



# Handscrit

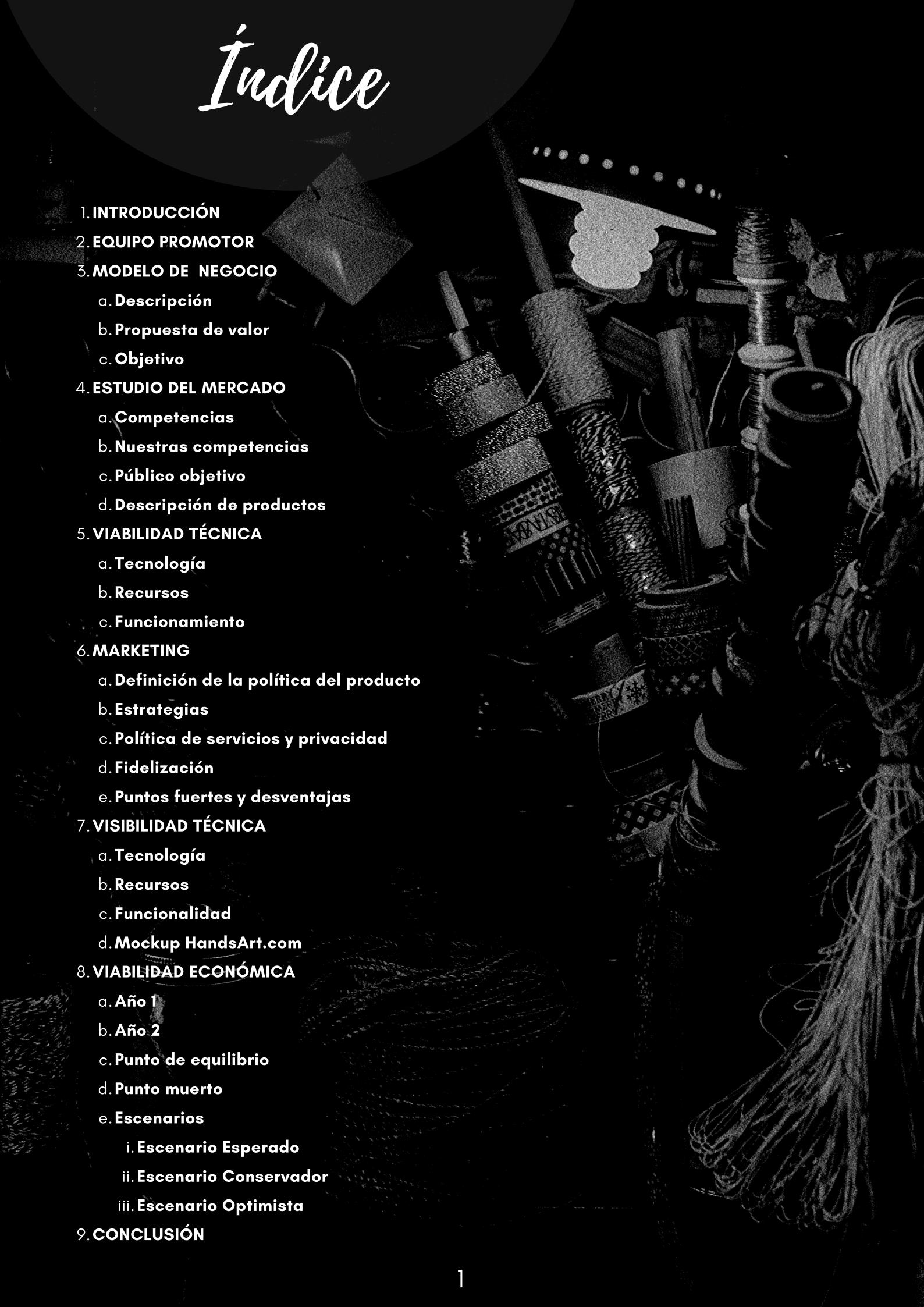
SIN BARRERAS ECONÓMICAS

# Handscart

SIN BARRERAS ECONÓMICAS

CREADO POR  
GÉNESIS DUQUE  
ROCÍO GARCÍA  
ADRIAN GARCÍA  
DANIEL GARCÍA

# Índice

- 
1. INTRODUCCIÓN
  2. EQUIPO PROMOTOR
  3. MODELO DE NEGOCIO
    - a. Descripción
    - b. Propuesta de valor
    - c. Objetivo
  4. ESTUDIO DEL MERCADO
    - a. Competencias
    - b. Nuestras competencias
    - c. Público objetivo
    - d. Descripción de productos
  5. VIABILIDAD TÉCNICA
    - a. Tecnología
    - b. Recursos
    - c. Funcionamiento
  6. MARKETING
    - a. Definición de la política del producto
    - b. Estrategias
    - c. Política de servicios y privacidad
    - d. Fidelización
    - e. Puntos fuertes y desventajas
  7. VISIBILIDAD TÉCNICA
    - a. Tecnología
    - b. Recursos
    - c. Funcionalidad
    - d. Mockup HandsArt.com
  8. VIABILIDAD ECONÓMICA
    - a. Año 1
    - b. Año 2
    - c. Punto de equilibrio
    - d. Punto muerto
    - e. Escenarios
      - i. Escenario Esperado
      - ii. Escenario Conservador
      - iii. Escenario Optimista
  9. CONCLUSIÓN

# Introducción.....

El sector artesano ha sido siempre una industria muy tradicional y normalmente se ha encontrado formado por microempresas, cuyas innovaciones han sido mínimas pero los tiempos han cambiado y las TIC se han posicionado en el sector.

Está claro que las TIC están suponiendo un cambio importante y nadie quiere dejar pasar el momento. Las herramientas elementales más importantes desarrolladas durante estas últimas décadas han sido siempre el teléfono y posteriormente el correo electrónico. Parece complicado que tecnologías así no se asienten por completo en el sector. Pero vayamos al asunto en particular y al verdadero cambio que ha conseguido dinamizar de una vez por todas este sector: Las compras por internet.

En un mundo globalizado como el nuestro la venta por internet de todo tipo de productos de consumo ha supuesto un antes y un después al mercado. Por ejemplo comparemos la facturación del Marketplace entre 2007 y 2016 en España, ha pasado de facturar 5.911 millones de euros a unos 25.354 millones en 2016. En solo 10 años se ha quintuplicado.

Este dato nos da una muestra de lo enorme e importante que son las ventas por internet. El aumento de la seguridad junto con la mejora de las conexiones a la red, ha propiciado entre otros factores el aumento exponencial de las compras online y parece complicado que esta tendencia se convierta en negativa por lo que lo consideramos un negocio de futuro.

