





Máster en Gestión de la Calidad y Reingeniería de Procesos

PLAN DE EMPRESA: Quisqueya Crafts

AUTORES:

Diaris Dalgenis Mercedes Carrión

Gisela Reyes Lachapell

Juan de Jesús Moya Ovalles

Nugeyri Margarita Peña Sánchez

Rosaily Génesis Rodríguez Santos

Rosmar Eunice Curiel Araujo

Fecha 2018/2019



Esta publicación está bajo licencia Creative Commons Reconocimiento, Nocomercial, Compartirigual, (by-nc-sa). Usted puede usar, copiar y difundir este documento o parte del mismo siempre y cuando se mencione su origen, no se use de forma comercial y no se modifique su licencia. Más información: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/>



¡Llévate lo mejor de la BELLA!

CONTENIDO

PRESENTACIÓN Y DEFINICIÓN	7
¿QUIÉNES SOMOS?	7
EQUIPO PROMOTOR	7
MERCADO OBJETIVO	8
OPORTUNIDAD DE NEGOCIO	9
VENTAJAS COMPETITIVAS.....	10
NIVEL TECNOLÓGICO	11
VIABILIDAD	11
DEFINICIÓN DEL PROBLEMA Y SOLUCIÓN PLANTEADA	12
MAPAS DE EMPATÍA	12
¿CUÁL ES EL PROBLEMA?	13
MODELO DE NEGOCIO	14
VALIDACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO	15
PRODUCTO MÍNIMO VIABLE.....	17
ANÁLISIS DEL ENTORNO	19
ENTORNO POLÍTICO-LEGISLATIVO	19
ENTORNO ECONÓMICO	20
ENTORNO SOCIAL.....	21
ENTORNO TECNOLÓGICO.....	21
ENTORNO MEDIOAMBIENTAL	22
ANÁLISIS DEL SECTOR.....	23
VALORACIÓN DEL MERCADO	23
COMPETIDORES ACTUALES.....	25
COMPETIDORES POTENCIALES	30
SUSTITUTOS.....	31
CLIENTES/COMPRADORES	32
PROVEEDORES	33
PLAN ESTRATÉGICO.....	36
ANÁLISIS DAFO	36
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.....	37
PLAN OPERATIVO.....	38

PROCESOS PRODUCTIVOS.....	38
RÉGIMEN OPERATIVO	39
RECURSOS PARA LA PUESTA EN MARCHA Y FUNCIONAMIENTO DEL PROYECTO	39
Recursos Materiales	39
Talento Humano.....	39
Constitución de Quisqueya Crafts.....	40
MAPA DE PROCESOS	41
Procesos Estratégicos	41
Procesos Operativos.....	42
Procesos de Apoyo/Soporte	42
DEFINICIÓN DE INFRAESTRUCTURA	44
Infraestructura Tecnológica	44
PLAN DE MARKETING.....	48
ANÁLISIS DEL MERCADO Y ANTECEDENTES	48
SEGMENTACIÓN Y TARGETING	50
PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA: MARKETING MIX	51
Estrategia.....	51
Precio	52
Distribución y Canales	52
Promoción y Plan de Comunicación	53
Desarrollo del Logotipo de la Empresa.....	56
PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	61
ORGANIGRAMA.....	61
Perfil Departamental.....	61
Estructura Organizacional	62
NECESIDADES DE PERSONAL.....	63
Política Retributiva	64
Descripción de Puestos	65
PLAN FINANCIERO.....	74
INTRODUCCIÓN	74
PLAN DE INVERSIÓN	74
Gastos Operacionales 2019.....	74
Activos Iniciales	75

Pasivos Iniciales.....	75
Tesorería Inicial.....	76
Política de Reparto de Beneficios.....	76
PLAN DE FINANCIACIÓN.....	76
Capital Social.....	77
CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.....	78
Proyección de Ventas.....	78
Gastos de Personal.....	80
Gastos de Marketing.....	80
Cuenta de Resultados Previsional.....	80
CUENTA DE TESORERÍA.....	83
BALANCE DE SITUACIÓN.....	84
ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO.....	86
VAN Y TIR.....	86
Ratios de Rentabilidad, Eficiencia y Financieros.....	86
ESCENARIOS Y PLAN DE CONTINGENCIAS.....	87
Escenario Negativo.....	87
Escenario Positivo.....	87
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	88
BIBLIOGRAFÍA.....	89
ANEXOS.....	90



PRESENTACIÓN Y DEFINICIÓN

¿QUIÉNES SOMOS?

Quisqueya Crafts es una empresa dominicana que ofrece al consumidor una plataforma digital que muestra la cara más auténtica de la artesanía dominicana. Ésta viene a incorporarse en el mercado como una oportunidad de compras de fácil acceso de artesanías dominicanas, sirviendo de canal para la compra y venta de las mismas entre artesanos dominicanos y turistas interesados en su adquisición.



Misión

Brindar un servicio de calidad y excelencia que asegure una grata e innovadora experiencia entre la conexión de los usuarios con talentosos artesanos dominicanos a través de un solo CLIC.

Visión

Ser la opción más fácil, rápida y segura para la comercialización de productos artesanales dominicanos, a través de la integración de esquemas innovadores que fortalezcan el compromiso con nuestros clientes.



Valores

- ✓ Integridad
- ✓ Compromiso
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Pasión
- ✓ Excelencia



EQUIPO PROMOTOR

El equipo creador de Quisqueya Crafts está conformado por jóvenes profesionales, capacitados en distintas áreas, que de manera complementaria aportan valor y conocimiento al proyecto.



Nugeyri Peña

Directora de Planificación y Desarrollo



Rosaily Rodríguez

Directora de Comunicación y Marketing



Gisela Reyes

Directora de Finanzas



Diaris Carrión

Directora de Relaciones con Asociados



Rosmar Curiel

Directora de Customer Experience



Juan Moya

Director de TI



MERCADO OBJETIVO





OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

República Dominicana es una isla estratégicamente posicionada y con alto potencial turístico que se ha ido explotando en los últimos 15 años, siendo hoy en día uno de los principales polos turísticos de Centroamérica y el Caribe. En el país, el turismo representa el 7% del PIB (2018), siendo así uno de los principales sectores económicos. Esto se traduce en un estimado de US\$ 7,000 millones (2018).

Los turistas extranjeros generalmente consumen en dólares o intercambian su moneda por el peso dominicano, esto genera una inyección de dólares en la economía, permitiendo al país poder comprar los servicios y productos que no produce. El país recibe anualmente cerca de 7 millones de turistas y según las entrevistas realizadas sobre el mercado turístico y artesanal, alrededor del 67% de los turistas compra artesanías dominicanas, mientras que el 58.1% del total de la población entrevistada indicó que estaría dispuesto a incurrir en compras con valor entre RD\$550 a RD\$5,000.

En los últimos años, se han propuesto diferentes iniciativas por parte de varias instituciones gubernamentales con la finalidad de promover la venta de artesanías en los hoteles, aeropuertos, puertos y principales sitios turísticos del país con la finalidad de que los beneficios económicos lleguen directamente a la clase que más los necesita.

Por otra parte, en los últimos tres años, las exportaciones de artesanías reportaron a República Dominicana US\$10.3 millones. Esto se traduce en un incremento del volumen de ventas para los 1,600 talleres artesanales y más de 10,800 familias que se dedican a la elaboración de artesanías cuya producción hecha a mano es de gran valor turístico.

Consciente de la trascendencia para el desarrollo y promoción de la cultura, y de la realidad insoslayable de que el turismo y las artesanías dominicanas van de la mano, “Quisqueya Crafts” se ha decidido enfocar en este nicho de mercado, proporcionando a los turistas y artesanos de manera rápida, costo-efectiva y segura, la adquisición y venta de las mejores y más variadas artesanías que la República Dominicana ofrece; haciendo honor a su lema “Llévate lo mejor de la bella”.

Para los artesanos, “Quisqueya Crafts” también se traduce en un medio de exploración e inyección económica para el mercado. Esta oportunidad es un impulso en los esfuerzos de formalización del mercado artesanal, representando un incremento de las conexiones comerciales, facilitando la internacionalización de este mercado y la mejoría de los medios de conexión entre el artesano y el mercado.



VENTAJAS COMPETITIVAS

- **Plataforma Online:** El turista podrá escoger por medio de la plataforma online Quisqueya Crafts, aquellos productos que desee adquirir según su necesidad, encontrando la conexión con el artesano que le ofrecerá todo su catálogo de productos. Por otra parte, el artesano tendrá la oportunidad de mostrar, expandir y comercializar sus productos a nuevos clientes y en nuevos mercados.

- **Pago Online:** Una vez colgado el producto por el artesano, vista la oferta por el turista y cerrada la oportunidad de venta con la adquisición del producto; el turista podrá hacer su pago Online de forma rápida, fácil y segura a través de la plataforma garantizándole una grata experiencia.



- **Información Online:** Una vez realizado el proceso de pago se le enviará al turista toda la información que necesita saber sobre su pedido mientras que, el artesano tendrá disponible toda la información necesaria que le permita contabilizar todas sus ventas a través de un dashboard integrado con un CRM que le permitirá a su vez, manejar esa data en tiempo real.



- **Feedback Online:** Después de adquirir el producto el turista tiene la opción de subir su feedback a la plataforma, donde podrá contar cómo ha sido su experiencia. Esto le permitirá a otros interesados en el producto, ver las opiniones de un cliente que ya lo ha comprado, dándole seguridad a la hora de tomar la decisión de realizar o no la compra.
- **Disponibilidad 24/7:** Disponible 24 horas al día, los 7 días de la semana para consultas en línea.
- **Compra segura de ofertas de productos artesanales:** El usuario tendrá garantía y respaldo de su compra.
- **Optimización de la gestión de marketing:** Nuestros clientes contarán con el servicio de comercializar sus productos y colocarles publicidad a través de la plataforma.

- **Automatización y eficientización de los procesos de venta para los artesanos:** Totalmente en línea, los artesanos contarán con una vía de venta distinta para comercializar sus productos, ejecutando un proceso automático y eficiente.





NIVEL TECNOLÓGICO

Quisqueya Crafts estará compuesto con diferentes soluciones innovadoras que serán integradas y puesta en funcionamiento, todas al mismo tiempo, para garantizar la buena experiencia del usuario.

Aquí describimos cuáles son:

- **Sistema de desarrollo web:** Desarrollo y diseño de códigos con la integración de lenguaje de programación PHP, a través del manejador de contenidos Wordpress. Utilizaremos un sistema común y universal para desarrollar la plataforma, de acceso rápido y fácil.
- **Diseño innovador y de última generación:** Plataforma diseñada bajo el modelo responsive, adaptable a cualquier dispositivo digital.
- **Integración de un CRM,** que agregue valor a los artesanos para el manejo de sus clientes. Haremos una alineación en el desarrollo para incluir el CRM de Hubspot, una plataforma que ofrece todos los features para organizar, monitorear y nutrir las relaciones con oportunidades de venta y clientes.
- **Software para comercio electrónico:**
 - **Integración con Magento:** software de inteligencia para E-commerce que consiste en una plataforma de código abierto para comercio electrónico escrita en PHP.
 - **Integración con Shopify:** programa que se encarga de ofrecer una serie de servicios incluidos (pagos, marketing, envíos y herramientas de fidelización de clientes), para simplificar el manejo de una tienda en línea para los pequeños comerciantes.
- **Colocación de publicidad digital** a través del modelo de compra Programmatic, que permite compras totalmente en línea, enfocándose según el objetivo del cliente, en lograr un desempeño óptimo de la colocación. Nos permitirá comprar audiencias conforme al perfil de nuestro Buyer Persona.

VIABILIDAD

Quisqueya Crafts, al ser una plataforma web sólo incurrirá en costes de mantenimiento luego de su implementación y generará ingresos a través de comisiones por ventas de artesanías en general y por ventas de artesanías personalizadas, por lo que el proyecto sería rentable y sostenible a través del tiempo.



DEFINICIÓN DEL PROBLEMA Y SOLUCIÓN PLANTEADA

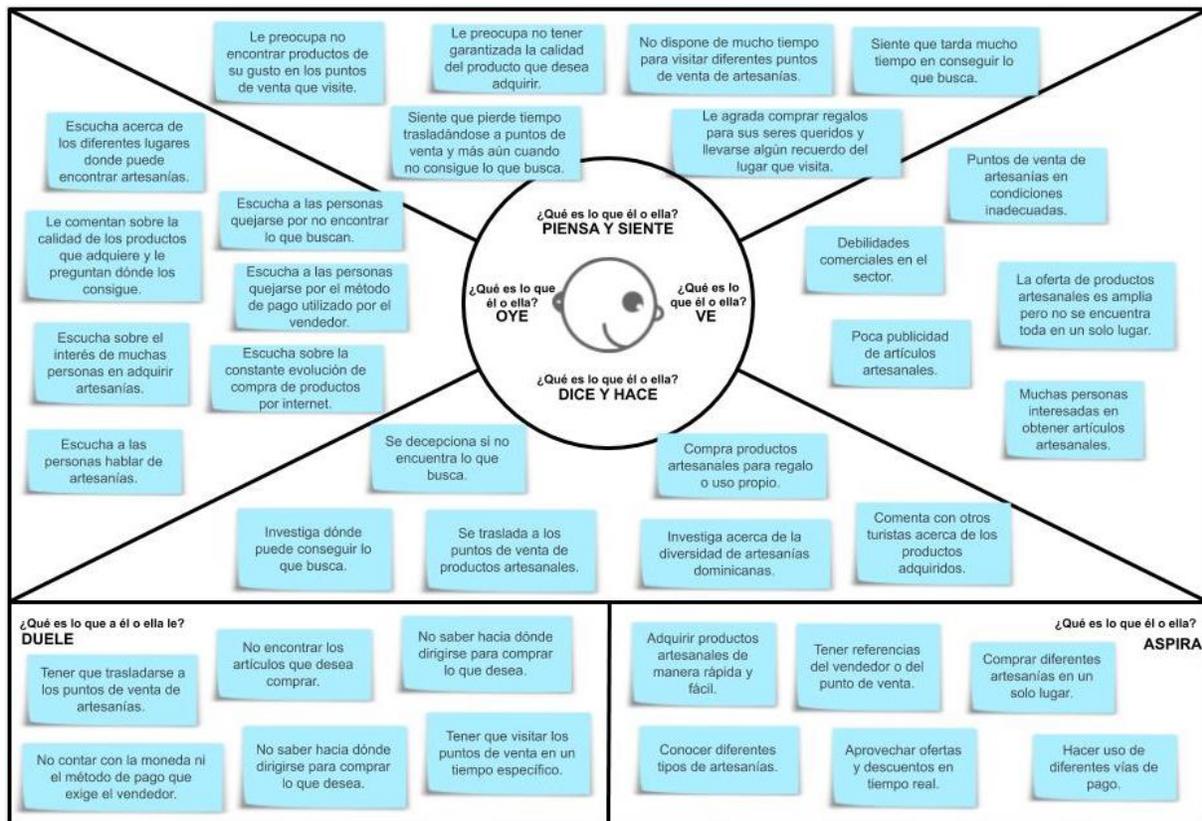
MAPAS DE EMPATÍA

Para la identificación concreta del problema hemos realizado dos mapas de empatía:

- Mapa de empatía para los turistas.
- Mapa de empatía para los artesanos.

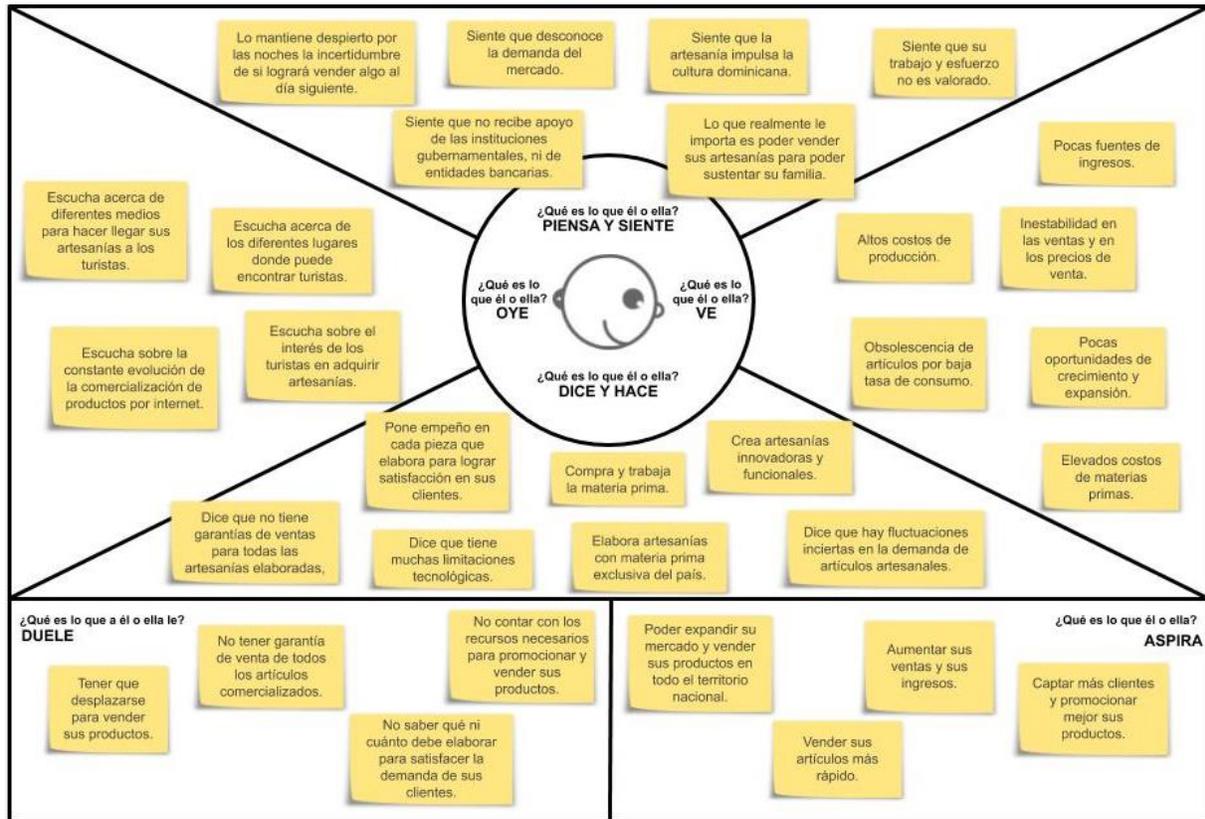
Posteriormente hemos diseñado nuestro modelo de negocio que viene a brindar una solución a cada problema encontrado.

Mapa de Empatía - TURISTAS





Mapa de Empatía - ARTESANOS



¿CUÁL ES EL PROBLEMA?

Los turistas que desean adquirir desde cualquier lugar de la geografía nacional un auténtico producto que represente la identidad dominicana, deben desplazarse físicamente a un punto de venta ya que no pueden conectar fácilmente con los artesanos, lo que implica un proceso de compra agotador, lleno de incertidumbres por no saber si se encontrará lo buscado y/o deseado, y sin tener garantizada la calidad del producto.



Por otra parte, los artesanos dominicanos poseen muchas limitantes a la hora de promocionar y vender sus productos, lo que no les permite expandirse ni aprovechar el mercado al máximo, frustrando de esta forma el sueño de llegar a tener clientes potenciales.



MODELO DE NEGOCIO

El modelo de negocio de Quisqueya Crafts ofrece una plataforma tecnológica user-friendly que permite la conexión entre artesanos dominicanos y turistas que estén interesados en productos artesanales, proporcionándoles una vía de compra y venta en línea de forma rápida al alcance de sus manos. Esta nueva plataforma brindará una amplia gama de productos de diferentes zonas geográficas de la República Dominicana, dando así a conocer la rica y colorida artesanía de nuestro país, presentando su diversidad, exaltando su cultura y el talento de sus artesanos.

SOCIOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACIÓN CON CLIENTES	SEGMENTO DE CLIENTES
<ul style="list-style-type: none"> Dirección de Fomento y Desarrollo de la Artesanía (FODEARTE). Centro Nacional de Artesanía (CENADARTE). Fundación para el Desarrollo de la Artesanía (FUNDARTE). Asociación de Productores de Artesanía (APROARTE). Ministerio de Turismo (MITUR). Dirección General de Contrataciones Públicas (DGCP). Artesanos Dominicanos. DomEx Courier Empresas de desarrollo web. Empresas de mantenimiento técnico. 	<ul style="list-style-type: none"> Diseño y desarrollo de la Plataforma Web. Actualización y mantenimiento de la Plataforma Web. Proceso de gestión logística. Programa de mantenimiento técnico. Herramientas de Ad Server. Plan de comunicación y marketing. 	<p>Quisqueya Crafts viene a incorporarse en el mercado como una oportunidad de compras de fácil acceso de artesanías dominicanas, sirviendo de canal para la compra y venta de las mismas entre artesanos dominicanos y turistas interesados en su adquisición.</p> 	<ul style="list-style-type: none"> Asistencia personal. Servicios automáticos. Comunidades en redes sociales. 	<ul style="list-style-type: none"> Turistas residentes en el extranjero. Turistas residentes en el país. Nacionales Dominicanos que residen en el extranjero. Artesanos Dominicanos.
			<p>CANALES</p> <ul style="list-style-type: none"> Plataforma Web adaptable y funcional para cualquier dispositivo móvil: Teléfonos (Android/IOS), tabletas, computadoras y laptops. Publicidad en redes sociales. Publicidad en la web. Contacto vía correo electrónico. 	
<p>ESTRUCTURA DE COSTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> Inversión inicial para el diseño y desarrollo de la Plataforma Web. Mantenimiento de los servidores de la Plataforma Web. Contratación de plataforma Ad Server para gestión de anuncios. Costes de servidores y dominios. Gastos registro de marca y derechos de autor. Gastos en Publicidad y Marketing. Capacitaciones. 			<p>FUENTE DE INGRESOS</p> <ul style="list-style-type: none"> 30% Comisión por venta de artículos de artesanía. 15% Comisión por venta de artículos personalizados de artesanía. 	



VALIDACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

República Dominicana es una isla estratégicamente posicionada y con alto potencial turístico que se ha ido explotando en los últimos 15 años, siendo hoy en día uno de los principales polos turísticos de Centroamérica y el Caribe.

En el país, el turismo representa el 7% del PIB, siendo así uno de los principales sectores económicos. Esto se traduce en un estimado de US\$ 7,000 millones (2018); y en la fecha actual, la elaboración y venta de productos artesanales representa el sustento económico de alrededor de 10,800 familias dominicanas.

Tomando en consideración la relevancia del turismo para el país, y habiendo identificado una oportunidad de desarrollo en el sector artesanal, surge una propuesta de negocio para unir y aprovechar ambos rubros.

Como método de validación para la propuesta de Quisqueya Crafts, una solución digital para venta y conexión entre turistas y artesanos dominicanos, se procedieron a realizar encuestas entre nuestros mercados objetivos: Turistas que visitan el país y Artesanos Dominicanos.



Se realizaron encuestas digitales a turistas y artesanos con la finalidad de poder obtener mayor información sobre las posibilidades del mercado y nuestros clientes. En la encuesta de los turistas se tomaron en consideración factores como frecuencia de viaje, frecuencia de compra de artesanías, nivel económico y disponibilidad para la compra de productos artesanales a través de medios electrónicos.

