

Carreras: Administración de Empresas y Mercadeo

**Diplomado: Plan de Negocio y Gestión Integral de
Proyectos de Emprendimiento en Línea**

Proyecto:

Jarabacoa Gift Shop

Autora:

Mary Steffanie Luna

Facilitadores Acompañantes:

Jorge Mena

Julio Angel García

Eliana Campos

18 de diciembre del 2020,
Santiago de los Caballeros,
República Dominicana

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	5
INTRODUCCIÓN	7
Antecedentes del sector	9
Planteamiento del problema o necesidades identificadas en el mercado	10
Objetivo general	11
Objetivos específicos.....	11
Importancia y justificación del proyecto	12
Metodología.....	12
Técnicas utilizadas para la recolección de datos	13
Delimitación del proyecto	13
Limitaciones del proyecto	13
Métodos para la recolección de datos.....	14
Modelo de negocios Canva Board:	14
I. ESTRUCTURA IDEOLÓGICA DEL PROYECTO.....	15
1.1 Descripción de la empresa	16
1.2 Imagen Corporativa o Brand Kit	16
1.2.1 Logo e Isotipo.....	16
1.2.2 Eslogan	16
1.2.3 Colores (representar en pantones, buscar aplicación en la web).....	17
1.2.4 Tipografías	18
1.3 Filosofía de negocios.....	19
1.3.1 Misión.....	19
1.3.2 Visión	19
1.3.3 Valores.....	19
1.4. Ventajas competitivas.....	19
1.4.1 Valor agregado.....	19
1.4.2 Estrategias de diferenciación	19
II. ESTRUCTURA DEL ENTORNO	20
2.1 ANALISIS FODA	21
Análisis FODA del proyecto	21
2.2 Análisis de la competencia	22
2.2.1 Principales competidores	22

2.3 Fortalezas y debilidades de la competencia.....	23
2.4 Análisis de la demanda o consumidores	24
2.5 Análisis y presentación de los resultados de la encuesta.....	25
III. ESTRUCTURA MERCADOLÓGICA	33
3.2 Descripción del producto o servicio	35
3.3 Estrategias de precios	36
3.4 Estrategias de distribución.....	37
3.5 Estrategias de comunicación.....	37
IV. ESTRUCTURA TÉCNICA.....	39
4.1 Principales socios claves del proyecto	40
4.2 Asesores o especialistas de producción y Operaciones.....	40
4.3 Áreas operativas del proyecto	41
4.4 Estructura Organizacional (organigrama)	43
4.5 Horario de trabajo y asistencia al cliente	44
4.6 Políticas operativas del negocio	44
4.7 Normas laborales	45
V. ESTRUCTURA FINANCIERA.....	49
5.1 PLAN DE INVERSION	50
5.2 PLAN DE MEDIOS ONLINE.....	51
5.3 PROYECCION DE VENTAS POR TEMPORADAS	52
5.4 ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO PROFORMA.....	55
5.5 ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA.....	56
CONCLUSIONES.....	57
BIBLIOGRAFÍAS	58
ANEXOS	60
CUESTIONARIO.....	61
Capturas de pantalla Página Web.....	64
Capturas de pantalla Instagram comercial.....	65
Links de acceso a las plataformas virtuales y videos de presentación final.....	66

RESUMEN EJECUTIVO

Jarabacoa Gift Shop es una empresa dedicada a la venta y personalización de suvenir con temática dominicana y jarabacoense. Se especializa en productos nativos de Jarabacoa, ofreciendo artículos decorativos, uso personal y de degustación al paladar. Será un proyecto online que ofrecerá servicios en todo el país, con delivery gratis en Jarabacoa y envíos fuera de Jarabacoa a través de Caribe Tours Pack, guaguas de transportes público Jarabacoa-La Vega.

El propósito de Jarabacoa Gift Shop es ofrecer a los turistas variedad de productos con los cuales ellos puedan sentirse identificados y puedan contar memorias vividas en las montañas de Jarabacoa, así como también identificarse con nuestra cultura dominicana.

Este proyecto de negocio surge en la ciudad de Jarabacoa a consecuencia de que en la misma no se encuentra una tienda específica dedicada a la venta directa de suvenir y detalles culturales para incrementar la excelencia en el servicio turístico de la ciudad.

En este proyecto de negocio se pretende satisfacer las necesidades de nuestros consumidores, tanto turistas como dominicanos o extranjeros residentes en el país. También tenemos como propósito apoyar los emprendedores PYMES que se dedican al arte en la ciudad de Jarabacoa.

Nuestros proyecto tienen la ventaja de que todos los productos que pueden ser de interés cultural para nuestros clientes se encontrarán en un solo lugar, sin la necesidad de buscar los mismo en diferentes lugares de la ciudad

INTRODUCCIÓN

En el siguiente informe se presentará la idea de negocio con las informaciones pertinentes a la misma. A medida que observe las páginas presentada en el mismo documento, podrán presenciar información detallada de la estructura general de la idea de negocio.

Se presentan temas detallados como los antecedentes, planteamiento, importancia y delimitación del proyecto. También podrán ver tres tipos de estructura que conforman la idea de negocio inicial, estas son Estructura Ideológica, Estructura del Entorno y Estructura Mercadológica. Así también visualizarán una encuesta realizada a posibles clientes potenciales que tendría Jarabacoa Gift Shop.

También podrá observar la parte técnica y financiera del proyecto, en las cuales se desarrollarán temas como la estructuración de las plataformas virtuales y la inversión y proyección de venta de la empresa.

Antecedentes del sector

El comercio y el turismo son dos actividades de suma importancia para la economía de un país/ciudad, ambos forman parte del sector económico terciario, y en los últimos tiempos se están convirtiendo en aliados formando un nuevo estilo de realizar turismo.

Ya que este proyecto de negocio forma parte de ambos sectores (sector comercial y sector turístico), la investigación se basará en ambos de manera individual y en conjunta.

Conforme a la información ofrecida por el expresidente de la República Danilo Medina, Gómez, D (2020) explica que “República Dominicana pasó de recibir 4.6 millones de visitantes en 2012 a 7.5 millones en 2019 (6.4 millones vía aérea y 1.1 millones en cruceros)”. (párr.11). Sin embargo, en el 2020 el turismo tuvo un declive significativo a consecuencia de la pandemia que ha afectado el mundo entero.

Pero a pesar de la crisis vivida en RD, es alentador saber que “los estadounidenses prefieren vacaciones de ocio en la playa tan pronto puedan viajar y de preferencia a destinos no lejanos para evitar vuelos de larga duración, apuntando al Caribe como una opción.” Gómez, D (2020) (párr.6)

De acuerdo a datos del Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (MEPyD), De Jesús, M. (2019) explica que “El comercio al por menor o minorista, perteneciente a la última cadena de distribución de bienes, constituye en diversas localidades de República Dominicana una de las principales fuentes de empleos, junto a las demás ramas que conforman este sector” (párr.1)

En el 2020 la economía en Rep. Dom. obtuvo un declive de 8.5% durante el primer semestre. Pero a pesar de que la economía actual no está del todo estable, las personas aún sienten la misma necesidad de consumir. Convirtiéndose el consumo en línea una tendencia durante la crisis mundial.

Planteamiento del problema o necesidades identificadas en el mercado

El turismo en Jarabacoa es una de las principales fuentes de ingreso a la ciudad debido a su gran actividad eco turística. Sin embargo, el ecoturismo no se está maximizando a su verdadero potencial, formando así un importante hueco en el servicio, publicidad y sostenibilidad de la principal economía de la ciudad. La mayoría de los turistas buscan llevar consigo un Suvenir que les permita recordar su visita. Jarabacoa no cuenta con la tradición de promover artículos culturales representativos de la ciudad. Estos artículos no solo funcionan como servicio a los turistas, sino que también promueven la belleza de su flora, fauna y cultura.

Se ha podido identificar que Jarabacoa tiene una escasez de tiendas de souvenir que provea servicio especializado para turistas, servicio en venta de souvenirs decorativos, nativos de la ciudad y el país. Guías turísticos de la ciudad expresaron que los turistas se cansan caminando alrededor del centro del pueblo en busca de algún detalle significativo que les permita recordar los momentos vividos en la ciudad de la Eterna Primavera, entrando en tiendas de ventas generalizadas sin encontrar resultados satisfactorios.

Al llevar a cabo este proyecto y hacerlo realidad, Jarabacoa tendrá una mejor oferta para los turistas. El ecoturismo y el turismo cultural estarán más completos en la ciudad. Dando esto como resultado una mejor satisfacción de los clientes, en este caso los turistas y los extranjeros que viven en la ciudad y desean comprar algún detalle para sus familiares en el exterior.

Objetivo general

- Crear un plan de negocio para llevar a cabo un emprendimiento en línea que ofrezca productos únicos y especiales que cuenten experiencias vividas por nuestros consumidores en la ciudad de Jarabacoa, así como también en República Dominicana.

Objetivos específicos

- Desarrollar un plan de marketing que atraiga a nuestros posibles consumidores a comprar en las plataformas digitales.
- Crear diseños innovadores para nuestros productos que promuevan la República Dominicana a través de las redes sociales.
- Ofrecer productos variados y auténticos que identifiquen la cultura dominicana.
- Apoyar nuevos emprendedores nativos de Jarabacoa.
- Promocionar en todas las plataformas digitales el origen de los productos ofrecidos.

Importancia y justificación del proyecto

- **Aspecto profesional:**

La realización de este proyecto me permitirá emprender y posicionarme en el mercado, poniendo en práctica los conocimientos y estudios adquiridos durante mi carrera universitaria.

La buena planificación y elaboración de este proyecto proporcionará una buena gestión profesional al final del mismo. Es decir que cuando el proyecto llegue a su etapa final y se convierta en negocio, el profesionalismo sería parte esencial en su gestión.

- **Aspecto personal:**

Querer realizar un proyecto que tenga concordancia con mi carrera universitaria para así ingresar directamente al campo turístico empresarial, ya que mi licenciatura es Adm. De Empresas Turísticas.

- **Aspecto social:**

La idealización, formalización, estructuración y ejecución del proyecto tiene un impacto cultural y económico en Jarabacoa y República Dominicana en general, ya que el proyecto busca apoyar a los proveedores locales y emprendedores PYMES de la comunidad. También permitirá que nuestros turistas conecten con nuestra cultura y formemos parte de sus vidas y recuerdos.

Metodología

Las metodologías utilizadas para llevar a cabo este proyecto han sido la investigación de campo, donde realizamos encuestas, conversatorios con personas dedicadas al marketing y al sector comercial, así como también investigación documental en la web y artículos digitales.