# Equipo promotor

La estructura de empleados en HandsArt se establecerá entre equipo de programación, mantenimiento de servidores y dirección de ciberseguridad.

## Programadores web

Genesis Duque : programadora front-end

Rocío García : programadora de back-end

Daniel García : programador de back-end

Adrián García : programador de front-end

## Mantenimiento de servidores

Nerio Escobar: mantenimiento de hardware y software de los servidores.

## Director de Ciberseguridad

Manuel García: mantenimiento de la política de seguridad y cumplimiento de condiciones.

Análogamente, HandsArt necesitará de otros empleados externos para continuar con sus actividades en el primer año de facturación sea el caso de :

- Administración y gestión contable del negocio
- Agentes de marketing

# Modelo de Negocio

## DESCRIPCIÓN

Nuestra empresa se va a dedicar al desarrollo y gestión de una aplicación dedicada al sector de la artesanía. El objetivo de nuestra plataforma es dar servicio a los artesanos para la venta de accesorios 100% artesanales permitiendo a los emprendedores darse a conocer .

## PROPIEDAD DE VALOR

Dedicamos nuestra plataforma a los artesanos con el objetivo de facilitar la venta de sus productos, suprimiendo la dificultad de diferenciarse y destacar de otros accesorios industrializados. Dando paso al propósito de posicionarse en la web, y así adaptarse a las nuevas tendencias de consumo sin barreras económicas.

## OBJETIVO

### *Objetivos a corto plazo:*

- Asentar nuestra plataforma en el primer año de vida como una de los principales Marketplace del país destinados a artesanía.
- Esperamos obtener una facturación el primer año de 171.564,87€
- Conseguir en el primer año 3.574,27€ ventas

### *Objetivos a largo plazo:*

Saltar a los mercados más cercanos como son Portugal y Francia.

# Estudio de Mercado

## COMPETENCIAS

Con la proliferación de las nuevas tecnologías y el MarketPlace, han aparecido nuevas plataformas destinadas a la compra venta de productos artesanos. Hemos analizado minuciosamente aquellas más relevantes y hemos plasmado en una tabla sus aspectos más importantes para así de un vistazo poder sacar algunas conclusiones básicas sobre sus puntos fuertes y débiles.