Los resultados más relevantes de las entrevistas a los turistas fueron los siguientes:

- El 78% de nuestros turistas potenciales (aproximadamente 5.5 MM), reside en Estados Unidos y España. De estos, el 76% viaja al país al menos 1 vez al año (aproximadamente 4 MM).
- Las encuestas también revelaron que el 67% estaría dispuesto a comprar artesanías dominicanas durante su viaje, promediando entre 1 y 4 artesanías por viaje.
- El 58% de los turistas incurriría en compras por valor de US\$ 11.00 a US\$ 100.00 y el 10.5% estaría dispuesto a realizar compras de US\$ 101.00 a US\$ 300.00.
- El 62% de los turistas entrevistados ha indicado que SI estaría dispuesto a realizar compras de artesanías por internet. Siendo las ventajas más llamativas:
 - Rapidez.
 - Ahorro de tiempo.



- No necesidad de traslado al lugar de venta.
- Disponibilidad de entrega.
- Visibilidad de artículos disponibles antes de la compra.
- Variedad de productos.

Por otra parte, en la entrevista realizada a los artesanos se tomaron en consideración factores como productos más elaborados, ventas anuales, frecuencia de conexión a internet y disponibilidad para la venta de productos artesanales a través de medios electrónicos.

Los resultados más relevantes de las entrevistas a los artesanos fueron los siguientes:

- De los diferentes tipos de artesanías, los que siguen fueron los indicados por los artesanos como los que más se elaboran:

- Alfarería y cerámica,
- Joyería,
- Bisutería,
- Cestería y fibras naturales,
- Peletería,
- Tallas en madera,
- Textiles,
- Jícara de coco, entre otros.

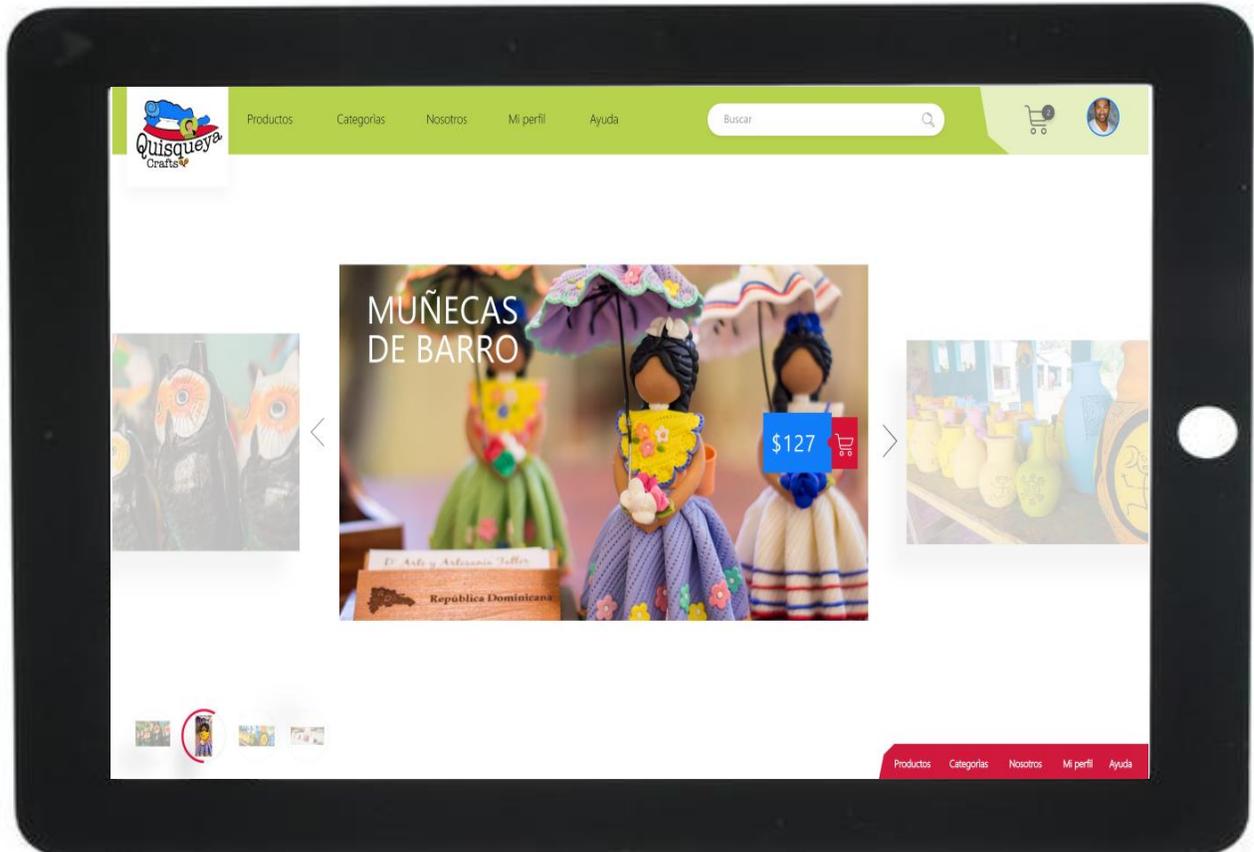


- Las encuestas también revelaron que el 26.7% de los artesanos entrevistados tiene un nivel de ventas anual de RD\$ 600,000.00 a RD\$ 1, 000,000.00 (aproximadamente de US\$ 11,800.00 a US\$ 19,600.00), el 24% de RD\$ 300,000.00 a RD\$ 600,000.00 (aproximadamente de US\$ 5,900.00 a US\$ 11,800.00), y el 16% un poco más de RD\$ 1, 000,000.00 (aproximadamente US\$ 19,600.00).
- De los entrevistados, el 60% indicó que se conecta a internet diario, el 33.3% interdiario y el 6.7% restante lo hace semanal; donde la red social más utilizada resultó ser Facebook con un 80%.
- El 73.3% de los entrevistados, también indicó que estaría dispuesto a vender sus mercancías por internet, mientras que el 20% dijo que tal vez. Siendo las ventajas más llamativas:
 - Ampliar su cartera de clientes.
 - Poder mostrar todo su catálogo de productos.
 - Vender mucho más rápido sus productos.



PRODUCTO MÍNIMO VIABLE

Quisqueya Crafts propone ser una solución digital para la compra y venta de artesanías. Como tal, nuestra propuesta de Producto Mínimo Viable (MVP) es un **“Landing Page”**, cuyo objetivo principal fue recabar información más específica sobre las necesidades, preferencias y hábitos de los usuarios y el mercado.



Con este MVP como base, se procedieron a realizar entrevistas de campo.

Para los artesanos, nos dirigimos a varios de los focos principales de comercios de artesanos y dentro de los lugares visitados estuvo la Zona Colonial en la capital de la República (Santo Domingo) y las provincias de Punta Cana y La Romana



Este prototipo nos permitió observar en primera instancia, las características principales que debe tener nuestra aplicación y los puntos fuertes por los cuales estará formado nuestro valor agregado.

De igual modo, nos ha servido para validar nuestro modelo de negocio, al resultar ser una herramienta útil a la hora de abordar a unos de nuestro clientes potenciales (artesanos dominicanos) y dar a conocer las principales directrices por las cuales estará compuesta nuestra página web, así como observar la reacciones positivas y de aceptación de los mismos con esta primera parte de todo el desarrollo.

En base a este proceso de validación y los resultado obtenidos, damos como válido nuestro producto mínimo viable, tomando en cuenta que las estrategias diferenciadoras a implementar para los turistas deben estar orientadas a potenciar la rapidez, el ahorro de tiempo, la entrega sin traslado y la disponibilidad de verificar opciones de productos antes de la compra; mientras que para los artesanos deben estar orientadas en asegurarles la ampliación de sus carteras de clientes, la promoción de todos sus productos y la ventas rápidas de los mismos.





ANÁLISIS DEL ENTORNO

ENTORNO POLÍTICO-LEGISLATIVO

La artesanía dominicana tiene una limitada presencia en el mercado nacional, lo que se puede constatar al analizar los renglones correspondientes a la oferta turística y las exportaciones de productos artesanales. Una de las debilidades importantes de subrayar es la conocida como “**artesanía engañosa**”, que consiste en presentar productos extranjeros rotulados como dominicanos.

El diagnóstico que se presenta a continuación señala dos aspectos relevantes que se oponen entre sí:

1. La mayor parte de los artesanos afirman que el gobierno debe poner mayor atención a sus necesidades, ya que el país no cuenta con una ley de artesanía que regule y proteja el mercado local. Además, no existe un sistema de certificación de calidad nacional para el sector.
2. No obstante, se reconoce el esfuerzo desplegado por algunas instituciones que prestan servicios al sector. En este orden, identifican iniciativas que, desde su punto de vista, podrían tomarse como modelos para fortalecer y ampliar la intervención. Entre estas, cabe mencionar la **Feria Nacional de Artesanías (FENART)**, organizada por el **Ministerio de Cultura (CENADARTE/Departamento de Ferias Artesanales)**, la que aún con sus limitaciones presupuestarias, es un espacio donde los artesanos muestran y comercializan cada año su producción.

También están los pasos dados por el **Ministerio de Industria y Comercio**, a través del **Viceministerio de Fomento de las Pymes**, que cuenta hoy día con un departamento especializado en prestar servicios a las empresas dedicadas a la producción y comercio de artesanías.

Entre otros, destaca el programa **Progresando con Solidaridad (PROSOLI)**, de la **Vicepresidencia de la República**, que ha creado la marca **Manos Dominicanas**, con el objetivo de promover la artesanía como una actividad de emprendimiento para personas de las capas más vulnerables de la sociedad, especialmente mujeres.

En cuanto a la ubicación de la producción artesanal en el país, existe una franja de provincias productoras de artesanía, que atraviesa la república de sur a norte. La distribución geográfica, en términos porcentuales, es como sigue: Cibao central (41.37%), área de Santo Domingo (24.78%), costa norte (16.59%), suroeste (6.42%), este (6.19%), Samaná (3.98%) y la Línea Noroeste (0.66%). Es obvio, pues, que la artesanía dominicana se sigue produciendo en los centros de



mayor concentración poblacional del país, como Santo Domingo y Santiago, con la excepción de Puerto Plata; esta situación facilita la aplicación de políticas de apoyo al sector.

Las artesanías se producen en Santo Domingo y el Cibao, pero los turistas llegan mayoritariamente al Este, donde arriba el 48% de los visitantes al país, pero solo se produce el 6.2% de las artesanías. (IDDI, José De Ferrari - Juan Manuel Díaz - Ivelisse Javier. Septiembre de 2007). Estos datos son reiterados por el Centro León, 2013.

Es importante resaltar que el país cuenta con cerca de 32 mil personas involucradas en la actividad artesanal, que trabajan en labores de recolección de materia prima, elaboración de productos, capacitación y comercialización.

ENTORNO ECONÓMICO

El principal mercado turístico de la República Dominicana es Estados Unidos, representando según estadísticas del Banco Central el 42% del mercado, dicho país presenta unas muy buenas expectativas de crecimiento económico, ya que según el Fondo Monetario Internacional para el primer trimestre del año 2019 la economía norteamericana tuvo un **crecimiento de 3.2%**, superior al pasado año y las proyecciones realizadas para este año. De igual manera la tasa de desempleo según fuente del FMI es de apenas un 3.6%, siendo una de las más bajas en los últimos 10 años para la economía de los Estados Unidos.

Según las Estadísticas Turísticas de Cuentas Nacional del Banco Central de la República Dominicana, la llegada acumulada de pasajeros no residentes al cierre del año 2018, que comprende los visitantes extranjeros y dominicanos no residentes, alcanzó la histórica cifra de **6,568,888 personas**, al arribar 381,346 viajeros adicionales con respecto al año 2017, para un crecimiento interanual de 6.2%. De este incremento, se observa que el 69.4% corresponde a turistas extranjeros (264,544 pasajeros adicionales) y el 30.6% restante a dominicanos residentes en el exterior (116,802 pasajeros adicionales). Estos resultados demuestran que el país se mantiene como uno de los destinos más atractivos para vacacionar en todo el Caribe insular.

Por otro lado a nivel nacional República Dominicana según estimaciones del Ministerio de Turismo estaría creciendo alrededor de un 8% anual, teniendo como meta país que al 2030 la República Dominicana pueda superar los 10 millones de turistas anuales, representando en promedio un turista por habitante.

Finalmente según la Encuesta del Banco Central, los Turistas extranjeros tienen un **gasto promedio de US\$68.43** destinados a Souvenirs o Artesanías para fines de regalo. **Lo que representa un total de más de 440 millones** de dólares, si contabilizamos la llegada de más de 6.5 millones de turistas no residentes para el pasado año 2018.



ENTORNO SOCIAL

La artesanía en República Dominicana es una valiosa manifestación que combina una variedad de técnicas, contenidos y tradiciones. En ella predomina una inmensidad de objetos, entre ellos, los elaborados con el concepto de los taínos.

En las zonas rurales y urbanas, la sensibilidad del pueblo dominicano se manifiesta en la producción de artesanías con ámbar dominicano, que es considerado el más rico del mundo y con él los artesanos y artistas elaboran figuras para el deleite de viajeros y turistas. Se puede encontrar una gran variedad de artículos de la industria artesanal dispersos por calles, arterías y los principales centros comerciales de Santo Domingo. Gracias a la herencia española, africana y taína, la artesanía de República Dominicana se ha convertido en algo único y en una de las expresiones artísticas más representativas del país. Poco a poco los dominicanos han ido conformando su propia identidad de la mano de los grupos étnicos que han pasado por la isla e incluso, han llegado a convertir la artesanía en una forma de vida que ha trascendido de generación en generación.

Los productos artesanales más característicos evocan las costumbres y tradiciones de sus gentes, desde las muñecas de barro Limé sin rostro, pero con alegres y coloridos trajes típicos dominicanos, hasta todo tipo de cestería elaborada con fibras de cañas y guano, pasando por pequeñas figuras religiosas talladas en madera reconocidas por la **UNESCO**.

ENTORNO TECNOLÓGICO

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 2018 esta tendencia ha cambiado drásticamente, ya que el acceso masivo a medios tecnológicos ha permitido que más de un **20%** de las razones por las cuales un turista llega a la República Dominicana sea **vía internet**, con una expectativa de crecimiento exponencial.

Estos turistas de los cuales según informaciones del Banco Central el 46% son millennials con menos de 35 años, presentan una **fuerte tendencia al uso de medios digitales y plataformas de comercio electrónico** para realizar sus reservaciones y compras de productos y/o servicios en la web. De igual manera en el país, en el cuatrienio 2016-2020, el gobierno del Presidente Danilo Medina ha implementado el programa República Digital, el cual está generando un gran impacto en el uso de la tecnología en los diferentes sectores productivos nacionales, permitiendo que una gran comunidad de personas puedan tener mayor uso de dispositivos digitales y mejor acceso a internet. Esto nos ayudará en nuestros planes para conectar a nuestra plataforma digital a los diferentes artesanos de las comunidades locales. Con una cantidad de 8.53 millones de personas



con acceso a un celular y un total de 6.9 millones de usuarios conectados a internet, con una penetración de un 64% según informe de HootSuite 2019.

ENTORNO MEDIOAMBIENTAL

La República Dominicana genera parte de sus ingresos económicos debido a la belleza, cuidado y singularidad de sus playas, balnearios y áreas protegidas, por lo que propulsar iniciativas que promuevan la conciencia medio ambiental es una estrategia clave en el desarrollo económico y plan estratégico del país.

Quisqueya Crafts es una propuesta de negocios con énfasis en causar el menor impacto ambiental posible. Para tales fines, se han identificado amenazas y puntos de enfoque para apoyar a la disminución del impacto al medio ambiente.

1. Impacto ambiental debido a los insumos necesarios para los procesos de publicidad, facturación, logística, transporte y embalaje de la mercancía.
 - A través del uso de la aplicación, Quisqueya Crafts propone eliminar el uso de facturas y comprobantes físicos y manejar dichos documentos a través de sus versiones digitales.
 - Quisqueya Crafts propone reducir dicho impacto a través del uso de materiales reciclados para los procesos de embalaje de las artesanías.
 - Así mismo tiene considerado usar rutas de transporte y couriers ya establecidos para el transporte de las artesanías.
 - Uso de medios digitales para la publicidad y catálogo de productos traduciéndose en la reducción de uso de papel y transporte innecesario.
2. Propulsar el mercado de artesanías dominicanas, también se traduce en apoyo al medio ambiente. Muchos talleres de artesanías utilizan materiales reciclados para la elaboración de sus productos y otros desarrollan su industria transformando desechos y materiales no biodegradables en artesanías. Ejemplo de esto son programas como **Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)**, que cuenta con un proyecto donde utilizan los desechos de banano para elaborar artesanías. La iniciativa ha ayudado a más de 700 mujeres de Valverde, enseñándoles a convertir la fibra del tallo y la cáscara del banano en carteras, sombreros, cuadros, pulseras, collares, floreros, flores, entre otras artesanías.

De 2015 a finales de 2016, la entidad, apoyada por la **Fundación Grupo Puntacana**, ha generado ingresos sobre los US\$15,000.00 por la venta de las artesanías hechas con pez león y fundas plásticas recicladas. Además de las ganancias que reciben las artesanas, la actividad tiene un gran valor, principalmente para el medio ambiente, partiendo de que cada año un billón de bolsas de plástico termina en los océanos. Esas fundas, que son las mismas que entregan en los supermercados y otros comercios para cargar las mercancías,



también son usadas por la **Asociación de Artesanos y Servicios Marinos (Arsemar)** para elaborar bolsos y llaveros. En perspectiva la elaboración de una cartera requiere de hasta 40 fundas plásticas que podrían haber terminado en los océanos.

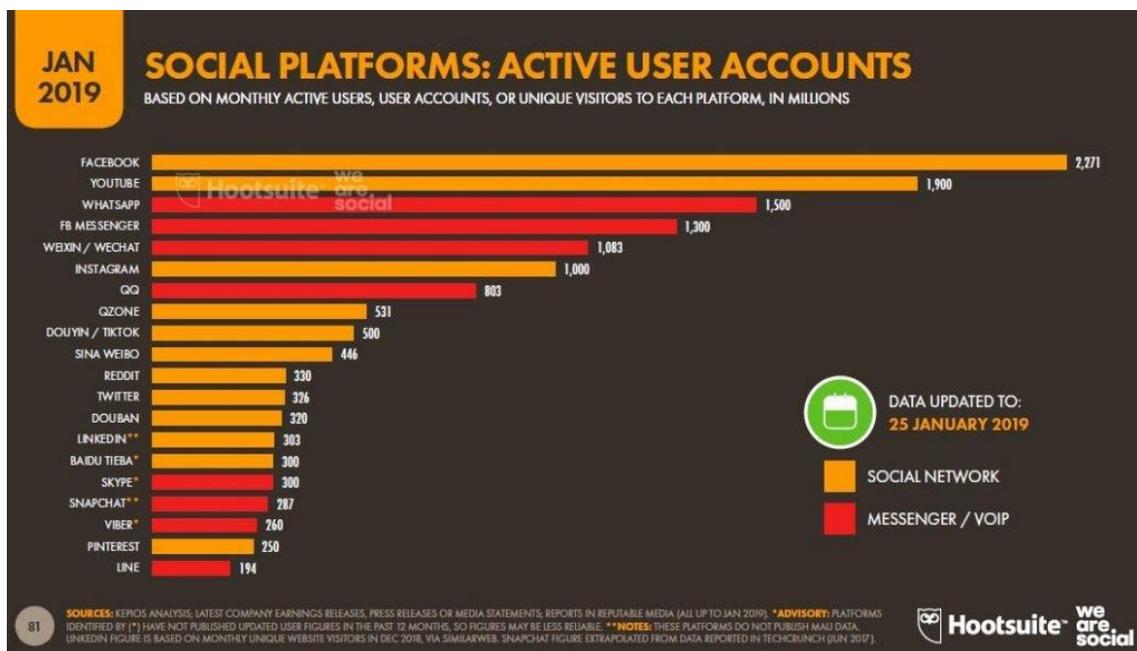
3. Restricciones de materia prima.

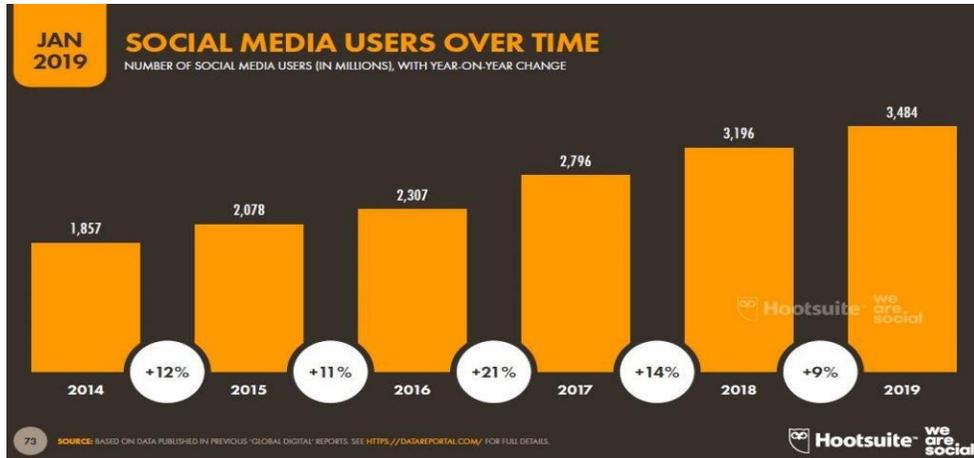
- LEY No. 64-00 Ley General sobre Medio Ambiente y Recursos Naturales: Restringe el comercio de artesanías con especies de flora y fauna declaradas como amenazadas, en peligro o en vías de extinción por el Estado Dominicano o cualquier otro país con acuerdos internacionales suscritos.
- Preservación de la materia prima: Se han presentado Iniciativas que procuren la justa distribución de la explotación de Ámbar y Larimar que se hace en la República Dominicana, con el propósito de que se disponga que un porcentaje, de primera calidad de dichas materias primas, sea asignada al mercado local de artesanías. En ese mismo orden, disponer que un porcentaje de la producción de oro y plata en el país este asignada al mercado dominicano, para que sean usados como materia prima por los artesanos.

ANÁLISIS DEL SECTOR

VALORACIÓN DEL MERCADO

Facebook e Instagram son actualmente el consorcio de redes y medios sociales más utilizado en todo el mundo, con 3.2 millones de usuarios y que se mantienen en continuo crecimiento.





Siendo este consorcio digital un canal por excelencia para la publicidad y venta de servicios y productos y teniendo Quisqueya Crafts una proyección de ser una plataforma digital para la compra y venta de artesanías, utilizamos las redes sociales como nuestro medio principal para determinar nuestro mercado potencial de turistas.

Actualmente nuestro mercado total (TAM) es de aproximadamente 7 MM de turistas según el Banco Central de la República Dominicana y usando como referencia el gestor de anuncios de las aplicaciones digitales ya mencionadas, ha resultado un mercado disponible (SAM) de 1.5 millones de personas; mientras que tomando en consideración los criterios presentados más abajo, tenemos un mercado alcanzable (SOM) de 300,000 personas y actualmente el sector artesanal cuenta con aproximadamente 65,000 compradores activos.

