos. Todos los precios para tu experiencia se muestran con ITBIS y cualquier otro impuesto (sujeto a cambios de dichos impuestos), a no ser que se indique de otra forma en la Plataforma o en la entrada/e-mail de confirmación. Los precios de las entradas son por persona o grupo y están sujetos a la validez que se indique en la entrada, si corresponde. Las tasas e impuestos pueden ser cobrados por el Agente en caso de no-show o cancelación.

En ocasiones, en la Plataforma hay una tarifa más barata para un servicio, producto o estancia específica. Sin embargo, estas tarifas puestas a disposición por los Proveedores de viajes pueden comportar restricciones y condiciones especiales, por ejemplo, relativas a la cancelación y al reembolso. Consulta los datos y condiciones de la reserva, el servicio o producto correspondiente de forma minuciosa para conocer las condiciones antes de realizar la reserva.

Todas las ofertas especiales y promociones están marcadas como tal. Si no aparecen marcadas como tal, no puedes derivar ninguna responsabilidad en caso de errores evidentes.

3. Privacidad.

Para respetar la privacidad de los usuarios de la plataforma, InsideDR cuenta con una política de privacidad que protege y salvaguarda todos los datos personales de los usuarios.

Esta Política de privacidad se aplica a cualquier tipo de información que recopilemos a través de estas plataformas o de otros medios conectados con estas plataformas (como por ejemplo, los e-mails que envías a nuestro servicio de atención al cliente).

Puede que modifiquemos la Política de privacidad de vez en cuando. Si tu privacidad te preocupa, mira esta página con frecuencia y sabrás exactamente lo que está ocurriendo. Si introducimos modificaciones a la Política de privacidad que te afecten de algún modo (por ejemplo, si tenemos previsto tratar tus datos personales para otras finalidades distintas de las anteriormente comunicadas en esta Política de privacidad), te notificaremos estos cambios antes de que empiecen las nuevas actividades.

¿Qué tipo de datos personales recopilará InsideDR.com?

Mientras utilizas nuestros servicios, te pedimos algunos datos. Son cosas muy básicas, como tu nombre, tu información de contacto, los nombres de la gente que viaja contigo y los datos de pago. El usuario podrá decidir por sí mismo si realiza peticiones especiales para su próxima experiencia (seleccionando, por ejemplo, determinadas preferencias). Además, también recopilarán información del ordenador, teléfono, tablet u otro dispositivo que se use para acceder a nuestros servicios, como por ejemplo: la dirección IP, el navegador que usas y la configuración de idioma que tienes. Hay algunas situaciones en las que también recibimos información tuya por parte de otros o en las que recopilamos información automáticamente.

¿Por qué InsideDR.com recopila y usa los datos personales de los usuarios?

El principal motivo por el que se piden los datos personales es bastante importante: para ayudar al usuario a gestionar sus Reservas online y asegurar que reciba el mejor servicio posible. También usamos los datos personales para ponernos en contacto con el usuario e informarle de los últimos descuentos y ofertas especiales, así como de otros productos o servicios que puedan ser de interés.

¿Cómo comparte InsideDR.com tus datos con terceras partes?

Hay varias partes que integran los servicios de InsideDR.com de formas diversas y por diferentes motivos. El objetivo principal es compartir con el Agente los datos relativos a los usuarios que sean relevantes para que la Reserva se lleve a cabo. También hay otras terceras partes que pueden recibir algunos datos; estas son las partes que involucramos en el proceso para proporcionarte los

servicios de InsideDR.com, por ejemplo, instituciones financieras, anunciantes o, en algunos casos, autoridades gubernamentales o de otro tipo. InsideDR no vende ni alquila los datos personales de los usuarios.

¿Qué procedimientos de seguridad y retención aplica InsideDR.com para salvaguardar los datos personales?

Se utilizan sistemas comerciales y procedimientos apropiados para salvaguardar los datos personales que se nos proporcionan. También se utilizan procedimientos de seguridad y restricciones técnicas y físicas para acceder y utilizar los datos personales de nuestros servidores. Solo el personal autorizado tiene permiso para acceder a la información personal durante el transcurso de su trabajo.