## NUESTRAS COMPETENCIAS

1. **Etsy:** E-commerce centralizado a productos hechos a mano, artesanales y vintages, incluyendo una amplia gama de categorías que abarca desde los muebles hasta suministro y herramientas artesanales.
2. **HandMade:** E-commerce de Amazon hecho para que los artesanos puedan vender directamente sus productos al público final.
3. **Ebay:** sitio web destinado a la subasta y comercio electrónico de productos a través de artesanos.
4. **Artesanum:** ecommerce que ayuda a promover las creaciones de artesanos de todo el mundo. Compra directamente al artesano.
5. **MANOSESMÁS:** Nace como un marketplace de compra y venta de productos hechos a mano por profesionales españoles.

# Estudio de Mercado

Tabla de comparación ante nuestras competencias principales

						
ALOJAMIENTO DE IMÁGENES GRATUITO						
POSICIONAMIENTO GLOBAL						
TODAS LAS CATEGORÍAS TIENEN EL MISMO PORCENTAJE DE COMISIONES						
TÉRMINOS Y CONDICIONES GENERALES A LA HORA DE DARSE DE BAJA.						
DISTINTOS CANALES DE PAGO						
SIN COMISIONES POR PROCEDIMIENTO DE PAGO						
COMISIONES AL 7% POR PRODUCTO SI ES RESIDENTE EN ESPAÑA						

# Estudio de Mercado

## PUBLICO OBJETIVO

Nos vamos a centrar en personas emprendedoras con distintos tipos de productos, pero que tengan facilidades para usar las tecnologías actuales. La gran mayoría de los usuarios de nuestra aplicación van a ser personas dentro del ámbito de la artesanía de accesorios.

## DESCRIPCIÓN DE PRODUCTOS

Los artículos destacados en nuestro medio se dividirán en categorías, a continuación vamos a describir cada uno de los tipos de artículos artesanos que se desean exponer en HandsArt.

- Joyas
  - Anillos
  - Collares
  - Pulseras
  - Pendientes
- Cuero
  - Bolsos
  - Carteras
  - Pulseras
  - Cinturones
- Cerámica
  - Vajillas
  - Tazas y platos
- Arte
  - Fotografía impresa
  - Pinturas
  - Ilustraciones
- Papelería
  - Agendas
  - Calendarios
  - Planificadores
  - Block de notas y listas
  - Tarjetas
  - postales
  - Scrapbooking
- Crochet
  - Mantas
  - Bolsos
  - Bufandas y Chal
  - Guantes y gorros
  - Cojines
  - Punto

# Marketing

## DEFINICIÓN DE LA POLÍTICA DEL PRODUCTO

Nuestro producto ofrece posibilidad de subir a la web un número ilimitado de productos y alquilarlo por una comisión baja.

## ESTRATEGIAS

### Street Market y Anuncios en las RRS

A continuación detallamos de donde salen los datos descritos Relacionadas con Street Marketing

- Gracias a una persona que vino a darnos una charla sobre marketing digital sabemos que el precio medio de hacer street marketing oscila entre 15 y 18 euros/hora.
- No es posible poner un anuncio en el IFEMA o publicitarse mediante flyers ya que está prohibido según el artículo 5.3 de las reglas generales de participación.
- Para saber la estimación aproximada de cuántas ferias se celebran en Madrid los datos han sido sacados de la página de la comunidad de Madrid y el IFEMA ya que mayoritariamente se celebran en esta última.
- También ha sido buscado cuánto cobra un comerciante para poder acercarnos a los artesanos de toda España y según los datos ofrecidos por internet cobra 1.000€/mes

# Marketing

## Relacionadas con RRSS

- Gracias a la persona que vino a darnos la charla sobre marketing digital también supimos que el artesano es una persona bastante activa en la red y que se mueve por branding.
- Según el informe epyme de 2014 hemos sabido cuántos artesanos hay en España dado por el ministerio de industria, comercio y turismo. Sin embargo, no hemos sido capaces de sacar cuantos artesanos van a las ferias de artesanía habiendo preguntado al INE (Instituto nacional de estadística), al EOI y a una pequeña asociación de artesanos siendo respuestas ambas negativas, aunque gracias a esta última sabemos que en las pequeñas ferias y hay 30 puestos \* 50 ferias anuales pero en ninguno de los casos ha sido dada la información pedida.
- En Facebook Ads hemos solicitado la información necesaria para alcanzar a los 200.000 artesanos. Como realmente no sabemos cuántas de estas personas van a ser artesanos se decidió contratar a uno de los artesanos que más seguidores tiene en Facebook y pagarle en función del número de seguidores activos.
- Para Instagram hacemos la publicidad a través del coste medio por clic sabiendo que es 0.17€/clic, pero al tener el mismo problema que el punto anterior se decidió contratar a otro artesano que tiene bastantes seguidores y pagarle en función de sus seguidores activos.
- Los datos de cuánto nos cobran los artesanos por publicitarnos en un post de Instagram o timeline de Facebook han sido sacados de internet en función del número de seguidores.

