

**UNIVERSIDAD ABIERTA PARA ADULTOS  
ESCUELA DE NEGOCIOS**



**TRABAJO FINAL**  
**“PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS ONLINE”**

**PARTICIPANTES:**  
**Betzaida Guerrero**  
**Wendy Almonte**  
**Lisaury Roque**

**Mat. -----**  
**10-4494**  
**15-4473**  
**16-5315**

**DIPLOMADO**  
**PLAN DE NEGOCIO Y GESTIÓN INTEGRAL DE PROYECTOS DE**  
**EMPRENDIMIENTO EN LINEA**

**FACILITADOR:**  
**Anny Restituyo**  
**Isabel Cuello**

**FECHA**  
**17-12-2020**

## Contenido

RESUMEN EJECUTIVO .....	4
INTRODUCCIÓN .....	5
CAPÍTULO I - PROCESO DE IDEACIÓN DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS..	6
1.1 Idea de negocio en línea .....	6
1.2 Antecedentes del negocio .....	8
1.3 Desarrollo de la idea de negocios .....	8
1.4 Buyer o persona .....	9
1.5 Propuesta de valor .....	11
1.6 Aspectos innovadores y diferenciadores del proyecto .....	12
1.7 Técnica de ideación del proyecto .....	12
1.8 Impacto del proyecto y bienestar del usuario .....	12
1.9 Validación del proyecto .....	13
1.10 Análisis del entorno (PEST) .....	14
CAPÍTULO II - PLAN DE DESARROLLO DEL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO EN LINEA.....	16
2.1- Diseño del plan estratégico del negocio.....	16
2.2.1- La filosofía institucional: declaración de la misión, visión y valores del Proyecto .....	16
2.2.2- Modelo de negocio canva .....	16
2.2.3- Objetivos generales y específicos.....	18
2.2.4- Ventaja competitiva del Proyecto .....	18
2.3- Análisis FODA.....	18
2.4- Mercado meta .....	19
2.5- Cadena de valor y mapa de procesos.....	20
2.5.1- Definición de proceso: estratégico, de apoyo y clave .....	22
2.5.2- Recursos Físicos.....	23
2.6- Plan operativo del Proyecto .....	24
Posicionar la marca y la empresa en el mercado.....	24
Fidelizar clientes existentes y obtener nuevos .....	24
2.6.1- Plan y presupuesto de marketing.....	25
2.6.2- Estrategia de precio .....	28
2.6.3- Estrategia de distribución .....	28

2.6.4- Estrategia y Proyección de ventas .....	29
2.6.5- Estructura organizativa .....	29
2.7- Plan financiero .....	30
2.7.1- Rentabilidad del proyecto.....	34
CAPITULO III - DISEÑO Y EMPRENDIMIENTO DEL NEGOCIO EN LINEA .....	35
3.1 Evaluación sobre la Viabilidad del Proyecto.....	35
Atractivo de la idea de negocio .....	35
Innovación del proyecto .....	35
Tipo de innovación del proyecto.....	35
Cómo posicionaremos la idea .....	36
3.2 Estructura de una Empresa / Negocio Virtual .....	37
Actividades claves dentro de los procesos de CRM/ERP/SCM. ....	37
CAPITULO IV- DISEÑO Y EMPRENDIMIENTO DEL NEGOCIO EN LINEA.....	41
4.1 Embudo de ventas aplicado a negocios digitales.....	41
4.2 Marketing Digital.....	42
4.3 Presupuesto del Plan de Marketing.....	43
CONCLUSIÓN .....	44
BIBLIOGRAFÍA .....	45
ANEXOS .....	46

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El Proyecto BESTLYWE consiste en una empresa dedicada al asesoramiento para el cuidado del cabello, lo cual combina con la distribución de manera exclusiva de los productos capilares Hydra Hair Natural.

Este proyecto ha sido ideado por un grupo de jóvenes emprendedoras que coincidieron en un curso final de grado en la universidad UAPA, donde se enfrentaron al reto de diseñar una idea de negocio de una empresa que preste sus servicios de forma virtual, atendiendo a la circunstancia creada por el Covid-19.

Las fuentes de ingresos del proyecto son las ventas online de los productos Hydra Hair Natural y los servicios de asesoramiento para cuidado del cabello, con los cuales se proyecta generar los ingresos necesarios para cubrir los gastos operativos de la empresa y ser rentables en el mercado.

En este proyecto se contempla una inversión inicial de \$1,200,000 pesos dominicanos, con los cuales se piensa adquirir el mobiliario, los equipos de transporte y el desarrollo de la plataforma tecnológica. Este capital será aportado por las tres socias del proyecto, quienes invertirán un monto de \$400,000 pesos cada una.

En un mercado tan diverso, donde existe mucha competencia, el servicio personalizado, los test online para el tipo de cabello y la atención a cada detalle y duda de los clientes es lo que nos diferenciara en el mercado y fidelizara a los clientes con nuestra empresa, para que al momento de requerir los servicios y productos que brindamos, estos nos vean como su primera opción.

## **INTRODUCCIÓN**

BESTLYWE es un proyecto empresarial que presenta la idea de negocio de una empresa dedicada al asesoramiento en el cuidado del cabello y a la distribución exclusiva vía online de los productos capilares Hidra Hair Natural.

En este proyecto se presenta el estudio de mercado que valida la aceptación por parte de clientes potenciales, de la idea de negocio que se desarrollara y el análisis foda, que contempla las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas a las que se puede enfrentar el proyecto en el tiempo.

En este trabajo investigativo se define el buyer persona al que van orientados los servicios y productos que comercializa BESTLYWE, al tiempo que se presentan los aspectos innovadores y diferenciadores del proyecto.

El diseño del plan estratégico del proyecto abarca desde su creación hasta la definición de la misión, visión y valores, presentando también los objetivos general y específicos del mismo, en conjunto con el análisis de las ventajas competitivas del proyecto, la cadena de valor y el mapa de procesos.

En este proyecto se definen las estrategias de precio a utilizar, la estructura organizativa, la proyección de ventas y la rentabilidad del proyecto, por medio a un plan financiero definido que analiza los ingresos y egresos, con la finalidad de medir el índice de rentabilidad y el tiempo de retorno de la inversión.

La parte final de esta investigación presenta lo relativo al marketing digital y la puesta en funcionamiento del proyecto en la plataforma web seleccionada para su desarrollo y lanzamiento final al público.

# CAPÍTULO I - PROCESO DE IDEACIÓN DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS

## 1.1 Idea de negocio en línea

Hemos identificado una idea de negocio de gran potencial, en un mercado bastante exigente, en el que cada día la demanda de los usuarios por el producto aumenta de forma significativa. Con la crisis generada por la pandemia a causa del Covid 19, muchas empresas se han visto en la necesidad de ofertar sus servicios a domicilio, lo que a su vez ha demostrado ser una oportunidad de negocio rentable.

El confinamiento a causa del covid 19 y el cierre de los salones por espacio de 3 meses obligo a las mujeres a tomar la decisión de adquirir los productos necesarios para mantener su cabello saludable y aplicárselos en casa de manera personal.

De aquí surge este proyecto **ORGANIC PRODUCT BESTLYWE**, empresa dedicada a la distribución exclusiva de los productos para el cuidado del cabello Hidra Hair Natural, los cuales están elaborados con ingredientes naturales, enfocados en brindar solución a la demanda de las consumidoras, que buscan recuperarse del daño que por años le han causado a su cabello haciendo uso de productos químicos.

Nuestra oferta se basa en brindar los productos y los servicios de asesoría personalizada con profesionales que asistirán a las clientes en la identificación de su tipo de pelo, análisis del daño en su cabello y recomendación de los productos que le ayudarán a lograr el resultado esperado. Para esto contaremos con la opción de un test en la página web, que les permitirá a los visitantes identificar su tipo de cabello, teniendo la opción de optar por la consulta en línea con el personal experto de nuestra empresa de forma virtual por medio a videollamadas.

El cliente puede adquirir el producto adecuado para su cabello conociendo de antemano la porosidad del mismo y recibir asesoría personalizada para lograr que su cabello tenga mayor crecimiento, evitar caída, evitar la caspa, entre otros.

**NOMBRE DE LA PROPUESTA** Organic Product BESTLYWE

<b>PROPUESTA</b>	<b>PUNTOS CRÍTICOS</b>	<b>IMPACTO</b>	<b>RIESGOS</b>
<p><b>Descripción</b> Somos una empresa comercializadora de los productos para el cabello Hydra Hair Natural, por medio a una página web que integra un Quiz del tipo de cabello y videos educativos</p> <p><b>Problemas a solucionar</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de asesoría personalizada</li> <li>• El que los clientes compren productos que no son para su cabello, lo que les impide alcanzar los resultados esperados</li> </ul>	<p><b>Puntos fuertes</b> Los productos naturales para el cabello tienen mucha demanda El Quiz para identificar el tipo de cabello es un factor innovador La asesoría por videollamadas</p> <p><b>Puntos débiles</b> La marca del producto es poco conocida en el mercado Existe mucha competencia en el mercado</p>	<p><b>Clients objetivo/ partners</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El cliente adquiere el producto que va acorde con su tipo de cabello</li> <li>• Resultados más efectivos</li> <li>• El cliente aprende acerca de su tipo de cabello y como tratarlo</li> </ul> <p><b>Beneficios para los clientes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cabello más hidratado</li> <li>• Catalogo con gran variedad</li> <li>• Asesoría personalizada</li> <li>• Productos naturales</li> </ul>	<p><b>Riesgos identificados</b></p> <p>Fallas en el resultados de los Quiz de los clientes Ventas por debajo de lo esperado</p> <p><b>Posibles barreras</b> Que los clientes tengan temor al servicio de asesoría y compras virtuales por ser una empresa nueva en el mercado</p>

**RECURSOS, COSTES E INGRESOS/ BENEFICIOS**

**Recursos para su puesta en marcha y funcionamiento**

- Recursos Humanos
- Página web
- Motor para entregas

**Principales costes**

- Compra de vehículo para entregas
- Nómina de empleados
- Compra de productos

**Principales ingresos/ beneficios**

- Ventas de productos
- Servicios de asesoría personalizada

## **1.2 Antecedentes del negocio**

El ser humano siempre ha tenido la necesidad de cuidarse su cabello, donde desde tiempos más antiguos con materiales como el jabón suplían esta necesidad, teniendo muchas veces reacciones alérgicas e irritaciones en el cuero cabelludo, pues no tenían alternativas disponibles.