Criterios de filtro:

- Visita recientemente el país - República Dominicana.
- Edad productiva-18 a 64 años.
- Idioma natal de los turistas a la isla (Ingles/Español, Francés/Alemán).
- Intereses: Turismo, Viajes, Vacaciones, Viajes de aventura, Playas, Hoteles, Summer vacation, Booking.com, Agencias de viajes, Complejos turísticos, Hotels.com, Airbnb, Trivago, TripAdvisor, Expedia (sitio web), Skyscanner, Familia, Tours o Luxury Resorts.





COMPETIDORES ACTUALES

Se ha analizado el sector nacional y regional para evaluar los competidores del modelo de negocio de Quisqueya Crafts. A continuación se enlistan las competencias principales que se han encontrado y las que son más similares a la iniciativa en formato y operación. De igual forma se presenta una tabla descriptiva que plantea, detalla y evalúa las ejecuciones de las mismas:

1. Hecho a mano en RD: <https://hechoamanoenrd.com/>
2. CARIBI Handmade: <https://caribi.com.do/>
3. Suplidores de Gift Shop: <http://suplidoresgiftshop.com/>

Hecho a mano en RD

DESCRIPCIÓN	LOGO E IDENTIDAD
<p>Portal cuyo objetivo es conectar personas y proveedores con emprendedores y artesanos que están haciendo localmente productos grandiosos a mano.</p> <p>Website: https://hechoamanoenrd.com/</p>	

ACCIÓN ANALIZADA	DESCRIPCIÓN DEL ANÁLISIS REALIZADO
Oferta de valor	Según su página web: Su objetivo es conectar personas y proveedores con emprendedores y artesanos que están haciendo localmente productos grandiosos a mano.
Cartera de productos o servicios	Accesorios, artículos para bodas, Crafts generales, hogar y decoración, productos infantiles, artículos para profesionales, ropas y zapatos.
Principales acciones o inversiones	<ul style="list-style-type: none"> - Comercializan a través de sus redes sociales. - Abarcan a proveedores masivos de artículos de artesanía, no solo a clientes finales. - A nivel transaccional, aceptan transferencia o pago en cheque pero no pago en línea, lo cual se traduce en una oportunidad diferenciadora para Quisqueya Crafts.
Branding	Poseen un logo inspirado en una mano el cual incluye en su logotipo el nombre de la marca. Poseen una tipografía ovalada, simulando la escritura a mano.
Representación para Quisqueya Crafts	Esta competencia es de carácter de riesgo y desventaja para Quisqueya Crafts ya que en la actualidad es la que acapara el mercado y la que mejor posicionamiento tiene a nivel de clientes y a nivel país.



Website <https://hechoamanoenrd.com/>



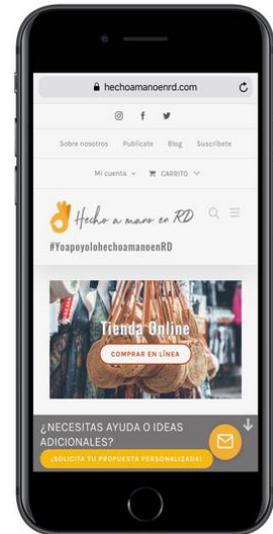
**CATÁLOGO
DISPONIBLE**



**OFRECE
DELIVERY**



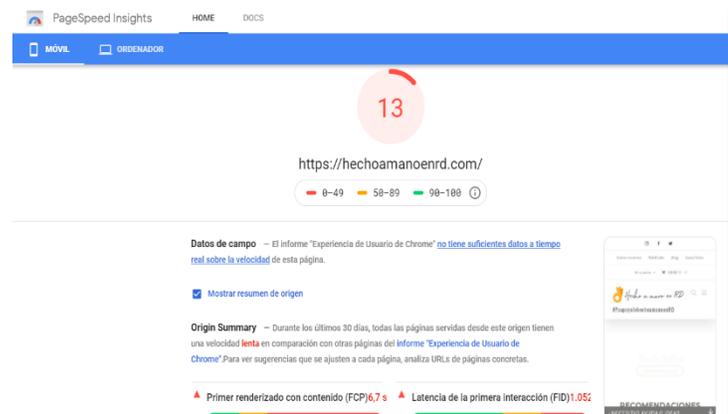
**NO PERMITE
PAGO EN LÍNEA**



- La competencia cuenta con una página web con secciones sobre la empresa, un blog, acceso al catálogo de productos y las vías de contacto.
- A nivel de presentación y estructura posee bloques de imágenes y categorización por tipo de producto.

Análisis Website

Se evaluó y analizó el principal activo de la competencia que es su website, portal transaccional donde el usuario tiene la experiencia, puede visualizar su catálogo en línea y conocer sobre los productos y servicios que ofrece la iniciativa. Dentro de los hallazgos, se encuentran los siguientes:



- Velocidad de carga de la página muy lenta.
- Bugs a nivel de desarrollo, tiene oportunidades en la configuración del código de la página lo que no permite la buena experiencia del usuario.
- Para una puntuación general de **13/100**, lo cual es crítico para un activo que funge como el recurso principal de operaciones de la empresa.

CARIBI Handmade

DESCRIPCIÓN	LOGO E IDENTIDAD
<p>CARIBI Handmade, una plataforma en línea dedicada a la venta de objetos hechos a mano, artesanías dominicanas y del resto del Caribe.</p> <p>Website: https://caribi.com.do/</p>	



ACCIÓN ANALIZADA	DESCRIPCIÓN DEL ANÁLISIS REALIZADO
Oferta de valor	Es un emprendimiento que está en sus inicios, con una plataforma web aún no completada; ofrecen una opción dedicada a la venta de objetos hechos a mano, artesanías dominicanas y del resto del Caribe. Especializados en artículos de la decoración del hogar.
Cartera de productos o servicios	Souvenirs, accesorios y decoración del hogar.
Principales acciones o inversiones	<ul style="list-style-type: none"> - Participan en diferentes ferias y encuentros locales del sector. - Comercializan a través de sus redes sociales. - Organizan bazares y ofrecen charlas sobre artesanías.
Branding	Poseen un logo que hace referencia a escrituras taínas, y su isotipo también está representando ese lenguaje de comunicación.
Representación para Quisqueya Crafts	No representa un riesgo ni desventaja para Quisqueya Crafts; su posicionamiento en el mercado aún está muy junior y sus acciones muy tímidas y limitadas.

Website <https://caribi.com.do/>



**PRODUCTOS
POR COLECCIÓN**



**NO OFRECE
DELIVERY**



**NO PERMITE
PAGO EN LÍNEA**



- La página web de esta competencia aún está en desarrollo, tiene secciones como “Sobre nosotros” que aún no tiene texto y no es user friendly.
- El nivel de carga y la velocidad en móvil es muy lento.

Análisis Website

Utilizando la herramienta para desarrolladores de Google Speed, se midió la navegación y la configuración técnica de la web, donde se obtuvieron los siguientes resultados:

- Velocidad de carga de la página muy lenta.
- Imágenes con formato obsoleto que provocan una descarga lenta y consumen muchos datos, provocando que la página web sea lenta y no responda a los dispositivos de los usuarios.
- Para una puntuación general de **24/100**. Página aún en desarrollo.



Suplidores de Gift Shop

DESCRIPCIÓN	LOGO E IDENTIDAD
<p>Se definen como la empresa líder en ventas al por mayor de artículos de souvenir, artesanía y artículos enfocados al turismo ofreciendo siempre la mayor variedad, con la mejor calidad y el precio más bajo del mercado.</p> <p>Website: http://suplidoresgiftshop.com/</p>	

ACCIÓN ANALIZADA	DESCRIPCIÓN DEL ANÁLISIS REALIZADO
Oferta de valor	Su cliente objetivo son las tiendas distribuidoras con locales en toda la geografía nacional.
Cartera de productos o servicios	Tienen varias categorías de productos, visualizadas por cada tipo en el website. La forma de presentación es muy amigable a la experiencia de navegación del usuario. Poseen dos tiendas físicas.
Principales acciones o inversiones	<ul style="list-style-type: none"> - A través de sus redes sociales promocionan el turismo y la artesanía en general. - Comercializan a través de sus redes sociales. - Su principal contenido son las ropas, es a lo que mayor % de peso le dan en su comunicación vía las redes sociales.
Branding	Poseen un logo que hace referencia a un Búho, animal característico de la República Dominicana y de muchas prendas de joyería artesanal.
Representación para Quisqueya Crafts	El modelo de negocios de esta competencia es muy diferente al de nuestra empresa, su foco no está basado en clientes finales sino en distribuidores, segmento que no está contemplado en nuestro objetivo, por lo que no representa una desventaja.



Website <https://caribi.com.do/>



PRODUCTOS
POR COLECCIÓN



NO OFRECE
DELIVERY



NO PERMITE
PAGO EN LÍNEA



NO OFRECE
REVIEWS

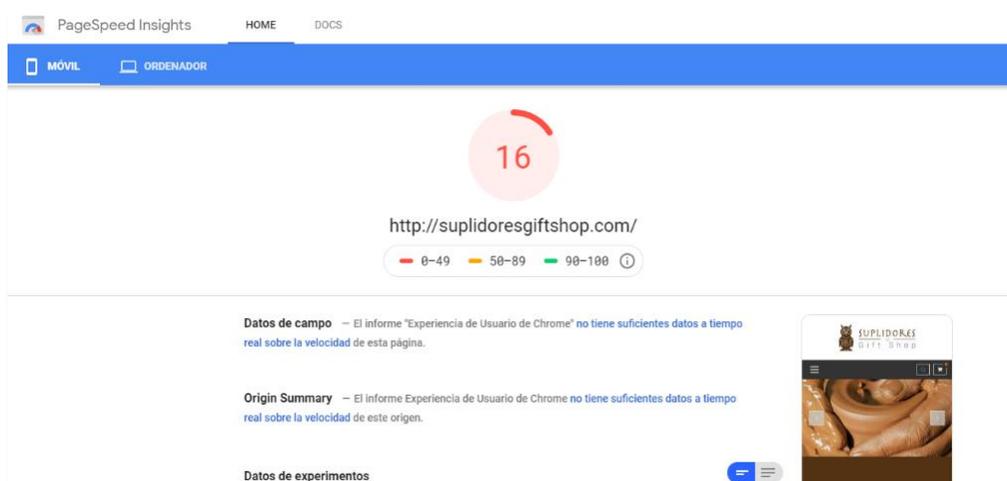


- A nivel visual la página web cuenta con una excelente estructura, de fácil navegación y comprensión para el usuario, lo que permite consumir con agilidad el contenido.
- La web no está enfocada en el consumidor final, sino en los dueños de tiendas y gifts shops con locación física.

Análisis Website

Utilizando la herramienta para desarrolladores de Google Speed, se midió la navegación y la configuración técnica de la web, donde se obtuvieron los siguientes resultados:

- Velocidad de carga de la página muy lenta.
- Imágenes con mucho peso, no optimizadas que provocan que la página web sea lenta y no responda a los dispositivos de los usuarios.
- Para una puntuación general de **16/100**. A nivel de estructura visual la página está muy bien confeccionada.





COMPETIDORES POTENCIALES

Se ha analizado el sector nacional y regional, esta vez con la finalidad de identificar competidores potenciales. Las empresas enlistadas no están ofertando el mismo servicio que Quisqueya Crafts pretende ofertar, pero si uno similar, por lo cual representan una amenaza inminente, pues podrían establecer las estructuras y estrategias necesarias para competir de manera directa con nosotros en el futuro.

Se han identificado los siguientes competidores potenciales para **Quisqueya Crafts**.

1. **INKA:** empresa familiar de procedencia ecuatoriana, radicada en la República Dominicana desde 1996. En sus inicios comercializaba artesanías de Sudamérica. Posteriormente, se agregaron al catálogo de productos, accesorios de moda para mujer y hombre importados de varios países. Como empresa, INKA Accesorios, ofrece productos con una amplia variedad de estilos buscando complacer el gusto personal e individual, siguiendo tendencias actuales y sugerentes del continuo cambio en el mundo de la moda. Actualmente cuenta con cinco sucursales, cuatro de ellas en Santo Domingo, y una en Santiago. **Website:** <https://inkaaccesorios.com/nosotros/>.
2. **Lola Mia by Brenda Marte:** tienda online de accesorios para damas y caballeros, tales como aretes, collares, relojes y más. **Website:** <https://www.lola-mia.com/home/>.
3. **Green Beauty RD:** tienda online de joyas, prendas y accesorios modernos con entrega a domicilio en la comodidad de tu hogar o trabajo. Ofrece mercancía de Acero Inoxidable, Plata 925 y Fantasía, como productos chapeados en oro 14k y una gran variedad de formas y colores de dichos materiales. **Website:** <https://www.greenbeautyrd.com/>.
4. **Ela Design Studio:** marca de accesorios femeninos hechos a mano, establecida en Santo Domingo, República Dominicana. Cuenta con una gran variedad de aretes, collares, pulseras, anillos, accesorios para el pelo y broches para zapatos. Cada accesorio es diseñado en su estudio, son cosidos y ensamblados de forma manual, tomando en cuenta cada detalle para crear una pieza especial y de calidad. **Website:** <https://www.eladesignstudio.com>.
5. **Natural Beads by MBV SRL:** empresa dedicada a la venta de materiales para hacer accesorios como: cristales, perlas, piedras semipreciosas, dijes y piezas laminadas en oro. Elaboración de accesorios para regalos y recordatorios en ocasiones especiales como bautizos, cumpleaños y más. **Website:** <http://www.naturalbeadsbymbv.com/>.
6. **KB Stores:** es una cadena de venta al detalle de accesorios para la mujer. Ofrece exclusivas marcas y diseños para cada gusto, líneas económicas y líneas de lujo para así satisfacer el más exigente de sus clientes. Posee sucursales en Santo Domingo, Santiago y Punta Cana. **Website:** <https://kb.com.do/stores/>.



7. **ARMOONRD**: tienda online dedicada a la venta al por mayor y detalle de accesorios, pulseras, collares, ropas y zapatos exclusivos con los mejores precios. **Website:** <https://armoondr.weebly.com/>.

SUSTITUTOS

- **VENDEDORES AMBULANTES**

Siendo la artesanía, una industria pequeña y de pocos recursos en República Dominicana, es frecuente que el vendedor ambulante sea el mismo artesano, el cual buscando cubrir sus necesidades básicas, se lanza en búsqueda de compradores, dado que éste realiza sus artesanías como modo de subsistencia. Es por esto que, los vendedores ambulantes estarían siendo considerados como sustitutos de Quisqueya Crafts, ya que no esperarían por un intermediario para la venta de sus productos, sustituyendo así, nuestras funciones.



- **TIENDAS POR DEPARTAMENTOS**

Estas empresas suelen tener un amplio abanico de productos, incluyendo en algunos casos, productos autóctonos. Aunque en la mayoría de veces hacen una imitación aceptable en diseño, por igual, muchas veces presentan el producto con menor calidad que el original. Este tipo de empresas presenta una cierta sustitución a Quisqueya Crafts, ya que tienen un alcance mayor a todo tipo de clientela y ofertan productos artesanales y/o similares de forma industrializada, con los cuales cualquier turista puede satisfacer su necesidad de compra de un souvenir dominicano.

Algunas de estas tiendas son:

1. La Sirena,
2. Aliss,
3. El Canal,
4. Jumbo, entre otras.





- **TIENDAS DE ARTÍCULOS DOMINICANOS**

De manera más particular, estas tiendas tienen como enfoque de venta los productos esencialmente dominicanos, nuestro TARGET, presentando aquí cierto tipo de sustitución a Quisqueya Crafts.

Sin embargo, éstas suelen tener cierta variedad, pero poca cantidad, y a precios promedios elevados para la media. De igual forma, las mismas no se encuentran posicionadas en lugares muy asequibles para la clientela ni son muy conocidas nacionalmente.

Dentro de estas tiendas figuran:

1. Cosas del país, y
2. Manos Dominicanas.



CLIENTES/COMPRADORES

Actualmente contamos con dos tipos de clientes/compradores; por una parte están las personas interesadas en adquirir productos artesanales a través de nuestra plataforma digital, mientras que por otra parte se encuentran los artesanos dominicanos interesados en comercializar sus productos a través de dicha plataforma. Dentro de las personas interesadas en adquirir productos artesanales a través de Quisqueya Crafts, se encuentran:

- Turistas que residen en el extranjero, aquellos cuya pasión por la artesanía dominicana los lleva a consumir artículos propios de nuestra identidad con cada viaje al país.
- Turistas residentes en el país, conocedores de la cultura dominicana y fieles clientes de diversas formas de artesanía.
- Nacionales Dominicanos que residen en el extranjero, dedicados a apoyar el crecimiento del sector artesanal y sus aportes a la economía del país.

Según las entrevistas realizadas, estos tres grupos de clientes estarían dispuestos a utilizar nuestra plataforma digital con un alto grado de fidelización debido a que para ellos nuestra propuesta de valor se traduciría en:

- ✓ Facilidad de compra en cualquier punto de venta de RD.
- ✓ Adquisición de productos personalizados.
- ✓ Acceso a la información de puntos de ventas, artesanos y tipos de artesanías.





Por otra parte, tenemos los artesanos dominicanos, quienes figuran como los principales productores de artículos artesanales y que según las entrevistas realizadas y los experimentos realizados con nuestro landing page; Quisqueya Crafts es una propuesta de mucha aceptación que ha sido recibida positivamente por los artesanos dominicanos ya que para ellos nuestra propuesta de valor a parte de establecer vínculos de compromisos que garantizan su fidelización, también se traduce en:

- ✓ Mayor participación en el mercado y alcance en todo el territorio nacional.
- ✓ Aumentar cartera de clientes.
- ✓ Aumentar las ventas y los ingresos.

PROVEEDORES

Se ha realizado un estudio de los proveedores que actualmente utilizan las principales competencias y el servicio que brindan; así como, el poder de negociación de nuestros posibles proveedores:

COMPETENCIA ACTUAL

HECHO A MANO EN RD

LOGO E IDENTIDAD	
	
RELACIÓN ANALIZADA	DESCRIPCIÓN DEL ANÁLISIS REALIZADO
Desarrollo web y mantenimiento técnico de la web	Cuentan con una página web para conectar personas y proveedores con emprendedores y artesanos que están haciendo localmente productos grandiosos a mano. Así mismo, poseen redes sociales, tales como Facebook e Instagram para comercializar sus productos.
Entrega de artículos	Ofrecen servicio de transportación de sus artículos a través de empresas externas de distribución.
Productos	Adquieren sus productos de terceros, teniendo como proveedores a diversos profesionales en todo el territorio nacional, tales como caricaturistas, diseñadores, ebanistas, escultores, ilustradores, modistas y sastres, orfebres, pendolistas, peleteros, pintores y tapiceros.



CARIBI HANDMADE

LOGO E IDENTIDAD	
RELACIÓN ANALIZADA	DESCRIPCIÓN DEL ANÁLISIS REALIZADO
Desarrollo web y mantenimiento técnico de la web	Poseen con una página web que aún está en desarrollo a través de la cual venden objetos hechos a mano, artesanías dominicanas y del resto del Caribe. De igual forma, cuentan con redes sociales, tales como Facebook e Instagram, por donde comercializan sus productos.
Entrega de artículos	Ofrecen servicio de transportación de sus artículos a través de empresas externas de distribución.
Productos	Fabrican ellos mismos sus productos y otros los comercializan con artesanos. En la fabricación de sus artesanías emplean materiales amigables con el medioambiente, como son las semillas de uña de gato, de mate negro, de framboyán, madera, barro, etc. También realizan sus productos partiendo de materiales reciclados.

SUPLIDORES DE GIFT SHOP

LOGO E IDENTIDAD	
RELACIÓN ANALIZADA	DESCRIPCIÓN DEL ANÁLISIS REALIZADO
Desarrollo web y mantenimiento técnico de la web	Poseen un website para la venta al por mayor de artículos de souvenir, artesanía y artículos enfocados al turismo. De igual forma cuentan con redes sociales, tales como Facebook (la cual figura como abandonada, puesto que la alimentación de contenidos no es frecuente) e Instagram, siendo el principal canal que utilizan para ofrecen informaciones a sus clientes sobre los productos que tienen en stock disponibles para su adquisición.
Entrega de artículos	Ofrecen servicio de transportación de sus artículos a través de empresas externas de distribución.
Productos	Su enfoque es B2B, siendo su objetivo final las tiendas locales distribuidoras de mercancía artesanal. También poseen tienda física, de modo que sus proveedores son profesionales diversos.



QUISQUEYA CRAFTS

LOGO E IDENTIDAD	
	
RELACIÓN ANALIZADA	DESCRIPCIÓN DEL ANÁLISIS REALIZADO
Desarrollo web y mantenimiento técnico de la web	Para la creación y mantenimiento de nuestra plataforma web contrataremos una empresa de desarrollo web que trabaje con los mayores estándares de calidad, garantizando el éxito del proyecto. Dentro de nuestros posibles proveedores de este servicio están AdVentures Digital Agency, 7AM Agencia Multimedia y Gmedia Agencia de Marketing.
Entrega de artículos	Ofreceremos a nuestros clientes la comodidad de recibir sus artículos de artesanía en los puntos especificados por ellos, teniendo como proveedor principal DomEx Courier.

Existen varias características que indican el grado de poder de un proveedor y uno es que son capaces de aumentar sus precios sin que esto tenga un efecto perjudicial sobre el volumen de ventas. Otra es la capacidad de crear acuerdos informales o incluso formales que controlan los precios y la oferta.

En este caso, nuestros posibles proveedores de desarrollo web y mantenimiento técnico de la web están en una posición de fuerza, ya que el producto o servicio que suministran es un componente esencial para el desarrollo de nuestro proyecto. Los proveedores también están en una fuerte posición negociadora, en vista de que pueden optar por reducir las prestaciones del servicio contratado, algo que es más probable si hay pocos proveedores con los cuales podamos negociar.

Otras formas en que los proveedores pueden dominar es incluyendo costos imponentes o sanciones si decidimos cambiarnos de proveedor. Además, un proveedor puede decidir que su mejor estrategia para su crecimiento y mayor rentabilidad, sea comprar o crear acuerdos con otras organizaciones al final de la cadena de suministro con el fin de aumentar el control de los canales de distribución.



PLAN ESTRATÉGICO

ANÁLISIS DAFO

A continuación se presenta a través la matriz DAFO, el análisis de las variables internas y externas más importantes que tendrán un impacto en nuestro plan de empresa.

DEBILIDADES

- D1:** Alta dependencia de los productores de artesanías.
- D2:** Plan de empresa totalmente nuevo que requiere tiempo de adaptación y posicionamiento.
- D3:** Inversión considerable en publicidad y marketing.
- D4:** Desarrollo y mantenimiento de la web por un tercero.

AMENAZAS

- A1:** Limitaciones tecnológicas en el sector artesanal dominicano.
- A2:** Entorno tecnológico cambiante que propicie obsolescencia o vulnerabilidades.
- A3:** Entrada de nuestros competidores potenciales al mercado.
- A4:** Alta concentración de sustitutos.
- A5:** Competidores directos con experiencia y posicionamiento en el mercado.