# Marketing

## **Por una lado en estrategia de street market**

Tendremos que ir a ferias artesanales que se celebran por toda España , a las celebradas en Madrid irán dos de nosotros con una estancia en la feria de 8 horas y nos promocionamos a través de flyers. Para las restantes contrataremos a un agente comercial. Teniendo en cuenta que en Madrid se celebra una media de 25 ferias artesanales y sabiendo que se cobra 15€/hora por estar publicitando nuestros servicios saliéndonos un gasto de 3.600€ y 56€/mensuales en flyers. Además de contactar a artesanos través de sus webs proporcionadas gratuitamente por el ministerio de industria,comercio y turismo.

## **Por el otro lado deberemos llevar a cabo nuestra estrategia de captación a través de las RRSS.**

Según el informe epyme 2014 ofrecido por el ministerio de industria,comercio y turismo sabemos que hay 200.000 artesanos en España que se dediquen a la artesanía de accesorios.

### **Facebook**

Para llegar a los 200.000 artesanos que queremos llegar necesitamos 1.067€.

Como no sabemos cuántas de estas personas van a ser realmente artesanos necesitamos contratar a artesanos para que nos publiciten para así poder llegar a nuestro público objetivo, en el caso de esta red social contrataremos a Ma Petite Emma por 800€/mes por publicitarnos en su timeline de Facebook.

### **Instagram**

El precio de la publicidad va por CMC (coste medio por clic) suponiendo que clican 100.000 personas el coste total sería  $100.000 * 0.17\text{€} = 17000\text{€}$ .

Para asegurarnos que llegamos a parte de nuestro público contrataríamos al artesano Santa Pazienza por 1100€/mes por publicitarnos en su perfil de Instagram.

### **Cálculo del marketing RRSS**

$$12 \text{ meses} * (2 \text{ publicaciones} * (1.100 + 800)) + 17000 + 1067 = 63.667 \text{€/año}$$

$$\text{Agente comercial} = 1000 * 12 = 12.000 \text{€/año Marketing}$$

$$\text{Total} = 3.600 \text{€} + 672 \text{€} + 63.667 \text{€} = 67.939 \text{€}$$

# Marketing

## POLÍTICA DE SERVICIOS Y PRIVACIDAD

### POLÍTICA DE PRECIOS

- Perfil de artesano gratuito :
  - El registro para los emprendedores será gratuito, gracias a cada una de sus ventas nuestros ingresos se verán reflejados como 10% de ganancias.

### POLÍTICA Y CLÁUSULAS DE PRIVACIDAD

- Esta declaración tiene como finalidad informar a los usuarios de la Política general de Privacidad y Protección de Datos Personales seguida por HANDSART S.L, Esta Política de Privacidad podría variar en función de exigencias legislativas o de autor regulación, por lo que se aconseja a los usuarios que la visiten periódicamente.
- Será aplicable en caso de que los usuarios decidan llenar algún formulario donde se recaben datos de carácter personal, sin perjuicio de lo indicado en la "Cláusula de Privacidad" aplicable a cada formulario concreto.

### USO Y TRATAMIENTO DE LOS DATOS

HANDSART S.L tiene plena conciencia del uso y tratamiento que se debe dar a los datos personales que se puedan requerir o que se puedan obtener de los usuarios en sus páginas web con el fin de gestionar los servicios ofrecidos o para remitirles comunicaciones comerciales de productos o servicios que puedan resultar de su interés.

# Marketing

## Fidelización

A continuación se nombran las siguientes estrategias de fidelización:

1. Los artesanos con más ventas semanalmente se les proporcionará un posicionamiento extra en nuestra plataforma.
2. Ofrecer un buzón de sugerencias para que los usuarios de nuestro servicio puedan, si así lo desean, aportar su idea para la mejora de la plataforma y que sientan que su opinión es escuchada.
3. Ser activos en RRSS no solo para promocionar nuestra web , si no también para interactuar con nuestros usuarios.
4. Enviar un correo a los artesanos clientes sobre los nuevos descuentos de otros artesanos y sobre eventos próximos que se desarrollan dentro y fuera de España.