El uso de aceites y fragancias naturales se popularizó como un método menos dañino, por medio a masajes en el cuero cabelludo y el posterior lavado del cabello, minimizando las irritaciones que causaba el jabón de cuaba y aportando olor al cabello ya lavado.

Con el paso del tiempo y el aumento de la tecnología se logró por medio a la mezcla de químicos la obtención de tratamientos que aportaban brillo al cabello, pero con los años dejaba un daño palpable al dejar de usarlos, lo que ha hecho que muchas mujeres busquen productos naturales para lavar su cabello, logrando de este modo que este mantenga su brillo natural sin dejar consecuencias negativas a futuro.

Visto esto, decidimos que era factible desarrollar una idea de negocios que supla esa necesidad, por lo que consideramos que, con la existencia en el mercado de una gran cantidad de productos naturales, podíamos convertirnos en distribuidores de una marca, representándola y potencializando sus ventas, haciendo de nuestro proyecto una gran empresa distribuidora de productos naturales para el cabello de la marca Hydra Hair Natural.

## **1.3 Desarrollo de la idea de negocios**

BESTLYWE es una empresa distribuidora de los productos naturales para el cuidado del cabello de la marca Hydra Hair Natural, por medio a una plataforma virtual que facilita las compras en una página web y la recepción de la mercancía en el domicilio del cliente, ofertando las opciones de pago en línea con tarjetas de crédito, débito, transferencias bancarias, paypal y pago en efectivo al momento de recibir la mercancía.

Nuestra propuesta integra el servicio de asesoría personalizada, con un personal capacitado para brindar soluciones a los clientes a través de la plataforma Zoom, con videollamadas que nos permitan interactuar con las clientas y asistirles en el proceso de identificación de su tipo de cabello y el proceso de aplicación de los productos para la obtención de los resultados que estas buscan al adquirir los mismos.

Nuestro mercado meta se compone por las mujeres en edades de 18 a 50 años, que buscan un producto que les garantice mantener un cabello saludable y el cuidado adecuado del mismo, donde ellas forman parte del proceso, al tiempo que aprenden y disfrutan de los beneficios que nuestros productos y servicios les ofrecen.









## **1.4 Buyer o persona**

La descripción de nuestro cliente ideal que se presenta en nuestro buyer persona, contiene los datos del comportamiento y las características demográficas que estos tienen, así como sus necesidades y objetivo.

Con el buyer persona tenemos a mano informaciones que son sumamente importantes para el desarrollo de las estrategias de negocio de nuestro proyecto, lo que nos permitirá enfocar las estrategias de marketing para obtener mejores resultados y maximizar las ventas

# BUYER PERSONA

Team <b>Organic Product BESTLYWE</b>		Designed by <b>BESTLYWE</b>		Date <b>Septiembre 2020</b>	Iteration <b>#1</b>
<b>FOTO</b>  	<b>COMPORTAMIENTOS OBSERVADOS</b>  <p>Utilizan productos naturales y libres de sal para proteger su cabellera          Optan por llevar los productos que les van a aplicar al salón          Dedican mucho tiempo a cuidar su cabello          Monitorean el resultado que los productos dejan en su cabello</p>		<b>COMPORTAMIENTOS EXTERNOS</b>   <p>Les gusta lucir su cabello y que las elogien diciendole que esta hidratado y bien cuidado          Tratan de llamar la atención y que su cabello cautive las miradas de quienes las acompañan y observan          Valoran la calidad y estan dispuestas a pagar por ella</p>		
<b>NECESIDADES Y OBJETIVOS</b>					
<p>Tener un cabello saludable          Tener una cabellera hidratada y con brillo          Minimizar el tiempo y esfuerzo que dedican para tratar su cabello          Ser asesoradas por profesionales sin tener que durar horas esperando en el salón          Minimizar las visitas al salón para tratamientos sencillos al cabello          Aprender a cuidar su cabello</p>					
<b>DATOS DEMOGRÁFICOS</b>  <p>Ingresos: RD\$15,000.00 a RD\$50,000.00          Sexo: Femenino          Rango de edad: De 18 a 50 años</p>				<b>OTROS DATOS DE INTERES. AFICIONES,, USO DE TECNOLOGÍA, REDES SOCIALES</b> <p>Pasan mucho tiempo en las redes sociales          Son agiles en el uso de la tecnología          Son aficionadas de los tutoriales de youtube          Les gusta seguir a influencers</p>	

## 1.5 Propuesta de valor

En nuestra propuesta de valor el cliente ideal son mujeres con edad entre 18 a 50 años que buscan productos naturales para cuidar su cabello y al mismo tiempo buscan aprender sobre su cabello y ser parte del proceso. Lo que nuestro formato virtual les brinda, junto a un catálogo de productos bastante amplio, con resultados garantizados y la asesoría de personal altamente calificado.



## **1.6 Aspectos innovadores y diferenciadores del proyecto**

Nuestra página web integrará un test que permitirá a los clientes el conocer cuál es su tipo de cabello contestando las preguntas del test. Esto en combinación con el servicio de asesoría personalizada con un personal experto por medio a videollamadas, que hará que nuestras clientes reciban el producto que su cabello realmente necesita.

Ofertamos un catálogo diverso con productos de calidad, cuyos resultados son visibles y le damos al consumidor la posibilidad de realizar una compra basada en la necesidad que tiene, lo que le garantiza resultados efectivos a precios competitivos, ordenando sus productos en línea a través de nuestra página web y recibéndolo en la comodidad de su hogar.

El valor agregado principal de nuestro proyecto es el servicio de asesoría por personal experto, que brindará a los clientes respuestas a sus dudas y asesoramiento en la compra del producto ideal para su cabello, donde el cliente podrá realizar un Quiz para identificar su tipo de cabello y ordenar el producto que supla su necesidad, recibéndolo en la comodidad de su hogar, con la opción de pagos vía transferencia o en efectivo al momento de la entrega del producto.

Los productos no son únicos, pero el Quiz de tipo de cabello y la asesoría personalizada por videollamadas nos diferencia de la competencia que existe en el mercado.

## **1.7 Técnica de ideación del proyecto**

Para seleccionar nuestra idea de negocios hicimos uso de la lluvia de ideas, donde por medio a una reunión virtual por zoom, cada una de nosotras presento una propuesta, dentro las cuales estuvieron:

Crear un catálogo de ventas de productos de belleza que ofertara marcas existentes en el mercado, pero al discutir sus ventajas y desventajas se analizó que es compleja esta idea de negocio.

Otra opción fue la de ser distribuidores de utensilios y equipos para salones de belleza, propuesta que conlleva una inversión de capital muy amplia y cuyo retorno es lento.

La propuesta más aceptada fue la de comercializar una línea de productos para el cabello, que sea natural y no muy conocida, para nosotras poder impulsarla, siendo los distribuidores exclusivos y quienes la potencialicen en el formato de venta virtual. Esta propuesta tuvo gran aceptación, por lo que fue la que se optó por desarrollar.

## **1.8 Impacto del proyecto y bienestar del usuario**

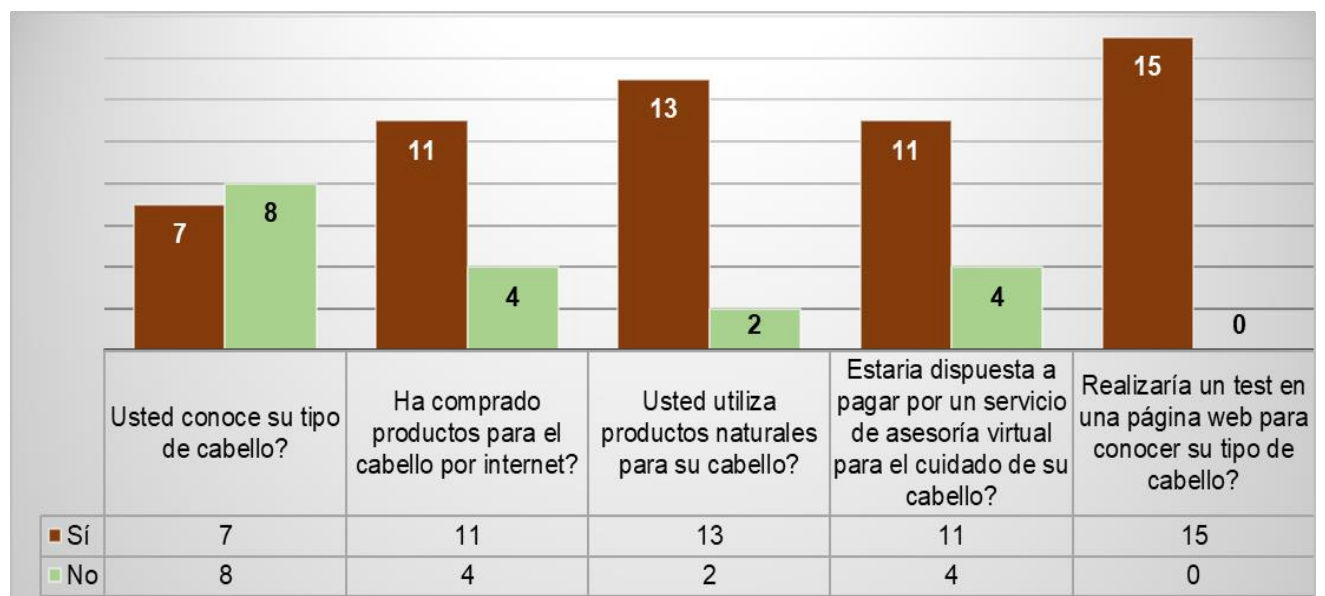
Nuestro proyecto tiene un impacto positivo en el bienestar del cliente, pues el cuidado del cabello con productos naturales incentiva la salud de los clientes y mejora su autoestima, pues nuestro enfoque está en que el cliente primero conozca su tipo de cabello y aprenda a cuidarlo, lo que junto a nuestra asesoría personalizada hará que

nuestras clientas aprendan a cuidar su cabello, mejoren su autoestima y logren alcanzar los resultados que por mucho tiempo han estado tratando de alcanzar.

### 1.9 Validación del proyecto

Para lograr la validación del proyecto hemos realizado una encuesta a un total de 15 personas, que nos arrojó resultados que indican la factibilidad de llevar a cabo nuestra propuesta empresarial. Esta encuesta se aplicó vía survey monkey.