FORTALEZAS

- F1:** Plataforma web fácilmente exportable a otros países, user- friendly e innovadora.
- F2:** Artículos personalizados y disponibles para su venta las 24 horas del día.
- F2:** Precios de venta competitivos.
- F3:** Política de respaldo y garantía de compra.
- F4:** Conocimiento del sector artesanal dominicano y talentosos artesanos.
- F5:** Disponibilidad de pago en diferentes monedas y métodos.
- F6:** Ventas al por mayor y al detalle.
- F7:** Publicidad de descuentos y ofertas por temporadas.

OPORTUNIDADES

- O1:** Actualmente el turismo es la industria primaria de ingresos económicos en la República Dominicana.
- O2:** Amplia oferta de productos artesanales disponibles para su comercialización.
- O3:** Materias primas que solo se encuentran en República Dominicana, lo que hace de su producción algo exclusivo y codiciado.
- O4:** Fuerte tendencia en el uso de medios digitales y plataformas de comercios electrónicos.
- O5:** Familias dominicanas cuyo único sustento es la elaboración de artesanías.
- O6:** Compradores en busca de exclusividades.
- O7:** Expansión y auge del comercio electrónico y la venta de productos en línea en República Dominicana.



OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Dentro de los objetivos estratégicos de Quisqueya Crafts, figuran los que se enlistan a continuación:

1. Conectar emocionalmente con nuestros clientes potenciales.

Estrategias:

- ✓ Desarrollando una plataforma web user-friendly e innovadora, cuyo diseño sea de acuerdo a los intereses de nuestros clientes.
- ✓ Ofreciendo soporte en línea (chat online).

2. Posicionar nuestra marca y diferenciarnos en el mercado.

Estrategias:

- ✓ Elaborando e implementando un plan de marketing.
- ✓ Gestionando nuestra reputación de la mano de nuestra cultura corporativa.



3. Fidelizar nuestros clientes potenciales.

Estrategias:

- ✓ Proporcionando un servicio personalizado, basado en las necesidades particulares del cliente.



- ✓ Garantizando la compra y venta de los productos artesanales.
- ✓ Ofreciendo soporte en línea (chat online).

4. Atraer nuevos clientes.

Estrategias:



- ✓ Promocionando nuestros servicios en redes sociales.
- ✓ Entregando un servicio de calidad a los clientes existentes, y como consecuencia, ser recomendados por los mismos. ★★★★★



PLAN OPERATIVO

Para satisfacer los requerimientos de nuestros clientes y permanecer en el mercado actual, se han definido adecuadamente todos los procesos operativos de la empresa tomando en cuenta los más altos estereotipos de calidad. El definir bien estos procesos nos ayudará como empresa a ofrecer un servicio estandarizado, permitiendo garantizar mayor satisfacción de nuestros clientes.

PROCESOS PRODUCTIVOS

Cadena de Valor

Tenemos proyectado ofrecer a nuestros clientes un servicio impecable, desde el acceso a nuestra plataforma web o app móvil; al ordenar su producto artesanal deseado; hasta la entrega del mismo.

A continuación, se muestra la cadena de valor que engloba las actividades principales que han de desempeñarse en Quisqueya Crafts para cumplir con su misión empresarial, de las cuales derivan puntos estratégicos que permitirán brindar un servicio de mayor calidad.





RÉGIMEN OPERATIVO

Se han establecido las principales políticas para que cada miembro constituyente de esta empresa esté orientado eficientemente acerca del desarrollo de las operaciones. Esto permitirá ofrecer a nuestros clientes una mayor calidad en los servicios brindados.

- ✓ Establecer un sistema de control de calidad.
- ✓ Dar un soporte diario de la plataforma, buscando mantener actualizadas las informaciones sobre las ofertas.
- ✓ Mantener una supervisión constante de los productos y servicios por la empresa.
- ✓ Constituir un protocolo de servicio al cliente para la finalidad de garantizar la satisfacción del cliente con respecto al servicio brindado.
- ✓ Establecer un sistema de quejas y sugerencias que permita al cliente manifestar con facilidad sus inquietudes con relación al servicio recibido.
- ✓ Establecer un tiempo máximo, no mayor a 24 horas, de respuesta a los clientes que presenten reclamaciones o inquietudes.
- ✓ Mantener una comunicación constante con los artesanos asociados para asegurar la existencia de los productos exhibidos en la plataforma web y app móvil.
- ✓ Definir el tiempo máximo de entrega de los productos a los clientes luego de haber completado el proceso de compra de acuerdo con su ubicación geográfica en el país.

RECURSOS PARA LA PUESTA EN MARCHA Y FUNCIONAMIENTO DEL PROYECTO

Recursos Materiales

- **Recursos de diseño gráfico.** A través de estos se proyectarán comunicaciones visuales para transmitir mensajes específicos a grupos sociales, con un objetivo determinado.
- **Publicidad.** Herramienta que permitirá la promoción y divulgación de los servicios que ofrecemos, a través de internet.

Talento Humano

- **Programadores para desarrollo de plataforma.** Se contratará un equipo de programadores que desarrollen, personalicen y den soporte a la plataforma web y aplicación móvil Quisqueya Crafts.
- **Conexión con el mercado de artesanos locales,** a cargo del equipo promotor.



Constitución de Quisqueya Crafts

1. Registro de Signo Distintivo Mixto (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 Quisqueya Crafts será registrado en la ONAPI como nombre comercial para proteger la denominación y signo distintivo mixto que identificarán a 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 son la carta básica de una empresa la cual establece el nombre, propósito básico, fundadores, cantidad y tipos de acciones a emitir, y cualquier característica especial. Este documento establece las normas que señala la política interna de la empresa legalmente, el mismo será realizado por un abogado notario.

3. Liquidación del Impuestos por Constitución de Compañía.

Se efectúa este pago 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.

Sin embargo, nuevas políticas económicas están siendo implementadas para las micros, medianas y pequeñas empresas en el país (MiPYMES). Esta nueva política tributaria exonera a las MiPYMES del pago de este impuesto y del pago de anticipo de impuestos sobre la renta (ISR).

4. Registro Mercantil de la empresa.

Esta gestión se realiza a través de la Cámara de Comercio y Producción. Este registro permitirá a Quisqueya Crafts estar autorizada a realizar actividades comerciales o actividades con fines lucrativos en todo el territorio de la República Dominicana.

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 Quisqueya Crafts. Este trámite se realiza directamente en una institución bancaria del país.

Todas las operaciones que se realicen en ejercicio de la actividad comercial de la empresa serán realizadas bajo el nombre de Quisqueya Crafts, esto incluye todo tipo de adquisición de muebles e inmuebles, pago y cobros de servicios o comisiones, ya sean estos presenciales o electrónicos.

Tabla 1. Gastos de Constitución

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	2019
Registro de Marca, Constitución, Registro Mercantil y RNC de "Quisqueya Crafts"	\$ 150.00
TOTAL	\$ 150.00

*Todos los costos en US\$

MAPA DE PROCESOS

Nuestro plan de empresa está centrado en una solución digital para la compra y venta de artesanías en la República Dominicana, y para la puesta en marcha de los servicios que pretende ofertar Quisqueya Crafts, se han definido los siguientes procesos y recursos necesarios en función de los objetivos estratégicos del plan de empresa.



Procesos Estratégicos

Procesos establecidos para definir cómo operará la empresa y cómo creará valor. Constituyen el soporte de la toma de decisiones relacionadas con la planificación, las estrategias y las mejoras en la organización y también proporcionan directrices y límites al resto de los procesos y actividades con vistas a fortalecer la operativa del negocio y mejorar la perspectiva del cliente.

- ✓ **Gestión Estratégica:** Proceso de evaluación sistemática del plan de empresa, mediante el cual se definen los objetivos a largo plazo, se desarrollan estrategias para alcanzarlos y se localizan los recursos necesarios para la consecución de los mismos.



- ✓ **Publicidad y Marketing:** Planeación sistemática, ejecución y control de todas las actividades comerciales destinadas a reunir compradores y artesanos interesados en la compra y venta de artesanías dominicanas de una forma mutuamente ventajosa.

Procesos Operativos

Procesos relacionados directamente con la prestación de servicios y la gestión de la plataforma web Quisqueya Crafts y, en consecuencia, orientados al cliente/usuario. Centrados en aportar valor y cuyos resultados son percibidos directamente por el cliente/usuario.

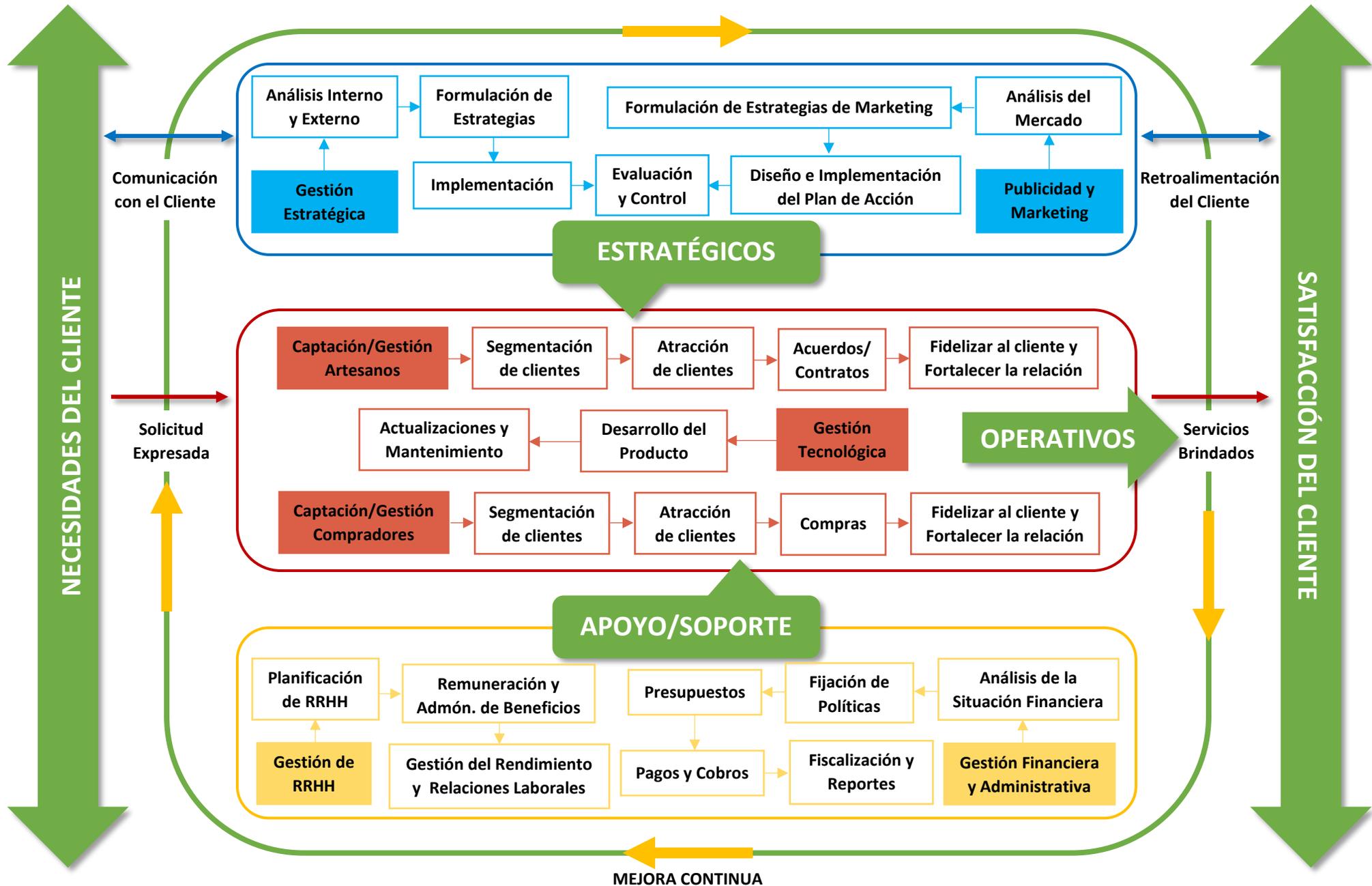
- ✓ **Captación y Gestión de Artesanos:** Procesos de fidelización de los artesanos que hacen posible su estrecho vínculo con la empresa y, como consecuencia, sean difundidos mensajes positivos sobre la plataforma con el fin de atraer nuevos artesanos al negocio.
- ✓ **Captación y Gestión de Compradores:** Procesos de fidelización de los compradores de artesanías que hacen posible su estrecho vínculo con la empresa y, como consecuencia, sean difundidos mensajes positivos sobre la plataforma con el fin de atraer nuevos compradores al negocio.
- ✓ **Gestión Tecnológica:** Desarrollo, actualizaciones y mantenimiento del producto (plataforma y aplicación web).

Procesos vinculados con la generación de valor por medio de un uso tecnológico eficaz, que permita una conexión efectiva de artesanos y compradores, y que aumente la competitividad organizacional en el mercado.

Procesos de Apoyo/Soporte

Procesos que sirven de soporte a los procesos claves y estratégicos. Determinantes para conseguir los objetivos de los procesos dirigidos a cubrir las necesidades y expectativas de los clientes/usuarios. Fundamentales para que los procesos claves operen correctamente.

- ✓ **Gestión de Recursos Humanos:** Procesos vinculados a la planeación, organización y desarrollo de todo lo concerniente a promover el desempeño eficiente del personal que compone la estructura de Quisqueya Crafts.
- ✓ **Gestión Financiera y Administrativa:** Procesos encargados del control financiero de la empresa y de los asuntos corporativos de la misma. Vinculados con la eficiente administración del capital de trabajo dentro de un equilibrio de los criterios de riesgo y rentabilidad. Conversión de la visión y misión de la empresa en operaciones monetarias.





DEFINICIÓN DE INFRAESTRUCTURA

Infraestructura Tecnológica

Quisqueya Crafts es una plataforma web con el objetivo de conectar la oferta del artesano dominicano con la demanda de los turistas que cada año visitan nuestro país, optando por la adquisición de artículos artesanales que definen nuestra identidad nacional. La misma ofrecerá asistencia personalizada a cada uno de nuestros clientes (artesanos y turistas) mediante la creación de un perfil en línea de los productos que les interese comprar/adquirir.

Algunos de los servicios que ofrecerá **Quisqueya Crafts** con la plataforma web serán los siguientes:

- ✓ Pago en línea de las artesanías que se deseen adquirir.
- ✓ Visibilidad de la demanda de artículos artesanales.
- ✓ Un espacio para la gestión de quejas y solución de inconvenientes con el producto adquirido.
- ✓ Visibilidad de ofertas y precios.
- ✓ Disponibilidad de productos artesanales en distintos puntos del país.
- ✓ Catálogo de productos.
- ✓ Ranking de los productos más vendidos.
- ✓ Retroalimentación de calidad de suplidores por servicios otorgados.
- ✓ Retroalimentación acerca de nuevas tendencias de artesanías vía redes sociales.

Esta plataforma permitirá a los usuarios interactuar entre sí, efectuar compras totalmente online sin la necesidad de transportarse a largas distancias para adquirir un producto de artesanía, evitando la incertidumbre generada por no saber si se encontrará el producto deseado, debido al sistema actual de comercialización.

Para el desarrollo de la plataforma web, nos pusimos en contacto con varias empresas de desarrollo de software en la República Dominicana tales como ZITELIA, Alfa Software, GP Software and Consulting, entre otras, las cuales nos enviaron varias cotizaciones estimadas para una cantidad de 300,000 usuarios basado en las necesidades de nuestra plataforma.



Tabla 2. Coste de Plataforma Web

300,000 usuarios cotizados FUNCIONALIDAD DE LA PLATAFORMA WEB	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Coste del desarrollo de la plataforma web	\$ 4,500.00		-	-	-	-
Costes de mantenimiento técnico de la plataforma (sistema de gestión de contenidos CMS, notificaciones push, actualizaciones, TPV para venta online, google analytics, respaldo de códigos, base de datos, etc.)		\$ 3,600.00	\$ 3,744.00	\$ 3,893.76	\$ 4,049.51	\$ 4,211.49
TOTAL	\$ 4,500.00	-	-	-	-	-
MANTENIMIENTO ANUAL		\$ 3,600.00	\$ 3,744.00	\$ 3,893.76	\$ 4,049.51	\$ 4,211.49

*Todos los costos en US\$

Tabla 3. Coste de Necesidades Tecnológicas

NECESIDADES TECNOLÓGICAS	2020	2021	2022	2023	2024
Registro de dominio en GoDaddy.com	\$ 20.00	\$ 20.80	\$ 21.63	\$ 22.50	\$ 23.40
Integración de Shopify para E-commerce	\$ 800.00	\$ 832.00	\$ 865.28	\$ 899.89	\$ 935.89
Integración Pasarela de pago con Azul del Banco Popular	\$ 350.00	-	-	-	-
Herramienta AdServer para anuncios	\$ 300.00	\$ 312.00	\$ 324.48	\$ 337.46	\$ 350.96
Contratación de servidores en Amazon	\$ 240.00	\$ 249.60	\$ 259.58	\$ 269.97	\$ 280.77
Google Suites	-	-	-	-	-
HubSpot CRM Marketing	\$ 250.00	\$ 260.00	\$ 270.40	\$ 281.22	\$ 292.46
TOTAL	\$ 1,960.00	\$ 1,674.40	\$ 1,741.38	\$ 1,811.03	\$ 1,883.47

*Todos los costos en US\$

Especificaciones

- Registro de dominio GoDaddy.com



Quisqueya Crafts va a adquirir un dominio con renovación anual, adquirido a través de la herramienta de GoDaddy.

- ✓ Grandes ahorros en comparación con otros registradores.
- ✓ Asistencia técnica galardonada 24/7 para ayudarte a poner tu empresa en línea.
- ✓ De confianza para Casi 19 millones de clientes, más que cualquier otro registrador.
- ✓ Limitado a un dominio por cliente.



Hosting: Servidor en la Nube con servicio de contrato “reservado” o “por demanda, con habilidad de incrementar capacidad.

Especificaciones:

- Server Instance: Medium
- Amazon RDS Aurora
- CDN: CloudFront
- Image Server: S3
- Load Balancer: Classic Load Balance

- **Integración de Shopify para E-commerce**  **shopify**

Quisqueya Crafts utilizará los servicios que ofrece shopify como motor del comercio electrónico, con la finalidad de crear una tienda online sin la necesidad de preocuparnos por las actualizaciones de plugins, versiones o servidores. Esto permitirá olvidarnos de la tecnología y tener la posibilidad de centrarnos en lo más importante, conseguir clientes.

Al trabajar con una plataforma como Shopify disponemos de todas las funciones de comercio online:

- ✓ **Control total sobre el diseño.** Existen cientos de plantillas que se pueden parametrizar por nosotros mismos o ayudarnos de la red de expertos certificados por Shopify especializados en diseño.
- ✓ Posibilidad de aceptar pagos y monedas de todo el mundo, ya sea mediante PayPal, tarjetas de crédito de todo el mundo, bitcoins, etc.
- ✓ **La máxima seguridad.** Todas las tiendas en línea Shopify cuentan con el certificado Nivel 1 de conformidad con las normas PCI y usan encriptación de 128 bits para garantizar la información de las tarjetas de crédito que se utilizan es segura.

- **Integración Pasarela de pago con Azul del Banco Popular**

Beneficios de utilizar soluciones de pagos físicos y virtuales, con tecnología de última generación:

- ✓ Recibe pagos con tarjetas y dispositivos sin contacto (NFC).
- ✓ Acepta Visa, Mastercard, American Express®, Discover, Diners, tPago y otras billeteras móviles.
- ✓ Escoge la terminal adecuada según tu tipo de negocio.



- **Herramienta AdServer para anuncios**

Quisqueya Crafts hará uso de herramientas AdServer para gestionar la publicidad que aparece en la web. Este medio nos permitirá colocar los anuncios en función a la programación que se desee, así como para medir y obtener información.

Además, nos permitirá tener información de primera mano: cuántas impresiones ha tenido nuestro anuncio, cuántos clics, cuántos segundos ha aparecido, si ha tenido visibilidad. Todo esto es recopilado por el AdServer, y siempre habrá uno en el lado de la oferta y otro en el lado de la demanda trabajando simultáneamente.

- **Integración de Google Suites**

G Suite es un servicio de Google que proporciona varios productos de Google con un nombre de dominio personalizado por el cliente. Cuenta con varias aplicaciones web con funciones similares a las suites ofimáticas tradicionales, incluyendo Gmail, Hangouts, Calendar, Drive, Docs, Sheets, Slides, Groups, News, Play, Sites y Vault.

Además de las apps compartidas (Calendar, Docs, etc.), Google ofrece G Suite Marketplace, una tienda de apps para los usuarios de G Suite. Contiene diversas apps, tanto gratuitas como de pago, que pueden ser instaladas para personalizar la experiencia de G Suite para el usuario.

Quisqueya Crafts hará uso de la versión gratuita de Google Suites.

- **Integración HubSpot CRM Marketing**

HubSpot es un software de servicio de atención al cliente para conectar con clientes, superar sus expectativas y convertirlos en promotores para potenciar el crecimiento de nuestra empresa.



HubSpot CRM ayudará a Quisqueya Crafts a aumentar el tráfico, convertir más visitantes y ejecutar campañas de inbound marketing integrales. Este software de ventas también nos permitirá ahorrar tiempo y obtener datos más relevantes de los prospectos, automatizar las tareas más tediosas y cerrar negocios con mayor rapidez.



PLAN DE MARKETING

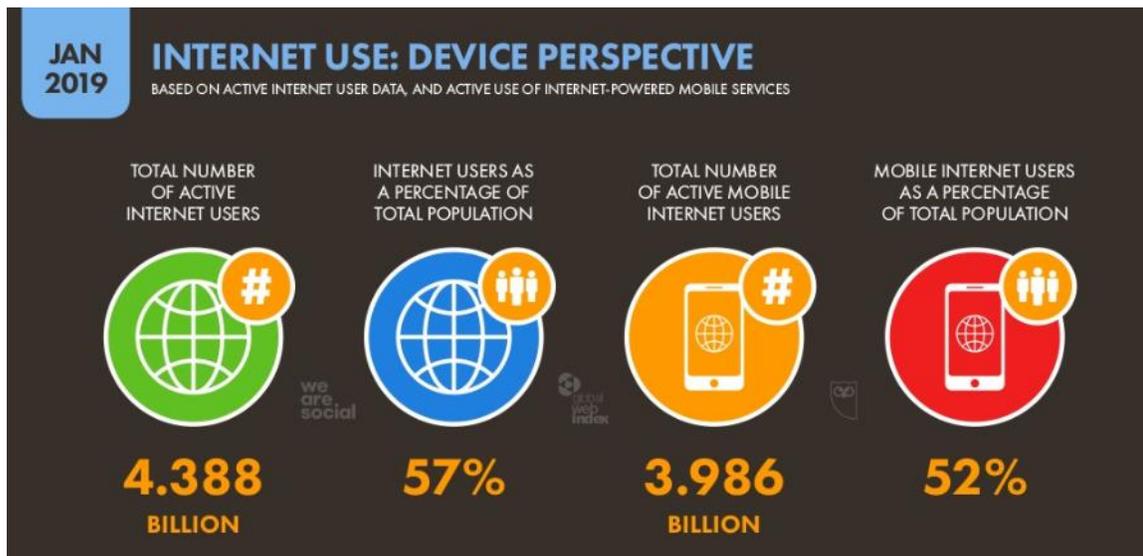
ANÁLISIS DEL MERCADO Y ANTECEDENTES

Adicional al comportamiento general del mercado de Quisqueya Crafts expresado de forma detallada en la explicación de la oportunidad de negocio donde se revela el número y análisis del tráfico de turistas hacia República Dominicana y la cantidad exponencial de números en exportación de productos de la naturaleza artesanal; hay una tendencia importante en el crecimiento de nuestro país que es necesario mirar y analizar ya que nos muestra el desempeño y la ejecución de los canales en los que se puede proyectar y expandir nuestro negocio.