## PUNTOS FUERTES Y DESVENTAJAS

### VENTAJAS PARA LOS CLIENTES DE HANDSART:

- Visibilidad en la venta comercial virtual.
- Comisiones justas y perspectiva de ganancias.
- Facilidad en el uso de su perfil.
- Flexibilidad de costes.

### DESVENTAJAS ANTE OTRAS COMPETENCIAS:

- Visualización de la plataforma a nivel internacional será más lenta.
- La competencia puede cambiar su plan de estrategia mientras estemos en el año 1.
- Ganancias de ventas el 1 año no esperadas.

# Viabilidad Técnica

Desde Hands Arts se diseñará e implementará un servicio web distribuido con arquitectura multicapa, transaccional y multiplataforma de buena calidad al ser nuestro medio para realizar la actividad principal de la empresa.

## TECNOLOGÍA

*La tecnologías que serán usadas para Hands Arts son:*

Tecnología web donde tendremos el alquiler de un dominio y un servidor donde alojaremos nuestra plataforma. De igual forma, usamos CMS para el desempeño en el diseño gráfico de nuestra aplicación, y las licencias de programación necesarias.

Simultáneamente utilizaremos un motor de búsqueda, diseñado con árboles jerárquicos, ya que, al estar divididos los productos en categorías esto hará que la búsqueda sea más rápida, barata y eficiente.

## RECURSOS

**Dominio** Nombre único que proporciona acceso a la página web para todos los usuarios.

**Hosting** Se encarga de soportar la página , dedicado al crecimiento de datos e información con el que se construirá y gestionará la página.

**Software** Componentes necesarios para posibilitar las tareas de construcción y mantenimiento de nuestra web.

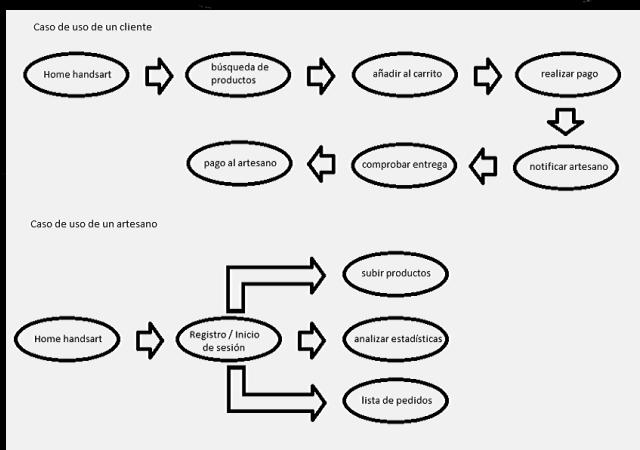
**Google Analytics** Es una herramienta que utilizaremos para comprobar las estadísticas de nuestra web, el tráfico y así enfocar de manera efectiva los recursos en aquellos métodos que mejor nos funcionen.

**SE Ranking** Es una herramienta que te permite comprobar el posicionamiento de la web, así como el de la competencia, y posibles mejoras que hacerle a la web para mejorarlo. 52€/mes

# Viabilidad Técnica

## FUNCIONALIDAD

1. El usuario accederá a handsArt.com y se registrará través de un formulario de recopilación de datos y comprobación.
2. Se verificará al usuario en el periodo de una semana si su producto es agradable y de calidad para ser introducido en nuestra plataforma.
3. Una vez dado de alta le aparecerá un perfil artesano donde podrá subir tantos productos ilimitados, etiquetarlos, ponerles precio, anexar por categorías y podrá visualizar las estadísticas de sus ventas.
4. Los usuarios podrán crear, modificar y eliminar el contenido de su bolsa de productos.
5. Los usuarios en su perfil podrán gestionar sus pedidos, visualizar los pedidos solicitados y los enviados.
6. Los usuarios interactuarán mediante un chat con sus clientes a través de nuestra plataforma.