Encuesta BESTLYWE		Respuestas			
No.	Preguntas	Sí	%	No	%
1	Usted conoce su tipo de cabello?	7	47%	8	53%
2	Ha comprado productos para el cabello por internet?	11	73%	4	27%
3	Usted utiliza productos naturales para su cabello?	13	87%	2	13%
4	Estaría dispuesta a pagar por un servicio de asesoría virtual para el cuidado de su cabello?	11	73%	4	27%
5	Realizaría un test en una página web para conocer su tipo de cabello?	15	100%	0	0%



La encuesta que realizamos fue con preguntas cerradas, con la intención de identificar si los servicios que integraríamos a nuestra propuesta empresarial son aceptados por los clientes y si están dispuestos a pagar por ellos.

Los resultados nos indican que es factible nuestra idea de negocio y que el proyecto es sostenible en el tiempo, pues el tipo de producto y los servicios son demandados por una gran cantidad de mujeres, quienes son nuestro mercado meta.

## 1.10 Análisis del entorno (PEST)

Se hace necesario realizar un análisis de las condiciones que pueden afectar a nuestro proyecto, lo cual facilitara el que podamos idear decisiones para hacer frente a cada una de estas.

Por medio al análisis PEST, se tomarán en cuenta los factores externos que inciden directa e indirectamente en el desarrollo del proyecto:

Factor		Detalle	Corto Plazo (1 a 3 meses)	Mediano Plazo (6 meses a 1 año)	Largo Plazo (1 a 3 años)	Impacto
Político	Políticas gubernamentales en apoyo a las Pymes	El gobierno dominicano en procura de lograr el relanzamiento de la economía dominicana, está incentivando la creación de empresas que a su vez generaran fuentes de empleos y aumento de los ingresos fiscales, por lo que el concepto de negocio virtual que pretendemos llevar a cabo se ve favorecido.		x		Positivo
	Comportamiento de compras	Los productos para el cuidado del cabello se han convertido en parte de la lista de compras de las mujeres, lo que ha cambiado el comportamiento de compra de muchas personas e influye en el auge de ventas que han tenido este tipo de productos.			x	Muy Positivo
Sociocultural	Precios y variedad de los productos	Los productos que comercializaremos cuentan con precios que facilitan su adquisición por parte de los clientes, al tiempo que cuentan con gran variedad, conscientes de que los gustos de los clientes tienden a cambiar con el tiempo.		x		Positivo

<b>Económico</b>	Crisis económica generada por covid-19	La economía dominicana se encuentra debilitada actualmente, fruto de la pandemia, lo que hace que las empresas que operan de manera virtual puedan operar con menores restricciones, ya que se ven menos afectadas por algunas de las medidas que limitan la cantidad de empleados y clientes en el espacio físico de la empresa.		x		Negativo
<b>Tecnológico</b>	Posibilidad de fraudes electrónicos y fallas en plataforma web	Este punto que es considerado de suma importancia para nuestro proyecto empresarial, influye significativamente en las transacciones comerciales que facilitan las ventas de los productos y la generación de ingresos de nuestra empresa, por lo que la tecnología utilizada para el diseño y desarrollo de nuestra página web estará orientada a capacidad de crecimiento y expansión que nos ofrezca.		x		Muy negativo

## **CAPÍTULO II - PLAN DE DESARROLLO DEL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO EN LINEA**

### **2.1- Diseño del plan estratégico del negocio**

#### **2.2.1- La filosofía institucional: declaración de la misión, visión y valores del Proyecto**

##### Misión

Proveer productos naturales para el cabello, que brinden protección, cuidado y bienestar a las consumidoras, a través de un amplio catálogo que oferte servicios de asesoría personalizada y entregas a domicilio.

##### Visión

Ser reconocidos como la principal empresa de distribución de productos naturales para el cabello de República Dominicana.

##### Valores

###### Calidad

Entregar productos que satisfagan las necesidades de nuestros clientes

###### Servicio al Cliente

Escuchamos a nuestros clientes y respondemos a sus inquietudes

###### Compromiso

Somos transparentes en todos nuestros procesos

###### Innovación

Utilizamos tecnología que nos permite la mejora continua de los procesos

###### Honestidad

Generamos confianza y respeto hacia cada uno de nuestros clientes

#### **2.2.2- Modelo de negocio canvas**

El modelo de negocios canvas identifica quienes son nuestros clientes, lo que nos diferencia de la competencia y los canales que utilizaremos para hacer llegar nuestros productos y servicios.

Otras actividades de suma importancia que este modelo presenta son las fuentes que generan los ingresos económicos y la estructura de costes que conlleva su desarrollo y puesta en marcha, al tiempo que identifica los socios claves para la gestión exitosa del proyecto.



8

### Socios clave

Proveedores  
Beauty Supply  
Salones de Belleza  
Instituciones financieras



7

### Actividades clave

Ventas de líneas naturales para el cabello  
Asesoría personalizada



6

### Recursos clave

Página web  
Redes Sociales  
Test tipo de cabello



1

### Propuesta de valor

Somos una empresa que ofrece productos orgánicos para el cuidado del cabello, donde contamos con asesoría personalizada para que nuestros clientes obtengan los resultados esperados.



4

### Relación clientes

Servicio de asesoría a través de Zoom  
Test para identificar tipo de cabello en nuestra página web



3

### Canales

Instagram  
Página web  
Salones de belleza  
Entregas a domicilio



2

### Segmento de clientes

Mujeres con edades entre 18 a 50 años

Mujeres que buscan productos para el cabello a base de ingredientes naturales

Salones de belleza que ofrecen servicios de lavado con líneas



9

### Estructura de costes

Mantenimiento de la página web  
Nómina de personal  
Pago de hosting y dominio  
Pagos de publicidad online  
Capital de trabajo

5

### Fuentes de ingreso

Ventas de productos para cuidado del cabello  
Servicio de asesoría personalizada  
Pagos vía tarjeta, transferencias o efectivo contra entrega



### **2.2.3- Objetivos generales y específicos**

#### Objetivo General

Diseñar un modelo de negocio que permita posicionar los productos Hidra Hair Natural en la mente del consumidor, potencializando sus ventas y la marca en los medios digitales.

#### Objetivos Específicos

Elaborar estrategias de fidelización de clientes que permita un aumento de las ventas en un 25% los primeros 6 meses de operación del proyecto.

Mejorar el posicionamiento de la marca en un 25% durante el primer año de operaciones.

Alcanzar el cumplimiento del presupuesto de ventas al 100% el primer año y lograr un aumento del 10% anual los primeros 3 años.

### **2.2.4- Ventaja competitiva del Proyecto**

Nuestra ventaja competitiva se fundamenta en el servicio de asesoría personalizada basado en el test de tipo de cabello del cliente, por el cual ofrecemos los productos adecuados para que el cliente alcance el resultado esperado, satisfaciendo sus expectativas y logrando su fidelización con nuestra empresa y los productos Hidra Hair Natural.

En BESTLYWE, la asesoría personalizada en conjunto con el amplio catálogo de productos, nos permiten brindar a los clientes potenciales una experiencia de servicio única.

### **2.3- Análisis FODA**

Identificar la situación en la que se encuentra nuestra empresa es de suma importancia, ya que nos permite planificar las estrategias necesarias para hacer frente a las amenazas que puedan presentarse, contrarrestar las debilidades, aprovechar las oportunidades y explotar las fortalezas con que cuenta nuestra idea de negocio.



## 2.4- Mercado meta

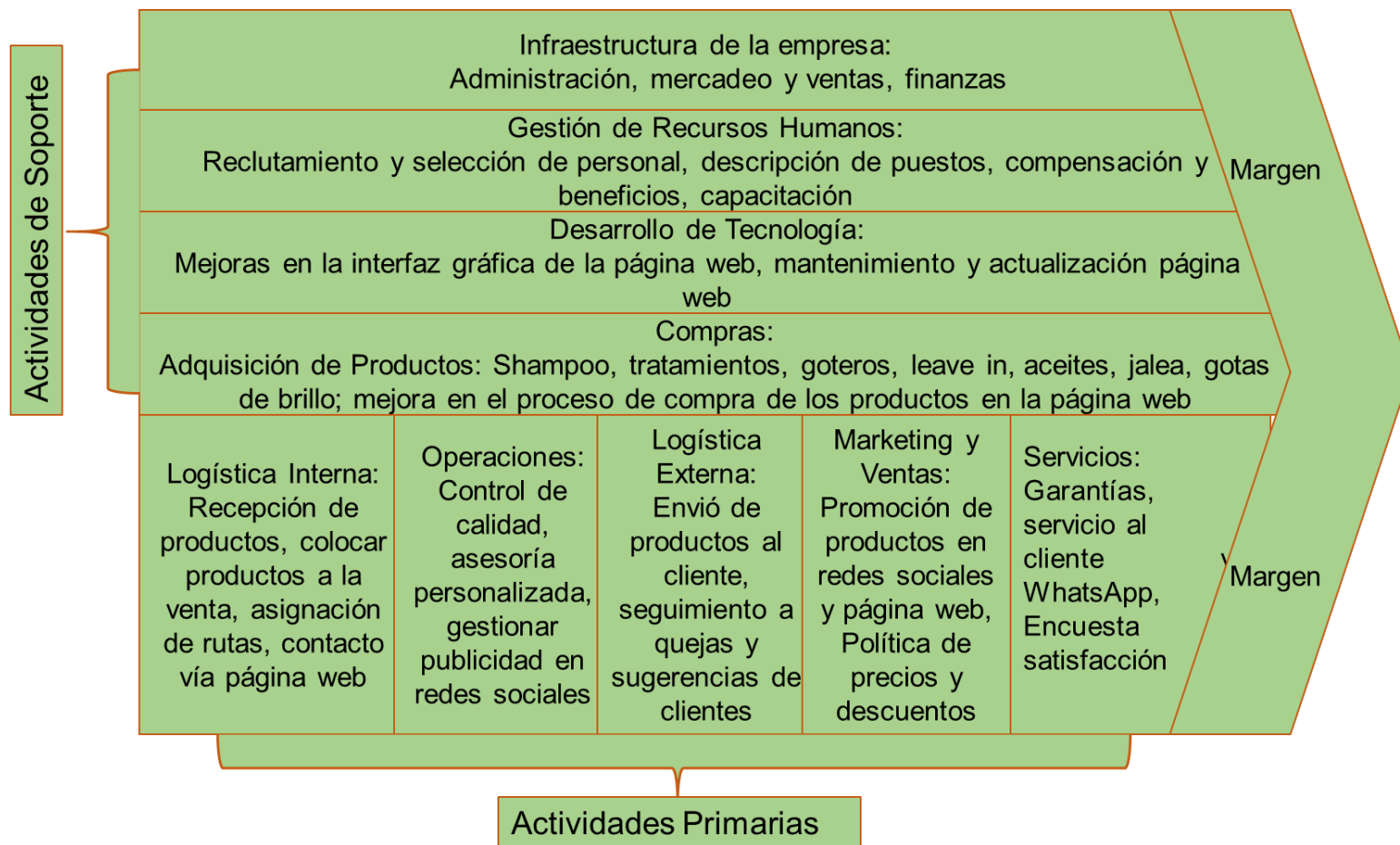
Cuidar su cabello utilizando productos naturales, ha sido una de las tendencias que se ha popularizado en los últimos años, lo que ha generado una gran cantidad de clientes potenciales para las empresas dedicadas a la fabricación, comercialización y venta de productos para el cabello a base de ingredientes naturales.