Técnicas utilizadas para la recolección de datos

- Análisis de contenidos bibliográficos.
- Entrevistas a personas cercanas o especialistas.
- Entrevistas a propietarios de negocios del sector.
- Encuestas a posibles consumidores.

Delimitación del proyecto

Nuestros productos y servicios serán ofrecidos a los turistas externos e internos. También a los extranjeros residentes en el país que deseen enviar o llevar a sus familiares un detalle que cuente su historia en la isla tropical.

Estaremos brindando los servicios a nivel nacional ofreciendo envíos con 50% cargo adicional y entrega gratis en la ciudad donde residimos, Jarabacoa.

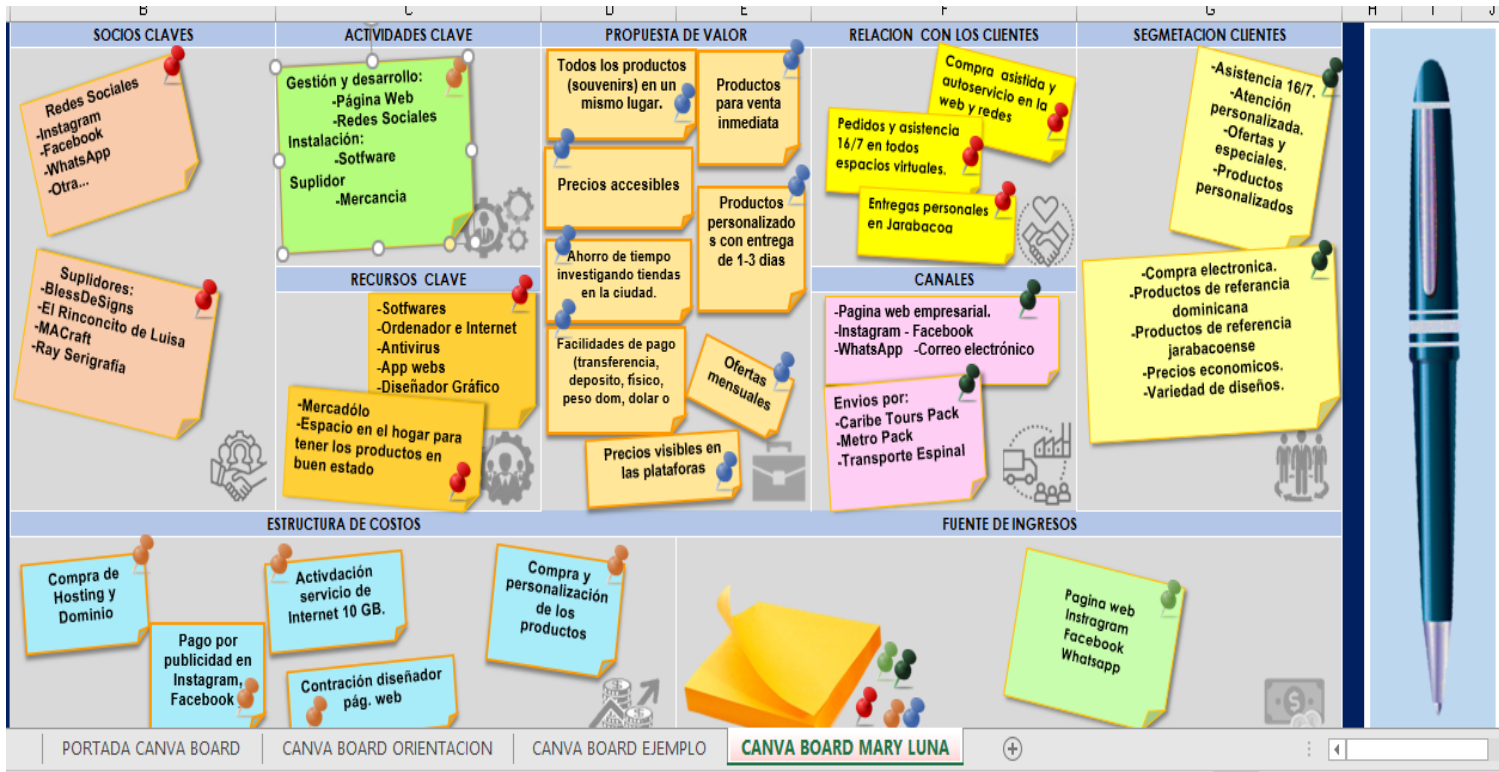
Limitaciones del proyecto

La realización de este proyecto se ve afectado por algunas limitaciones, las mismas se enumeran a continuación.

- Tiempo limitado para trabajar en el proyecto
- Consecuencias físicas a causa del estrés laboral, universitario y personal.
- Ausencia de computadora en algunos determinados días de la semana.
- Carencia de suficiente capital para la compra de los productos.

Métodos para la recolección de datos

Modelo de negocios Canva Board:



I. ESTRUCTURA IDEOLÓGICA DEL PROYECTO

1.1 Descripción de la empresa

Jarabacoa Gift Shop es una tienda online dedicada a la venta y personalización de suvenir con temática dominicana y jarabacoense. Se especializa en productos nativos de Jarabacoa, ofreciendo artículos decorativos, uso personal y de degustación al paladar.

1.2 Imagen Corporativa o Brand Kit

1.2.1 Logo e Isotipo



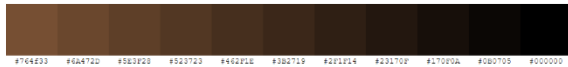
1.2.2 Eslogan

"Detallitos dominicanos para el mundo" 

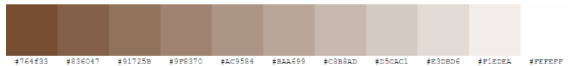
1.2.3 Colores (representar en pantones, buscar aplicación en la web)

Escogí estos colores (marrón, morado, azul, rosado, anaranjado, amarillo, verde y rojo) para el logo, en representación a todas las estaciones del año, enfatizando la primavera por ser la más destacada en la ciudad de Jarabacoa. Utilice el negro porque brinda elegancia y puede captarse bien el detalle.

Shades of #764f33



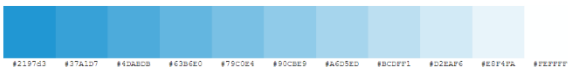
Tints of #764f33



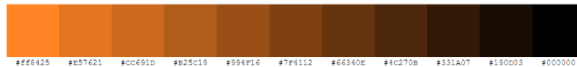
Shades of #2197d3



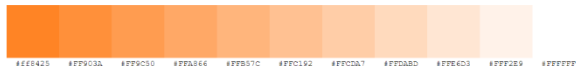
Tints of #2197d3



Shades of #ff8425



Tints of #ff8425



Shades of #a7cf38



Tints of #a7cf38



Shades of #000000



Tints of #000000



Shades of #1c134f



Tints of #1c134f



Shades of #dd2278



Tints of #dd2278



Shades of #ffd702



Tints of #ffd702



Shades of #f90931



Tints of #f90931



1.2.4 Tipografías

Para el Nombre utilice la tipografía: Bauhaus-Heavy-Bold

Para el Slogan utilice la tipografía: Great vibes

JARABACOA GIFT SHOP

"Detallitos dominicanos para el mundo" 

1.3 Filosofía de negocios

1.3.1 Misión

Satisfacer los clientes con un servicio de calidad al proveer artículos representativos de Jarabacoa.

1.3.2 Visión

Ser la tienda virtual temática de souvenirs más importante de Jarabacoa.

1.3.3 Valores

- Honestidad
- Responsabilidad
- Dedicación
- Respeto cultural e histórico
- Calidad
- Orientación al cliente

1.4. Ventajas competitivas

1.4.1 Valor agregado

- Precios visibles en todas nuestras plataformas digitales
- Delivery gratis en Jarabacoa
- Stand de venta rápida en lugares determinados, por ejemplo: en la casa de misioneros de Doulos Discovery para que los grupos visitantes compren mientras almuerzan
- Ofrecer como servicio extra persona para hacerles trenzas en el pelo.
- Facilidades de pago (transferencia, depósito, físico, peso dominicano, dólar o euro).
- Productos para venta inmediata.

1.4.2 Estrategias de diferenciación

En nuestro caso, dos de las mayores estrategias de diferenciación son que todos los productos de interés para turistas estarán en un solo lugar. Sin la necesidad de visitar muchos lugares físicos o virtuales para adquirir pocos resultados. También la oportunidad de que los precios sean visibles para todos, sin la necesidad de preguntar por los mismos o más información al respecto.

Nuestra empresa ofrecerá el mismo servicio tanto a turistas externos como internos, ofreciendo precios accesibles para todos. Para hacer esto posible, pensaremos en precios dominicanos a pesar de que la mayoría de los de los turistas sean extranjeros.

II. ESTRUCTURA DEL ENTORNO

2.1 ANALISIS FODA

El análisis FODA es una prueba para conocer las fuerzas, oportunidades, debilidades y amenazas de una empresa antes su competencia y es utilizado como base de diagnóstico de un plan de negocios y para definir objetivos realistas y diseñar estrategias competitivas para alcanzar las metas y objetivos del proyecto.

Análisis FODA del proyecto

Análisis FODA de Jarabacoa Gift Shop



2.2 Análisis de la competencia

En la República Dominicana si existen tiendas especializadas en ventas de souvenir dominicana, pero en su mayoría se encuentran ubicada en las zonas costeras. En Jarabacoa no podemos decir lo mismo, no podemos encontrar tienda con estas características, pero sí podemos decir que tenemos lugares de ventas generalizadas con pequeños artículos/productos dedicados a la dominicanidad, así como también personas que se dedican a la personalización de artículos, pero no tienen los productos en sí terminados.

2.2.1 Principales competidores

Café Monte Alto: con más quince años en el mercado, dedicándose al cultivo, producción, distribución y venta de café. Ubicados en Altos del Yaque, carretera Belarmino Ramírez, Jarabacoa

Tienda Ecuatoriana: con más de 10 años en el mercado. Iniciaron vendiendo en la calle artículos de fantasía, y hoy en día venden gran variedad de artículos artesanales. Está ubicada en la c/Independencia, Jarabacoa

Ray Serigrafía, dedicada a la creación personalizados en t-shirts, tazas, y todo tipo de tela. Estaba ubicada en C/ el Carmen, Jarabacoa.

MC Craft, emprendedora en línea dedicada a la personalización de artículos y lettering. Provee artículos como cuadros con lettering, agendas personalizadas, tarjetas, y más. No tiene una localización física.

BlessDeSigns, se especializa en la venta de arte personalizada tallada en madera. Está ubicada en la Recta de Buena vista, Jarabacoa.