Penetración de internet a nivel global y tendencia de crecimiento en República Dominicana

Según estudios de este año, publicados por la agencia norteamericana Hootsuite, que evalúa la tendencia de uso y crecimiento de los canales digitales a nivel mundial, son importantes a considerar y evaluar al momento de establecer nuestro plan de marketing, los siguientes números e indicadores:

- Penetración de Internet a Nivel Global



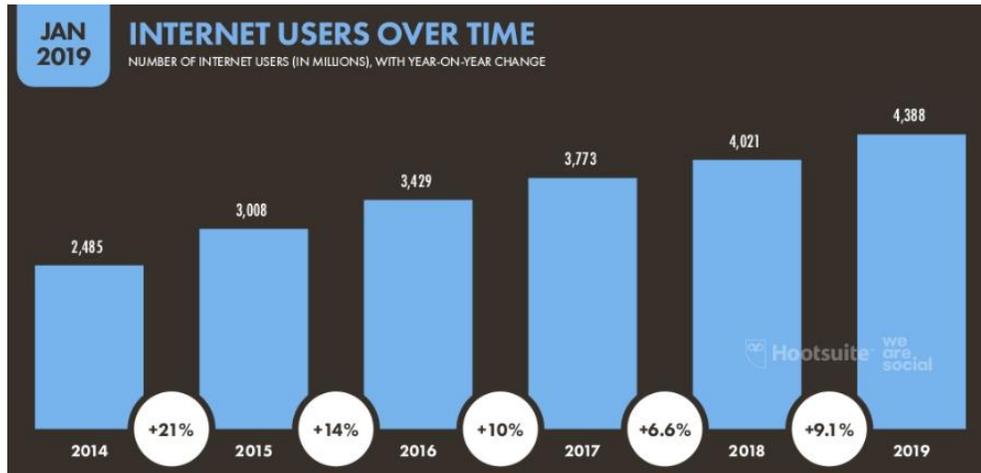
Fuente: Informe del Estado mundial del ámbito digital en 2019, Hootsuite.

Según esto:

- Existen más de 4 billones de cuentas de internet activas en el mundo.
- De ese número total, significa que el 57% de la población mundial tiene acceso a internet y que un 52% lo hace a través de una conexión vía dispositivo móvil.



- Crecimiento del Tiempo y Consumo en Internet



Fuente: Informe del Estado mundial del ámbito digital en 2019, Hootsuite.

Según esto:

- En los últimos 5 años, desde el 2015 hacia acá, el % de usuarios con acceso y conectividad a internet ha duplicado el número en millones.
- A enero de 2019, ya había crecido un 9,1% en relación a diciembre del año anterior 2018.

- Tendencia de Uso de Compra En Línea y Actividades por E-commerce a Nivel Global



Fuente: Informe del Estado mundial del ámbito digital en 2019, Hootsuite.

Según esto:

- Más de un 80% de los usuarios busca un producto en internet antes de la decisión de compra.
- 91% de esos que buscan, terminan visitando la tienda en línea.



- 75% de estos que visitan la tienda en línea, culminan la compra a través de cualquier dispositivo inteligente.

- Audiencia en Redes Sociales en República Dominicana



Fuente: Informe del Estado mundial del ámbito digital en 2019, Hootsuite.

Según esto:

- Existen más de 5MM de cuentas en Facebook en República Dominicana.
- Alrededor de 2,8MM de usuarios en la red de Instagram.
- Más de 300,000 en Twitter.

De acuerdo a la información anterior, podemos notar un comportamiento activo y participativo de la población dominicana en estos medios sociales.

SEGMENTACIÓN Y TARGETING

La segmentación de nuestros clientes nos ayudará a ajustar mejor los esfuerzos de marketing a varios subconjuntos de audiencias, y esta a su vez nos permitirá crear y comunicar mensajes de marketing dirigidos al target que resonarán en grupos o clientes específicos. También nos facilitará la selección de los mejores canales de comunicación para cada segmento, que puede ser correo, redes sociales, etc.; y de igual modo nos ayudará a enfocarnos en los clientes más rentables y mejorar el servicio al cliente.

El segmento elegido para nuestro producto cuenta con las siguientes características:

Turistas

- Turistas y Nacionales Dominicanos que residen en el extranjero y visitan con frecuencia la República Dominicana.
- Turistas residentes en el país, conocedores de la cultura dominicana y fieles clientes de diversas formas de artesanía.



- Toda persona interesada en la adquisición de artesanías dominicanas.
- Entre 18 y 64 años, pudiendo extenderse hasta los 75 años.
- Con un nivel de ingresos medio o medio alto.
- Con acceso a internet, redes sociales y correo electrónico.
- Con dominio del idioma español, inglés, francés, italiano o alemán.

Artesanos

- Hombres y mujeres dominicanos dedicados a la elaboración y comercialización de artesanías.
- Entre 18 y 60 años, pudiendo extenderse hasta los 70 años.
- Con residencia en República Dominicana.
- Con acceso a internet, redes sociales y correo electrónico.
- Con disponibilidad para trasladarse de un punto a otro dentro de la misma provincia de residencia.
- Con un nivel de ventas medio o medio alto.
- Interesados en vender sus productos vía internet.



PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA: MARKETING MIX

Estrategia

El objetivo estratégico del plan de marketing para Quisqueya Crafts es promocionar y a dar a conocer la plataforma entre su mercado objetivo, a través de acciones y ejecuciones que ofrezcan contenido de valor y capten la atención del buyer persona, según su necesidad de compra y el estado en el que se encuentre su decisión de adquirir un tipo de producto como el nuestro.

Para ejecutar esto, trabajaremos desde el enfoque de cuatro áreas del buyer's journey o ciclo de vida del potencial comprador de nuestra plataforma.



A través de las acciones de difusión y promoción que realizaremos, nos enfocaremos en las siguientes cuatro tácticas:

- ✓ **Atraer:** con acciones iniciales de generación de tráfico; atraer usuarios extraños que navegan en las redes sociales, a nuestra plataforma. Para los artesanos, desarrollaremos



acciones en puntos específicos de las zonas aledañas a donde éstos se encuentren, para mostrarles el producto y lograr la captación de los mismos.

- ✓ **Convertir:** implementando acciones de seguimiento, con nuevas publicaciones de impacto, estrategias de re-targeting y publicidad en los principales canales de consumo; convertir esos visitantes a clientes potenciales interesados en el producto de Quisqueya Crafts.
- ✓ **Cerrar:** a través del contenido de valor, la experiencia de usuario, el trato en el flujo del proceso y la garantía operacional de servicio al cliente que experimente el prospecto con Quisqueya Crafts; convertirlo en cliente fidelizado y recurrente de la plataforma.
- ✓ **Deleitar:** lograr que nuestros clientes se conviertan en promotores de la plataforma, mediante el enamoramiento, trato y agrado que ha producido de su relacionamiento con los recursos y el servicio recibido, logrando fungir como multiplicadores del producto Quisqueya Crafts a través del boca a boca.

Esta estrategia se desarrollará desde un enfoque integral para canalizar el flujo de los usuarios a través de un funnel de conversión, según la etapa en la que se encuentren:



Precio

El registro e inscripción como artesano vendedor en nuestra plataforma web será gratuito, ya que queremos incentivar al registro de mayor número de artesanos para que utilicen a Quisqueya Crafts como su plataforma de exposición y mercado hacia un nuevo mercado. De igual forma el acceso a los turistas y visitantes será gratuito ya que el objetivo es fungir como una tienda de venta en línea, similar al comportamiento tradicional de un E-commerce.

Nuestra empresa generará ingresos por medio del 30% de comisión por ventas de los artículos de artesanía a través de la plataforma. Adicional, recibiremos comisión de un 15% de ingresos por envíos personalizados de mercancías a los puntos especificados por el cliente.

Distribución y Canales

ONLINE	OFFLINE
<p>Medios digitales como: Facebook, Google e Instagram</p> <p>Objetivo: Capturar la audiencia perfilada de los turistas y posibles compradores de los productos artesanos, en aquellos canales donde más consumen tiempo y navegan.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Acercamientos en puntos de ventas relacionados a la oferta del producto. - Presencia y promoción en lugares turísticos. <p>Objetivo: Alcanzar a los usuarios clientes artesanos que no tienen acceso de primera mano a los canales digitales y que se movilizan en la cercanía de puntos de ventas tradicionales, hoteles y lugares turísticos.</p>



Promoción y Plan de Comunicación

Basándonos en las etapas del funnel de conversión: *Awareness, Consideration y Decision*, desarrollaremos un plan de promoción y comunicación para cada una.

Enfoque del Plan

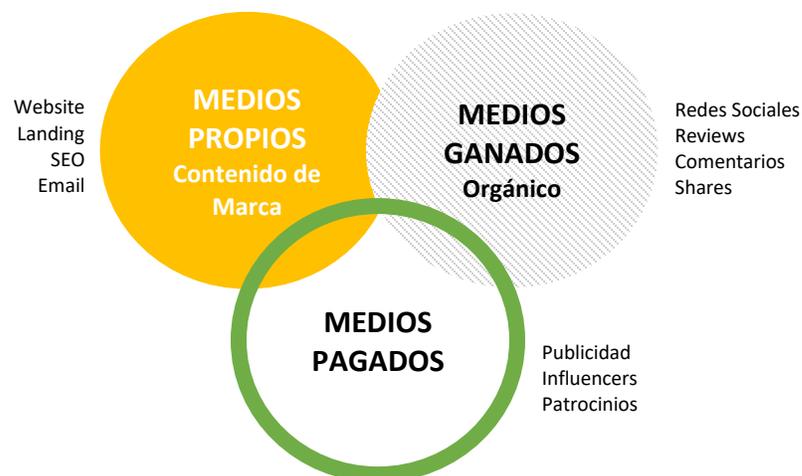
- Posicionar a Quisqueya Crafts entre sus públicos claves, como una opción diferente, novedosa y moderna para comercializar y adquirir productos artesanales en República Dominicana, siendo la opción más innovadora y completa en el mercado.
- Con una estrategia fundamentada en contenidos, queremos posicionar la app en términos de comercialización, venta en línea, fácil acceso y compra, desde la comodidad de tu hogar tanto para la venta como para la compra.

Objetivos del Plan

- Trabajar en el reconocimiento de marca con una comunidad (redes sociales) de 1,000 usuarios activos al final de periodo.
- Lograr la interacción de los usuarios con la marca, capitalizando la generación de engagement.
- Generar ingresos por la venta de los productos artesanales en línea.

Acciones a Ejecutar

Nos versaremos sobre los distintos medios con los que cuenta la marca para ejecutar las acciones a través de aquellos que son: propios, ganados o pagados.





AWARENESS	CONSIDERATION	DECISION
<p>Estrategia de Inbound Marketing o Generación de contenido de valor para atraer al usuario a nuestro canal digital.</p> <p>Generación de contenido para las redes sociales, invitando al canal digital y destacando las bondades de la plataforma, instructivo de uso, ventas de compra, etc., potenciado con publicidad en redes sociales.</p> <p>Generación de tráfico al sitio web a través de la implementación de visitas al mismo a través de optimización SEO y colocación SEM.</p> <p>Motivación y exposición de la plataforma en puntos estratégicos de las localidades con más nivel de presencia de artesanos y turistas en República Dominicana.</p>	<p>Promoción de los productos específicos vendidos por Quisqueya Crafts, afinados con una estrategia de segmentación por intereses a través de la red de Google.</p> <p>Motivación con publicidad por Google, de las visitas al sitio web con piezas alusivas a completar la caja de suscripción para continuar recibiendo más información de los productos de interés para el usuario.</p> <p>Estrategia de Re-targeting para volver a presentar los anuncios anteriores a usuarios que interactuaron con estos pero que no lograron completar alguna acción.</p>	<p>Estrategia de Email Marketing para capitalizar base de datos generada, enviando información específica de ofertas, productos, descuentos y productos de mayor intención de compra para el usuario.</p> <p>Colocación de publicidad digital directa a través de Facebook a aquellos usuarios que han indicado estar en tierras dominicanas, a través de la función de localización de esta red social.</p> <p>Estrategia de generación de ofertas de contenido (ebooks) con información de valor para los potenciales clientes, que le motiven a realizar la compra final, impulsada por publicidad.</p>



Tiempos de Ejecución

ACCIONES A REALIZAR POR CADA ETAPA DEL FUNNEL DE MARKETING								Métricas y KPI para cada canal		
FASE	OBJETIVO	ESTRATEGIA	TÁCTICA	MICRO CONVERSIÓN	META	PLAZO	INDICADOR	PAID	OWNER	EARNED
AWARENESS (Tráfico)	Trabajar en el reconocimiento de marca con una comunidad (redes sociales) de 1,000 usuarios activos al final de periodo.	Estrategia de Inbound Marketing o Generación de contenido de valor para atraer al usuario a nuestro canal digital.	Generación de dos (2) artículos mensuales para blog integrado en la plataforma	Clics únicos a cada artículo	24 artículos publicados al año	12 meses	Clics únicos al blog	MOBILE ADS: Visitas, No. de impresiones únicas ~ SEM: No. de visita. ~ RRSS: Cantidad de Clic al Website "clic to website", Nuevos "me gusta" en la página	Cantidad de usuarios registrados / 10% del monto estipulado en el obj. / SEO: Cantidad de visitas orgánicas. Blog: Número de comentarios por post	Blog: Enlaces que hacen referencia al blog
			Publicidad en RRSS y móvil para potenciar la estrategia de awareness: Facebook Clic to website	Cantidad de usuarios alcanzados por modelo de compra Reach & Frequency Clic to website	1,500 visitas generadas mensualmente por publicidad	12 meses	Cantidad de usuarios alcanzados por Reach & Frequency	Reach generado Usuarios alcanzados e impactados	Número de interacciones. Número de menciones, No. de shares	N/A
			Habilitación de Boletín (suscripción) que sirva de soporte a la estrategia de Awareness	Cantidad de suscriptores	75 suscriptores inscritos 2% inicial de conversión de las 1,500 visitas generadas	3 meses	Cantidad de suscriptores	N/A	Número de suscripciones, Número de shares	N/A
		Generación de contenido para las redes sociales, invitando al canal digital y destacando las bondades de la plataforma, instructivo de uso, ventas de compra, etc., potenciado con publicidad en redes sociales.	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	20 publicaciones al mes	12 meses	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 orgánicas	RRPP
			Colocación de publicidad en Facebook, formato Brand Awareness	Cantidad de impresiones generadas	500,000 impresiones generadas mensualmente	12 meses	Usuarios únicos impactados			
			Colocación de publicidad en Instagram, formato Brand Awareness	Cantidad de impresiones generadas	500,000 impresiones generadas	12 meses	Usuarios únicos impactados			
			Producción de videos tutoriales para estrategia audiovisual en Youtube Ads	Cantidad de visualizaciones generadas	300,000 reproducciones mensuales	3,600,000 reproducciones anuales	Reproducciones únicas después de los tres segundos	Reproducciones en los contenidos desarrollados	Referencias al sitio web desde Links de Youtube	
			Generación de tráfico al sitio web a través de la implementación de visitas al sitio Web a través de optimización SEO y colocación SEM.	Identificación y utilización de palabras claves que se asocien a nuestro perfil de usuario a fin de atraer usuarios nuevos cada semana	Visitas únicas al landing page	1,000 clics generados mensualmente	4 meses	Visitas únicas al landing page	Número de visitas únicas	N/A
MOTIVACIÓN Y EXPOSICIÓN DE LA PLATAFORMA EN PUNTOS ESTRATÉGICOS DE LAS LOCALIDADES CON MÁS NIVEL DE PRESENCIA DE ARTESANOS Y TURISTAS EN REP. DOM.	Presencia a través de desplazamiento hacia los sitios de ventas con dos promotoras con tablets, que generen motivación y exposición de la plataforma	Usuarios impactados vía presencial	1 visita cada 15 días	3 meses	Cantidad de personas impactadas	Usuarios impactados y convertidos a potenciales clientes	N/A	N/A		
	Lograr la interacción de los usuarios con la marca, capitalizando la generación de engagement.	Motivación con publicidad por Google, de las visitas al sitio web con piezas alusivas a completar la caja de suscripción para continuar recibiendo más información de los productos de interés para el usuario.	Colocación de publicidad en Google a través de la red de Display	Cantidad de impresiones generadas Cantidad de usuarios registrados en la base de datos	500,000 impresiones a través de la publicidad 3% inicial de conversión de las impresiones convertidas en registros	9 meses	Usuarios registrados en la base de datos			
		Estrategia de Re-targeting para volver a presentar los anuncios anteriores a usuarios que interactuaron con estos pero que no lograron completar alguna acción.	Seguimiento por E-mail con ofertas a usuarios registrados en la base de datos, para ampliación de información	Cantidad de usuarios que finalizaron el proceso de compra	1 secuencia de correos semanal, mensaje según necesidad del usuario	3 meses	Cantidad de compras realizadas	CPL, CTR	N/A	N/A
DECISION	Generar ingresos por la venta de los productos artesanales en línea	Estrategia de E-mail Marketing para capitalizar la base de datos generada, enviando información específica de ofertas, productos, descuentos y productos de mayor intención de compra para el usuario.	Envío de secuencia de e-mail para recuperación de carritos de compras	Cantidad de compras realizadas	1 envío semanal	3 meses	Compra completada	N/A	Número de visitas, Duración de la navegación, CPA	N/A
			Colocación de publicidad digital directa a través de Facebook a aquellos usuarios que han indicado estar en tierras dominicanas, a través de la función de localización de esta red social.	Colocación de publicidad por geolocalización en Facebook e Instagram	Cantidad de usuarios impactados con location actual o reciente en Rep. Dom.	1,000,000 de impresiones distribuidas entre Instagram y Facebook	3 meses	Usuarios que realizan compras en Internet	Impactos por geolocalización	Cantidad de visitas a la web, lead, CPA
		Estrategia de generación de ofertas de contenido (ebooks) con información de valor para los potenciales clientes, que le motiven a realizar la compra final, impulsada por publicidad.	Desarrollo de tres (3) ebooks con contenido de valor que motiven la decisión de compra de los potenciales clientes	Cantidad de descargas de los ebooks	1 ebook bimensual	6 meses	Descargas realizadas	Ebooks descargados		
			E-mail Marketing: Cantidad de usuarios que repiten un proceso de compra (fidelizados)	Segunda compra realizada	15 usuarios mínimos mensuales	6 meses	Usuarios con segunda compra	BBDD: Fidelidad	N/A	N/A



Atributos y valor añadido del servicio

- Plataforma online 24/7
- Pago en línea
- Entrega a domicilio pasarela de pago integra
- Programa de capacitación para artesanos

Desarrollo del Logotipo de la Empresa



El logo de nuestro negocio representa los iconos distintivos de nuestra propuesta y valor agregado en el mercado.

- **Mapa de la República Dominicana:** Ícono representativo del lugar de procedencia de los productos que ofrece nuestro negocio, posicionando en el top of mind del consumidor el lugar originario de producción y fabricación de los productos.
- **Elementos de artesanía:** El caracol, la tinaja, la muñeca de barro y las maracas representan los elementos más comunes y familiares de la artesanía dominicana; son éstos los elementos más comercializados en el mercado y los cuales constituyen fácil recordación tanto para el artesano productor como para el turista consumidor.
- **Tipografía:** Selección de una tipografía moderna y vanguardista, que refleja la alegría y el espíritu de armonía del producto: dos valores que forman parte de nuestra visión de negocio y que deben ser transmitidos a nuestros clientes en todo momento.
- **Colores:** Representan la identidad nacional, la vinculación del producto con la marca país de República Dominicana, asociando al reminder record del consumidor.



Presupuesto de Marketing

Los ratios de conversión de usuarios se han proyectado de acuerdo a los diferentes métodos de captación que se pretenden desarrollar y principalmente a la difusión que se tenga con la recomendación de otros usuarios.