Los clientes potenciales de nuestro proyecto son las mujeres con edades entre 18 a 50 años que buscan cuidar su cabello con el uso de productos naturales y libres de sal, que les garanticen resultados efectivos.

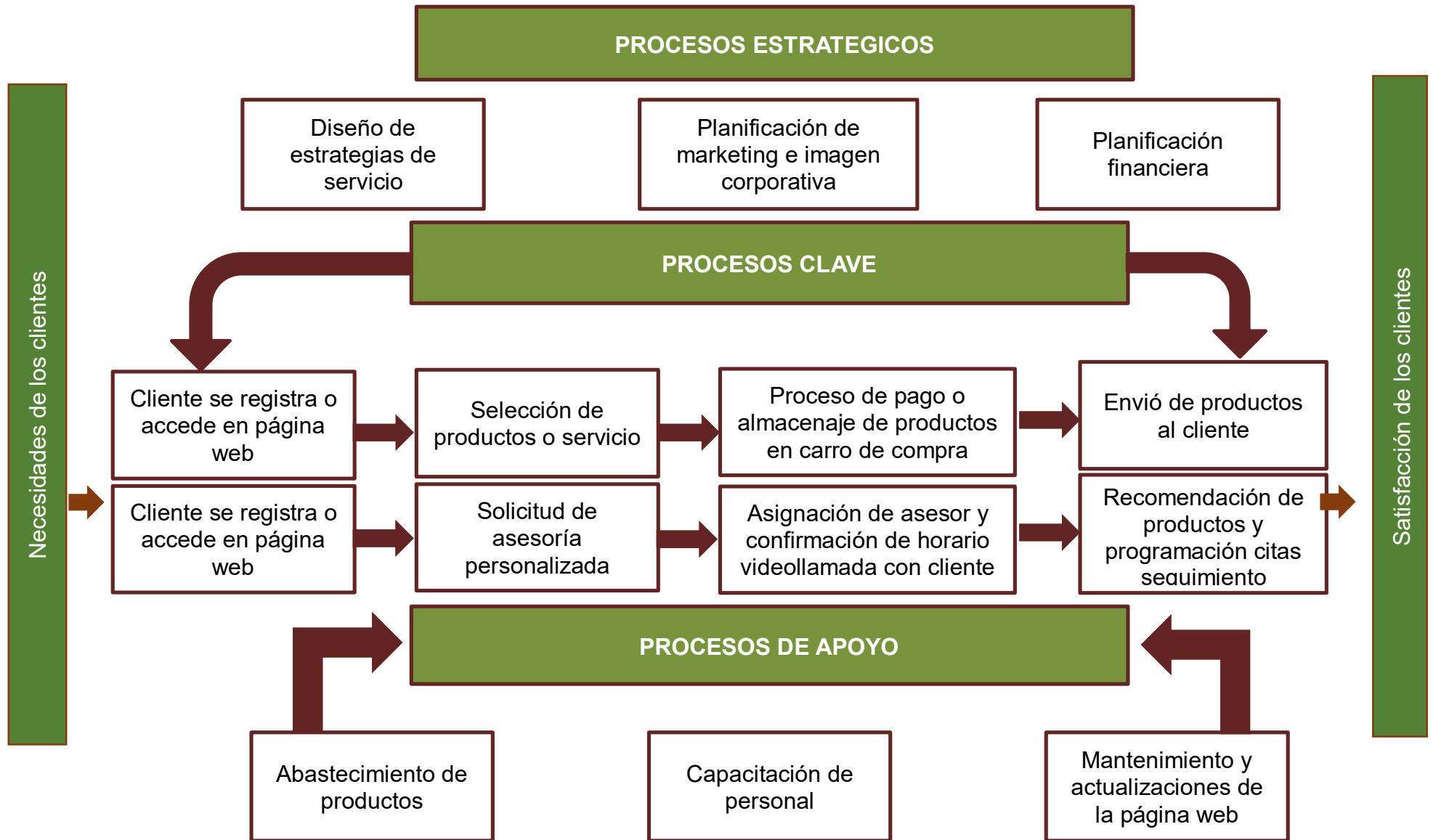
Este tipo de cliente tiende a tener un comportamiento de compra enfocado a los resultados, por lo que al adquirir un producto buscan referencias y asesoría para conocer la experiencia de otras personas que han utilizado el producto.

## 2.5- Cadena de valor y mapa de procesos

El desarrollo de las actividades que intervienen en la prestación del servicio que BESTLYWE brinda a sus clientes, está contenido en la cadena de valor, donde se resalta el valor agregado de nuestro proyecto y las ventajas competitivas que el mismo tiene en el mercado.



# Mapa de Procesos



## **2.5.1- Definición de proceso: estratégico, de apoyo y clave**

### Procesos estratégicos

Son aquellos que la alta dirección ha establecido para definir como se genera valor y cómo opera la empresa.

En nuestro proyecto se definen tres procesos estratégicos, que son el Diseño de estrategias de servicio, que busca la satisfacción de los clientes. La Planificación de marketing e imagen corporativa, que analiza la situación de la empresa, lo que buscamos alcanzar y las estrategias necesarias para lograrlo. Por último esta la Planificación financiera, que permite determinar los plazos, costes y recursos necesarios para lograr los objetivos financieros de la empresa.

### Procesos Clave

Estos procesos son lo que añaden valor al servicio desde la comprensión de las necesidades de los clientes, hasta la satisfacción de los mismos.

Cliente se registra o accede en página web: En este proceso el cliente ingresa a nuestra página y se registra, para poder ordenar nuestros productos.

Selección de productos o servicio: El cliente visualiza los productos disponibles y selecciona los que le interesan.

Proceso de pago o almacenaje de productos en carro de compra: Cliente agrega los productos al carro de compra y procede a realizar su orden, seleccionando el medio de pago.

Envío de productos al cliente: Los productos son enviados al cliente a la dirección de entrega registrada en su perfil.

Solicitud de asesoría personalizada: Cliente solicita asesoría personalizada, la cual es recibida y procesada en el sistema para luego asignarle un asesor.

Asignación de asesor y confirmación de horario videollamada con cliente: Se contacta al cliente vía correo y Whatsapp para coordinar el horario de la cita con el asesor.

Recomendación de productos y programación citas: Se recomiendan los productos que suplen la necesidad del cliente, acorde a la evaluación del asesor y se programa la cita de seguimiento al proceso.

### Procesos de apoyo

En estos interviene el abastecimiento de los productos con mayor demanda, para gestión de despacho a clientes. La capacitación del personal de la empresa y los procesos de actualización de la página web forman parte fundamental en el apoyo a los objetivos que buscamos alcanzar.

## **2.5.2- Recursos Físicos**

Estructura física: BESTLYWE es una tienda virtual, por lo que el espacio físico de la empresa está destinado al personal que forma parte de la misma, donde cuentan con los equipos y herramientas necesarias para el desempeño de sus labores como son:

- Laptops
- PC
- Cámaras web
- Escritorios
- Impresoras
- Almacén

Suministros y servicios externos: Dentro de los suministros a utilizar, estarán las hojas de papel, para impresión de contratos y facturas, así como las tintas y toners, suministro eléctrico, agua potable y otros materiales gastables necesarios para el aseo y espacios físicos.

Servicios de telecomunicaciones: Dentro de estos están el internet y teléfono, que forman parte fundamental en nuestro proceso de prestación de servicio a los clientes.

Servicio de mantenimiento: Incluye el mantenimiento a la plataforma web de la empresa, así como a los equipos como aires acondicionados, computadoras y mobiliarios.

## 2.6- Plan operativo del Proyecto

El plan operativo del proyecto BESTLYWE, se compone de cuatro objetivos, programados para en un periodo de 1 año alcanzar la consecución de las metas establecidas en el proyecto, definiendo las actividades a desarrollar, los recursos materiales, humanos y económicos, así como los responsables e involucrados en que se alcancen los mismos.

No.	Objetivo	Metas	Actividades	Recursos	Finanzas	Ejecución	Responsable	Colaboradores
1	Diseñar los procesos de compra	Contar con procesos concisos	Definir los procesos Crear diagramas de flujo	Humanos Materiales	RD\$60,000	Enero - Marzo	Encargado de proyectos	Personal de mercadeo Diseñadores
2	Aumentar el volumen de ventas en un 13% trimestralmente	Captar nuevos clientes que nos permitan maximizar las transacciones de ventas	Crear post en las redes con ofertas atractivas que atraigan a los clientes a nuestra página web.	Económicos Humanos Digitales	RD\$25,000	Abril - Junio	Encargado de ventas	Personal de ventas
3	Posicionar la marca y la empresa en el mercado	Hacer uso de las redes sociales para dar a conocer el producto y los beneficios que este ofrece	Crear contenido con testimonios de clientes, que hablen de los beneficios de usar los productos, presentando resultados que atraigan nuevos compradores	Redes Sociales Humanos Económicos	RD\$80,000	Julio - Septiembre	Encargado de mercadeo y publicidad	Personal de mercadeo
4	Fidelizar clientes existentes y obtener nuevos	Aumentar las ventas	Interactuar con los clientes que comenten las publicaciones en las redes sociales Dar seguimiento a quejas y sugerencias	Económicos Humanos	RD\$20,000	Octubre - Diciembre	Gerente General	Todo el personal



### **2.6.1- Plan y presupuesto de marketing**

El plan de marketing de BESTLYWE estará enfocado en la publicidad en las redes sociales y la página web de la empresa, con lo que se pretende lograr posicionar tanto los productos Hidra Hair Natural, como nuestra empresa en la mente del consumidor.

Nuestro plan de marketing tiene presupuestado un monto de RD\$555,000 pesos dominicanos, cuya inversión se distribuye en 4 trimestres y 8 categorías, donde el gasto del alrededor del 50% está contemplado para el primer trimestre, que es el periodo en el cual se realizara la mayor inversión publicitaria para dar a conocer nuestra empresa y los productos que distribuimos.