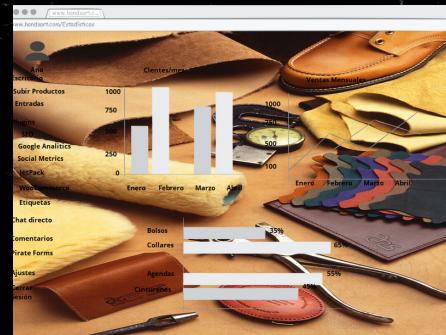
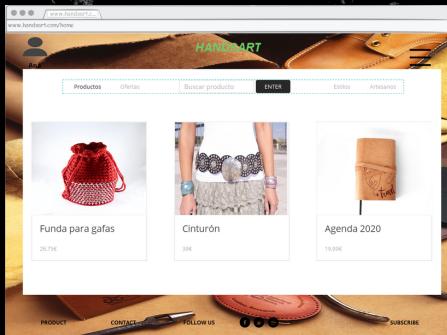
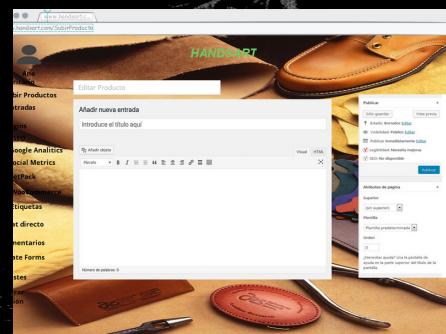
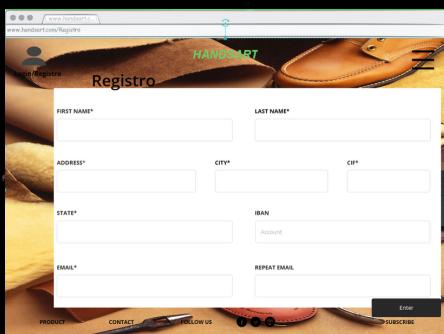
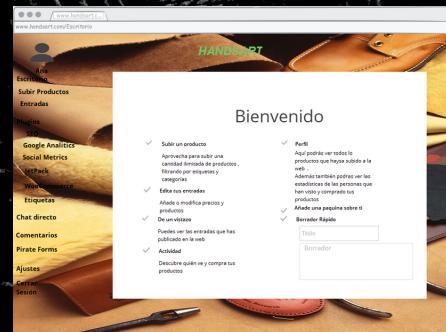
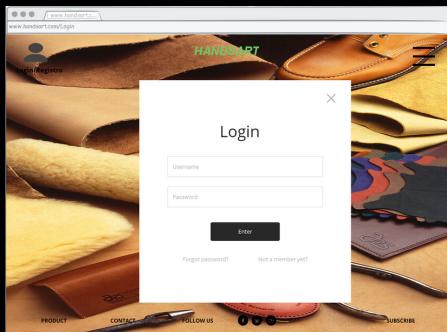


Casos de usos -diagrama

# Vialidad Técnica

MOCKUP HANDSART.COM

Las siguientes imágenes sirven para visualizar las ideas y los conceptos que se quieren implementar en HandsArts y su estructura, sitio y contexto de diseño web.



# Vialidad Económica

En este apartado detallaremos como se reflejan los gastos del proyecto, los recursos financieros con los que contamos como punto de partida y la previsión de ingresos que esperamos obtener necesario para comenzar en el los Años 1 y Año 2

## AÑO 1

### GASTOS DE INMOVILIZADO MATERIAL

- Dominio Web 4.99€/año

### OTROS GASTOS

- Salarios y Sueldos 52800€/año
- Servidores 14400€/año
- Hosting 83.88€/año
- Director de Seguridad 16200€/año
- Administrador 4800€/año
- Asesoría 1200€/año
- Genéricos 1000€/año
- Wordpress 540€/año
- Licencias 600€/año
- Agente Comercial 12.000€/año
- Marketing 67.936€/año

Los costos totales del 1º año  
171.564,87 €

## AÑO 2

### GASTOS DE INMOVILIZADO INMATERIAL

- Dominio Web 4,99€/año

### OTROS GASTOS

- Salarios y Sueldos 52.800€/año
- Servidores 14.400€/año
- Hosting 83.88€/año
- Director de Seguridad 16200€/año
- Administrador 4800€/año
- Asesoría 1200€/año
- Genéricos 1000€/año
- Wordpress 540€/año
- Licencias 600€/año
- Marketing 40.000€/año