La empresa conservará los datos personales todo el tiempo que considere necesario para permitir que utilices nuestros servicios, para proporcionarte nuestros servicios (incluido el mantenimiento de la cuenta de usuario online (si se ha creado)), para cumplir con la legislación aplicable, resolver litigios con otras partes y para todo aquello que resulte necesario para el desempeño de nuestras actividades, incluida la detección y prevención del fraude u otras actividades ilegales. Todos los datos personales que conservamos estarán sujetos a esta Política de privacidad.

¿Cómo puedes controlar los datos personales que has dado a InsideDR.com?

Siempre el usuario tendrá derecho a revisar los datos personales que se guardan sobre el usuario. Éste podrá solicitar una revisión de sus datos personales con solo enviar un e-mail a la dirección de correo electrónico.

4. Servicio gratuito para los usuarios.

A no ser que se indique lo contrario, los servicios ofrecidos por InsideDR.com son gratuitos para los usuarios porque, a diferencia de otros, no se cobra por nuestro Servicio ni se añaden suplementos (de reserva) al precio. Pagarás al Agente el importe indicado en la Reserva de viaje (además de los cargos no incluidos en el precio, como por ejemplo los impuestos aplicables relevantes, recaudaciones fiscales y suplementos (si corresponden)). Los Proveedores o Agentes pagan una comisión (un porcentaje pequeño del precio del producto/servicio a InsideDR.com después de que el usuario final haya hecho uso del servicio o producto del Agente (ej. después de que el cliente se haya vivido la experiencia (y pagado))).

5. Tarjeta de crédito o transferencia bancaria

Si procede y está disponible, algunos Proveedores ofrecen la posibilidad de pagar las Reservas (en su totalidad o de forma parcial, según las condiciones de pago del Agente del tour) al Agente durante el proceso de Reserva mediante un sistema de pago seguro online (siempre que tu banco lo ofrezca y lo soporte). En el caso de algunos productos y servicios, InsideDR.com facilita (a través de procesadores de pago externos) el pago de los servicios o productos correspondientes (esto es, el servicio para facilitar pagos) para y en nombre del Agente (InsideDR.com nunca actúa ni funciona como vendedor oficial). El pago se procesa de forma segura desde tu tarjeta de crédito/débito o desde tu cuenta a la cuenta del Agente mediante un procesador de pagos externo. Todos los pagos facilitados por nosotros para y en nombre de, y transferidos al Agente constituirán en cada caso un pago tuyo (parcial) del precio de la reserva del producto o servicio correspondiente en concepto

de liquidación final de cada precio (parcial) debido y a pagar. No podrás reclamar dichos importes abonados.

En el caso de algunas tarifas (no reembolsables) u ofertas especiales, el Agente puede requerir que el pago se realice por adelantado mediante transferencia bancaria (si está disponible) o mediante tarjeta de crédito. En ese caso, la tarjeta de crédito puede ser pre-autorizada o se le puede realizar algún cargo (a veces sin opción a reembolso) una vez hecha la Reserva. Es necesario que cada usuario consulte minuciosamente los datos (de la reserva) del producto o servicio de tu elección para conocer las condiciones especiales antes de realizar la Reserva. InsideDR.com no será responsable de ningún cargo (autorizado, (supuestamente) no autorizado o erróneo) por parte del Agente y no se reclamará ningún importe por ningún cargo válido o autorizado realizado por parte del Agente (incluidas las tarifas con pago por adelantado, los no show y las cancelaciones con cargos) en tu tarjeta de crédito. En caso de fraude o uso no autorizado de la tarjeta de crédito por parte de terceros, la mayoría de bancos y empresas emisoras de tarjetas de crédito cubren todos los gastos resultantes de dicho fraude o mal uso, que en ocasiones puede estar sujeto a una cantidad deducible.

6. Pago por adelantado, cancelación, no show (no presentado).

Al realizar una Reserva con un Agente, aceptas sus condiciones de cancelación y no show (si no presentas) del Agente, así como otros términos y condiciones adicionales (entrega) de dicho Agente que puedan afectar a tu experiencia. Si el usuario va a llegar tarde o con retraso o si llegarás al día siguiente, este debe asegurarse de comunicarlo (con prontitud y a su debido tiempo) al Agente, para que sepan cuándo llegarás y así evitar que cancelen tu (Reserva de) o te carguen el suplemento por no presentarte. Si lo necesitas, nuestro departamento de atención al cliente puede ayudarte a informar al Agente. InsideDR.com no se hace responsable de las consecuencias que pueda tener tu retraso, o de cualquier cancelación o cargo por no presentarte que pueda realizar el Agente.