Estimaciones para el 2020

Plan de Colocación de Publicidad Digital para Quisqueya Crafts / 2020

Canal y Formato	Meses de Colocación	Inversión x Mes	Inversión Total	Precio x Visita Web	Visitas Web x Mes	Visitas Web Anual	Tasa Conversión	No. Clientes x Año	Venta Promedio x Cliente	Ventas	Margen US\$	Margen %	TURNOVER	Coste Adquisición
Facebook Click to website	12	\$ 600.00	\$ 7,200.00	\$ 0.40	1,500	18,000	2.0%	360	\$59.29	\$ 21,342.78	\$ 14,142.78	66.26%	1.96	\$ 20.00
Facebook Brand Awareness	12	\$ 200.00	\$ 2,400.00	\$ 0.20	1,000	12,000	2.0%	240		\$ 14,228.52	\$ 11,828.52	83.13%	4.93	\$ 10.00
Instagram Brand Awareness	12	\$ 200.00	\$ 2,400.00	\$ 0.20	1,000	12,000	2.0%	240		\$ 14,228.52	\$ 11,828.52	83.13%	4.93	\$ 10.00
Youtube Ads	12	\$ 200.00	\$ 2,400.00	\$ 0.40	500	6,000	2.0%	120		\$ 7,114.26	\$ 4,714.26	66.26%	1.96	\$ 20.00
Google Ads Search / SEM	4	\$ 500.00	\$ 2,000.00	\$ 0.50	1,000	4,000	2.5%	100		\$ 5,928.55	\$ 3,928.55	66.26%	1.96	\$ 20.00
Google Display Network	9	\$ 320.00	\$ 2,880.00	\$ 0.40	800	7,200	3.0%	216		\$ 12,805.67	\$ 9,925.67	77.51%	3.45	\$ 13.33
Retagerting por Compra Programática Eikon	3	\$ 600.00	\$ 1,800.00	\$ 0.50	1,200	3,600	1.0%	36		\$ 2,134.28	\$ 334.28	15.66%	0.19	\$ 50.00
Facebook / Instagram All Placement	3	\$ 200.00	\$ 600.00	\$ 0.20	1,000	3,000	2.0%	60		\$ 3,557.13	\$ 2,957.13	83.13%	4.93	\$ 10.00
TOTAL		\$ 2,820.00	\$ 21,680.00		8,000	65,800		1,372		\$ 81,339.71	\$ 59,659.71	73.35%	2.75	\$ 15.80



Estimaciones para el 2021

Plan de Colocación de Publicidad Digital para Quisqueya Crafts / 2021

Canal y Formato	Meses de Colocación	Inversión x Mes	Inversión Total	Precio x Visita Web	Visitas Web x Mes	Visitas Web Anual	Tasa Conversión	No. Clientes x Año	Venta Promedio x Cliente	Ventas	Margen US\$	Margen %	TURNOVER	Coste Adquisición
Facebook Click to website	12	\$ 660.00	\$ 7,920.00	\$ 0.40	1,650	19,800	2.5%	495	\$59.29	\$ 29,346.32	\$ 21,426.32	73.01%	2.71	\$ 16.00
Facebook Brand Awareness	12	\$ 220.00	\$ 2,640.00	\$ 0.20	1,100	13,200	2.5%	330		\$ 19,564.22	\$ 16,924.22	86.51%	6.41	\$ 8.00
Instagram Brand Awareness	12	\$ 220.00	\$ 2,640.00	\$ 0.20	1,100	13,200	2.5%	330		\$ 19,564.22	\$ 16,924.22	86.51%	6.41	\$ 8.00
Youtube Ads	12	\$ 220.00	\$ 2,640.00	\$ 0.40	550	6,600	2.5%	165		\$ 9,782.11	\$ 7,142.11	73.01%	2.71	\$ 16.00
Google Ads Search / SEM	4	\$ 550.00	\$ 2,200.00	\$ 0.50	1,100	4,400	3.0%	132		\$ 7,825.69	\$ 5,625.69	71.89%	2.56	\$ 16.67
Google Display Network	9	\$ 352.00	\$ 3,168.00	\$ 0.40	880	7,920	3.5%	277		\$ 16,433.94	\$ 13,265.94	80.72%	4.19	\$ 11.43
Retagerting por Compra Programática Eikon	3	\$ 660.00	\$ 1,980.00	\$ 0.50	1,320	3,960	1.5%	59		\$ 3,521.56	\$ 1,541.56	43.77%	0.78	\$ 33.33
Facebook / Instagram All Placement	3	\$ 220.00	\$ 660.00	\$ 0.20	1,100	3,300	2.5%	83		\$ 4,891.05	\$ 4,231.05	86.51%	6.41	\$ 8.00
TOTAL		\$ 3,102.00	\$ 23,848.00		8,800	72,380		1,871		\$ 110,929.10	\$ 87,081.10	78.50%	3.65	\$ 1.66

Estimaciones para el 2022

Plan de Colocación de Publicidad Digital para Quisqueya Crafts / 2022

Canal y Formato	Meses de Colocación	Inversión x Mes	Inversión Total	Precio x Visita Web	Visitas Web x Mes	Visitas Web Anual	Tasa Conversión	No. Clientes x Año	Venta Promedio x Cliente	Ventas	Margen US\$	Margen %	TURNOVER	Coste Adquisición
Facebook Click to website	12	\$ 759.00	\$ 9,108.00	\$ 0.40	1,898	22,770	3.0%	683	\$59.29	\$ 40,497.93	\$ 31,389.93	77.51%	3.45	\$ 13.33
Facebook Brand Awareness	12	\$ 253.00	\$ 3,036.00	\$ 0.20	1,265	15,180	3.0%	455		\$ 26,998.62	\$ 23,962.62	88.75%	7.89	\$ 6.67
Instagram Brand Awareness	12	\$ 253.00	\$ 3,036.00	\$ 0.20	1,265	15,180	3.0%	455		\$ 26,998.62	\$ 23,962.62	88.75%	7.89	\$ 6.67
Youtube Ads	12	\$ 253.00	\$ 3,036.00	\$ 0.40	633	7,590	3.0%	228		\$ 13,499.31	\$ 10,463.31	77.51%	3.45	\$ 13.33
Google Ads Search / SEM	4	\$ 632.50	\$ 2,530.00	\$ 0.50	1,265	5,060	3.5%	177		\$ 10,499.46	\$ 7,969.46	75.90%	3.15	\$ 14.29
Google Display Network	9	\$ 404.80	\$ 3,643.20	\$ 0.40	1,012	9,108	4.0%	364		\$ 21,598.89	\$ 17,955.69	83.13%	4.93	\$ 10.00
Retagerting por Compra Programática Eikon	3	\$ 759.00	\$ 2,277.00	\$ 0.50	1,518	4,554	2.0%	91		\$ 5,399.72	\$ 3,122.72	57.83%	1.37	\$ 25.00
Facebook / Instagram All Placement	3	\$ 253.00	\$ 759.00	\$ 0.20	1,265	3,795	3.0%	114		\$ 6,749.65	\$ 5,990.65	88.75%	7.89	\$ 6.67
TOTAL		\$ 3,567.30	\$ 27,425.20		10,120	83,237		2,568		\$ 152,242.20	\$124,817.00	81.99%	4.55	\$ 1.39



Estimaciones para el 2023

Plan de Colocación de Publicidad Digital para Quisqueya Crafts / 2023

Canal y Formato	Meses de Colocación	Inversión x Mes	Inversión Total	Precio x Visita Web	Visitas Web x Mes	Visitas Web Anual	Tasa Conversión	No. Clientes x Año	Venta Promedio x Cliente	Ventas	Margen US\$	Margen %	TURNOVER	Coste Adquisición
Facebook Click to website	12	\$ 910.80	\$ 10,929.60	\$ 0.40	2,277	27,324	3.5%	956	\$59.29	\$ 56,697.10	\$ 45,767.50	80.72%	4.19	\$ 11.43
Facebook Brand Awareness	12	\$ 303.60	\$ 3,643.20	\$ 0.20	1,518	18,216	3.5%	638		\$ 37,798.06	\$ 34,154.86	90.36%	9.37	\$ 5.71
Instagram Brand Awareness	12	\$ 303.60	\$ 3,643.20	\$ 0.20	1,518	18,216	3.5%	638		\$ 37,798.06	\$ 34,154.86	90.36%	9.37	\$ 5.71
Youtube Ads	12	\$ 303.60	\$ 3,643.20	\$ 0.40	759	9,108	3.5%	319		\$ 18,899.03	\$ 15,255.83	80.72%	4.19	\$ 11.43
Google Ads Search / SEM	4	\$ 759.00	\$ 3,036.00	\$ 0.50	1,518	6,072	4.0%	243		\$ 14,399.26	\$ 11,363.26	78.92%	3.74	\$ 12.50
Google Display Network	9	\$ 485.76	\$ 4,371.84	\$ 0.40	1,214	10,930	4.5%	492		\$ 29,158.51	\$ 24,786.67	85.01%	5.67	\$ 8.89
Retagerting por Compra Programática Eikon	3	\$ 910.80	\$ 2,732.40	\$ 0.50	1,822	5,465	2.5%	137		\$ 8,099.59	\$ 5,367.19	66.26%	1.96	\$ 20.00
Facebook / Instagram All Placement	3	\$ 303.60	\$ 910.80	\$ 0.20	1,518	4,554	3.5%	159		\$ 9,449.52	\$ 8,538.72	90.36%	9.37	\$ 5.71
TOTAL		\$ 4,280.76	\$ 32,910.24		12,144	99,884		3,581		\$ 212,299.12	\$179,388.88	84.50%	5.45	\$ 1.20

Estimaciones para el 2024

Plan de Colocación de Publicidad Digital para Quisqueya Crafts / 2024

Canal y Formato	Meses de Colocación	Inversión x Mes	Inversión Total	Precio x Visita Web	Visitas Web x Mes	Visitas Web Anual	Tasa Conversión	No. Clientes x Año	Venta Promedio x Cliente	Ventas	Margen US\$	Margen %	TURNOVER	Coste Adquisición
Facebook Click to website	12	\$ 1,138.50	\$ 13,662.00	\$ 0.40	2,846	34,155	4.0%	1,366	\$59.29	\$ 80,995.85	\$ 67,333.85	83.13%	4.93	\$ 10.00
Facebook Brand Awareness	12	\$ 379.50	\$ 4,554.00	\$ 0.20	1,898	22,770	4.0%	911		\$ 53,997.23	\$ 49,443.23	91.57%	10.86	\$ 5.00
Instagram Brand Awareness	12	\$ 379.50	\$ 4,554.00	\$ 0.20	1,898	22,770	4.0%	911		\$ 53,997.23	\$ 49,443.23	91.57%	10.86	\$ 5.00
Youtube Ads	12	\$ 379.50	\$ 4,554.00	\$ 0.40	949	11,385	4.0%	455		\$ 26,998.62	\$ 22,444.62	83.13%	4.93	\$ 10.00
Google Ads Search / SEM	4	\$ 948.75	\$ 3,795.00	\$ 0.50	1,898	7,590	4.5%	342		\$ 20,248.96	\$ 16,453.96	81.26%	4.34	\$ 11.11
Google Display Network	9	\$ 607.20	\$ 5,464.80	\$ 0.40	1,518	13,662	5.0%	683		\$ 40,497.93	\$ 35,033.13	86.51%	6.41	\$ 8.00
Retagerting por Compra Programática Eikon	3	\$ 1,138.50	\$ 3,415.50	\$ 0.50	2,277	6,831	3.0%	205		\$ 12,149.38	\$ 8,733.88	71.89%	2.56	\$ 16.67
Facebook / Instagram All Placement	3	\$ 379.50	\$ 1,138.50	\$ 0.20	1,898	5,693	4.0%	228		\$ 13,499.31	\$ 12,360.81	91.57%	10.86	\$ 5.00
TOTAL		\$ 5,350.95	\$ 41,137.80		15,180	124,856		5,100		\$ 302,384.51	\$261,246.71	86.40%	6.35	\$ 1.05



Tabla 4. Gastos de Marketing

Gastos de Marketing (US\$)	2020	2021	2022	2023	2024
% Crecimiento de Marketing Anual		10%	15%	20%	25%
- Trabajar en el reconocimiento de marca	\$ 17,950.00	\$ 18,975.00	\$ 21,821.25	\$ 26,185.50	\$ 32,731.88
Estrategia Inbound Marketing: Generación de dos (2) artículos mensuales para blog integrado en la plataforma	\$ 300.00	\$ 330.00	\$ 379.50	\$ 455.40	\$ 569.25
Estrategia Inbound Marketing: Publicidad en RRSS y móvil para potenciar la estrategia de awareness: Facebook Clic to website	\$ 7,200.00	\$ 7,920.00	\$ 9,108.00	\$ 10,929.60	\$ 13,662.00
Estrategia Inbound Marketing: Habilitación de Boletín (suscripción)	\$ 300.00	-	-	-	-
Generación de contenido: Desarrollo de posteos semanales, 20 publicaciones al mes	\$ 400.00	\$ 440.00	\$ 506.00	\$ 607.20	\$ 759.00
Generación de contenido: Publicidad Facebook Brand Awareness	\$ 2,400.00	\$ 2,640.00	\$ 3,036.00	\$ 3,643.20	\$ 4,554.00
Generación de contenido: Publicidad en Instagram Brand Awareness	\$ 2,400.00	\$ 2,640.00	\$ 3,036.00	\$ 3,643.20	\$ 4,554.00
Generación de contenido: Publicidad en Youtube Ads	\$ 2,400.00	\$ 2,640.00	\$ 3,036.00	\$ 3,643.20	\$ 4,554.00
Generación de tráfico al sitio web: Optimización SEO	\$ 150.00	\$ 165.00	\$ 189.75	\$ 227.70	\$ 284.63
Generación de tráfico al sitio web: Colocación Google SEM - 9,600 clics anuales	\$ 2,000.00	\$ 2,200.00	\$ 2,530.00	\$ 3,036.00	\$ 3,795.00
Presencia en puntos estratégicos con promotoras, de forma quincenal	\$ 400.00	-	-	-	-
- Lograr la interacción de los usuarios	\$ 4,700.00	\$ 5,168.80	\$ 5,941.83	\$ 7,126.74	\$ 8,903.70
Colocación de publicidad en Google a través de la red de Display	\$ 2,880.00	\$ 3,168.00	\$ 3,643.20	\$ 4,371.84	\$ 5,464.80
Estrategia de Re-targeting: Envío de email	\$ 20.00	\$ 20.80	\$ 21.63	\$ 22.50	\$ 23.40
Estrategia de Re-targeting: Compra Programática	\$ 1,800.00	\$ 1,980.00	\$ 2,277.00	\$ 2,732.40	\$ 3,415.50
- Generar ingresos por las ventas	\$ 920.00	\$ 680.80	\$ 780.63	\$ 933.30	\$ 1,161.90
Envío de secuencia de email para recuperación de carritos de compras	\$ 20.00	\$ 20.80	\$ 21.63	\$ 22.50	\$ 23.40
Colocación de publicidad por geolocalización en Facebook e Instagram	\$ 600.00	\$ 660.00	\$ 759.00	\$ 910.80	\$ 1,138.50
Desarrollo de tres (3) ebooks con contenido de valor que motiven la decisión de compra de los potenciales clientes	\$ 300.00	-	-	-	-
EmailMarketing: Cantidad de usuarios que repiten un proceso de compra (fidelizados)	-	-	-	-	-
TOTAL	\$ 23,570.00	\$ 24,824.60	\$ 28,543.71	\$ 34,245.53	\$ 42,797.47

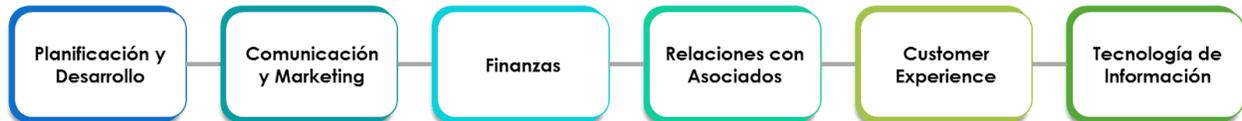


PLAN DE RECURSOS HUMANOS

El presente plan de RRHH está orientado a seleccionar, contratar, formar, emplear y retener al personal de la organización; velando siempre por la búsqueda de profesionales competentes.

ORGANIGRAMA

A continuación se presenta el organigrama de Quisqueya Crafts segmentado por departamentos.



Perfil Departamental

- **Planificación y Desarrollo:** Responsable de la elaboración del Plan Estratégico de la empresa y las metas a concretar, que permitirán abordar cada uno de los objetivos estratégicos propuestos; las propuestas de cambios organizacionales, de reingeniería de procesos, gestión de la calidad y evaluación empresarial.
- **Comunicación y Marketing:** Responsable de la comercialización y comunicación de la plataforma, desarrollo de las estrategias y aplicación de las estrategias y acciones de marketing necesarias para catapultar y posicionar el proyecto entre su público clave.
- **Finanzas:** Responsable de la salud financiera del proyecto, se encarga de definir, administrar y gestionar los recursos económicos de la empresa, con el fin de asegurar la inversión y la vida útil y rentable de la plataforma.
- **Relaciones con Asociados:** Responsable de cuidar y cultivar las relaciones con los grupos de interés de la empresa. Se encarga de velar por el lobbying adecuado y de mantener los contactos estratégicos necesarios para la puesta en marcha y funcionamiento del proyecto. Además, tiene el rol de capturar clientes y potenciales usuarios para la plataforma, en conjunto con el área de Comunicación y Marketing.
- **Customer Experience:** Responsable de gestionar la experiencia de usuario. Se encarga de velar por brindar un customer journey satisfactorio, definiendo y estableciendo estadísticas y métricas que permitan su medición y el monitoreo del comportamiento del usuario dentro de la plataforma.
- **Tecnología de la Información:** Responsable del desarrollo y ejecución técnica de la plataforma. Se encarga de implementar las tecnologías adecuadas para mantener la empresa en vanguardia e innovación, aportando soluciones de inteligencia artificial y big data de forma constante, siempre alineado a los nuevos tiempos y a las tecnologías 2.0.



Estructura Organizacional

Los responsables de liderar cada uno de los departamentos definidos anteriormente y que se encargarán de velar por el correcto funcionamiento de los mismos, garantizando el cumplimiento de los objetivos estratégicos establecidos en particular, alineados a la visión empresarial; son los que se presentan a continuación.

Estructura Organizacional / 2020 - 2022



Quisqueya Crafts presentará un incremento en su estructura organizacional a partir del 4to año de operación, con la finalidad de brindar soporte a los puestos directivos, en diversas tareas de acuerdo al área de dirección y como muestra de crecimiento empresarial.

Estructura Organizacional / 2023 - 2024





Estructura Organizacional / 2024 en adelante



NECESIDADES DE PERSONAL

Quisqueya Crafts, al ser una startup y un proyecto que se manejará en su mayor parte de forma virtual de manera inicial, estará limitado a contar solamente con los fundadores del proyecto durante los primeros tres años de operaciones; los mismos, se encargarán de realizar las funciones pertinentes de los roles asignados, y por igual, estarán realizando cualquier tarea extracurricular que la organización requiera.

A medida que la empresa se vaya expandiendo, así mismo se estarán creando planes de crecimiento a nivel empresarial, y en este caso particular, aumento de personal según sea necesario. La estimación de las necesidades de los próximos 5 años se presenta de la forma siguiente:

CARGO/POSICIÓN	2020	2021	2022	2023	2024
Directora Planificación y Desarrollo	1	1	1	1	1
Directora Comunicación y Marketing	1	1	1	1	1
Directora Finanzas	1	1	1	1	1
Directora Relaciones con Asociados	1	1	1	1	1
Directora Customer Experience	1	1	1	1	1
Director Tecnología de Información	1	1	1	1	1
Técnico E-commerce y Marketplace	-	-	-	1	1
Analista de Contabilidad	-	-	-	1	1
Analista de Experiencia de Clientes	-	-	-	-	1
TOTAL	6	6	6	8	9



Cabe destacar que Quisqueya Crafts estará gestionando el desarrollo y la creación de la plataforma a través de una empresa Outsourcing. Por igual, el mantenimiento de la plataforma estará siendo subcontratado a esta misma empresa. Esta variante se estará viendo presentada en el plan financiero.

Política Retributiva

Como fue dicho en la sección anterior, Quisqueya Crafts durante su fase inicial, será un proyecto que contará con limitado personal, es decir, los propios fundadores para los primeros tres años de operaciones. Por lo que, cabe destacar que los mismos continuarán desempeñando sus funciones en el área profesional que se encuentren en la actualidad; teniendo como enfoque lo siguiente:

- Esto viene siendo una forma de medida de generar ingresos con los cuales poder invertir en el proyecto.
- No depender estrictamente de la generación de ingresos que pueda tener Quisqueya Crafts en el corto plazo.
- Las ganancias obtenidas del proyecto serán utilizadas como reinversión en el mismo, ya que el equipo tiene como fin principal, el crecimiento de la empresa.

Por otra parte, los empleados auxiliares que empezarán a formar parte de la empresa a partir del 4to año, y cuya jornada laboral será de medio tiempo; tendrán los siguientes beneficios:

Tabla 4. Gastos de Nómina

CARGO/POSICIÓN	Salario Bruto Mensual	Salario Bruto Annual
Técnico E-commerce y Marketplace	\$ 150.00	\$ 1,800.00
Analista de Contabilidad	\$ 150.00	\$ 1,800.00
Analista de Experiencia de Clientes	\$ 150.00	\$ 1,800.00
TOTAL	\$ 450.00	\$ 5,400.00

*Todos los costos en US\$

Detalles y aspectos a tomar en cuenta:

- El personal contará con un salario 13 que será dado en el último mes del año.
- El personal contará de un porcentaje de aumento en función de la tasa de inflación que exista en el momento, el cual será dado al cuarto mes del cada año.
- El personal contará con servicios de seguridad social.
- El personal sólo contará de un salario fijo.



Descripción de Puestos

Puestos definidos para los roles mencionados en la sección “Estructura Organizacional”.

DESCRIPCIÓN DE PUESTO	
Puesto:	Director Planificación y Desarrollo
Departamento:	Planificación y Desarrollo
Compañía:	Quisqueya Crafts
Objetivo del Puesto:	
Determinar y velar por el cumplimiento de los planes estratégicos de la empresa para el alcance de objetivos establecidos. Coordinar los procesos y operaciones de la empresa, asegurando que estos se cumplan de forma efectiva.	
Funciones y Responsabilidades	
<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar, implementar, coordinar, revisar, evaluar y mejorar los procedimientos y políticas de la empresa, además de las actividades e iniciativas de la misma. - Constituir y comunicar la misión y visión de la empresa. - Definir las líneas estratégicas de la empresa, de acuerdo con los objetivos de negocio. - Definir los objetivos estratégicos de la empresa a corto y largo plazo. - Diseñar e implementar el plan de negocios. - Diseñar y establecer indicadores de gestión para el seguimiento y evaluación del desempeño de los procesos, asegurando que se realicen los mismos de forma eficaz. - Realizar el mapeo de procesos y definir grupos claves de apoyo. - Liderar e implementar reingeniería de procesos en los diferentes procesos de la empresa. - Velar por la integración conjunta de los procesos. 	
Perfil Académico y Profesional	
Grado Académico:	Ingeniero Industrial
Área o Carrera:	Ingeniería Industrial, Calidad
Especialidad Adicional:	Gestión de Calidad y Reingeniería de Procesos, Manejo de Proyectos
Experiencia:	5 años de experiencia
Habilidades y Aptitudes	
<ul style="list-style-type: none"> - Gestión y liderazgo. - Habilidades de comunicación y trato interpersonal. - Dominio de idiomas. - Alto manejo de proyectos, gestión de la calidad y procesos. - Orientación al logro, confiable, detallista, ético. - Alta capacidad de análisis, planificación y organización. - Flexibilidad y sensibilidad, con capacidad de adaptarse a distintas situaciones. 	



DESCRIPCIÓN DE PUESTO



Puesto:	Director Comunicación y Marketing
Departamento:	Comunicación y Marketing
Compañía:	Quisqueya Crafts

Objetivo del Puesto:

Definir las líneas estratégicas y diseñar el programa táctico de actividades de promoción, publicidad y gestión comercial de la empresa.

Funciones y Responsabilidades

- Evaluación y desarrollo de la estrategia de marketing y el plan de marketing.
- Planificación, dirección y coordinación de esfuerzos de marketing.
- Comunicación del plan de marketing.
- Investigación de la demanda de los productos y servicios de la empresa.
- Investigación de la competencia.
- Desarrollo de estrategias de precios con el objetivo de maximizar los beneficios y la participación en el mercado, mientras mantiene la satisfacción del cliente.
- Identificación de clientes potenciales.
- Desarrollo de promociones con gestores publicitarios.
- Desarrollo y gestión de campañas publicitarias.
- Creación de conciencia de marca y posicionamiento.
- Supervisión de la estrategia de marketing en redes sociales y marketing de contenidos.

Perfil Académico y Profesional

Grado Académico:	Licenciado Publicidad o Marketing
Área o Carrera:	Marketing, Publicidad, Diseño
Especialidad Adicional:	Transformación Digital, Marketing Digital
Experiencia:	5 años de experiencia

Habilidades y Aptitudes

- Habilidades de gestión de tiempo eficaz.
- Atención a los detalles.
- Alta capacidad para la gestión de presupuestos.
- Ética laboral proactiva y profesional.
- Alta competencia en la gestión de proyectos.
- Excelentes habilidades de comunicación interpersonal, escrita y oral.
- Alta capacidad de análisis, planificación y organización.
- Creatividad e Innovación.
- Dominio de idiomas.