Personal: Se destina el 45% del presupuesto, que asciende a \$250,000 pesos.

Marketing: Se destina el 9% del presupuesto, que asciende a \$50,000 pesos.

Contenidos: Se destina el 2% del presupuesto, que asciende a \$10,000 pesos.

Desarrollo Tecnológico: Se destina el 15% del presupuesto, que asciende a \$85,000 pesos.

Publicidad Online: Se destina el 9% del presupuesto, que asciende a \$50,000 pesos.

Marketing de Influencia: Se destina el 9% del presupuesto, que asciende a \$50,000 pesos. El uso de estos fondos será para contratar publicidad con influencers en las redes sociales, que tengan más de 100,000 seguidores en Instagram.

Telemarketing: Se destina el 2% del presupuesto, que asciende a \$10,000 pesos. Solo aplicara a clientes que soliciten mayor información y que como medio de contacto opten por una llamada telefónica.

Relaciones Públicas: Se destina el 9% del presupuesto, que asciende a \$50,000 pesos.

Presupuesto de marketing

CATEGORÍA	% DE INVERSIÓN POR CATEGORÍA	PRESUPUESTO GENERAL		1er. TRIMESTRE	2do. TRIMESTRE	3er. TRIMESTRE	4to. TRIMESTRE
		INVERSIÓN ECONÓMICA	% INVERSIÓN	INVERSIÓN PAUTADA	INVERSIÓN PAUTADA	INVERSIÓN PAUTADA	INVERSIÓN PAUTADA
<b>PERSONAL</b>	45%	\$ 250,000	100%	\$ 125,000	\$ 25,000	\$ 50,000	\$ 50,000
Sueldos		\$ 175,000	70%	\$ 87,500	\$ 17,500	\$ 35,000	\$ 35,000
Sub-contrataciones		\$ 30,000	12%	\$ 15,000	\$ 3,000	\$ 6,000	\$ 6,000
Equipos y recursos		\$ 45,000	18%	\$ 22,500	\$ 4,500	\$ 9,000	\$ 9,000
<b>MARKETING</b>	9%	\$ 50,000	100%	\$ 25,000	\$ 5,000	\$ 10,000	\$ 10,000
Investigaciones de mercado		\$ 22,500	45%	\$ 11,250	\$ 2,250	\$ 4,500	\$ 4,500
Gestión de redes sociales		\$ 27,500	55%	\$ 13,750	\$ 2,750	\$ 5,500	\$ 5,500
<b>CONTENIDOS</b>	2%	\$ 10,000	100%	\$ 5,000	\$ 1,000	\$ 2,000	\$ 2,000
Diseño de landing pages		\$ 10,000	100%	\$ 5,000	\$ 1,000	\$ 2,000	\$ 2,000
<b>DESARROLLO TECNOLÓGICO</b>	15%	\$ 85,000	100%	\$ 42,500	\$ 8,500	\$ 17,000	\$ 17,000
Mantenimiento página web		\$ 20,400	24%	\$ 10,200	\$ 2,040	\$ 4,080	\$ 4,080
Desarrollo página web		\$ 59,500	70%	\$ 29,750	\$ 5,950	\$ 11,900	\$ 11,900
Hosting y dominios		\$ 5,100	6%	\$ 5,100	\$ -	\$ -	\$ -
<b>PUBLICIDAD ONLINE</b>	9%	\$ 50,000	100%	\$ 25,000	\$ 5,000	\$ 10,000	\$ 10,000
Promoción para lanzamientos		\$ 12,500	25%	\$ 6,250	\$ 1,250	\$ 2,500	\$ 2,500
Captación de leads		\$ 5,000	10%	\$ 2,500	\$ 500	\$ 1,000	\$ 1,000
Ventas online		\$ 32,500	65%	\$ 16,250	\$ 3,250	\$ 6,500	\$ 6,500
<b>MARKETING DE INFLUENCIA</b>	9%	\$ 50,000	100%	\$ 25,000	\$ 5,000	\$ 10,000	\$ 10,000
Campañas con micro-influyentes		\$ 50,000	100%	\$ 25,000	\$ 5,000	\$ 10,000	\$ 10,000

<b>TELEMARKETING</b>
Conversión de leads a clientes

<b>2%</b>
-----------

<b>\$ 10,000</b>	<b>100%</b>
\$ 10,000	100%

<b>\$ 5,000</b>	<b>\$ 1,000</b>	<b>\$ 2,000</b>	<b>\$ 2,000</b>
\$ 5,000	\$ 1,000	\$ 2,000	\$ 2,000
<b>\$ 25,000</b>	<b>\$ 5,000</b>	<b>\$ 10,000</b>	<b>\$ 10,000</b>
\$ 25,000	\$ 2,500	\$ -	\$ -
\$ 10,000	\$ 2,500	\$ 5,000	\$ 5,000

<b>RELACIONES PÚBLICAS</b>
Evento 1er. Trimestre
Participación en eventos

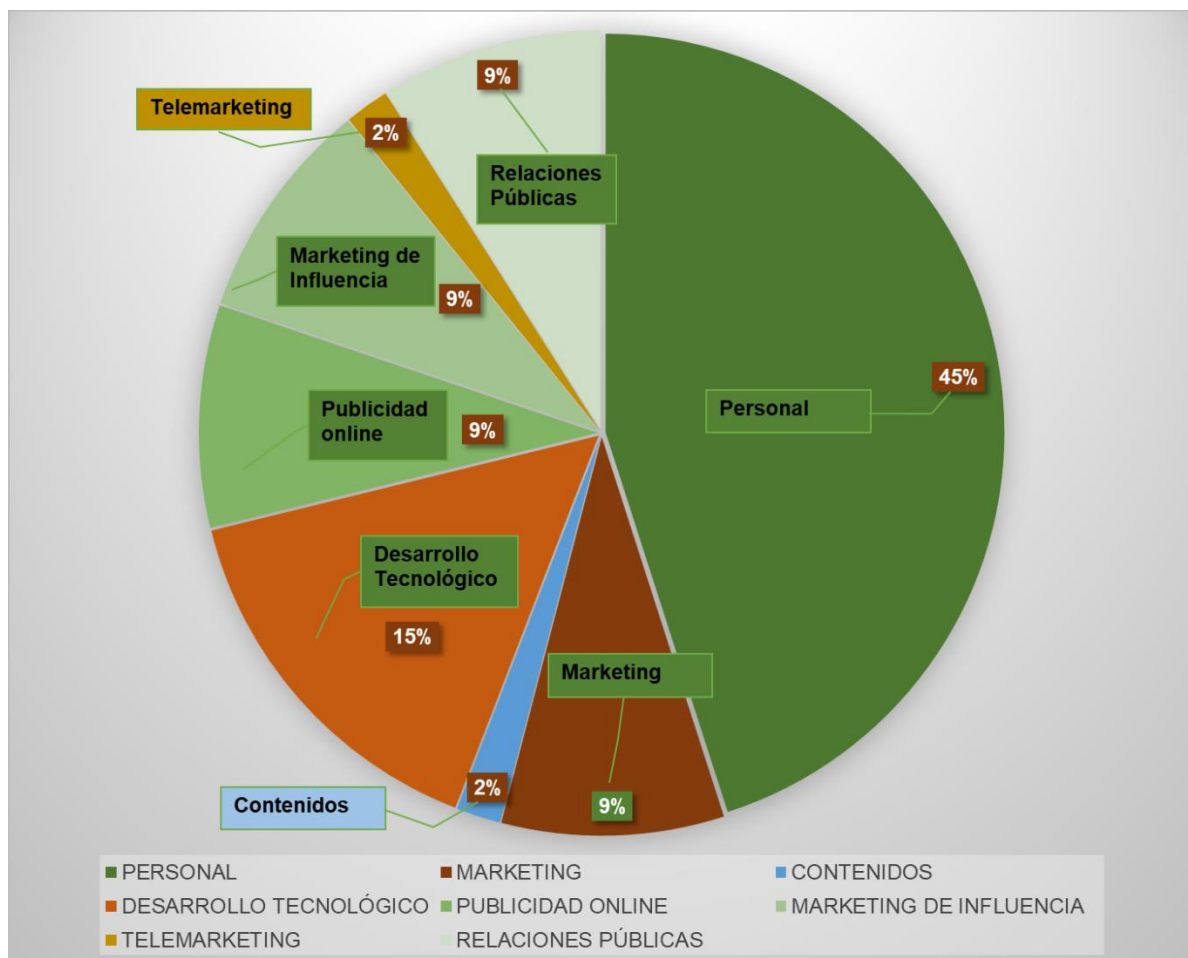
<b>9%</b>
-----------

<b>\$ 50,000</b>	<b>100%</b>
\$ 25,000	50%
\$ 25,000	50%

<b>100%</b>
-------------

**\$ 555,000**  
**Total presupuesto**

Porcentajes y montos del presupuesto de marketing de forma gráfica:



### 2.6.2- Estrategia de precio

Nuestra estrategia de precios será la orientada a la competencia, en razón de que existen en el mercado muchos productos similares a los que ofertaremos, por lo que esta estrategia nos permitirá adquirir cuota de mercado y lograr que nuestra marca se posicione y logre diferenciarse de la competencia.

Estimularemos la demanda creando ofertas selectivas en los productos cuyo margen de ganancia nos permita disminuir su costo y mantener niveles de rentabilidad aceptables, con la finalidad de alcanzar al segmento de clientes que es más sensible a los precios bajos.

### 2.6.3- Estrategia de distribución

La estrategia de distribución que utilizaremos será la exclusiva, lo que nos permitirá diferenciar el producto que comercializamos en el mercado, lo que dará prestigio a la marca.

Los canales de ventas serán la página de Instagram, la página web y los salones de bellezas, a los cuales ofertaremos los productos a precios al por mayor, lo que garantizara que estos sean ofertados a un único precio en todos los canales. Las

compras a través de la página web se entregarán a domicilio en el vehículo de la empresa.

#### 2.6.4- Estrategia y Proyección de ventas

En BESTLYWE utilizaremos dos estrategias de ventas online, con las cuales se pretende alcanzar los niveles de venta que permitan a nuestra empresa lograr los niveles de rentabilidad proyectados.

- Estrategia de venta en Redes Sociales: Esta estrategia nos permitirá enfocar la publicidad en el buyer persona que hemos definido, creando contenido atractivo que persuada al cliente en visitar nuestra página web y adquirir los productos que comercializamos.
- Estrategia de Escasez y Urgencia: Esta busca hacer al cliente sentir que el producto se está agotando, o que la oferta está a punto de caducar, lo que motivara al cliente a realizar la compra y aprovechar el precio antes que la oferta caduque.