WiCreaciones: empresa dedicada a la personalización variada de diversos artículos, teles como tazas, telas, detalles para regalos, vasos, y más. Está ubicada en la c/Independencia, Jarabacoa.

Supermercado Jarabacoa: tiene una pequeña tienda dentro del mismo, en la cual venden artículos y accesorios variados para regalos. Está ubicado en la C/Independencia Jarabacoa.

2.3 Fortalezas y debilidades de la competencia

Café Monte Alto

Fortalezas

- Reconocido a nivel nacional
- Buen capital para mover sus mercancías e invertir en sus innovaciones.

Debilidades

- Su café mayormente se exporta
- No tienen un enfoque local
- Los locales no están completamente a gusto con el café.

Tienda Ecuatoriana

Fortalezas

- Tienda física con buena localización, renombre reputación formada.
- Tienda con apariencia bonita y delicada

Debilidades

- No tiene buen servicio online.
- No tiene variedad de artículos de aspecto turístico ni de personalizados.
- Servicio al cliente no es tan bueno

Ray Serigrafía

Fortalezas

- Ha fidelizado a sus clientes
- Buena estrategia de precios

Debilidades

- Poca publicidad
- Lento desarrollo de empresa.

MA Craft

Fortalezas

- Redes sociales bien presentables
- Tiene productos personalizados de gran demanda.

Debilidades

- No tiene tienda Física
- Cantidad de seguidores limitada
- Falta de publicidad

BlessDeSigns

Fortalezas

- Se maneja con empuje en un mercado con demanda
- Clientela creciente exponencialmente
- Ubicación en un lugar estratégico para la construcción y decoración de proyectos turísticos

Debilidades

- No tienda física.
- Negocio reciente que todavía está formando su clientela.
- Todavía no se ha ramificado en la venta de personalizados.

WiiCreaciones

Fortalezas

- Gran variedad de personalizados
- Negocio de renombre
- Redes sociales con buena presentación
- Gran cantidad de seguidores
- Presentación llamativa de los productos

Debilidades

- No tiene precios visibles
- Precios no tan asequibles
- No se dedica a la atracción cultural

2.4 Análisis de la demanda o consumidores

La técnica utilizada para la elaboración y adquisición de información sobre nuestro proyecto de negocio, nuestro mercado y el posible posicionamiento que tendremos en el mismo fue la implementación de una encuesta digital en la plataforma "Google Survey" esparcida a través de Instagram, WhatsApp y Correo Electrónico. La misma cuenta con un total de

2.5 Análisis y presentación de los resultados de la encuesta

Tabla No. 1

Dónde reside?	Frecuencia	Cantidad
América del norte	04	6,1%
Europa	01	1,5%
Jarabacoa	45	68,2%
Santiago	06	9,1%
La Vega	03	4,5%
Santo Domingo	03	4,5%
Otro	04	6,1%
Total	66	100%

Fuente: pregunta 2 de la encuesta aplicada a los usuarios.

Podemos ver en el grafico más arriba, el 68,2% de nuestros encuestados residen en la ciudad de Jarabacoa, el 9,1 % en la ciudad de Santiago, el 6,1% en algún país de América del Norte u otro lugar, dejando para La Vega y Santo Domingo el 4,5% y en su minoría el 1,5% reside en Europa. Esto nos permite saber que, nuestros mayores clientes potenciales residirían en Jarabacoa (destacando que pueden ser extranjeros o nacionales).

Gráfico No. 1

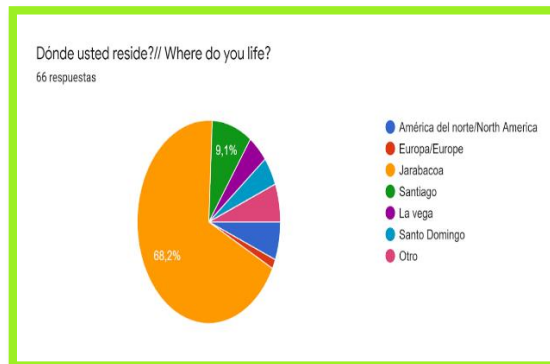
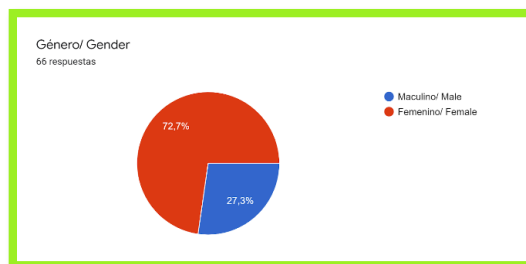


Tabla No. 2

Género	Frecuencia	Cantidad
Masculino	18	27,3%
Femenino	48	72,7%
Total	66	100%

Fuente: pregunta 3 de la encuesta aplicada a los usuarios.

Gráfico No. 2



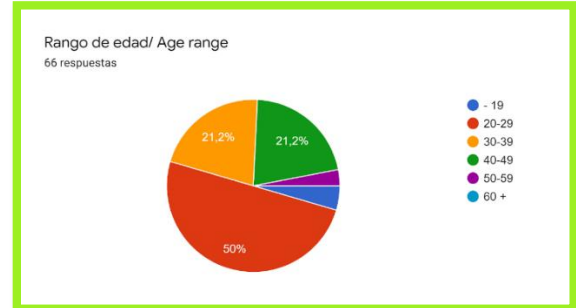
En el grafico anterior podemos percibir que el 72,7% de nuestros encuestados son mujeres, dando lugar al 27,3% a los hombres. Es decir que nuestros mayores clientes potenciales podrían ser mujeres.

Tabla No. 3

Edad	Frecuencia	Cantidad
-19	3	04,5%
20-29	33	50%
30-39	14	21,2%
40-49	14	21,2%
50-59	02	03%
60+	00	00%
Total	66	100%

Fuente: pregunta 4 de la encuesta aplicada a los usuarios.

Gráfico No. 3



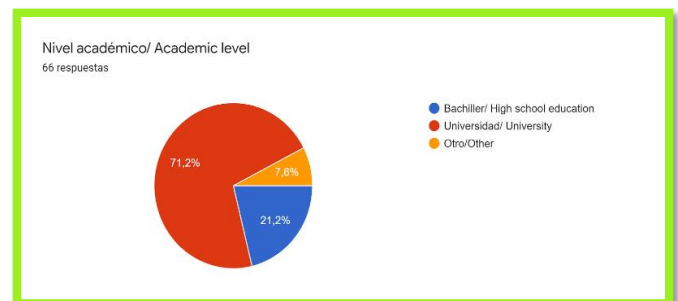
De acuerdo a la encuesta, notamos que nuestros posibles consumidores se encuentran en un rango de edad de 20 a 49 años, dejando en claro que su mayoría tienen experiencia con la tecnología. Sin dejar a un lado que tendríamos unos posibles consumidores con menos de 19 años y más de 60.

Tabla No. 4

Nivel Académico	Frecuencia	Cantidad
Bachiller	14	21,2%
Universidad	47	71,2%
Otro	05	7,6%
Total	66	100%

Fuente: pregunta 5 de la encuesta aplicada a los usuarios.

Gráfico No. 4



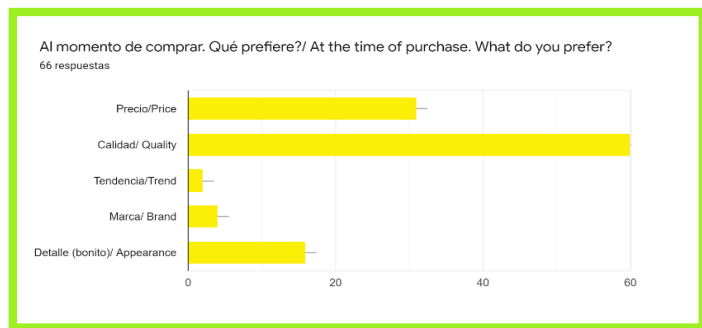
Respecto al resultado de la encuesta notamos que el 71,2% de los encuestados tiene un nivel académico profesional universitario y un 21,2% tienen nivel académico secundario realizado, dejando el 7,6% en el rango de otros.

Tabla No. 5

Al momento de comprar. ¿Qué prefiere?	Frecuencia	Cantidad
Precio	31	47
Calidad	60	90,9
Tendencia	2	3
Marca	4	6,1
Detalle	16	24,2
Total	166	100%

Fuente: pregunta 6 de la encuesta aplicada a los usuarios.

Gráfico No. 5



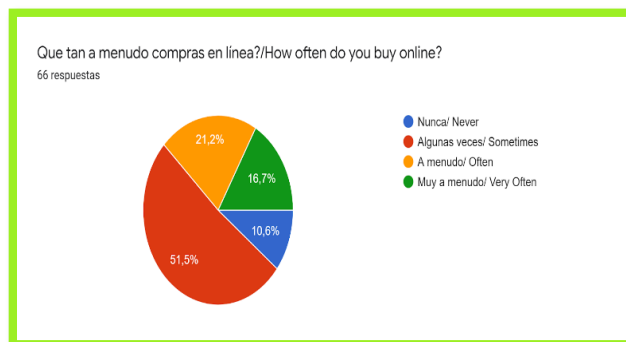
El 90,9 % de nuestros posibles consumidores prefiere la calidad al momento de comprar en línea, dejándola en primer lugar. Como segundo lugar en el nivel de preferencias de nuestros posibles consumidores se encuentra el precio con un 47%. en tercer lugar, se encuentra la preferencia por el detalle/bonito del producto. Quedando el cuarto y quinto lugar la preferencia por la marca y la tendencia con un 6,1 y 3 %.

Tabla No. 6

Que tan a menudo compras en línea	Frecuencia	Cantidad
Nunca	7	10,6%
Algunas veces	34	51,5%
A menudo	14	21,3 %
Muy a menudo	11	16,7%
Total	66	100%

Fuente: pregunta 7 de la encuesta aplicada a los usuarios.

Gráfico No. 6



El 51% de los encuestados indicaron que realizan compras en línea algunas veces, el 14% indicó que compran a menudo y el 11% muy a menudo. Solo el 7% indicaron que no compran en línea.

Tabla No. 7

De las sigs. plataformas. Cuáles prefiere?	Frecuencia	Cantidad
Página Web	42	36,6%
Instagram	21	31,8%
Facebook	7	10,6 %
WhatsApp	7	10,6%
Otras	7	10,6%
Total	/66	100%

Fuente: pregunta 8 de la encuesta aplicada a los usuarios.

El 42% ha indicado que prefieren realizar compras a través de la página web, así como el 21% prefiere comprar a través de la plataforma Instagram, dejando a Facebook, WhatsApp y otras con un 7% cada una. Esta encuesta nos da un mejor panorama de cuál debería ser nuestra plataforma fuerte y cual tendrá más preferencia y credibilidad.