Los costos totales del 2º año  
143,628.87 €

# Viabilidad Económica

## PUNTO DE EQUILIBRIO

Luégo de un estudio a nuestras competencias principales y analizar su precio medio de producto , llegamos a la conclusión que 40€ es el precio medio estimado de venta sobre dichas plataformas. Análogamente, nuestra comisión en ganancias es del 10%, por tanto, nuestro ingreso por venta son 4€ de ganancias. El punto muerto ha sido calculado de la siguiente forma:

$$\text{GASTOS FIJOS} / \text{COMISIÓN} / 12 \text{ MESES.}$$

## PUNTO MUERTO

### AÑO 1

gastos fijos  
punto muerto

**171.564,87 €**  
**3.574,21 ventas/mes**

### AÑO 2

gastos fijos  
punto muerto

**143.628,87 €**  
**2.992,27 ventas/mes**

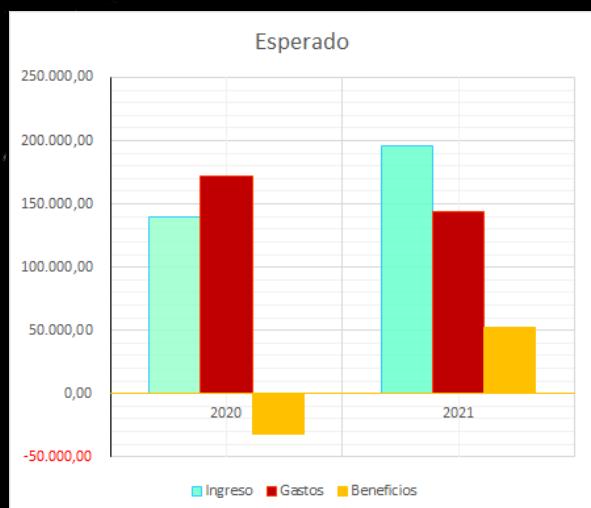
# Vialidad Económica

## ESCENARIOS

En España la tasa de artesanos es 200.000 y el numero total estimado de artesanos que acuden a las ferias a lo largo de un año = 70.000 numero de artesanos captados \* comisión(4) \* numero de ventas esperadas por cada uno al año (estimamos 10 por cada uno)

### Escenario esperado

En este ESCENARIO se ha supuesto la confianza prevista para el primer y segundo año de trabajo. Por tanto se expone los siguientes datos



	2020	2021
Ingresos	140.000€	196.000€
Gastos	171.564,87€	143.528,87€
Beneficio	-31.564,87€	52.371,13€

# Viabilidad Económica

## Escenario Conservador

En este ESCENARIO exponemos las posibilidades de la invabilidad de la empresa si se consiguen los siguientes datos para el primer y segundo año.



2020

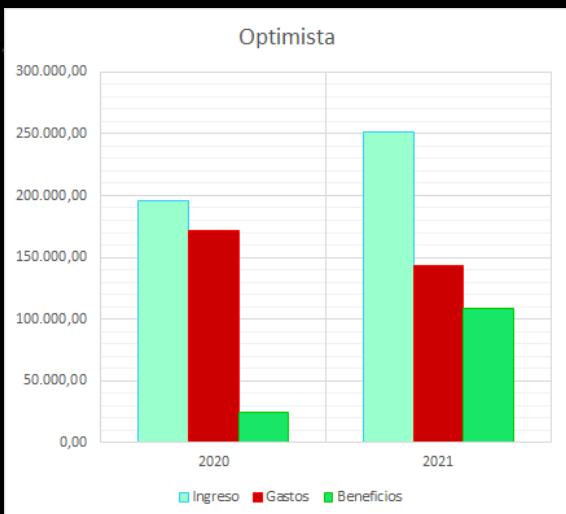
2021

Ingresos	84.000€	140.000€
Gastos	171.564,87€	143.628,87€
Beneficio	-87.564,87€	-3.628,87€