DESCRIPCIÓN DE PUESTO



Puesto:	Director Finanzas
Departamento:	Finanzas
Compañía:	Quisqueya Crafts

Objetivo del Puesto:

Gestionar funciones de contabilidad y de control financiero y establecer una estrategia financiera para la rentabilidad a largo plazo para el crecimiento del negocio, tomando decisiones relevantes en materia de inversión o financiación en la empresa.

Funciones y Responsabilidades

- Revisar y desarrollar políticas para regular las opciones financieras de la empresa.
- Estimar costos y ganancias para prever el logro de los objetivos establecidos.
- Comprensión y desarrollo de presupuestos y finanzas, incluidos gastos, créditos para investigación y desarrollo, retornos de inversión y proyecciones de pérdidas y ganancias.
- Establecer y poner en marcha un sistema para el control de costes.
- Analizar las posibilidades de inversión.
- Conseguir financiación bancaria.
- Asignación y control de los costes.
- Idear métodos para maximizar las ganancias de la empresa.
- Monitorear las tendencias que afecten el estado financiero de la empresa y planificar nuevas estrategias.
- Servir de mediador entre la compañía, sus accionistas e inversores, procurando el beneficio de todas las partes involucradas.

Perfil Académico y Profesional

Grado Académico:	Licenciado en Administración de Empresas o Contabilidad
Área o Carrera:	Finanzas, Contabilidad, Administración, Economía
Especialidad Adicional:	MBA, Finanzas estratégicas
Experiencia:	5 años de experiencia

Habilidades y Aptitudes

- Dominio de idiomas.
- Gestión y liderazgo.
- Habilidades de comunicación y trato interpersonal.
- Estratega.
- Filosofía corporativa y visión estratégica.
- Habilidades matemáticas, contables.
- Alta capacidad de análisis para la resolución de problemas y toma de decisiones.
- Organización y gestión del tiempo.
- Orientación al logro, confiable, detallista, ético.



DESCRIPCIÓN DE PUESTO



Puesto: Director Relaciones con Asociados

Departamento: Relaciones con Asociados

Compañía: Quisqueya Crafts

Objetivo del Puesto:

Gestionar y capturar grupos de interés claves, logrando la afiliación de los mismos a la empresa. Asegurar y mantener de forma satisfactoria estas relaciones, resolviendo los conflictos de forma eficaz y garantizando el compromiso y la implementación de estrategias de fidelización.

Funciones y Responsabilidades

- Mantener una comunicación fluida con los asociados y clientes afiliados.
- Negociar acuerdos de servicio entre los distintos tipos de clientes.
- Definir y establecer convenios entre la empresa y las partes interesadas.
- Gestión y resolución de problemáticas de asociados y/o clientes afiliados, asegurando el buen funcionamiento de la empresa.
- Definir y establecer estrategias de ventaja competitiva para la retención y atracción de asociados y clientes potenciales.
- Monitorear el desempeño de cada uno de los asociados y clientes afiliados.
- Elaborar y gestionar los contratos de asociación, así como los criterios y estándares que deben cumplir los asociados, y velar por el cumplimiento de los mismos.
- Realizar proceso de selección de asociados y clientes afiliados a la empresa.
- Ganar confianza, adquirir influencia y credibilidad con los grupos de interés para cultivar buenas relaciones laborales.

Perfil Académico y Profesional

Grado Académico: Licenciado en Relaciones Públicas o Psicología Industrial

Área o Carrera: Psicología Industrial, Marketing, Relaciones Públicas

Especialidad Adicional: Derecho laboral, Recursos Humanos

Experiencia: 5 años de experiencia

Habilidades y Aptitudes

- Ética laboral y profesional.
- Dominio de idiomas.
- Habilidades de comunicación y trato interpersonal.
- Gran capacidad de diálogo y negociación.
- Una actitud seria pero íntegra, con capacidad de transmitir veracidad y fiabilidad a los grupos involucrados.
- Actitud proactiva y resolutiva de los conflictos laborales.
- Destrezas en manejo de personal y competencias psicológicas.



DESCRIPCIÓN DE PUESTO



Puesto:	Director Customer Experience
Departamento:	Customer Experience
Compañía:	Quisqueya Crafts

Objetivo del Puesto:

Gestión total de la experiencia del cliente. Diseñar las interacciones del cliente, para que las mismas cumplan o excedan sus expectativas, al mismo tiempo que se asegura de garantizar la diferenciación entre los competidores y la generación de relaciones duraderas con los clientes.

Funciones y Responsabilidades

- Desarrollar herramientas y metodologías para comprender a los diferentes tipos de clientes y analizar la experiencia que estos viven con la compañía (Desarrollo Customer Journey).
- Diseño del Customer Experience Strategy.
- Identificar el Buyer Persona.
- Capturar la voz del cliente de forma sistemática y distribuirla para generar acciones en las diferentes partes de la compañía.
- Aplicar metodologías y herramientas de innovación y diseño para transformar productos e interacciones a partir de la comprensión de las necesidades y preferencias de los usuarios.
- Desarrollo de una cultura centrada en el cliente, realizando acciones para la concienciación e introducción de las herramientas y metodologías de experiencia de cliente en toda la compañía.
- Conectar el branding de la marca con la emoción del cliente.

Perfil Académico y Profesional

Grado Académico:	Ingeniero Industrial o Licenciado en Marketing
Área o Carrera:	Marketing, Ingeniería Industrial
Especialidad Adicional:	Experiencia del cliente, Calidad, Estrategia, Servicio al Cliente
Experiencia:	5 años de experiencia

Habilidades y Aptitudes

- Visión y pensamiento estratégico.
- Alto nivel de gestión para el manejo de relaciones con clientes.
- Liderazgo e influencia.
- Creatividad e Innovación.
- Alta capacidad de análisis, planificación y organización.
- Amplio conocimiento de calidad y atención al cliente.
- Habilidades de comunicación y trato interpersonal.
- Capacitada de análisis emocional y empatía.
- Dominio de idiomas.



DESCRIPCIÓN DE PUESTO



Puesto:	Director Tecnología de Información
Departamento:	Tecnología de Información
Compañía:	Quisqueya Crafts

Objetivo del Puesto:

Planificar, diseñar, ejecutar y monitorear la estrategia de tecnologías de información. Proporcionar conciencia global de las tecnologías de vanguardia que se pueden utilizar para avanzar en la misión de la organización.

Funciones y Responsabilidades

- Definir políticas y normas de seguridad de la información así como procedimientos generales de seguridad física y lógica tanto en tecnologías de la información como en comunicaciones.
- Desarrollo de procesos de planeación de tecnología: Formular, planear, dirigir y controlar proyectos de implementación tecnológica y manejo de expectativas de usuarios.
- Dirigir y Planificar las asesorías tecnológicas a las áreas de negocio respecto a sus requerimientos de sistemas, comunicaciones, redes e infraestructura tecnológica.
- Evaluar el mercado para encontrar tecnologías que puedan satisfacer más eficazmente las necesidades de la empresa.
- Monitorear y evaluar el alineamiento de los sistemas de información a los procesos corporativos.
- Proponer y administrar el presupuesto de gastos e inversiones tecnológicas.
- Colaborar y gestionar outsourcing que suministran servicios y soluciones para mejorar el producto de la empresa.

Perfil Académico y Profesional

Grado Académico:	Inggeniero en Informática o Sistemas
Área o Carrera:	Software, Informática, Sistemas
Especialidad Adicional:	Inteligencia Artificial, Big Data, Desarrollo de Aplicaciones, WEB
Experiencia:	5 años de experiencia

Habilidades y Aptitudes

- Amplio conocimiento de los sistemas informáticos, redes y productos de software.
- Capacidad de negociación y persuasión.
- Gestión y liderazgo.
- Habilidades de comunicación.
- Dominio de idiomas.
- Destrezas en informática y conocimiento del lenguaje.
- Capacidad de dar información compleja de un modo directo y sencillo.



DESCRIPCIÓN DE PUESTO



Puesto:	Técnico E-commerce y Marketplace
Departamento:	Comunicación y Marketing
Compañía:	Quisqueya Crafts
Objetivo del Puesto:	
Gestionar, seguir y supervisar los productos y las ventas de los distintos canales.	
Funciones y Responsabilidades	
<ul style="list-style-type: none">- Captar nichos de mercado, publicidad.- Realizar seguimiento de las ventas y del retorno de la inversión.- Relación con proveedores.- Utilización de herramientas de posicionamiento de productos.- Utilización herramientas de gestión de rentabilidad.	
Perfil Académico y Profesional	
Grado Académico:	Licenciado en Publicidad
Área o Carrera:	Publicidad, Marketing y Diseño
Especialidad Adicional:	N/A
Experiencia:	2 años de experiencia en posiciones similares
Habilidades y Aptitudes	
<ul style="list-style-type: none">- Formación Universitaria.- Alto nivel de inglés.- Dominio de Excel.- Conocimientos de prestashop.- Conocimiento de las principales herramientas de Marketplace.	



DESCRIPCIÓN DE PUESTO



Puesto: Analista de Contabilidad

Departamento: Finanzas

Compañía: Quisqueya Crafts

Objetivo del Puesto:

Realizar actividades contables, financieras, presupuestarias y de control, según sea el área asignada, siguiendo las políticas establecidas y lineamientos estratégicos, dando cumplimiento a los objetivos de la compañía.

Funciones y Responsabilidades

- Recibir, examinar, clasificar, codificar y efectuar el registro contable de documentos.
- Revisar y comparar lista de pagos, comprobantes, cheques y otros registros con las cuentas respectivas.
- Archivar documentos contables para uso y control interno.
- Elaborar y verificar relaciones de gastos e ingresos.
- Revisar y verificar planillas de retención de impuestos.
- Realizar cualquier otra tarea que le sea asignada.

Perfil Académico y Profesional

Grado Académico: Licenciado en Contabilidad

Área o Carrera: Administración de Empresas, Finanzas , Contabilidad

Especialidad Adicional: N/A

Experiencia: 2 años de experiencia en posiciones similares

Habilidades y Aptitudes

- Habilidad numérica.
- Trabajo bajo presión.
- Conocimiento de facturación.
- Aplicación contable.
- Contabilidad general.
- Manejo de paquetería Office.



DESCRIPCIÓN DE PUESTO	
Puesto:	Analista de Experiencia de Clientes
Departamento:	Customer Experience
Compañía:	Quisqueya Crafts
Objetivo del Puesto:	
Diseñar y construir los diferentes pasillos del cliente (Journey Maps), identificando los momentos de la verdad, los momentos de dolor y las oportunidades de mejora de mayor impacto (Quick Wins).	
Funciones y Responsabilidades	
<ul style="list-style-type: none"> - Diseñar estratégicamente la Experiencia al Cliente a nivel corporativo. - Implementar los estudios de Experiencia al Cliente (foco cliente y corredores). - Diseñar, elaborar y monitorear el tablero de control para la medición de experiencia del cliente a través de dos principales ejes: Indicadores Operativos e Indicadores de Percepción al Cliente (Nivel de Satisfacción al Cliente, Recomendación y Esfuerzo). 	
Perfil Académico y Profesional	
Grado Académico:	Ingeniero Industrial
Área o Carrera:	Ingeniería Industrial, Marketing
Especialidad Adicional:	N/A
Experiencia:	2 años de experiencia en posiciones similares
Habilidades y Aptitudes	
<ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento de metodología de Experiencia al Cliente y Customer Journey. - Manejo de procesos y gestión de proyectos. - Conocimiento de Marketing, Marketing de Servicios y Endomarketing. - Conocimiento en temas relacionados a Investigación de Mercado - Dominio de Excel y Power Point a nivel avanzado. 	

Tabla 5. Gastos Operativos de RRHH

CONCEPTO	2020	2021	2022	2023	2024	DESCRIPCIÓN
Reclutamiento	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	Fuentes sin costos
Servicios de Seguridad Social	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 635.31	\$ 978.38	Para las contingencias comunes (SFS, AFP, SRL e INFOTEP), un 22.2% de la nómina, donde el 16.29% es responsabilidad del empleador y el 5.91% del empleado
Gestión de Actividades	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 300.00	\$ 315.00	Actividades de Integración y Convivencia
TOTAL	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 935.31	\$ 1,293.38	

*Todos los costos en US\$



PLAN FINANCIERO

INTRODUCCIÓN

Quisqueya Crafts será constituida como una Sociedad de Responsabilidad Limitada a finales del año 2019, para comenzar su actividad comercial en enero del 2020 en el territorio nacional de la República Dominicana.

Las proyecciones de este plan financiero se han hecho para cinco años, comprendiendo un periodo entre 2020 – 2024; no obstante, estas proyecciones se consideran temporales debido a que cualquier proyección a largo plazo no es objetiva; es por esto que se pretende revisar periódicamente tanto el plan financiero como el estratégico, con el objetivo de poder tomar decisiones que estén a favor del crecimiento positivo de la empresa, optimizando las precisiones de las estimaciones realizadas.

Para el planteamiento del plan financiero partimos de los siguientes supuestos:

- Impuesto a la Transferencia de Bienes Industrializados y Servicios (ITBIS) de un 18%. Lo que en otros países, incluyendo España, es llamado Impuesto al Valor Agregado (IVA).
- Moneda que aplica en el plan financiero es el Dólar Estadounidense.
- Aplicación de políticas fiscales, monetarias y legales de la República Dominicana.

PLAN DE INVERSIÓN

Gastos Operacionales 2019

Los gastos operacionales requeridos para que Quisqueya Crafts comience a operar se dividen en los gastos necesarios para la constitución de la misma como empresa y el diseño y desarrollo de la página web. Los gastos de constitución contemplan el registro de la marca, impuestos internos por constitución, registro mercantil y RNC.

Tabla 6. Gastos Operativos 2019

GASTOS OPERATIVOS	2019
Gastos de Constitución	\$ 150.00
Diseño/Desarrollo Página Web	\$ 4,500.00
TOTAL	\$ 4,650.00

El total de los gastos operativos tendrá que ser desembolsado en el último mes del presente año, para ser capaces de asumir los gastos en el tiempo oportuno y de esta forma asegurar el buen funcionamiento de la empresa al inicio del año 2020.



Quisqueya Crafts como solución digital, será creada con un capital social de US\$ 15,000.00, proveniente de fondos propios de sus fundadores y tomando en cuenta que los costos de inversión inicial ascienden a US\$ 4,650.00, no se ha considerado necesario la adquisición de préstamos o inversionistas externos para la financiación inicial de la empresa.

Activos Iniciales

Partiendo de los gastos operacionales del punto anterior, y después de aplicado el impuesto a pagar de hacienda y seguridad social, obtenemos una tesorería disponible de US\$ 9,513.00; lo que nos da como resultado el siguiente Activo Total.

Tabla 7. Activos Iniciales

CONCEPTO	IMPORTE
Activo No Corriente (Inmovilizado)	\$ 4,650.00
Inmovilizado Intangible	\$ 4,500.00
Gastos para Puesta en Marcha	\$ 150.00
Activo Corriente (Circulante)	\$ 10,350.00
H.P.D. por ITBIS soportado	\$ 837.00
Tesorería (Disponible)	\$ 9,513.00
Total Activo	\$ 15,000.00

Pasivos Iniciales

En vista de que no incurriremos en Gastos Financieros (préstamos) para la puesta en marcha del proyecto y que no tendremos Gastos de Nómina; incluyendo responsabilidades legales y actividades de integración de personal durante los primeros tres años, ya que las diferentes funciones serán ejecutadas por los miembros fundadores de la empresa sin salario asignado; el Total de Patrimonio Neto + Pasivos será igual al monto del capital social (US\$ 15,000.00).

Tabla 8. Patrimonio Neto + Pasivos Iniciales

CONCEPTO	IMPORTE
Patrimonio Neto - Recursos Propios	\$ 15,000.00
Capital (Inversores Internos)	\$ 15,000.00
Pasivo No Corriente (Exigible a LP)	\$ -
Acreedores L.P. Financ. (Préstamos y Crowdfunding)	\$ -
Acreedores L.P. Financieros - Leasing	\$ -
Pasivo Corriente (Exigible a CP)	\$ -
Salarios y Arrendamientos a Pagar	\$ -
H.P.D. por ITBIS soportado	\$ -
Total Patrimonio Neto y Pasivo	\$ 15,000.00



Tesorería Inicial

Quisqueya Crafts cuenta con una tesorería inicial de partida de US\$ 9,513.00, después de hechas las respectivas disminuciones iniciales al efectivo aportado; como se muestra con más detalle en la siguiente tabla.

Tabla 9. Tesorería Inicial Disponible

CONCEPTO	IMPORTE
Efectivo	\$ 15,000.00
Activo No Corriente (Inmovilizado)	\$ 4,650.00
Inmovilizado Intangible	\$ 4,500.00
Gastos para Puesta en Marcha	\$ 150.00
Activo Corriente (Circulante)	\$ 837.00
H.P.D. por ITBIS soportado	\$ 837.00
Tesorería Inicial (Disponible)	\$ 9,513.00

Política de Reparto de Beneficios

En vista de que los dividendos representan para los accionistas una fuente de flujo de efectivo, así como un indicador clave para monitorear el desempeño en tiempo presente y futuro de la empresa; Quisqueya Crafts propone el siguiente reparto de beneficios:

Tabla 10. Reparto de Beneficios

DISTRIBUCIÓN BENEFICIO NETO	2020	2021	2022	2023	2024
Reserva Legal Obligatoria	10%	10%	10%	10%	10%
Reservas Voluntarias	50%	50%	50%	40%	40%
Inversores Internos y Externos (Pago Dividendos)	40%	40%	40%	50%	50%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

PLAN DE FINANCIACIÓN

Una vez establecidos los cálculos para el plan de inversiones, es preciso realizar las estimaciones de financiación, y de esta forma asegurar la ejecución del plan de inversión y el buen funcionamiento de la empresa para sus dos primeros años de operaciones ya que de acuerdo con los estados financieros, se espera que para el tercer año las ventas hayan sido las esperadas y puedan financiar los diferentes costos en los que incurra Quisqueya Crafts.

Para la puesta en marcha de la empresa, el financiamiento de US\$ 15,000.00, será soportado por el capital social que harán los seis socios fundadores de la empresa. Tomando en consideración



que tanto el modelo de negocio como el plan financiero serán validados durante el primer año de operaciones y de éste dependerá el desarrollo de la empresa a lo largo de los siguientes años; con el objetivo de tomar las decisiones necesarias y más convenientes acerca de la forma de financiar el crecimiento de la empresa.

Capital Social

Del monto total del capital social, cada socio tendrá la obligación de realizar una entrega de US\$ 900.00 al inicio de la creación de Quisqueya Crafts, entrega pautada para el 24 de noviembre del 2019 y un segundo desembolso de US\$ 1,600.00 para febrero del año 2020, representando así la suma de estas cantidades el 100% de la financiación de Quisqueya Crafts.

Tabla 11. Inversiones y Financiación Prevista

	Apertura 1º Ejerc. 2020	Cierre 1º Ejerc. 2020	Cierre 2º Ejerc. 2021	Cierre 3º Ejerc. 2022	Cierre 4º Ejerc. 2023	Cierre 5º Ejerc. 2024
Inversión en Inmovilizado (Activo No Corriente)	31.00%	55.27%	55.40%	16.80%	4.12%	0.00%
Inversión en Circulante (Activo Corriente)	69.00%	44.73%	44.60%	83.20%	95.88%	100.00%
INVERSIÓN TOTAL (Inmovilizado + Circulante)	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
Total Dólares	\$ 15,000.00	\$ 6,513.20	\$ 4,873.49	\$ 10,713.42	\$ 21,818.86	\$ 43,201.27
FINANCIACIÓN TOTAL (Propia + Ajena)	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
Recursos Propios (Patrimonio Neto)	100.00%	100.00%	100.00%	94.55%	94.64%	94.13%
Recursos Ajenos (Pasivo No Corriente + Pasivo Corriente)	0.00%	0.00%	0.00%	5.45%	5.36%	5.87%
Fondo de Maniobra	\$ 10,350.00	\$ 2,913.20	\$ 2,173.49	\$ 8,329.42	\$ 19,749.92	\$ 40,663.64
(Recursos Permanentes - Activo No Corrientes)	69.00%	44.73%	44.60%	77.75%	90.52%	94.13%

* Datos del Balance de Situación.



CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Proyección de Ventas

Los ingresos de Quisqueya Crafts serán provenientes de un 30% de comisión de las ventas de artesanías a través de la plataforma web y del 15% de comisión de las ventas de artículos personalizados.

En base a los resultados de las encuestas, se determinó que el monto promedio que está dispuesto a gastar el cliente en artesanías es de unos **US\$ 59.29**; estimación obtenida a partir del monto medio de cada rango de precios y el porcentaje de encuestados que seleccionaron cada monto. Se mantiene este monto como mínimo durante los cinco años de proyección de las ventas.

El número de clientes a captar por año se estimó a través del plan de medios y de acuerdo a los resultados de las encuestas estimamos que el 20% de esos clientes desearán personalizar los productos adquiridos; a los cuales se les cobrará un 20% del valor de su compra por dicha personalización.

A continuación se muestra una tabla representativa de los objetivos económicos y financieros de Quisqueya Crafts, donde se consideró el mínimo de 1 venta/cliente en cada año.



Tabla 12. Objetivos Económicos – Financieros

	Cierre 1º Ejerc. 2020		Cierre 2º Ejerc. 2021		Cierre 3º Ejerc. 2022		Cierre 4º Ejerc. 2023		Cierre 5º Ejerc. 2024	
Ventas Previstas (Ingresos)	\$ 100,868.89	100.00%	\$ 137,555.17	100.00%	\$ 188,798.33	100.00%	\$ 263,273.69	100.00%	\$ 374,949.96	100.00%
Crecimiento de las Ventas			36.37%		37.25%		39.45%		42.42%	
Margen Bruto s/ Ventas	\$ 27,332.22	27.10%	\$ 37,273.01	27.10%	\$ 51,158.26	27.10%	\$ 71,338.68	27.10%	\$ 101,599.34	27.10%
EBITDA	\$ (2,825.78)	-2.80%	\$ 5,752.89	4.18%	\$ 15,651.20	8.29%	\$ 25,015.96	9.50%	\$ 43,973.95	11.73%
EBIT (o BAI)	\$ (3,725.78)	-3.69%	\$ 4,852.89	3.53%	\$ 14,751.20	7.81%	\$ 24,115.96	9.16%	\$ 43,073.95	11.49%
Beneficio Neto s/ Ventas	\$ (8,486.80)	-8.41%	\$ (1,639.71)	-1.19%	\$ 5,255.93	2.78%	\$ 10,520.50	4.00%	\$ 22,838.68	6.09%
Cash-Flow Económico	\$ (7,586.80)	NS	\$ (739.71)	NS	\$ 6,155.93	3.26%	\$ 11,420.50	4.34%	\$ 23,738.68	6.33%

NOTA:

- Datos de la Cuenta de Resultados.
- Datos en color rojo, negativos.
- Margen Bruto: Ventas - Coste de Ventas o Coste Directo Variable.
- EBITDA: Earnig Before Interest, Taxes, Amortization and Depreciation = Resultado antes de Intereses, Impuestos y Amortizaciones.
- EBIT: Earnig Before Interest and Taxes = Resultado antes de Intereses e Impuestos.
- Cash-Flow = Beneficio Neto + Amortizaciones.