Gráfico No. 7

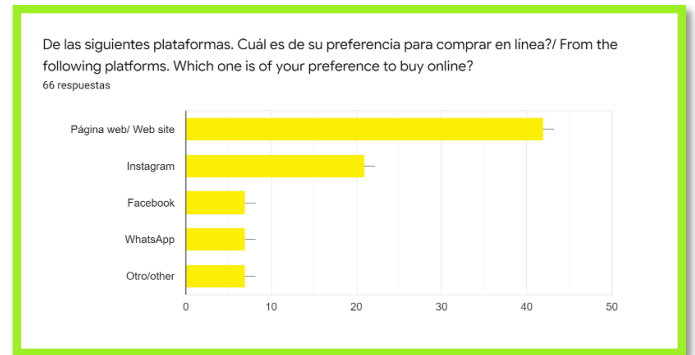


Tabla No. 8

Al momento de comprar en línea. Qué valora?	Frecuencia	Cantidad
Servicio al cliente	31	47%
Rapidez de entrega	32	48,5%
Precios visibles	35	53%
Buena presentación del producto	33	50%
Total	66	100%

Fuente: pregunta 9 de la encuesta aplicada a los usuarios.

Nuestros posibles clientes potenciales indicaron en su mayoría que valoran que los precios de los productos estén visibles. Pero como se puede observar en la gráfica, los porcentajes de las opciones están muy cerca, es decir que el valor agregado para los clientes es muy variado.

Gráfico No. 8

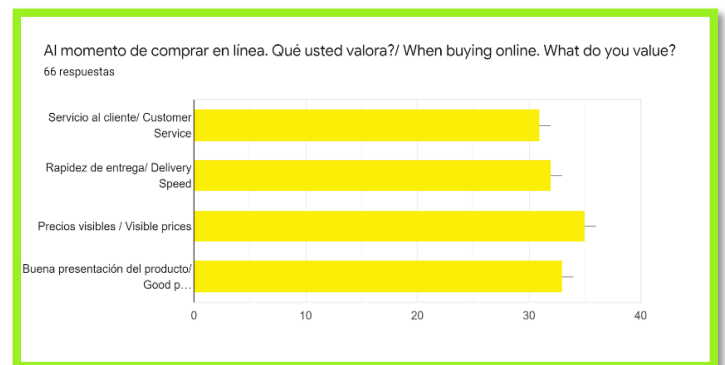


Tabla No. 9

Al momento de comprar online. Qué le preocupa?	Frecuencia	Cantidad
Que el producto no sea de buena calidad	29	43,9
Que no sea en físico como se ve virtual	45	68,2
Que no llegue	20	39,4
Producto defectuoso	26	39,4
Total	66	100%

Fuente: pregunta 10 de la encuesta aplicada a los usuarios.

Con respecto a la preocupación de nuestros encuestados al momento de realizar una compra por plataformas digitales el 68,2% expresaron que les preocupa los productos no sean en físico como se ven en las plataformas virtuales. El 43,9% indicó que les preocupa que el producto no sea de buena calidad. Que el producto no llegue o que llegue defectuoso solo le preocupa a un 39,4% de nuestros posibles consumidores. Esta estadística nos permite reconocer que nuestros productos deben verse a través de las plataformas como se vería en físico.

Gráfico No. 9

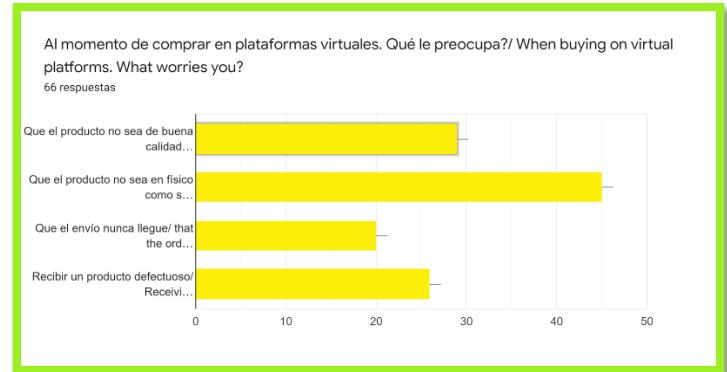


Tabla No. 10

Te consideras turista en RD?	Frecuencia	Cantidad
Si	9	13,8
No	30	46,2
A veces	26	40
Total	66	100%

Fuente: pregunta 11 de la encuesta aplicada a los usuarios.

Podemos observar que el 46,2% de los encuestados no se considera turista en su propio país, es decir que es posible que estos posibles clientes no compren nuestros productos por razones turísticas. Sin embargo, el 40% expreso que algunas veces si se consideran turistas. Dejando el 13,8% al aquellos que si siempre se consideran.

Gráfico No. 10

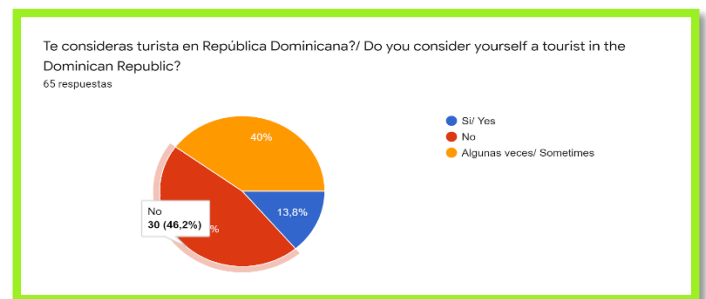
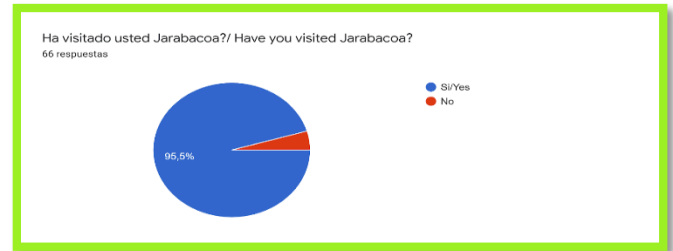


Tabla No. 11

Ha visitado Jarabacoa?	Frecuencia	Cantidad
Si	63	95,5
No	3	4,5
Total	66	100%

Fuente: pregunta 12 de la encuesta aplicada a los usuarios.

Gráfico No. 11



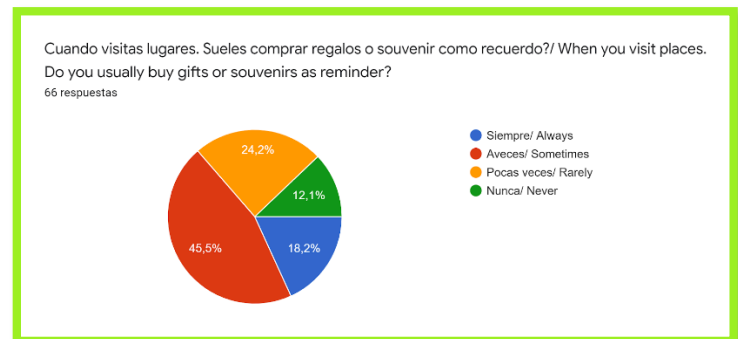
El 95,5% de los encuestados ha visitados y conoce la ciudad de Jarabacoa, esto nos permite ver que podemos tener un buen alcance en el mercado nacional e internacional. Solo el 4,5% no ha visitado la ciudad.

Tabla No. 12

Cuando visitas lugares, suele comprar souvenir?	Frecuencia	Cantidad
Siempre	12	18,2
A veces	30	45,5
Pocas veces	16	24,2
Nunca	8	12,1
Total	66	100%

Fuente: pregunta 13 de la encuesta aplicada a los usuarios.

Gráfico No. 12



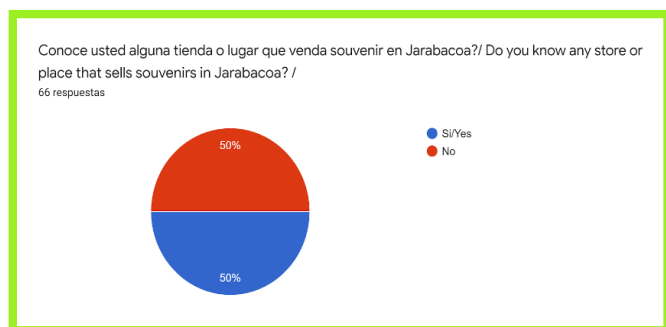
De nuestros posibles consumidores, el 45,5% compró souvenir a veces al momento de visitar un lugar. Solo el 18,2% suele comprar frecuentemente. expresando el 24% que pocas veces suele comprar cuando visita lugares nuevos. El 12,1% indicó que nunca compra souvenirs cuando visita un lugar.

Tabla No. 13

Conoce alguna tienda de souvenir en Jarabacoa	Frecuencia	Cantidad
Si	33	50
No	33	50
Total	66	100%

Fuente: pregunta 15 de la encuesta aplicada a los usuarios.

Gráfico No. 13



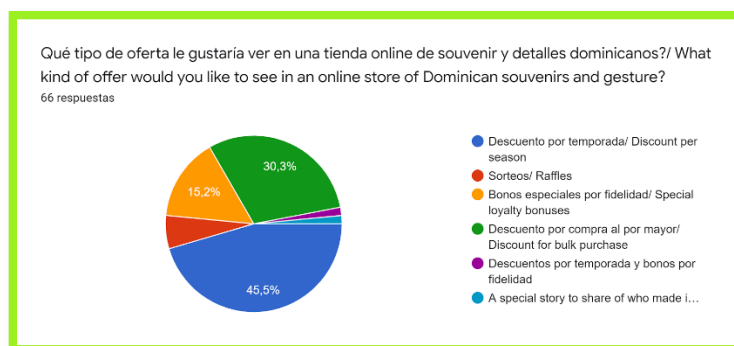
De acuerdo a la encuesta mostró que un 50% de los encuestados conoce alguna tienda de souvenir en Jarabacoa, y el otro 50% no conoce ninguna.

Tabla No. 14

Que oferta le gustaría ver en una tienda en línea?	Frecuencia	Cantidad
Descuento por temporada	30	45,5
Sorteo	4	6,1
Bonos especiales por fidelidad	10	15,2
Descuento por compra al por mayor	20	30,3
Total	66	100%

Gráfico No. 14

Fuente: pregunta 17 de la encuesta aplicada a los usuarios.