7. Correspondencia y comunicación (adicional).

Al hacer una Reserva, aceptas recibir (i) un e-mail, que podemos enviarte poco antes de tu fecha de llegada, donde encontrarás información sobre el destino y otros datos y ofertas (entre ellas ofertas de terceros, siempre y cuando hayas aceptado recibirlas), que sean relevantes para tu Reserva y destino, (ii) un e-mail después de la llegada para valorar (la experiencia con) el Agente y el Servicio, y (iii) un e-mail, que podemos enviarte después de tu estancia, invitándote a completar un formulario de opinión.

InsideDR.com se exime de cualquier responsabilidad en relación con cualquier comunicación con el Agente en o a través de su plataforma. No obtendrás ningún derecho de ninguna petición a, o comunicación con el Agente o (cualquier forma de) acuse de recibo de cualquier comunicación o petición. InsideDR.com no puede garantizar que el Agente de viajes (debida y oportunamente) reciba/lea, cumpla con, ejecute o acepte cualquier petición o comunicación.

Con el objetivo de completar y asegurar tu Reserva adecuadamente, se necesita usar una dirección de e-mail correcta. No nos hacemos responsables de (ni tenemos ninguna obligación de verificar) ningún error o fallo ortográfico en la dirección de e-mail ni de ningún número de teléfono (móvil) o número de tarjeta de crédito que sea impreciso o erróneo. Cualquier queja o reclamación contra InsideDR.com o respecto al Servicio que se presta debe hacerse de forma inmediata, o como mucho, en un período de 30 días después de la fecha prevista de consumo del producto o del

servicio (por ejemplo, la fecha de salida). Cualquier queja o reclamación enviada fuera del período de 30 días puede ser rechazada y el demandante perderá todo derecho a cualquier tipo de compensación (por daño o costos).

8. Ranking, estrellas y comentarios.

La clasificación por defecto de los Proveedores que aparece en nuestra Plataforma corresponde a los "Recomendados" (o similares) y lo llamamos "Ranking por defecto". El Ranking por defecto se crea a través de un complejo sistema (un algoritmo) que cambia constantemente y tiene en cuenta numerosos criterios para combinar de la forma más óptima las búsquedas de los usuarios con los alojamientos. El ranking es diferente para cada cliente y búsqueda ya que se incluyen varios criterios, como por ejemplo la popularidad del alojamiento entre los visitantes (p. ej., comentarios), el historial de atención al cliente (que incluye la cantidad y tipo de quejas de los clientes), algunos datos relacionados con las reservas (p. ej., número de reservas, cancelaciones, conversión, overbookings, disponibilidad, etc.) y el historial de navegación del visitante. El algoritmo del Ranking por defecto también tiene en cuenta la puntualidad en el pago por parte del alojamiento y el porcentaje de comisión. Por motivos prácticos, también se ofrece otras maneras de clasificar a los Agentes o Proveedores.

Solo los clientes que han vivido la experiencia recibirán una invitación de InsideDR.com para comentar su estancia y puntuar algunos aspectos de su estancia o bien puede que reciban una petición para valorarlo durante su estancia. Los comentarios de los clientes (incluida la valoración enviada durante su estancia) pueden subirse a la página de información del Agente en la Plataforma con el fin único de compartir tu opinión sobre el nivel del servicio y la calidad del Agente con (futuros) clientes. El orden por defecto de los comentarios es por fecha de envío aunque puede verse alterado por algunos criterios (como el idioma o las valoraciones con comentarios), en el que el comentario de un cliente que siempre deja comentarios completos y detallados puede aparecer en primera posición. Tienes la opción de elegir diferentes formas de ordenar y filtrar comentarios (por ejemplo, por tipo, fecha, idioma o puntuación). InsideDR.com permite al Agente responder a los comentarios. La empresa se reserva el derecho de modificar, rechazar o eliminar comentarios a criterio exclusivamente nuestro en tanto que no cumpla con las condiciones de los comentarios que hemos establecido.