En nuestro proyecto el punto de equilibrio se logra al cuarto mes de operación, que es cuando nuestro proyecto logra tener niveles de venta que permitan cubrir los gastos operativos mensuales.

Empleados	Alquiler	Servicios Básicos
RD\$ 164,000	RD\$ 20,000	RD\$ 210,000
Ventas mínimas = gastos / (margen bruto /100)		
Ventas Mínimas =		RD\$ 197,600

#### 2.6.5- Estructura organizativa

La estructura organizativa de BESTLYWE estará conformada por 7 empleados de manera inicial, contemplando un crecimiento acorde a la expansión de la empresa y aumento de la demanda de productos y servicios que brindamos.



Posición	Requisitos	Responsabilidades
Administrador:	Lic. Administración de empresas mercadeo, contabilidad o áreas afines. Experiencia de 2 años liderando equipos de venta.	Dirigir la parte administrativa de la empresa Coordinar las necesidades de personal con las áreas Supervisar las alianzas con salones y gestionar el cumplimiento de los objetivos de la empresa
Encargado de Ventas:	Estudiante de termino o graduado de mercadeo o carreras afines Experiencia de 1 año en áreas de ventas productos de belleza	Dirigir el equipo de ventas, coordinar las acciones necesarias para alcanzar el presupuesto de ventas Dar seguimiento a las solicitudes de los clientes
Encargado de Finanzas:	Estudiante de termino o Lic. en contabilidad Experiencia en manejo de registros contables	Registrar los ingresos y egresos de la empresa Manejo del pago de impuestos Elaborar el presupuesto en conjunto con el administrador
Asesora:	Estudiante universitario con cursos técnicos del área de belleza Experiencia brindando asesorías para cuidado del cabello	Brindar servicios de asesoría a los clientes que lo soliciten, asistiéndoles en el test de tipo de cabello y recomendando los productos adecuados para el resultado que el cliente busca
Auxiliar de despacho:	Estudiante universitario con licencia de conducir al día categoría dos	Entregar la mercancía a los clientes
Vendedor:	Estudiante universitario de las carreras de mercadeo, administración o carreras afines	Registrar las ordenes de los clientes y coordinar el despacho de las mercancías Dar seguimiento a las órdenes de productos hasta su entrega al cliente
Auxiliar de contabilidad:	Estudiante de contabilidad Cursos técnicos de auxiliar contable	Llevar el registro contable de la empresa y asistir al encargado de finanzas en las tareas contables

## 2.7- Plan financiero

El proyecto BESTLYWE cuenta con un capital social de RD\$1,200,000 pesos dominicanos, donde los 3 socios de la empresa han aportado RD\$400,000 pesos cada uno.

En el primer año de operaciones de la empresa, no se realizarán financiamientos, por lo que los gastos serán cubiertos por el capital y los ingresos propios de la operación comercial, los cuales según la proyección de ventas nos permitirán cubrir los gastos operativos y alcanzar índices de rentabilidad favorables.

El flujo de caja presupuestado contempla las partidas económicas de la empresa, comprendiendo los ingresos y los egresos generados por las operaciones comerciales en un periodo de 12 meses.

Flujo de caja primeros 6 meses

	<u>Enero</u>	<u>Febrero</u>	<u>Marzo</u>	<u>Abril</u>	<u>Mayo</u>	<u>Junio</u>
<b>Ingresos Operativos</b>	<b>\$ 125,000.00</b>	<b>\$ 135,000.00</b>	<b>\$ 175,000.00</b>	<b>\$ 275,000.00</b>	<b>\$ 300,000.00</b>	<b>\$ 350,000.00</b>
Ventas Producto 1	\$ 75,000.00	\$ 75,000.00	\$ 100,000.00	\$ 150,000.00	\$ 150,000.00	\$ 200,000.00
Ventas Producto 2	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00
Servicio 1	\$ 0.00	\$ 10,000.00	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00
<b>Costos Operativos</b>	<b>\$ 148,000.00</b>	<b>\$ 149,801.00</b>	<b>\$ 157,002.00</b>	<b>\$ 101,003.00</b>	<b>\$ 105,504.00</b>	<b>\$ 114,505.00</b>
Envíos	\$ 2,000.00	\$ 2,001.00	\$ 2,002.00	\$ 2,003.00	\$ 2,004.00	\$ 2,005.00
Impuestos	\$ 22,500.00	\$ 24,300.00	\$ 31,500.00	\$ 49,500.00	\$ 54,000.00	\$ 63,000.00
Teléfono	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00
Marketing	\$ 92,500.00	\$ 92,500.00	\$ 92,500.00	\$ 18,500.00	\$ 18,500.00	\$ 18,500.00
Internet	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00
Luz	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
Alquiler	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00
<b>Sueldos</b>	<b>\$ 164,000.00</b>	<b>\$ 164,000.00</b>	<b>\$ 164,000.00</b>	<b>\$ 164,000.00</b>	<b>\$ 164,000.00</b>	<b>\$ 164,000.00</b>
Administrativos	\$ 164,000.00	\$ 164,000.00	\$ 164,000.00	\$ 164,000.00	\$ 164,000.00	\$ 164,000.00
<b>Gastos de Oficina</b>	<b>\$ 600.00</b>	<b>\$ 600.00</b>	<b>\$ 600.00</b>	<b>\$ 600.00</b>	<b>\$ 600.00</b>	<b>\$ 600.00</b>
Hojas	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00
Tinta	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00
Fotocopias	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00
<b>Resultado Final</b>	<b>-\$ 187,600.00</b>	<b>-\$ 179,401.00</b>	<b>-\$ 146,602.00</b>	<b>\$ 9,397.00</b>	<b>\$ 29,896.00</b>	<b>\$ 70,895.00</b>

Flujo de caja segundo semestre

	<u>Julio</u>	<u>Agosto</u>	<u>Septiembre</u>	<u>Octubre</u>	<u>Noviembre</u>	<u>Diciembre</u>	<u>Anual</u>
<b>Ingresos Operativos</b>	<b>\$ 425,000.00</b>	<b>\$ 475,000.00</b>	<b>\$ 525,000.00</b>	<b>\$ 550,000.00</b>	<b>\$ 600,000.00</b>	<b>\$ 625,000.00</b>	<b>\$4,560,000.00</b>
Ventas Producto 1	\$ 200,000.00	\$ 250,000.00	\$ 250,000.00	\$ 250,000.00	\$ 300,000.00	\$ 300,000.00	\$2,300,000.00
Ventas Producto 2	\$ 150,000.00	\$ 150,000.00	\$ 200,000.00	\$ 200,000.00	\$ 200,000.00	\$ 225,000.00	\$1,575,000.00
Servicio 1	\$ 75,000.00	\$ 75,000.00	\$ 75,000.00	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00	\$ 685,000.00
<b>Costos Operativos</b>	<b>\$ 146,506.00</b>	<b>\$ 155,507.00</b>	<b>\$ 164,508.00</b>	<b>\$ 169,009.00</b>	<b>\$ 178,010.00</b>	<b>\$ 182,511.00</b>	<b>\$1,771,866.00</b>
Envíos	\$ 2,006.00	\$ 2,007.00	\$ 2,008.00	\$ 2,009.00	\$ 2,010.00	\$ 2,011.00	\$ 24,066.00
Impuestos	\$ 76,500.00	\$ 85,500.00	\$ 94,500.00	\$ 99,000.00	\$ 108,000.00	\$ 112,500.00	\$ 820,800.00
Teléfono	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 30,000.00
Marketing	\$ 37,000.00	\$ 37,000.00	\$ 37,000.00	\$ 37,000.00	\$ 37,000.00	\$ 37,000.00	\$ 555,000.00
Internet	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 42,000.00
Luz	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 60,000.00
Alquiler	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 240,000.00
<b>Sueldos</b>	<b>\$ 164,000.00</b>	<b>\$ 164,000.00</b>	<b>\$ 164,000.00</b>	<b>\$ 164,000.00</b>	<b>\$ 164,000.00</b>	<b>\$ 328,000.00</b>	<b>\$2,132,000.00</b>
Administrativos	\$ 164,000.00	\$ 164,000.00	\$ 164,000.00	\$ 164,000.00	\$ 164,000.00	\$ 328,000.00	\$2,132,000.00
<b>Gastos de Oficina</b>	<b>\$ 600.00</b>	<b>\$ 600.00</b>	<b>\$ 600.00</b>	<b>\$ 600.00</b>	<b>\$ 600.00</b>	<b>\$ 600.00</b>	<b>\$ 7,200.00</b>
Hojas	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 3,600.00
Tinta	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 1,800.00
Fotocopias	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 1,800.00
<b>Resultado Final</b>	<b>\$ 113,894.00</b>	<b>\$ 154,893.00</b>	<b>\$ 195,892.00</b>	<b>\$ 216,391.00</b>	<b>\$ 257,390.00</b>	<b>\$ 113,889.00</b>	<b>\$648,934.00</b>



El balance general muestra los activos, pasivos y el patrimonio con los que espera contar nuestra la empresa al finalizar sus operaciones el primer año, el cual nos permitirá tomar decisiones para hacer nuevas inversiones, diseñar estrategias de ventas y marketing, hacer ajustes en los precios de productos y servicios para mejorar nuestra posición en el mercado y aumentar los ingresos.

<b>Balance General al 30 de Diciembre</b>			
<b>Activo Circulante</b>		<b>Pasivo Circulante</b>	
Efect. Caja y banco	\$ 648,934	Cuentas por pagar	\$ -
Cuentas por cobrar	\$ -	Impuestos por pagar	\$ 116,808
<b>Total</b>	<b>\$ 648,934</b>	<b>Total</b>	<b>\$ 116,808</b>
<b>Activo Fijo</b>		<b>Pasivo Fijo</b>	
Mobiliario y equipo	\$ 394,000	Obligaciones con bancos	\$ -
Equipo de transporte	\$ 400,000		
Depreciación	\$ (126,126)		
<b>Total</b>	<b>\$ 667,874</b>	<b>Total</b>	<b>\$ -</b>
<b>Capital Contable</b>			\$ 1,200,000
<b>Total de Activo</b>	<b>\$ 1,316,808</b>	<b>Total de Pasivo y Capital</b>	<b>\$ 1,316,808</b>

El informe acerca de las operaciones de nuestro primer año, donde se muestran los ingresos y gastos, lo visualizamos en el estado de ganancias y pérdidas de BESTLYWE.