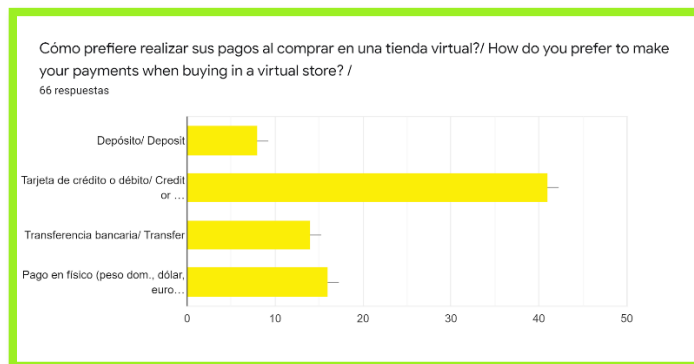
Un 45,5% de nuestros posibles consumidores expresaron que les gustaría ver ofertar de descuento por temporada. El 30,3% indicó que los descuentos por compra al por mayor llaman su atención, el 15,2% expresó que los bonos especiales por fidelidad son de su preferencia, dejando solo al 6,1% la atracción por los sorteos.

Tabla No. 15

Como prefiere realizar sus pago al comprar virtual?	Frecuencia	Cantidad
Depósito	8	12,1
Tarjeta de crédito/débito	41	62,1
Transferencia bancaria	14	21,2
Pago en efectivo	16	24,2
Total	66	100%

Fuente: pregunta 18 de la encuesta aplicada a los usuarios.

Gráfico No. 16



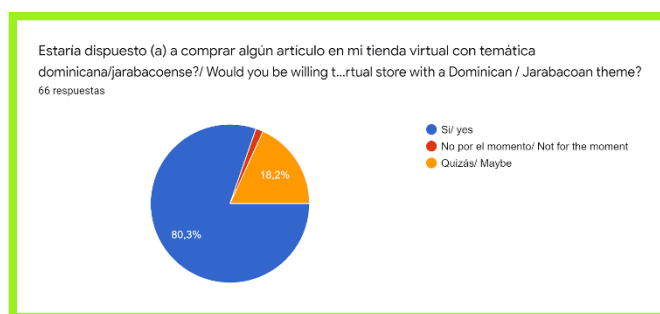
De acuerdo a la encuesta, notamos que el 62,1% de nuestros posibles consumidores prefieren pagar con tarjeta de crédito/debito, el 24,2% prefieren pagar en efectivos, el 21,2% tiene la preferencia de pagar a través de transferencias bancarias dejando solo al 12,1% prefiriendo los depósitos bancarios.

Tabla No. 16

Estaría dispuesto a comprar algún artículo en mi tienda?	Frecuencia	Cantidad
Si	53	80,3
No por el momento	1	1,5
Quizás	12	18,2
Total	66	100%

Gráfico No. 17

Fuente: pregunta 19 de la encuesta aplicada a los usuarios.



De acuerdo a la encuesta, pudimos identificar que el 80,3% de los encuestados estaría dispuesto a formar parte de nuestros clientes potenciales, dejando un 18,2% como posibles clientes. Solo un 1,5% no estaría dispuesto a formar parte de nuestra cliente.

III. ESTRUCTURA MERCADOLÓGICA

3.1 Mercado Meta

- **Avatar de cliente**

- Características:

Nuestros posibles clientes se encuentran en un rango de edad entre 20 a 60 años. Mayormente jarabacoense y norteamericanos. Profesionales universitarios y amantes de la cultura.

- ¿Qué valora al comprar?

De acuerdo a los resultados de la encuesta. Valoran la calidad, el precio, la transparencia con los precios, buena presentación del producto y el buen servicio al cliente.

- Exigencia al comprar:

Transparencia y autenticidad, calidad de productos seguridad con el método de pago y entregar del producto atención y rapidez.

- Estimulación para comprar:

Recuerdo, detalle, descuento por temporada

- **Principales necesidades o deseos y expectativas**

- Proporción calidad/precio
- Diseños
- Historia contada a través de los productos

3.2 Descripción del producto o servicio

Servicio	Características	Garantías	Beneficios	Ventajas	Formato de compra
Letreros tallado en madera	Obra de arte artesanal, hecho a mano, con diferente tipos de texturas.	Muy duradero	Personalizado, natural, elegante,	Producto local,	Online, personalizado o generalizado
Llaveros en madera	Llaverito pequeños con forma de mapa, la bandera, greca, taza, béisbol, etc.	Duradero de acuerdo al cuidado aplicado	Personalizado	Fácil de utilizar y guardar	Al por mayor y detalle.
Tazas, vasos, botellas de agua, etc.	Todos con personalizado de mapa, bandera, frases, imágenes representativas etc.	Duradero de acuerdo al cuidado aplicado	Personalizado, utilidad.	Tener un objeto para uso personal, pudiéndolo llevar a tu trabajo.	Online, personalizado o generalizado
Cuadros	Lettering con frases dominicanas. Pinturas de lugares naturales de la ciudad, etc.	Muy duradero	Artículo bonito para decoración	Letras y dibujos hechos a mano	Online o personal, durante los tiempos que tengamos Stands
Café	Natural, fuerte, orgánico.	Saludable, 100% orgánico	Orgánico	Local, sabor autentico	En granos y molido.

3.3 Estrategias de precios

- **Costo o inversión de producción o adquisición**

El costo de inversión de la prestación de servicio representará un 60% del precio de venta y estará distribuido de manera siguiente:

Costos de operación 15% Costos de mano de obra 45%

- **Margen de beneficios**

El margen de ganancias establecido para este proyecto es de un 40%.

- **Precio de venta**

Para calcular el precio de venta de los servicios se utilizará el método del costo incrementado, que consiste básicamente en considerar primero lo que cuesta producir, promocionar y tener listo para la venta el servicio y añadir una cantidad adicional que representa el margen de beneficio que se desea, que en este caso es de un 40%.

El costo deberá incluir aquellos gastos relacionados con el negocio como son servicios de electricidad, dominio y hosting, internet, impuestos, marketing, publicidad, etc. Además, deben estar incluidos los costos de materiales, mano de obra y honorarios.

Precio de venta = Costos de operación 10% + Mano de obra 50% + Margen de beneficios 40% = 100%

- **Precios promocionales**

Basados en la información de los estudios realizados, se utilizarán como estrategias de promoción los descuentos de temporada y bonos especiales por fidelidad.

Se otorgará un 10% de descuento a los primeros 10 clientes en solicitar algunos de los productos ofrecidos y bonos especiales por fidelidad para los primeros 10 clientes en solicitar servicios por tercera ocasión.

- **Formatos de pago**

Nuestros clientes tendrán la facilidad de pago a través de transferencia bancaria, depósito y pago en efectivo (peso, dólar, euro) .

- **Manejo de devoluciones, descuentos e impuestos**

Realizaremos devoluciones aplicados a algunos productos que tengan un máximo de 3 días de compra, estos no incluyen los productos personalizados directamente por el cliente.

Los descuentos solo serán aplicados a la compra al por mayor, o una cantidad mínima de 10 productos.

3.4 Estrategias de distribución

- **Puntos de exhibición y ventas**

Utilizaremos las plataformas digitales (Web, Instagram, Facebook y WhatsApp Bussines) para la exhibición y venta online de los productos.

También en lugares estratégicos presentaremos Stand para exhibir los productos a los grupos de turistas.

- **Formato y medios de distribución física.**

Utilizaremos delivery en motor en Jarabacoa. Enviaremos los productos a través de los envíos locales a otras ciudades del país.

3.5 Estrategias de comunicación

- **Tácticas promocionales**

Utilizaremos las mismas plataformas digitales para promocionar nuestros productos, publicando contenido diario y realizando historias de nuestros productos.

Al momento de la apertura del negocio enviare un correo electrónico a todos nuestros encuestados invitándoles a conocer y navegar en nuestras plataformas

- **Tácticas publicitarias promocionales**

Realizaremos una publicidad en Facebook e Instagram dirigida a los extranjeros. Así como también estaremos convidando correos publicitarios a nuestros encuestados.

- **Tácticas promocionales de medios**

En los medios de comunicación realizaremos anuncios que se promocionen una vez a la semana.

- **Tácticas de ventas**

Me mantendré en contacto con ministerios de la ciudad, presentándoles nuestros proyectos para que expresen sus intereses de los mismo antes de recibir grupos extranjeros en el país/ciudad.

- **Tácticas de relaciones públicas**

Nos promocionaremos a través de las redes sociales de noticias en Jarabacoa,

IV. ESTRUCTURA TÉCNICA

4.1 Principales socios claves del proyecto

Accionistas o Inversionistas

Jarabacoa Gift Shop tiene como accionistas e inversionistas la dueña absoluta de este proyecto Mary Steffanie Luna (yo).

Proveedores/ Suplidores

Dentro de los proveedores/ suplidores para Souvenir Jarabacoa se encuentran:

- BlessDeSigns: letreros en madera
- El Rinconcito de Luisa: Personalizados variados (lettering, vasos, tarjetas, stickers, etc.)
- MC Craft: Personalizados variados (Lettering, agendas, etc.)
- Ray Serigrafía: Personalizados variados (suéter, tazas, vasos, etc.)
- Glitter: Llaveros personalizados
- Claro Dominicana: supliendo el servicio de internet para el manejo de las plataformas digitales diariamente.
- Edenorte Dominicana (Jarabacoa): encargado de suplir la energía eléctrica utilizada diariamente para manipular los equipos electrónicos utilizados para hacer funcionar la empresa.

Plataformas online

- Wix.
- Facebook
- Instagram
- WhatsApp Bussiness

4.2 Asesores o especialistas de producción y Operaciones

▪ Diseño gráfico

Estará manejado por la empresa Roberto Publicidad, quien se encargará de realizar todos los diseños de las plataformas digitales, así como también del diseño de la parte publicitaria.

▪ Soporte técnico

Todos los servicios de soporte técnico estarán bajo el cuidado y manejo de Daniel Gutiérrez, técnico profesional en informática.

- **Manejo de sitios web**

Nuestra página web y redes sociales serán administradas por el sr. Tim Pack, creador y administrador de redes sociales y web sites.

4.3 Áreas operativas del proyecto

Gerencia administrativa

Este departamento estará a cargo de lo concerniente a la gestión administrativa de todos los departamentos de la empresa. El gerente se asegurará de que la empresa marche en un engranaje sistemático y eficiente.

Atención al cliente

El depto. De servicio al cliente se encargará de ofrecer un servicio de calidad. El enfoque principal de este departamento será brindar una comunicación eficaz y una atención satisfactoria a través de nuestra página web y redes sociales (Instagram, Facebook y WhatsApp business).