InsideDR.com no compensa ni ofrece ningún tipo de premio a los clientes por completar un comentario. Los comentarios tienen la consideración de una encuesta y no incluyen ofertas comerciales, invitaciones ni incentivos de ningún tipo. InsideDR.com se compromete a utilizar los mejores recursos para monitorizar y eliminar comentarios que sean obscenos o mencionen un nombre personal o hagan referencia al robo de objetos.

InsideDR.com no aceptará comentarios que:

- Incluyan expresiones obscenas, sexualmente explícitas, contenido violento, discriminatorio o amenazante.
- Mencionen a personas concretas, o ataques personales a miembros del personal
- Promuevan actividades ilegales (ej. drogas, prostitución).
- Incluyan páginas web, e-mails, números de teléfono, datos de tarjetas de crédito
- Traten temas políticos delicados.

InsideDR.com y el Agente pueden poner fin a la relación por cualquier razón (como en caso de incumplimiento de contrato o de quiebra), con el correspondiente aviso acordado entre las partes.

9. Exención de responsabilidad.

Conforme a las limitaciones indicadas en estos términos y condiciones, y en la medida que esté permitido por la ley, solo nos hacemos responsables de los daños directos que sufras, pagues o contraigas a causa de defectos atribuibles a nuestras obligaciones en referencia a nuestros servicios, hasta una cantidad total del costo de la Reserva.

Sin embargo, y en la medida en que esté permitido por la ley, ni nosotros ni ninguno de nuestros directores, empleados, representantes, apoderados u otras personas involucradas en el proceso de creación, patrocinio y promoción del sitio web y sus contenidos será responsable de: (i) pérdidas o daños punitivos, especiales, indirectos o consecuentes, pérdidas de producción, de beneficios, ingresos, contratos, así como de pérdidas o daños de clientes o de reputación y pérdidas de demandas; (ii) errores relacionados con la descripción de la información (incluida la información sobre precios, disponibilidad y clasificaciones) del Agente en la Plataforma; (iii) servicios prestados o productos ofertados por el Agente u otros socios de negocio; (iv) pérdidas, daños o costes (directos, indirectos, consecuentes o punitivos) que sufras, contraigas o pagues, surgidos o relativos al uso, indisponibilidad o retraso de la Plataforma; o (v) cualquier tipo de perjuicio (personal), muerte, daño de la propiedad u otros daños, pérdidas y gastos (directos o indirectos, consecuentes o punitivos) que sufras, contraigas o pagues, ya sea a causa de actos (legales), errores, infracciones, negligencias (evidentes), mala conducta profesional deliberada, omisiones, incumplimientos, representación errónea, responsabilidad extracontractual objetiva o (completa o parcialmente) atribuible al Agente o a otros socios de negocio (incluyendo cualquiera de sus empleados, directores, personal, apoderados, representantes, subcontratistas o empresas afiliadas) cuyos productos o servicios (directa o indirectamente) estén disponibles, se oferten o promocionen en o a través de la Plataforma, incluyendo cualquier cancelación (parcial), overbooking, huelga, fuerza mayor u otro acto que escape a nuestro control.

InsideDR.com no es responsable (y se exime de cualquier responsabilidad) por el uso, validez, calidad, pertinencia, adecuación y divulgación de la experiencia y no realiza representaciones, garantías ni condiciones de ningún tipo a este respecto, ya sean implícitas, reglamentarias o de cualquier otro tipo, incluyendo cualquier garantía implícita de comercialización, título, no incumplimiento o adecuación de un propósito en concreto. El usuario estará de acuerdo y acepta que el Agente relevante es el único responsable y asume toda la responsabilidad y la obligación en cuanto a la experiencia (incluyendo cualquier garantía y representación realizada por el Agente). InsideDR.com no es el (re)vendedor del Viaje. Las quejas y reclamaciones en cuanto a la experiencia (incluyendo todo lo relacionado con el precio ofrecido (que puede ser especial o una promoción), las condiciones o las peticiones específicas realizadas por los Clientes) se deben gestionar con el Agente. InsideDR.com no es responsable y rechaza toda responsabilidad con respecto a dichas quejas, reclamaciones y obligaciones (del producto).