<b><u>BESTLYWE S.R.L</u></b>	
<b><u>Estado de Ganancias y Pérdidas</u></b>	
<b>Ingresos Operativos</b>	
Ventas producto 1	\$ 2,300,000
Ventas producto 2	\$ 1,575,000
Servicios	\$ 685,000
<b>Ingresos Operativos Totales</b>	<b>\$ 4,560,000</b>
<b>Gastos Operativos</b>	
Envíos	\$ 24,066
Marketing	\$ 555,000
Nómina	\$ 2,132,000
<b>Total de Gastos Operativos</b>	<b>\$ 2,711,066</b>
<b>Ganancia Bruta</b>	<b>\$ 1,848,934</b>
<b>Gastos Fijos</b>	
Alquiler	\$240,000
Servicios públicos	\$132,000
Material gastable	\$7,200
<b>Total de Gastos Fijos</b>	<b>\$379,200</b>
<b>Ganancias antes de impuestos</b>	<b>\$1,469,734</b>
<b>Impuestos a la renta</b>	<b>\$820,800</b>
<b>Ganancias netas</b>	<b>\$648,934</b>

## 2.7.1- Rentabilidad del proyecto

Realizamos el cálculo del retorno de la inversión del proyecto BESTLYWE, el cual nos arroja resultados que favorecen la inversión en nuestra propuesta de negocio.

<i>Cálculo de ROI anualizado</i>	
<i>Inversión</i>	\$ 1,200,000.00
<i>Ingresos netos producidos por inversión</i>	\$ 2,253,423.32
<i>Tiempo de proyecto en años</i>	3
<i>ROI en %</i>	87.79%
<i>ROI anualizado %</i>	23.37%

El cálculo del valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno de nuestro proyecto confirma la factibilidad del mismo y sus resultados establecen un periodo de 2 años para la recuperación del capital social aportado por los socios, con ganancias netas al concluir el segundo año de operaciones, acorde a las proyecciones de ventas.

<b>TIR</b>	58%
<b>VAN</b>	\$ 2,537,541.77
<b>Proyecto:</b>	<b>BESTLYWE</b>
<b>Tasa:</b>	5%
<b>Años:</b>	5
<b>AÑOS</b>	<b>FLUJO DE FONDOS</b>
0	\$ (1,200,000.00)
1	\$ 648,934.00
2	\$ 746,274.10
3	\$ 858,215.22
4	\$ 986,947.50
5	\$ 1,134,989.62

## **CAPITULO III - DISEÑO Y EMPRENDIMIENTO DEL NEGOCIO EN LINEA**

### **3.1 Evaluación sobre la Viabilidad del Proyecto**

#### **Atractivo de la idea de negocio**

BESTLYWE es una empresa que oferta en el mercado productos capilares y servicios de asesoría personalizada con profesionales que asistirán a las clientes en la identificación de su tipo de pelo, análisis del daño de forma virtual por medio a videollamadas.

Nuestros productos y servicios se enfocan en que el cliente alcance el objetivo de que su cabello tenga mayor crecimiento, menos caspa y se mantenga saludable, haciéndolo sentir satisfecho con los resultados del tratamiento.

#### **Innovación del proyecto**

Nuestro proyecto cuenta con el servicio de asesoría personalizada con un personal experto que a través de videollamadas proporcionara a los clientes la asesoría necesita para lograr el resultado esperado en su cabello con el uso de los productos Hidra Hair Natural.

Contaremos con un catálogo diverso con productos de calidad, cuyos resultados son visibles y le daremos al consumidor la posibilidad de realizar una compra basada en la necesidad que tiene, garantizando la efectividad de los resultados y la simplicidad que la página web ofrece a los clientes para la adquisición de los productos.

El servicio de asesoría personal y el Quiz del tipo de cabello para los clientes de manera virtual se convierte en un agregado de gran valor, que nos diferencia de la competencia existente en el mercado en momentos donde el distanciamiento físico limita los servicios presenciales y la movilidad de los clientes, por lo que nuestros servicios buscan entregar al cliente los productos adquiridos en la comodidad de su hogar.

Esta idea de negocio puede ser vendida a uno o varios inversionistas que deseen invertir en una propuesta empresarial que les garantice la recuperación del capital invertido en un plazo no mayor a 24 meses, con un índice de rentabilidad positivo y un margen de ganancia proporcional a las ventas de la empresa.

#### **Tipo de innovación del proyecto**

El tipo de innovación al que responde nuestro proyecto es en el Servicio, pues ofertamos al mercado el servicio de asesoría personaliza para los clientes que buscan resultados específicos al utilizar nuestros productos. En el mercado existe mucha competencia, por lo que la mejora continua en el servicio de asesoría es clave para diferenciarnos y fidelizar a nuestros clientes.

## **Cómo posicionaremos la idea**

El posicionamiento de la idea de negocio se logra con estrategias de mercadeo definidas acorde al buyer persona, lo que facilita que los productos y servicios alcancen a los clientes potenciales, lo que hará que la marca se posicione en el mercado y que el nivel de ventas aumente conforme a la inversión realizada para dar a conocer la empresa, sus productos y servicios.

Esto en conjunto con el apoyo de una incubadora de empresa que aporte a nivel económico y en asesorías, serán parte fundamental del crecimiento y posicionamiento del proyecto, lo que hará que nuestra empresa capte clientes y logre fidelizar los mismos maximizando las ventas y los ingresos requeridos para que la inversión se recupere y puedan realizarse nuevas inversiones con mira al crecimiento progresivo del proyecto BESTLYWE.

### 3.2 Estructura de una Empresa / Negocio Virtual

#### Actividades claves dentro de los procesos de CRM/ERP/SCM.

##### CRM

En el CRM del proyecto BESTLYWE, el área de ventas tiene a su cargo los procesos de servicio al cliente y ventas. En estos el subproceso de pedido tiene un tiempo promedio de 30 minutos por cada compra que realiza el cliente para este ser enviado al estado de “en espera de despacho”. Al pasar a este estado, el o los productos seleccionados por el cliente son despachados en un plazo de 24 a 72 horas, siendo el plazo más largo para clientes en provincias del interior.

El proceso acuerdo con los clientes aplica a aquellos que realizan compras al por mayor, con el cual aplican al descuento para este tipo de compras.

El informe de ventas en un proceso diario, que genera la información relativa a las ventas realizadas ese día, detallada por productos y precios.



Los procesos de quejas y sugerencias, buscan recopilar información útil para la mejora del servicio que ofrecemos.

El proceso de envío de la encuesta de satisfacción se ejecuta 96 horas después que el pedido es despachado y queda abierto por 72 horas más a la espera de la respuesta

del cliente. Si en este plazo no se obtiene la información necesaria, se cierra la encuesta de satisfacción para ese pedido.

El área de finanzas tiene a su cargo el proceso de presupuestos, en el cual se proyectan los ingresos y los gastos necesarios para alcanzar la meta establecida en la proyección de ventas de cada mes. Este proceso se ejecuta mensualmente, al final de cada mes, para establecer los objetivos de ventas del mes a iniciar.

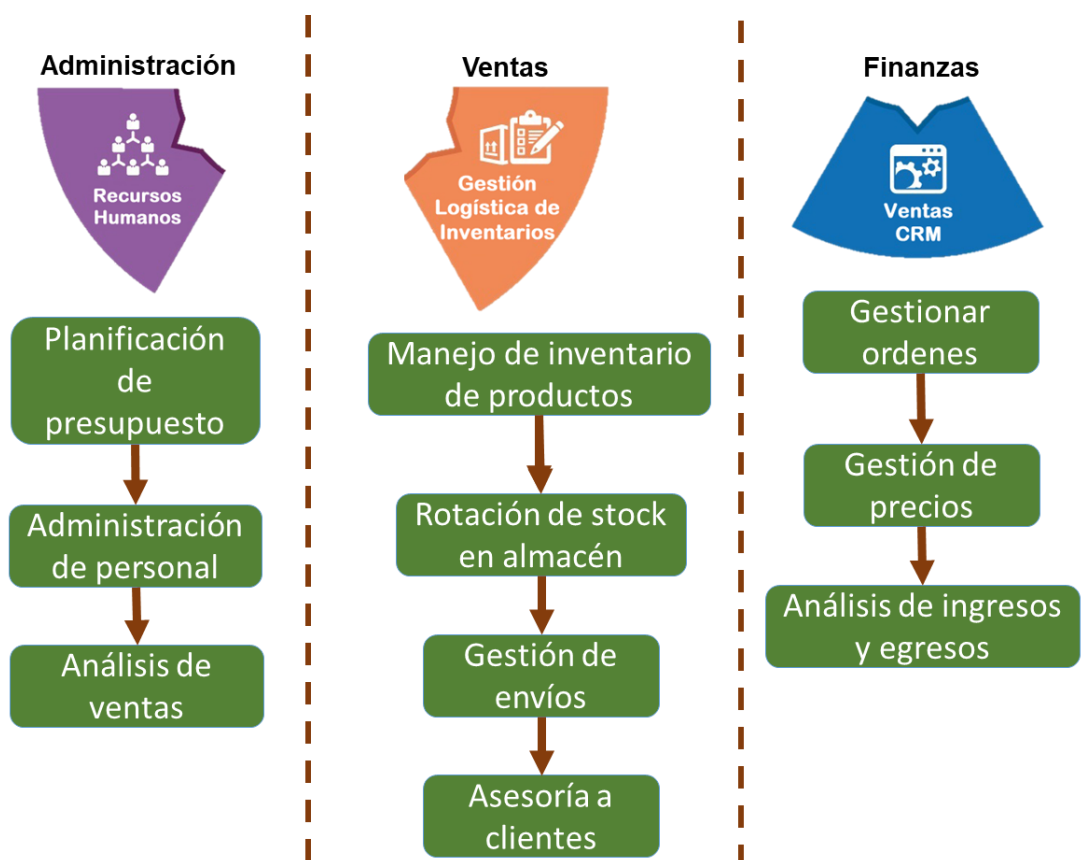
El proceso de adquisición de nuevos artículos incluye el ingreso en el catálogo de ventas de productos nuevos y aquellos que tienen un volumen de ventas bajo, pero que el mismo aumenta en una temporada específica.

El área de administración de la empresa, es quien ejecuta el proceso de ofertas y promociones, estableciendo las fechas en las que se realizaran concursos para introducir, relanzar o aumentar las ventas de un producto específico.

Diariamente esta área tendrá a su cargo el colocar en las redes sociales productos y servicios que ofrecemos, para captar nuevos clientes y mejorar nuestra posición en el mercado.