Ventas y gestión de pedidos

Al momento del despacho/entrega del pedido a los clientes se realizará de la siguiente logística:

- **Servicios**

Dentro de los servicios a ofrecer se encuentran el servicio y atención al cliente en las plataformas digitales, así como también la compra automática de artículos en la página web, el servicio personal en los stands temporales.

- **Facturación y cobros**

La facturación se realizará al momento de la aprobación del cliente sobre el pedido. Luego de esto se procederá al cobro. El cliente tendrá la opción de realizar depósito, transferencia bancaria o pago en efectivo al momento de recibir el producto.

- **Contabilidad**

El manejo de la contabilidad de la venta, pedidos y efectivo se realizará diariamente al finalizar el día.

- **Legal**

Jarabacoa Gift Shop está constituida, de acuerdo a su formación jurídica, como Unipersonal. Ya que soy la única propietaria y responsable de la microempresa.

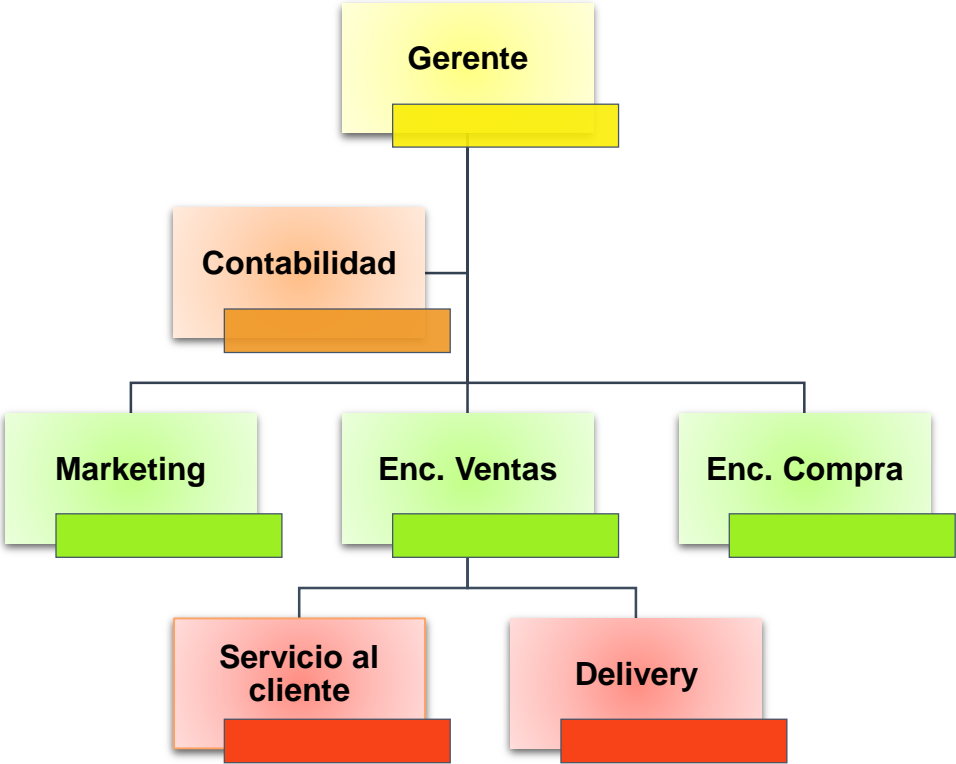
- **Compras y control de inventarios**

La compra de productos se realizará de acuerdo a la fluidez de venta de los mismo. Estando a cargo un encargado de ese departamento, el mismo se asegurará que nuestros suplidores reciban el pedido a tiempo para la elaboración de los productos. El encargado de compra realizará inventarios de los artículos cada quince días.

- **Actualización de contenidos online**

El departamento de marketing realizará actualizaciones diarias en las todas las plataformas de la empresa, agregando historias de nuestros productos todos los días y publicaciones de uno o dos artículo.

4.4 Estructura Organizacional (organigrama)



4.5 Horario de trabajo y asistencia al cliente

Nuestros servicios de asistencia al cliente tendrán una variación de acuerdo al tipo de servicio.

- Disponibilidad en las plataformas virtuales:
 - Horario de 8:00am a 11:00 pm
 - La asistencia y servicio al cliente será inmediata, respondiendo sus inquietudes, preguntas y asesoría lo más pronto posible (máximo de tiempo para responder de 5 minutos)
- Delivery
 - Nivel nacional 8:00 am a 6:00 pm
 - Jarabacoa 8:00am a 7:00 pm
- Stands en lugares específicos
 - Horario variado: de acuerdo al lugar, grupo, tiempo de estadía de las personas, etc.

4.6 Políticas operativas del negocio

- **Envíos**
 - Los usuarios deberán asumir el costo del envío e impuestos adicionales al precio del producto para envíos nacionales.
 - Los envíos en Jarabacoa, no incluyen costo adicional si se encuentran localizados dentro de la zona urbana.
 - El envío se realizará una vez se realice la facturación y el cliente realice el pago.
- **Devoluciones**
 - Las devoluciones solo aplican para algunos productos, los mismo deben tener un máximo de 3 días de haberse comprado.
 - No aceptamos devoluciones de productos personalizados directamente por el cliente. Tampoco se aceptan devoluciones de artículos rotos una vez entregados en perfectas condiciones.
 - Las devoluciones no incluyen reembolso, solo cambio de artículo o crédito para usar en la tienda.
 - Si alguna de las empresas de distribución notifica un producto roto antes de la entrega al cliente, realizaremos una devolución sin ningún costo de envío.
- **Descuentos y apartado de mercancía**
 - Los descuentos solo aplican a la compra al por mayor, o una cantidad mínima de 10 productos.
 - Los productos solo se apartan con un 50% de total de la misma. El lapso de tiempo para las mercancías apartadas es de 15 día.

4.7 Normas laborales

Art. 25. El contrato de trabajo puede ser por tiempo indefinido, por cierto tiempo, o para una obra o servicio determinados.

Art. 26. Cuando los trabajos son de naturaleza permanente el contrato que se forma es por tiempo indefinido. Sin embargo, nada se opone a que el empleador garantice al trabajador que utilizará sus servicios durante cierto tiempo determinado.

Art. 27. Se consideran trabajos permanentes los que tienen por objeto satisfacer necesidades normales, constantes y uniformes de una empresa.

Art. 28. Para que los trabajos permanentes den origen a un contrato por tiempo indefinido, es necesario que sean ininterrumpidos

Art. 29. Los contratos relativos a trabajos que, por su naturaleza, sólo duren una parte del año, son contratos que expiran sin responsabilidad para las partes, con la terminación de la temporada. Sin embargo, si los trabajos se extienden por encima de cuatro meses, el trabajador tendrá derecho a la asistencia económica establecida en el artículo 82.

Art. 45. Está prohibido a los trabajadores:

1. presentarse al trabajo o trabajar en estado de embriaguez o en cualquier otra condición análoga;
2. portar armas de cualquier clase durante las horas de labor, salvo las excepciones que para ciertos trabajadores establezca la ley;
3. hacer colectas en el lugar en que prestan servicios, durante las horas de éste;
4. usar los útiles y herramientas suministrados por el empleador en trabajo distinto de aquel a que estén destinados, o usar los útiles y herramientas del empleador sin su autorización;
5. extraer de la fábrica, taller o establecimiento útiles del trabajo, materia prima o elaborada, sin permiso del empleador;
6. hacer durante el trabajo cualquier tipo de propaganda religiosa o política.

Art. 46. Son obligaciones del empleador:

1. mantener todas las áreas de trabajo en condiciones exigidas por las disposiciones sanitarias;
2. proporcionar gratuitamente a los trabajadores los medicamentos preventivos que indiquen las autoridades sanitarias en virtud de la ley, en caso de enfermedades epidémicas;
3. observar las medidas adecuadas y las que fijen las leyes para prevenir accidentes en el uso de maquinarias, instrumentos y material de trabajo;
4. instalar para el servicio de los obreros, por lo menos, un botiquín de primeros auxilios;
5. proveer oportunamente a los trabajadores de los materiales que hayan de usar, y, cuando no se hayan comprometido a trabajar con herramientas propias, de los útiles e instrumentos necesarios para la ejecución del trabajo convenido, sin poder exigirles alquiler por ese concepto;
6. mantener local seguro para el depósito de los instrumentos y útiles del trabajador, cuando éste utilice herramientas propias que deban permanecer en el lugar donde se presten los servicios;
7. pagar al trabajador el salario correspondiente al tiempo que éste pierda cuando se vea imposibilitado de trabajar por culpa del empleador;
8. guardar a los trabajadores la debida consideración absteniéndose de maltrato de palabra o de obra;
9. proporcionar capacitación, adiestramiento, actualización y perfeccionamiento a sus trabajadores;
10. cumplir las demás obligaciones que le impone este Código y las que se deriven de las leyes de

Art. 49. La suspensión de los efectos del contrato de trabajo no implica su terminación ni compromete la responsabilidad de las partes.

Art. 50. Durante la suspensión de los efectos del contrato de trabajo, el trabajador queda liberado de prestar sus servicios y el empleador de pagar la retribución convenida, salvo disposición contraria de la ley, el convenio colectivo de condiciones de trabajo o el contrato.

Art. 52. En los casos de accidentes o enfermedad, el trabajador sólo recibirá las atenciones médicas y las indemnizaciones acordadas por las leyes sobre accidentes del trabajo o sobre seguro social en las formas y condiciones que dichas leyes determinan.

Art. 62. El contrato de trabajo consentido válidamente entre las partes puede ser modificado:

1. por efecto de disposiciones contenidas en este Código y en otras leyes posteriores;
2. por efecto de los convenios colectivos de condiciones de trabajo;
3. por mutuo consentimiento.

Art. 67. El contrato de trabajo puede terminar sin responsabilidad o con responsabilidad para las partes.

Art. 147. La duración normal de la jornada de trabajo es la determinada en el contrato. No podrá exceder de ocho horas por día ni de cuarenta y cuatro horas por semana.

Art. 149. Jornada diurna es la comprendida entre las siete de la mañana y las nueve de la noche.

-Jornada nocturna es la comprendida entre las nueve de la noche y las siete de la mañana.

-Jornada mixta es la que comprende períodos de las jornadas diurna y nocturna, siempre que el período nocturno sea menor de tres horas, en caso contrario, se reputa jornada nocturna.

Art. 152. El horario de la jornada es establecido libremente en el contrato.

Art. 157. La jornada debe ser interrumpida por un período intermedio de descanso, el cual no puede ser menor de una hora, después de cuatro horas consecutivas de trabajo, y de hora y media después de cinco.

Art. 158. En las empresas donde el trabajo sea de funcionamiento continuo en razón de la naturaleza misma del trabajo, el personal debe turnarse cada ocho horas de trabajo.