Tanto si el Agente te ha cobrado por tu Viaje, o si nosotros facilitamos el pago del precio (de la experiencia), aceptas que el Agente es, en todo momento, el responsable de la recogida, retención, envío y pago de los impuestos aplicables sobre el importe total del precio (de la experiencia) a las autoridades fiscales pertinentes. InsideDR.com no es responsable del envío, recogida, retención o pago de los impuestos sobre el precio a las autoridades fiscales pertinentes. InsideDR.com no actúa como vendedor oficial de ningún producto o servicio disponible en la Plataforma.

Al subir fotos u otras imágenes a nuestro sistema (por ejemplo, al enviar un comentario) certificas, garantizas y confirmas que estás en posesión del copyright de la foto/imagen y que estás de

acuerdo con que InsideDR.com utilice dicha foto o imagen en sus webs y materiales promocionales (online y offline), así como en cualquier publicación que InsideDR.com considere apropiada. Con esto se está garantizando a InsideDR.com un derecho no-exclusivo, universal, irrevocable, incondicional y permanente, así como la licencia para utilizar, reproducir, mostrar, hacer reproducir, distribuir, sublicenciar, comunicar y facilitar las fotos/imágenes en la forma que InsideDR.com considere apropiada. Al subir estas fotos/imágenes, la persona que las sube acepta la responsabilidad legal y moral sobre todas y cada una de las reclamaciones legales realizadas por un tercero (incluyendo, pero no limitándose a, los propietarios de los alojamientos) a raíz del uso y publicación de las fotos/imágenes por parte de InsideDR.com. Asimismo, no posee ni avala de forma alguna las fotos/imágenes que se suben. La veracidad, validez y derecho de uso de todas las fotos/imágenes la asumirá la persona que ha subido la foto, y nunca será responsabilidad de InsideDR.com. la empresa niega cualquier responsabilidad u obligación sobre las fotografías publicadas. La persona que ha subido las fotos garantiza que las fotos/imágenes no contienen ningún virus, troyano o archivos infectados, así como ningún material pornográfico, ilegal, obsceno, ofensivo, censurable o inapropiado, y que no infringe los derechos (de propiedad intelectual, de copyright o de privacidad) de terceros. Cualquier foto/imagen que no cumpla con los requisitos mencionados no será publicada y/o puede ser eliminada por InsideDR.com en cualquier momento y sin previo aviso.

10. Derechos de propiedad intelectual.

Si no se indica lo contrario, el software necesario para nuestros servicios o disponible o utilizado por nuestra Plataforma y los derechos de propiedad intelectual (incluidos los copyrights) de los contenidos y la información, así como el material de la Plataforma pertenecen a InsideDR, S.R.L., sus Proveedores o Agentes.

InsideDR.com se reserva exclusivamente la propiedad de todos los derechos, título e interés en (todos los derechos de propiedad intelectual de) (la apariencia (incluyendo la infraestructura) de) la Plataforma donde el servicio tiene disponibilidad (incluyendo los comentarios de los clientes y el contenido traducido), y no tienes derecho a copiar, recopilar, enlazar a, publicar, promocionar, vender, integrar, utilizar, combinar o utilizar el contenido (incluidas las traducciones y los comentarios de los clientes) o nuestra marca sin un permiso por escrito nuestro. En la medida que quieras usar (completamente o parcialmente) nuestro contenido (traducido) (incluyendo los comentarios de los clientes) o seas propietario de cualquier derecho de propiedad intelectual de la Plataforma o cualquier contenido (traducido) o comentarios de los clientes, por la presente, transfieres y cedas todos los derechos de propiedad intelectual a InsideDR.com. Cualquier tipo de uso indebido o cualquier tipo de acción o comportamiento anteriormente mencionado constituirá una infracción de nuestros derechos de propiedad intelectual (incluyendo el copyright y el derecho de base de datos).

11. Miscelánea.

En la medida en que lo permita la ley, estos términos y condiciones y la prestación de nuestros servicios se regirán e interpretarán de acuerdo a la legislación dominicana y cualquier controversia que surja por estos términos y condiciones generales o por nuestros servicios se presentará únicamente ante los tribunales competentes.