## ERP

Nuestra empresa se divide en tres áreas principales, las cuales son responsables de la correcta ejecución de los procesos asignados.



El área de administración dentro del ERP es responsable de los procesos de planificación del presupuesto general de la empresa, de la administración del personal y el análisis de ventas que se realiza trimestralmente, para fines de tomas de decisiones y validar el cumplimiento de los objetivos.

El área de ventas tiene a su cargo el proceso que marca la diferenciación entre nuestra empresa y el mercado, que es la asesoría de clientes. Este proceso inicia cuando el cliente solicita el servicio de asesoría personalizada y es contactado en las 2 horas siguiente a su solicitud vía WhatsApp, para agendar la cita con nuestra asesora a través de una videollamada, en la cual se pueda dar respuesta a las inquietudes de la cliente.

El área de finanzas es responsable de gestionar las órdenes de compra al suplidor, los precios a los que se adquieren las mercancías y la fijación de precios de los mismos, así como la retroalimentación en las bases de datos, a fines que el área de marketing cuente con información integra que les facilite el publicar los productos disponibles al precio real.

## SCM

El SCM del proyecto BESTLYWE cuenta con 7 actividades, donde el área de administración tiene bajo su responsabilidad la previsión de la demanda, para la elaboración de los presupuestos de ventas y la gestión de históricos, que sirve como información para conocer el volumen de ventas y los clientes que compran al por mayor o de forma muy seguida.



El área de ventas dirige la planificación del inventario necesario para contar con los productos de mayor volumen de ventas, de modo que las entregas puedan realizarse en los plazos establecidos. La rotación de stock minimiza el riesgo de vencimiento de los productos, facilitando que la metodología FIFO (First In First Out) sea la que determine la salida de los productos que están en almacén y serán despachados a los clientes.

La planificación de requisiciones, queda a cargo del área de ventas, quien gestiona que se cuente en almacén con los productos solicitados por el cliente, o en caso que no tengamos existencia, estos se adquieran y pasen a recoger por el proveedor para ser enviados al cliente.

El área de finanzas tiene a su cargo la logística para la optimización de las rutas de entrega que se realizan en la ciudad, para optimizar los tiempos y disminuir en los costos por combustible, por medio a la definición de rutas de reparto.

Esta área tiene a cargo el análisis de los resultados, para fines de rendir informes a la administración de los gastos incurridos por la empresa y el desglose de los mismos, para fines de la toma de decisiones que permitan identificar el momento en el que se requiere mayor inversión en personal o adquisición de equipos que efficienten la gestión empresarial.



## CAPITULO IV- DISEÑO Y EMPRENDIMIENTO DEL NEGOCIO EN LINEA

### 4.1 Embudo de ventas aplicado a negocios digitales

En BESTLYWE hemos diseñado estrategias que faciliten la entrada de nuestra empresa al mercado.



## 4.2 Marketing Digital

El plan de marketing digital del proyecto BESTLYWe contiene los objetivos que se procuran lograr junto con las estrategias que se desarrollarán, las tácticas que nos permitirán lograrlo y los KPI's con los cuales mediremos la efectividad y resultados obtenidos del mismo.

Objetivo (SMART)	Estrategias	Tácticas	KPI
1. Aumentar las visitas al sitio web en un 40% el primer trimestre	<b>Estrategia no. 1. Crear un contenido atractivo a los clientes de nuestros productos y servicios en Youtube.</b>	Utilizar un diseño promocional atractivo que genere expectativas al lector y lo haga visitar nuestro perfil en las redes.	Cantidad de likes en publicación
		Crear contenido que detalle los problemas que nuestros productos resuelven	Cantidad total de visitantes únicos
	<b>Estrategia no. 2. Escribir contenido de calidad en las redes sociales para atraer a los clientes a la página web</b>	Crear contenido en Facebook e Instagram que motive al cliente a visitar la página web	Cantidad de visitantes a través del link en las redes sociales
		Utilizar anuncios en redes sociales para atraer tráfico a nuestra página	Cantidad de clientes registrados en la página captados desde las redes sociales
2. Lograr un crecimiento del % en ventas mejorando la cantidad de leads	<b>Estrategia no. 1. Crear promoción de envíos gratis en primeros 10 pedidos</b>	Promocionar este servicio en un banner en la página web	Cantidad de clientes que obtuvieron el servicio de envío gratis
		Enviar esta información vía email a clientes que se registren en la página	Cantidad de clientes que contestaron encuesta en correo indicando que aprecian este servicio de envío gratis
	<b>Estrategia no. 2. Crear un grupo privado de Facebook para compartir tips y consejos con los clientes</b>	Añadir 10 o 15 nuevos usuarios cada mes al grupo	Clientes agregados mensualmente al grupo
		Promocionar en el grupo el testimonio de clientes satisfechos con el uso de los productos	Cantidad de testimonios publicados y numero de reacciones obtenidas en la publicación

Fuente: Elaboración propia

### 4.3 Presupuesto del Plan de Marketing

El presupuesto de marketing contiene las partidas económicas destinadas para llevar a cabo el desarrollo de las estrategias definidas en el plan de marketing digital.

#### PRESUPUESTO del Plan de Marketing

Estrategia	Acción/táctica	DESCRIPCIÓN	COSTE Unitario (RD\$)	Costo total (RD\$)	Recurrencia
Estrategia no. 1. Crear un contenido dinámico que atraiga los clientes a visitar nuestro perfil en las redes de Facebook e Instagram	Utilizar un diseño promocional atractivo que genere expectativas al lector y lo haga visitar nuestro perfil en las redes.	Se busca crear leads y motivarlos a que visiten nuestras redes sociales	\$ 3,500.00	\$ 42,000.00	MENSUAL
	Crear contenido que detalle los problemas que nuestros productos resuelven	Buscamos dar a conocer la efectividad de nuestros productos	\$ 10,000.00	\$ 40,000.00	TRIMESTRAL
Estrategia no. 2. Dirigir las estrategias de venta hacia un grupo más reducido, lo más segmentado posible.	Crear contenido en Facebook e Instagram que motive al cliente a visitar la página web	Buscamos que el cliente conozca la tienda y nuestros productos y servicios	\$ 20,000.00	\$ 40,000.00	SEMESTRAL
	Utilizar anuncios en redes sociales para atraer tráfico a nuestra página	Con este tráfico buscamos aumentar el volumen de ventas	\$ 24,000.00	\$ 24,000.00	ANUAL
Estrategia no. 1. Ofertar envíos gratis en la primera compra del cliente.	Promocionar este servicio en un banner en la página web	Se busca que el cliente vea atractivo el envío gratis y compre en la tienda	\$ 24,000.00	\$ 24,000.00	ANUAL
	Enviar esta información vía email a clientes que se registren en la página	Se busca que los clientes se registren en la página y realicen su primera compra	\$ 18,000.00	\$ 18,000.00	UNICO PAGO
Estrategia no. 2. Aumentar la conversión de leads a clientes registrados	Añadir 10 o 15 nuevos usuarios cada mes al grupo	Se busca llegar a nuevos clientes y fidelizar los ya existentes	\$ 3,000.00	\$ 12,000.00	TRIMESTRAL
	Promocionar en el grupo el testimonio de clientes satisfechos con el uso de los productos	Buscamos crear confianza en los servicios que ofrecemos	\$ 2,000.00	\$ 24,000.00	MENSUAL
<b>Total</b>				<b>\$ 224,000.00</b>	

Fuente: Elaboración propia

## **CONCLUSIÓN**

Este proyecto ha contribuido en identificar la factibilidad de la idea de negocio que supone la empresa BESTLYWE de asesoramiento profesional y distribución de productos capilares de la marca Hidra Hair Natural, en el que se deja evidenciado su aceptación y rentabilidad.

Se definieron de manera clara los objetivos que se pretende alcanzar y se apoyó su cumplimiento por medio a la definición de un plan de marketing enfocado en potencializar la empresa en los medios digitales, para que la misma pueda llegar a los clientes y ser competitiva en el mercado.

Con el desarrollo de este trabajo se ponderaron los factores que pudieran incidir como barreras en el lanzamiento del proyecto, con la finalidad de elaborar estrategias que faciliten su mitigación y apoyen la idea de negocio.

Con la definición de los procesos se establecieron los mecanismos para hacer que las necesidades del cliente lograsen ser satisfechas por medio a la participación en conjunto de todas las áreas que forman parte de la empresa, dejando como resultado que la misma es rentable y sostenible en el tiempo, por lo que se puede invertir en el mismo, ya que promete la recuperación del capital invertido en un tiempo prudente dentro de la escala promedio para el tipo de negocio y el monto invertido.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Correa R y Montero O. (2009). Plan de negocios para la creación de la empresa de maquillaje IO Style. Universidad de la Sabana. Chía, Colombia.

De Jesus, M. (septiembre 2020). En tiempos de covid-19: ¿Cómo emprender un negocio desde casa a 'bajo costo'? El Dinero. Recuperado de <https://www.eldinero.com.do/122036/en-tiempos-de-covid-19-como-emprender-un-negocio-desde-casa-a-bajo-costo/>

Llopis M, A. (2013). Plan de negocio, empresa distribuidora de productos de estética. Universidad Politécnica de Valencia. Valencia, España.

Martin, S. (2018). 10 técnicas de ventas online para vender más. Recuperado de <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/10-tecnicas-de-ventas-online-para-vender-mas>

Parra, A. (2019). Guía de la tienda virtual: qué es exactamente, cómo crear una y de qué manera funciona. Recuperado de <https://rockcontent.com/es/blog/tienda-virtual/>

## ANEXOS

### Anexo A. Página web de la empresa BESTLYWE



**BESTLYWE**  
Tan natural como tú

PRODUCTOS | ¿CONOCES TU TIPO DE CABELLO? | ASESORIA EXPERTA | Iniciar Sesión | Registrarse

Encuentra el producto ideal para  
*Transformar tu cabello*

Dale a tú cabello más amor con nuestras líneas de productos naturales. En nuestro amplio catálogo encontraras los productos ideales para cada necesidad que tengas con relación al cuidado de tú cabello. Los tratamientos de **Hidra Hair Natural** son multivitamínicos y ayudan a restaurar las áreas dañadas del pelo, lo nutren, hidratan y reparan la superficie original de keratina del cabello. Descubre los diferentes tratamientos que ofrecemos para ayudarte a tener el cabello que deseas.

Quienes Somos | Política de Privacidad | Política de Cookies | Contacto | ©Derechos Reservados 2020

### Anexo B. Integrantes del equipo que desarrollo este proyecto



Anexo C. Evidencias de reuniones para desarrollo del proyecto