Art. 163. Todo trabajador tiene derecho a un descanso semanal ininterrumpido de treinta y seis horas.

Art. 165. Los días declarados no laborables por la Constitución o las leyes, son de descanso remunerado para el trabajador, salvo que coincidan con el día de descanso semanal.

Art. 177. Los empleadores tienen la obligación de conceder a todo trabajador un período de vacaciones de dos semanas, con disfrute de salario.

Art. 178. El trabajador adquiere el derecho a vacaciones cada vez que cumpla un año de servicio ininterrumpido en una empresa.

Art. 181. El salario correspondiente al período de vacaciones debe ser pagado al trabajador el día anterior al del inicio de éstas, junto con los salarios que a esta fecha hubiera ganado.

Art. 193. El monto del salario es el que haya sido convenido en el contrato de trabajo.

V. ESTRUCTURA FINANCIERA

5.1 PLAN DE INVERSION

Descripción	Costo	Total
Ordenador de mesa o laptop	\$ 18,000.00 -	\$ 18,000.00
Mobiliario (Estante para la organización y almacenamiento de mercancía)	\$ 4,500.00 -	\$ 4,500.00
Dispositivo móvil o Tablet	\$ 9,000.00 -	\$ 9,000.00
Hosting y dominio web	\$ 1,500.00 -	\$ 1,500.00
Soporte técnico	\$ 5,000.00 -	\$ 5,000.00
Diseñador gráfico	\$ 10,000.00 -	\$ 10,000.00
Mercancía *	\$ 30,000.00 -	\$ 30,000.00
Suministro electricidad	\$ 600.00 -	\$ 600.00
Servicios de data o internet	\$ 1,200.00 -	\$ 1,200.00
Embalaje o empaques	\$ 1,500.00 -	\$ 1,500.00
Total		\$ 81,300.00

5.2 PLAN DE MEDIOS ONLINE

Contenido online	Cantidad	Costo	Importe total
Flyers	100	\$ 15.00	\$ 1,500.00
Videos	1	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
Catálogos	1	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00
Fotos	50	\$ 50.00	\$ 2,500.00
Publicidad en redes sociales	7	\$ 400.00	\$ 2,800.00
Plan inversionista (Empresa de desarrollo web)	1	\$ 7,000.00	\$ 7,000.00
Total		\$10,165.00	\$ 16,500.00

5.3 PROYECCION DE VENTAS POR TEMPORADAS

Producto/ Servicio	Precio Unitario	MES 1		MES 2		MES 3		MES 4	
		Cantida d	Venta	Canti dad	Venta	Cantid ad	Venta	Cantid ad	Venta
Llaveros variados	\$ 175.00	50	\$ 8,750.00	80	\$14,000.00	30	\$ 5,250.00	30	\$ 5,250.00
Letreros peq. en madera	\$ 250.00	14	\$ 3,500.00	20	\$ 5,000.00	10	\$ 2,500.00	15	\$ 3,750.00
Letreros med. madera	\$ 500.00	8	\$ 4,000.00	10	\$ 5,000.00	10	\$ 5,000.00	2	\$ 1,000.00
Letreros grande madera	\$ 750.00	0	\$ 0.00	3	\$ 2,250.00	1	\$ 750.00	1	\$ 750.00
Tazas regulares diseños variados	\$ 250.00	25	\$ 6,250.00	50	\$12,500.00	10	\$ 2,500.00	10	\$ 2,500.00
Tazas mágicas diseño variados	\$ 550.00	30	\$16,500.00	30	\$16,500.00	5	\$ 2,750.00	10	\$ 5,500.00
Vasos para café	\$ 300.00	10	\$ 3,000.00	6	\$ 1,800.00	0	\$ 0.00	12	\$ 3,600.00
Botellas de agua diseños variados	\$ 250.00	10	\$ 2,500.00	13	\$ 3,250.00	8	\$ 2,000.00	5	\$ 1,250.00
Cuadros	\$ 300.00	8	\$ 2,400.00	3	\$ 900.00	4	\$ 1,200.00	0	\$ 0.00
Café	\$ 150.00	80	\$12,000.00	85	\$12,750.00	85	\$12,750.00	85	\$12,750.00
Totales	\$ 3,475.00	235	\$ 58,900.00	303	\$71,950.00	163	\$34,700.00	170	\$ 36,350.00
		Total							\$201,900.00

Producto/ Servicio	Precio Unitario	MES 5		MES 6		MES 7		MES 8	
		Cantid ad	Venta	Cantid ad	Venta	Cantid ad	Venta	Cantid ad	Venta
Llaveros variados	\$ 175.00	25	\$ 4,375.00	50	\$ 8,750.00	45	\$ 7,875.00	15	\$ 2,625.00
Letreros peq. en madera	\$ 250.00	10	\$ 2,500.00	20	\$ 5,000.00	18	\$ 4,500.00	10	\$ 2,500.00
Letreros med. madera	\$ 500.00	6	\$ 3,000.00	7	\$ 3,500.00	10	\$ 5,000.00	10	\$ 5,000.00
Letreros grande madera	\$ 750.00	5	\$ 3,750.00	7	\$ 5,250.00	5	\$ 3,750.00	5	\$ 3,750.00
Tazas regulares diseños variados	\$ 250.00	6	\$ 1,500.00	10	\$ 2,500.00	15	\$ 3,750.00	18	\$ 4,500.00
Tazas mágicas diseño variados	\$ 550.00	13	\$ 7,150.00	16	\$ 8,800.00	16	\$ 8,800.00	15	\$ 8,250.00
Vasos para café	\$ 300.00	9	\$ 2,700.00	15	\$ 4,500.00	20	\$ 6,000.00	10	\$ 3,000.00
Botellas de agua diseños variados	\$ 250.00	16	\$ 4,000.00	25	\$ 6,250.00	15	\$ 3,750.00	8	\$ 2,000.00
Cuadros	\$ 300.00	8	\$ 2,400.00	6	\$ 2,400.00	10	\$ 3,000.00	3	\$ 900.00
Café	\$ 150.00	70	\$ 10,500.00	90	\$ 13,500.00	90	\$ 13,500.00	60	\$ 9,000.00
Totales	\$ 3,475.00	168	\$ 41,875.00	246	\$60,450.00	244	\$ 59,875.00	154	\$ 41,525.00
		Total							\$203,725.00

Producto/Servicio	Precio Unitario	MES 9		MES10		MES 11		MES 12	
		Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta
Llaveros variados	\$ 175.00	15	\$ 2,625.00	15	\$ 2,625.00	10	\$ 1,750.00	30	\$ 5,250.00
Letreros peq. en madera	\$ 250.00	9	\$ 2,250.00	10	\$ 2,500.00	5	\$ 1,250.00	15	\$ 3,750.00
Letreros med. madera	\$ 500.00	1	\$ 500.00	7	\$ 3,500.00	9	\$ 4,500.00	8	\$ 4,000.00
Letreros grande madera	\$ 750.00	0	\$ 0.00	5	\$ 3,750.00	11	\$ 8,250.00	3	\$ 2,250.00
Tazas regulares diseños variados	\$ 250.00	5	\$ 1,250.00	10	\$ 2,500.00	18	\$ 4,500.00	15	\$ 3,750.00
Tazas mágicas diseño variados	\$ 550.00	3	\$ 1,650.00	15	\$ 8,250.00	8	\$ 4,400.00	18	\$ 9,900.00
Vasos para café	\$ 300.00	0	\$ 0.00	10	\$ 3,000.00	13	\$ 3,900.00	10	\$ 3,000.00
Botellas de agua diseños variados	\$ 250.00	10	\$ 2,500.00	8	\$ 2,000.00	13	\$ 3,250.00	7	\$ 1,750.00
Cuadros	\$ 300.00	2	\$ 600.00	3	\$ 900.00	9	\$ 2,700.00	10	\$ 3,000.00
Café	\$ 150.00	75	\$ 11,250.00	80	\$ 12,000.00	82	\$12,300.00	85	\$12,750.00
Totales	\$3,475.00	120	\$ 22,626.00	163	\$ 41,025.00	178	\$46,800.00	201	\$49,400.00
		Total							\$159,851.00

Primer cuatrimestre \$ 201,900.00

Segundo cuatrimestre \$ 203,725.00

Tercer cuatrimestre \$ 159,851.00

Total proyección de ventas \$ 565,476.00

5.4 ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO PROFORMA

Cuentas por cobrar			
Ventas al contado mensual	\$	58,900.00	
Ventas a crédito mensual	\$	00.00	
Otros ingresos	\$	00.00	
Total cuentas por cobrar			\$ 58,900.00
Gastos Operacionales			
Servicio de luz eléctrica	\$	600.00	
Plan de teléfono fijo y móvil	\$	000.00	
Plan de internet fijo y móvil	\$	1,200.00	
Mano de obra	\$	2,000.00	
Transporte	\$	2,000.00	
Otros (Mant. Vehículos)	\$	0,000.00	
Total Gastos Operacionales			\$ 5,800.00
Costos Operacionales			
Hosting y dominio	\$	1,500.00	\$ 1,500.00
Software seguridad	\$	800.00	\$ 800.00
Software especializados	\$	00.00	\$ 00.00
Diseño gráfico o contenido web	\$	1,200.00	\$ 1,200.00
Embalaje	\$	1,500.00	\$ 1,500.00
Envíos	\$	00.00	\$ 00.00
Otros	\$	00.00	\$ 00.00
Total Costos Operativos			\$ 5,000.00
Préstamos o financiamientos			
Tarjeta de crédito	\$	0.00	
Prestamos independiente	\$	0.00	
Financiamiento bancario	\$	0.00	
Otros	\$	0.00	
Total Prestamos o financiamientos			\$ 00,000.00
Total			\$ 48,100.00

5.5 ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA

Ingreso por Venta Anual	
Llaveros variados	\$ 69,125.00
Letreros peq. en madera	\$ 39,000.00
Letreros med. madera	\$ 44,000.00
Letreros grande madera	\$ 34,500.00
Tazas regulares diseños variados	\$ 48,000.00
Tazas mágicas diseño variados	\$ 98,450.00
Vasos para café	\$ 34,500.00
Cuadros	\$ 20,400.00
Café	\$ 145,050.00
Total de ingresos	\$ 567,525.00
Costos	
Costos directos	\$ 30,000.00
Costos indirectos	\$ 2,000.00
Costos fijos	\$ 1,800.00
Costos variables	\$ 000.00
Total costos	\$ 33,800.00
Intereses sobre préstamos o imp.	
Financiamientos bancarios	\$ 00.00
Tarjeta de crédito	\$ 00.00
Prestamos independientes	\$ 00.00
Impuestos = (000,000 * 0.00%)	\$ 00.00
Total intereses o impuestos	\$ 00,000.00
Gananciaa o Pérdida Neta	\$ 533,725.00

CONCLUSIONES

El documento planteado anteriormente sobre la idea de negocio presenta una visión panorámica de cómo está evolucionando la creación del proyecto e idea de negocio Jarabacoa Gift Shop. Una tienda especializada en la venta de suvenires con temática jarabacoense y dominicana, con el fin de brindar un servicio turístico más completo en la ciudad de Jarabacoa.