Gastos de Personal

Como se había indicado anteriormente, los socios de Quisqueya Crafts no contarán con un salario asignado en los primeros años de operaciones y a partir del tercer año, la empresa contará con un crecimiento en el área de recursos humanos, del cual se estiman unos gastos de nómina de US\$ 4,535.31 y US\$ 6,984.38 para los años 2023 y 2024 respectivamente.

Dentro de estos montos figuran los gastos de las responsabilidades legales con el empleado a cargo de Quisqueya Crafts. Estos montos son de US\$ 635.31 para el 2023 y unos US\$ 978.38 para el 2024.

Dentro de otros gastos de personal, están las capacitaciones previstas para los artesanos; de las cuales se ha hecho un estimado de US\$ 1,000.00 para el 1er año de operación, aumentando un 4% cada siguiente año, terminando así un monto estimado de US\$ 1,169.86 para el 5to año. Así mismo fueron estimados los gastos de las actividades de integración y convivencia que se estarán efectuando para el 4to y 5to año de operación, con un monto estimado de US\$ 300.00 y US\$ 312.00 respectivamente.

Gastos de Marketing

Una de las actividades más importantes dentro de la cuenta de pérdidas y ganancias es la de Marketing y Publicidad, ya que esta representa un gasto muy significativo para la empresa e impacta directamente en los resultados que se van obteniendo en cada periodo.

Para el 2020 Quisqueya Crafts incurrirá en un gasto de US\$ 23,570.00 y para los años 2021, 2022, 2023 y 2024 se reflejará un aumento de aproximadamente 5%, 15%, 20% y 25% respectivamente sobre el año anterior.

Cuenta de Resultados Previsional

Se realizó la cuenta de resultados para Quisqueya Crafts correspondiente a la primera etapa económica/estratégica de la empresa. Desde el año 2020 hasta el año 2024 y en la cual se tomaron en cuenta los siguientes aspectos.

- 30% Comisión por ventas destinado para Quisqueya Crafts, 70% para el artesano.
- 15% Comisión por ventas de artículos personalizados, destinado a Quisqueya Crafts, 85% para el artesano.
- Gastos de Marketing y Publicidad.
- Gastos de mantenimiento a servidores y renovación del dominio web.
- Renovaciones anuales de las licencias y softwares: CRM, E-Commerce, Ad Server y Hootsuite.
- Pago de 4% por transacción por uso de pasarela de pago.
- Entrenamientos periódicos para los artesanos.



- Gastos de nómina: Incluyendo responsabilidades legales y actividades de integración de personal para el 4to y 5to año de operación.
 - Responsabilidad legal del empleador
 - Seguro Familiar de Salud (SFS), un 7.09%
 - Seguro de Vejez, Discapacidad y Sobrevivencia – AFP, un 7.10%.
 - Seguro de Riesgos Laborales (SRL), un 1.10%.
 - Capacitaciones INFOTEP, un 1.00%.
- Amortización de activos inmovilizado intangible: Vida útil Página Web a 5 años.
- Inflación de 4% según la meta del Banco Central y el estimado para la economía dominicana.
- Tasa Impositiva de un 10%.
- Impuesto a la Transferencia de Bienes Industrializados y Servicios (ITBIS) de un 18%.
- No fueron considerados la adquisición de equipos tecnológicos. En una primera etapa cada socio fundador utilizará los recursos tecnológicos propios.
- Debido a la naturaleza del modelo de negocio, Quisqueya Crafts no contará con planta física ni inventario físico.

Tomando en consideración los costos, obligaciones y desarrollo paulatino de las pequeñas empresas, Quisqueya Crafts ha decidido estructurar sus estrategias financieras en 2 etapas. Esto implica una revisión financiera anual, a principios del año natural, luego del cierre fiscal de la empresa. También incluye una revisión trimestral para verificar el progreso en el cumplimiento de las metas de cada área, revisión de presupuestos para cada área y la revisión de acciones para lograr los objetivos.

De igual modo, debido a los altos costos de inversión, desarrollo y mantenimiento de una aplicación móvil (APP); Quisqueya Crafts ha tomado la decisión estratégica de en la primera etapa del proyecto manejarse a través de una página web adaptable y funcional para cualquier dispositivo móvil: Teléfonos (Android/IOS), tabletas, computadoras y laptops. En esta primera etapa, también Quisqueya Crafts se ha restringido la adquisición de recursos tecnológicos (Laptop) para los miembros de la empresa. Se contarán con los recursos tecnológicos (Laptop/Celulares/Internet) de cada miembro fundador.

En la segunda etapa de Quisqueya Crafts, de acuerdo a las proyecciones de ventas de los cinco años, la empresa tiene como objetivo estratégico el desarrollo de una aplicación móvil. Más abajo se presentan los gastos asociados a la Aplicación Móvil.

Tabla 13. Proyección de Costes de Aplicación Móvil

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
CONCEPTO	2025	2026	2028	2029	2030
App	\$ (33,201.00)	\$ (4,400.00)	\$ (4,576.00)	\$ (4,576.00)	\$ (4,583.04)
Programación y Desarrollo App	\$ (22,732.00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Instalación App	\$ (6,069.00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Mantenimiento App	\$ (4,400.00)	\$ (4,400.00)	\$ (4,576.00)	\$ (4,576.00)	\$ (4,583.04)



Por otra parte, la cuenta de resultados nos aporta unos datos financieros alentadores a partir del 3er año; pues partiendo de las ventas estimadas, explicadas anteriormente, vemos como se empiezan a obtener beneficios a partir de dicho año, para un Cash Flow positivo de US\$ 6,155.93.

Tabla 14. Resumen de Cuenta de Pérdidas y Ganancias

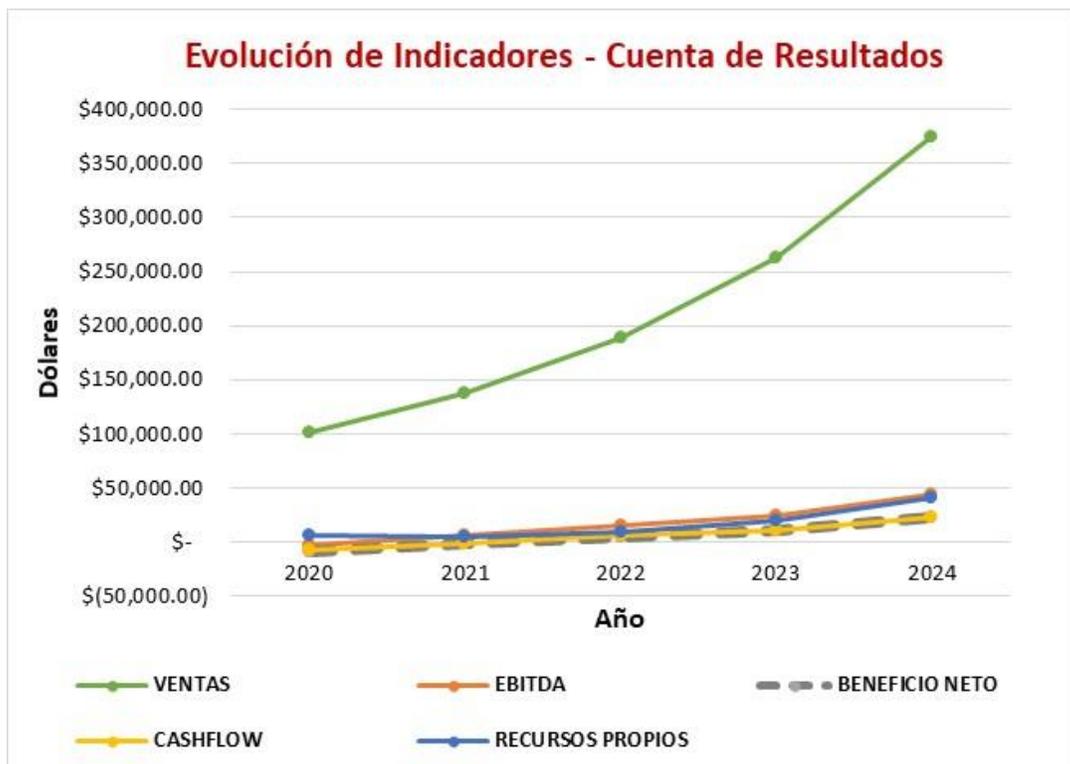
	2020	2021	2022	2023	2024
VOLUMEN VENTAS	\$ 100,868.89	\$ 137,555.17	\$ 188,798.33	\$ 263,273.69	\$ 374,949.96
CASHFLOW	\$ (7,586.80)	\$ (739.71)	\$ 6,155.93	\$ 11,420.50	\$ 23,738.68
BENEFICIO NETO	\$ (8,486.80)	\$ (1,639.71)	\$ 5,255.93	\$ 10,520.50	\$ 22,838.68
RECURSOS PROPIOS	\$ 6,513.20	\$ 4,873.49	\$ 10,129.42	\$ 20,649.92	\$ 40,663.64
RECURSOS AJENOS	\$ -	\$ -	\$ 583.99	\$ 1,168.94	\$ 2,537.63

*Datos de la Cuenta de Resultados.

**Datos en color rojo, negativos.

Se puede observar que en el primer año se obtienen altos márgenes de ventas, pero la comisión que se obtiene por dichas ventas aún no es suficiente para que la cuenta de resultados cierre en positivo para el mismo. A partir del tercer año se registra un aumento en el beneficio neto, siendo este positivo para éste y los próximos años de operación; por lo que se es capaz de cumplir con las obligaciones económicas de lugar y también arrojar resultados positivos en el Cash Flow, obteniendo beneficios.

Gráfico 1. Indicadores de la Cuenta de Resulta





CUENTA DE TESORERÍA

La cuenta de tesorería inicia con un monto de US\$ 9,513.00, considerado como suficiente para que Quisqueya Crafts comience sus operaciones, pues con este monto disponible el flujo mensual de tesorería para el primer año se mantiene en negativo por solo US\$ - 659.90, y ya para el segundo año se mantiene positivo hasta el quinto año, cerrando el mismo con un saldo de US\$ 42,429.54.

Tabla 15. Rentabilidad, Liquidez, Endeudamiento y Seguridad

	Cierre 1º Ejerc.2020		Cierre 2º Ejerc.2020		Cierre 3º Ejerc.2020		Cierre 4º Ejerc.2020		Cierre 5º Ejerc.2020	
Saldo en Tesorería	\$ 1,594.56	24.48%	\$ 1,890.37	38.79%	\$ 8,524.83	79.57%	\$ 20,376.99	93.39%	\$ 42,429.54	98.21%
Recursos Permanentes	\$ 6,513.20	100%	\$ 4,873.49	100%	\$ 10,129.42	94.55%	\$ 20,649.92	94.64%	\$ 40,663.64	94.13%
ROE (Return On Equity) Rentabilidad Financiera	NS		NS		51.89%		50.95%		56.16%	
ROI (Return On Investment) Rentabilidad Económica	NS		99.58%		137.69%		100.53%		99.71%	
Tesorería (Prueba Ácida) (Realizable + Disponible / Pasivo Corriente)	NS		NS		0.15		17.90		17.02	
Endeudamiento (Pasivo Total / Pasivo Total + Patrimonio Neto)	0.00%		0.00%		5.45%		5.36%		5.87%	
Capacidad de Devolver Deuda Financiera (Bfo Neto + Amortizaciones / Acreedores Financieros)	NS									
Punto de Equilibrio (Umbral de Rentabilidad o Break Event Point)	\$ 132,189.21		\$ 143,606.48		\$ 167,246.24		\$ 220,134.09		\$ 281,299.29	
Coefficiente de Seguridad (Ventas/Punto de Equilibrio)	0.76		0.96		1.13		1.20		1.33	
Pay-Back (Plazo Recuperación de la Inversión realizada durante el 1º Ejercicio Económico)	3 años y 2 meses									

* Datos de la Cuenta de Resultados y el Balance de Situación.



BALANCE DE SITUACIÓN

A continuación se muestra el resumen del balance de situación elaborado para los próximos cinco años de operación de Quisqueya Crafts.

Tabla 16. Resumen Balance de Situación. Parte 1.

	Apertura 1º Ejerc. 2020		Cierre 1º Ejerc. 2020		Cierre 2º Ejerc. 2021		Cierre 3º Ejerc. 2022		Cierre 4º Ejerc. 2023		Cierre 5º Ejerc. 2024	
	Dólares	%	Dólares	%	Dólares	%	Dólares	%	Dólares	%	Dólares	%
Activo No Corriente (Inmovilizado)	4,650.00	31.00%	3,600.00	55.27%	2,700.00	55.40%	1,800.00	16.80%	900.00	4.12%	0.00	0.00%
Activo Corriente (Circulante)	10,350.00	69.00%	2,913.20	44.73%	2,173.49	44.60%	8,913.42	83.20%	20,918.86	95.88%	43,201.27	100.00%
TOTAL ACTIVO	15,000.00	100.00%	6,513.20	100.00%	4,873.49	100.00%	10,713.42	100.00%	21,818.86	100.00%	43,201.27	100.00%
Patrimonio Neto - Recursos Propios	15,000.00	100.00%	6,513.20	100.00%	4,873.49	100.00%	10,129.42	94.55%	20,649.92	94.64%	40,663.64	94.13%
Pasivo No Corriente (Exigible a LP)	0.00	0.00%	0.00	0.00%	0.00	0.00%	0.00	0.00%	0.00	0.00%	0.00	0.00%
Pasivo Corriente (Exigible a CP)	0.00	0.00%	0.00	0.00%	0.00	0.00%	583.99	5.45%	1,168.94	5.36%	2,537.63	5.87%
TOTAL PATRIMONIO NETO + PASIVO	15,000.00	100.00%	6,513.20	100.00%	4,873.49	100.00%	10,713.42	100.00%	21,818.86	100.00%	43,201.27	100.00%
Saldo de Tesorería	9,513.00	63.42%	1,594.56	24.48%	1,890.37	38.79%	8,524.83	79.57%	20,376.99	93.39%	42,429.54	98.21%
Recursos Permanentes	15,000.00	100.00%	6,513.20	100.00%	4,873.49	100.00%	10,129.42	94.55%	20,649.92	94.64%	40,663.64	94.13%



Tabla 17. Resumen Balance de Situación. Parte 2.

	Cierre 1º Ejerc. 2020		Cierre 2º Ejerc. 2021		Cierre 3º Ejerc. 2022		Cierre 4º Ejerc. 2023		Cierre 5º Ejerc. 2024	
	Dólares	%								
INGRESOS (Ventas)	100,868.89	100.00%	137,555.17	100.00%	188,798.33	100.00%	263,273.69	100.00%	374,949.96	100.00%
Costes Directos Variables	73,536.68	72.90%	100,282.16	72.90%	137,640.07	72.90%	191,935.01	72.90%	273,350.62	72.90%
Otros Costes Variables	0.00	0.00%	0.00	0.00%	0.00	0.00%	0.00	0.00%	0.00	0.00%
Total COSTES de VENTAS (Costes Variables)	73,536.68	72.90%	100,282.16	72.90%	137,640.07	72.90%	191,935.01	72.90%	273,350.62	72.90%
(1) MARGEN BRUTO S/ VENTAS	27,332.22	27.10%	37,273.01	27.10%	51,158.26	27.10%	71,338.68	27.10%	101,599.34	27.10%
Gastos de Personal (Gastos de Estructura)	0.00	0.00%	0.00	0.00%	0.00	0.00%	4,535.31	1.72%	6,984.38	1.86%
Otros Gastos de Estructura (incluido Mk)	30,158.00	29.90%	31,520.12	22.91%	35,507.05	18.81%	41,787.41	15.87%	50,641.02	13.51%
Total GASTOS de ESTRUCTURA (Costes Fijos)	30,158.00	29.90%	31,520.12	22.91%	35,507.05	18.81%	46,322.72	17.59%	57,625.40	15.37%
(2) EBITDA (Beneficio Antes de Int., Imp., y Amortizaciones)	-2,825.78	-2.80%	5,752.89	4.18%	15,651.20	8.29%	25,015.96	9.50%	43,973.95	11.73%
Dotación a la Amortización (Contable)	900.00	0.89%	900.00	0.65%	900.00	0.48%	900.00	0.34%	900.00	0.24%
(3) EBIT (Beneficio Antes de Intereses e Impuestos)	-3,725.78	-3.69%	4,852.89	3.53%	14,751.20	7.81%	24,115.96	9.16%	43,073.95	11.49%
Gastos Financieros	4,761.01	4.72%	6,492.60	4.72%	8,911.28	4.72%	12,426.52	4.72%	17,697.64	4.72%
RESULTADO FINANCIERO	-4,761.01	-4.72%	-6,492.60	-4.72%	-8,911.28	-4.72%	-12,426.52	-4.72%	-17,697.64	-4.72%
+ Ingresos / -Gastos Excepcionales	0.00	0.00%	0.00	0.00%	0.00	0.00%	0.00	0.00%	0.00	0.00%
(4) EBT (Beneficio Antes de Impuestos)	-8,486.80	-8.41%	-1,639.71	-1.19%	5,839.92	3.09%	11,689.44	4.44%	25,376.31	6.77%
Provisión Impuesto s/ Beneficios	0.00	0.00%	0.00	0.00%	583.99	0.31%	1,168.94	0.44%	2,537.63	0.68%
(5) Resultado Neto	-8,486.80	-8.41%	-1,639.71	-1.19%	5,255.93	2.78%	10,520.50	4.00%	22,838.68	6.09%
Costes de Marketing	23,570.00	23.37%	24,824.60	18.05%	28,543.71	15.12%	34,245.53	13.01%	42,797.47	11.41%

*Datos en color rojo, negativos.



ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO

VAN Y TIR

Las expectativas de inversión con Quisqueya Crafts son favorables, pues las estimaciones financieras obtenidas reflejan la solidez del proyecto; y es que este se ha evaluado libre de sesgo relacionados a los extremos optimistas o muy conservadores, más bien se han considerado responsablemente las variables consideradas como críticas en el mercado. Las cifras de rentabilidad del proyecto se encuentran en la siguiente tabla.

Tabla 18. Datos VAN, TIR y PAYBACK

Valor Actual Neto (VAN)	\$ 15,156.83
Tasa Interna de Rentabilidad (TIR)	37.44%
Plazo de Recuperación de la Inversión	3 años y 2 meses

***NOTA:** Se ha considerado un tasa de descuento apropiada del 10% por el tipo de interés a largo plazo que ofrecen las diferentes entidades financieras (bancos), más una prima asociada al riesgo que tenga el proyecto.

Ratios de Rentabilidad, Eficiencia y Financieros

Teniendo claro que el 2020 será el año en el que se le dará inicio al proyecto y siendo conscientes de que el mercado de ventas de artesanías por internet no está tan explotado, representando así para Quisqueya Crafts una oportunidad de emprendimiento; no se espera obtener rentabilidades a corto plazo; pero sí a partir de año 2022 cuando el negocio se estabilice.

A partir del 2022 tendremos un flujo de caja disponible para replantear el plan de negocio y los objetivos estratégicos del proyecto a mediano plazo, con el objetivo de penetrar en el mercado.

A continuación se muestra la tabla con los ratios financieros más relevantes para la valoración de Quisqueya Crafts:

Tabla 19. Ratios Financieros

	2020	2021	2022	2023	2024
ROE	NS	NS	51.89%	50.95%	52.52%
ROI	NS	99.58%	137.69%	110.53%	93.59%
EBITDA/ Ventas	NS	4.18%	8.29%	9.50%	11.73%
Solvencia	NS	NS	18.35	18.67	18.14
Tesorería	NS	NS	15.26	17.90	18.14
Fondo de Maniobra	\$ 2,913.20	\$ 2,173.49	\$ 8,329.42	\$ 19,749.92	\$ 43,488.60
Punto Equilibrio	\$132,189.21	\$143,606.48	\$167,246.24	\$220,134.09	\$281,299.29
Coficiente Seguridad	0.76	0.96	1.13	1.20	1.33



ESCENARIOS Y PLAN DE CONTINGENCIAS

Escenario Negativo

En el supuesto no deseado de encontrarnos en una situación que no cumpla con las expectativas económicas previstas por la empresa y que por lo tanto, no se logren alcanzar los objetivos propuestos; se tomarían en consideración las siguientes acciones:

- ✓ Reducir las inversiones de marketing para aquellos casos que no se hubieren generado los retornos esperados y dirigir esa inversión hacia aquellos que hayan mostrado unos ingresos más favorables.
- ✓ Redirigir los recursos publicitarios y de captación de clientes hacia los sectores geográficos que hayan mostrado un mayor interés y aceptación de nuestro producto dentro del escenario negativo.
- ✓ Posibilidad de solicitar a los socios de la empresa una inyección de capital.

Escenario Positivo

En el caso de cumplir o sobrepasar las expectativas del proyecto, dándose una situación en la cual los resultados son mejores a los esperados y nuestros ingresos se incrementen cada año; se optaría por la puesta en marcha de las siguientes acciones:

- ✓ Asignar un salario a los fundadores del proyecto de empresa y seguir creciendo a nivel de recursos humanos.
- ✓ Incurrir en el desarrollo de la Aplicación Móvil, agregando valor al servicio que brindamos.
- ✓ Incurrir en la compra de equipos electrónicos para asignar al personal constituyente de la empresa.
- ✓ Incurrir en la adquisición de infraestructura física, donde se pueda tener un inventario.
- ✓ Crear alianzas con diferentes couriers para el transporte de la mercancía a vender y evaluar la posibilidad de exportar las artesanías.



BIBLIOGRAFÍA

- Catálogo y directorio de la Artesanía Dominicana, elaborado por el Viceministerio de Fomento a las MIPYMEs del Ministerio de Industria, Comercio y MIPYMEs de la República Dominicana, https://issuu.com/vicepymes/docs/artesania_2bc_low.
- Estadísticas del Banco Central de la República Dominicana sobre Turismo, <https://www.bancentral.gov.do/a/d/2537-sector-turismo>.
- Facebook Business Manager, <https://business.facebook.com/>.
- Opciones de segmentación de públicos de Facebook, <https://es-la.facebook.com/business/help/633474486707199>.
- Plan Estratégico del Sector Artesanal en República Dominicana, elaborado por el Viceministerio de Fomento a las MIPYMEs del Ministerio de Industria, Comercio y MIPYMEs de la República Dominicana, <https://pymes.do/static/media/attachments/CaribbeanExportPlanEstrategicoFinalX.pdf>.
- The global state of digital in 2019 – Hootsuite, <https://hootsuite.com/resources/digital-in-2019>.
- Sitio web de Preguntas Frecuentes de la Tesorería de la Seguridad Social de República Dominicana, https://www.tss.gov.do/pdf/faq_tss_317.pdf.



ANEXOS

- [Formularios.pdf.](#)
- [Respuestas.pdf.](#)
- [Validación del Mercado Disponible a través de Facebook.pdf.](#)
- [Operaciones-Marketing-RRHH QCrafts.xlsx.](#)
- [Plan Financiero QCrafts.xlsx.](#)
- [Cronograma Actividades.xlsx.](#)