En el documento más arriba leído y visualizado se pudo presenciar de forma más detallada la estructura técnica del negocio en la cual pudimos definir cómo funcionará la empresa una vez llevada a cabo. También con respecto al entorno nos dimos cuenta que, a pesar de tener grandes competencias en el mercado Jarabacoa Gift Shop será la única tienda ofreciendo servicios de esta categoría, todos en un mismo lugar. La parte mercadológica del proyecto pudo identificar nuestros clientes potenciales y las necesidades de los mismo, información que obtuvimos llevando a cabo una encuesta aplicada a 66 personas de diferentes nacionalidades. Todo esto inició con la primera parte estructurada de proyecto, estructura ideológica de la microempresa Jarabacoa Gift Shop nos permitió darle forma a este proyecto.

También se visualizó claramente su proyección de venta, y toda la parte financiera de la misma, en la cual de acuerdo a cálculos financieros Jarabacoa Gift Shop tendrá una inversión proyectada de \$ 81,300 con una estimación de venta al año de \$565,476.00

BIBLIOGRAFÍAS

Martín, V. (abril 07, 2019). COMERCIO Y TURISMO. DOS CARAS DE UNA MISMA MONEDA. Octubre 09, 2020, de Red Mundial de Turismo de Compras Sitio web: https://worldshoppingtourism.com/es/la_red_mundial_de_turismo_de_compras/

Gómez, D. (julio 06, 2020). República Dominicana con retos en el turismo poscovid-19. octubre 10,2020, de El Dinero Sitio web: <https://www.eldinero.com.do/111507/republica-dominicana-con-retos-en-el-turismo-poscovid-19/>

De Jesús, M. (diciembre 13, 2019). Comercio al por menor lidera actividad comercial en República Dominicana. octubre 10, 2020, de El Dinero Sitio web: <https://www.eldinero.com.do/95418/comercio-al-por-menor-lidera-actividad-comercial-en-republica-dominicana/>

Mejía, T. (2009). Los 5 Tipos de Organización Empresarial Principales. octubre 17,2020, de Lifeder Sitio web: <https://www.lifeder.com/tipos-de-organizacion-empresarial>

Santana, K. (enero 25,2018). ¿Cuánto cuesta un anuncio en Facebook? Octubre 18,2020, de Ventas Click Sitio web: <https://blog.ventasclick.com/cuanto-cuesta-un-anuncio-en-facebook/>

Francisco Domínguez Brito. (2012). Código de Trabajo de la Republica Dominicana. octubre 18,2020, de Ministerio de Trabajo de la Republica Dominicana Sitio web: https://www.mt.gob.do/images/docs/biblioteca/codigo_de_trabajo.pdf

Campos E. (2020). Plantilla [Plan de Negocios Canva Board](#). República Dominicana.: Proyecto Personal. Octubre 24,2020

ANEXOS

CUESTIONARIO

1. Dirección de correo electrónico (Pregunta abierta)

2. ¿Dónde reside?
 - América del norte
 - Europa
 - Jarabacoa
 - Santiago
 - La vega
 - Santo Domingo
 - Otro

3. Género/Gender
 - Masculino
 - Femenino

4. Rango de Edad
 - 19
 - 20-29
 - 30-39
 - 40-49
 - 50-59
 - 60 +

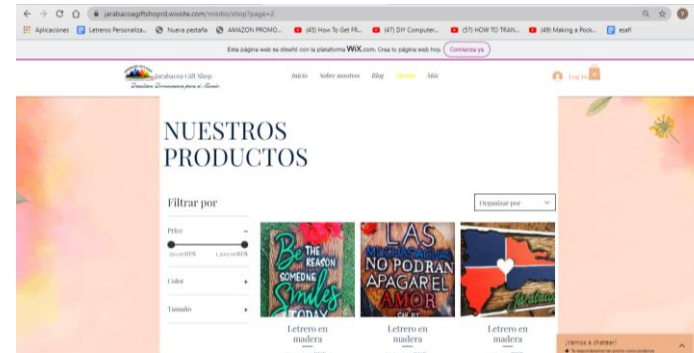
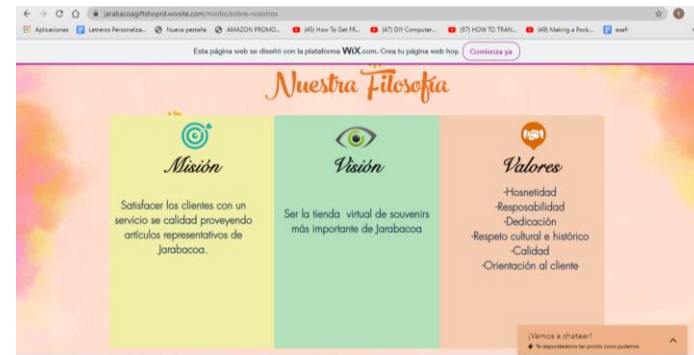
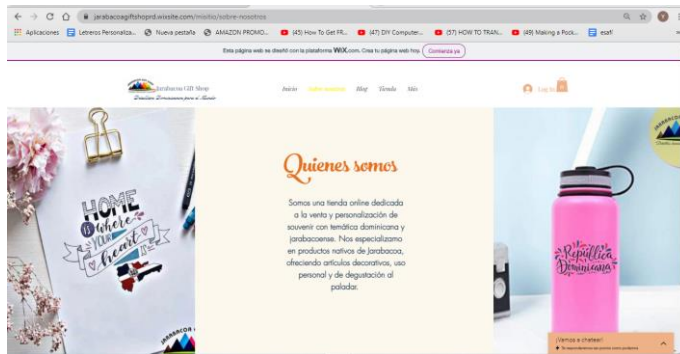
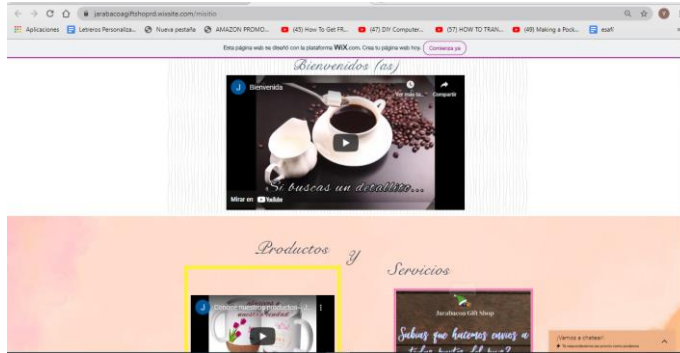
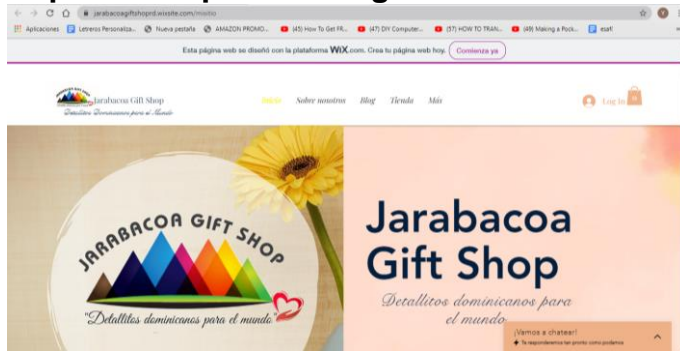
5. Nivel académico
 - Bachiller
 - Universidad
 - Otro

6. Al momento de comprar. ¿Qué prefiere?
 - Precio
 - Calidad
 - Tendencia
 - Marca
 - Detalle (bonito)

7. ¿Qué tan a menudo compras en línea?
- Nunca
 - Algunas veces
 - A menudo
 - Muy a menudo
8. De las siguientes plataformas. ¿Cuál es de su preferencia para comprar en línea?
- Página web
 - Instagram
 - Facebook
 - WhatsApp
 - Otro
9. Al momento de comprar en línea. ¿Qué usted valora?
- Servicio al cliente
 - Rapidez de entrega
 - Precios visibles
 - Buena presentación del producto
10. Al momento de comprar en plataformas virtuales. ¿Qué le preocupa?
- Que el producto no sea de buena calidad
 - Que el producto no sea en físico como se ve en las plataformas digitales
 - Que el envío nunca llegue
 - Recibir un producto defectuoso
11. ¿Te consideras turista en República Dominicana?
- Si
 - No
 - Algunas veces
12. ¿Ha visitado usted Jarabacoa?
- Si
 - No
13. Cuando visitas lugares. ¿Sueles comprar regalos o souvenir como recuerdo?
- Siempre
 - A veces
 - Pocas veces
 - Nunca

14. Cuando visites Jarabacoa. ¿Qué artículo de recuerdo te gustaría llevar contigo? (Pregunta abierta)
15. ¿Conoce usted alguna tienda o lugar que venda souvenir en Jarabacoa?
- Si
 - No
16. En caso de que su respuesta anterior sea sí. ¿Qué notaste que hace falta? (Pregunta abierta)
17. ¿Qué tipo de oferta le gustaría ver en una tienda online de souvenir y detalles dominicanos?
- Descuento por temporada
 - Sorteos
 - Bonos especiales por fidelidad
 - Descuento por compra al por mayor
18. ¿Cómo prefiere realizar sus pagos al comprar en una tienda virtual?
- Depósito
 - Tarjeta de crédito o débito
 - Transferencia bancaria
 - Efectivo (peso dom., dólar, euro)
19. Estaría dispuesto (a) a comprar algún artículo en mi tienda virtual con temática dominicana/jarabacoense?
- Si
 - No
 - Quizás
20. ¿Qué nombre recomendaría para la tienda? (Pregunta abierta)

Capturas de pantalla Página Web



Links de acceso a las plataformas virtuales y videos de presentación final.

Página web Jarabacoa Gift Shop

<https://jarabacoagiftshoprd.wixsite.com/misitio>

Presentación pág. web

<https://youtu.be/iWBbJTPT2n4>

Página de Instagram

https://www.instagram.com/invites/contact/?i=12a7mppy277rf&utm_content=kmis1lp

Presentación Instagram

<https://youtu.be/B5BaDgux6hw>