# Viability Económica

## Escenario Optimista

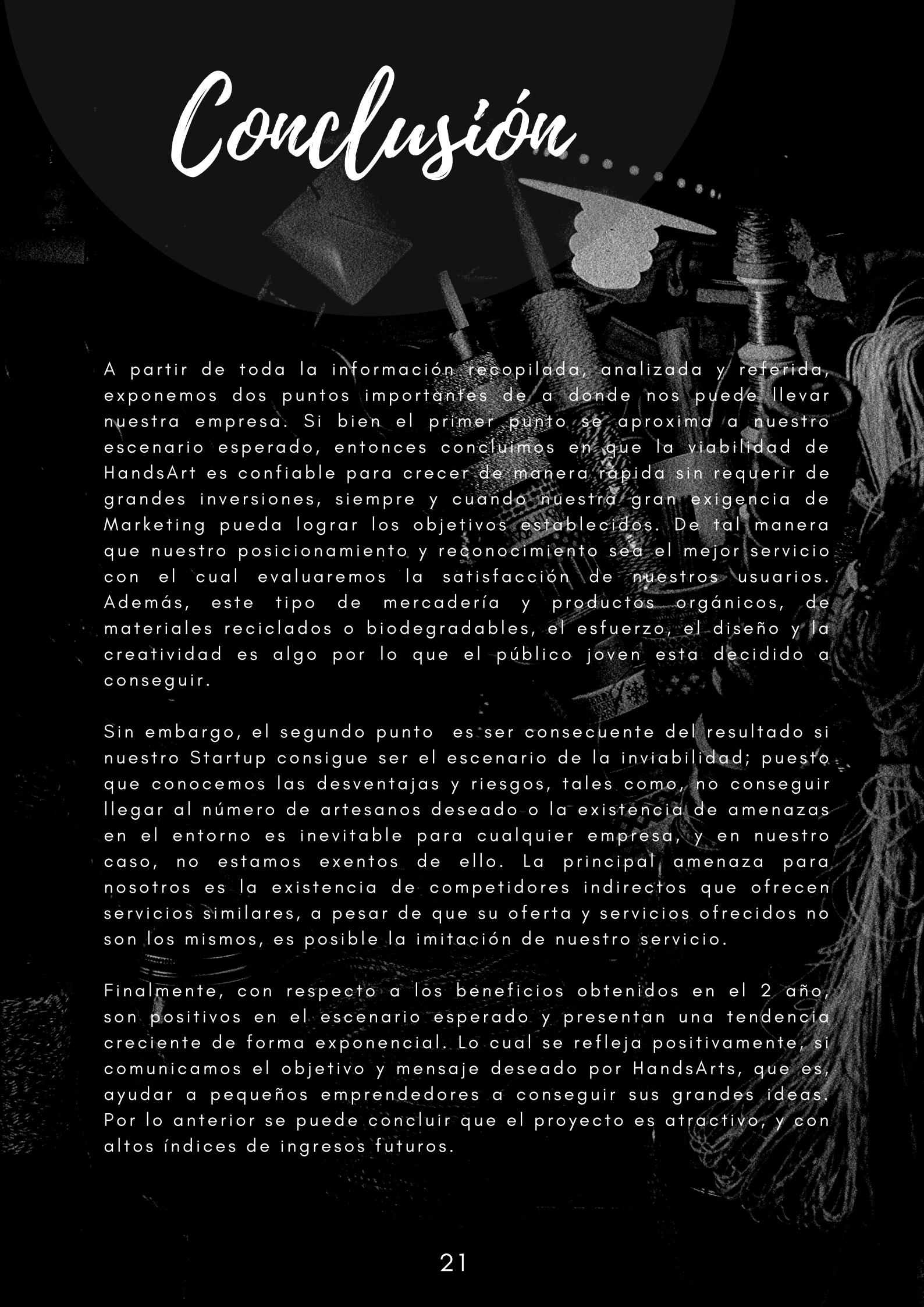
En este ESCENARIO podemos observar el flujo positivo y creciente aun mayor de los beneficios esperados en el primer y segundo año de actividad. Si bien, una de las ideas con la cual podemos llegar a esta estimación es a través del uso del llamado **Marketing Green**; dicho esto, a donde queremos llegar es emigrar o unir el **mercado tradicional con eco-marketing**. De este modo podríamos alcanzar a nuestros clientes (los artesanos) para dirigir su producto como alta calidad y elaboración a partir de materiales que cuidan el medio ambiente. Este plan atraería beneficios para los artesanos en la venta de sus productos , lo que equivaldría a un mayor numero de ventas e integración de nuestros artesanos eco-mercado que desea.



2020 2021

	2020	2021
Ingresos	196.000€	252.000€
Gastos	171.564,87€	143.628,87€
Beneficio	24.435,13€	108.371,13€

# Conclusión...



A partir de toda la información recopilada, analizada y referida, exponemos dos puntos importantes de a donde nos puede llevar nuestra empresa. Si bien el primer punto se aproxima a nuestro escenario esperado, entonces concluimos en que la viabilidad de HandsArt es confiable para crecer de manera rápida sin requerir de grandes inversiones, siempre y cuando nuestra gran exigencia de Marketing pueda lograr los objetivos establecidos. De tal manera que nuestro posicionamiento y reconocimiento sea el mejor servicio con el cual evaluaremos la satisfacción de nuestros usuarios. Además, este tipo de mercadería y productos orgánicos, de materiales reciclados o biodegradables, el esfuerzo, el diseño y la creatividad es algo por lo que el público joven está decidido a conseguir.

Sin embargo, el segundo punto es ser consecuente del resultado si nuestro Startup consigue ser el escenario de la inviabilidad; puesto que conocemos las desventajas y riesgos, tales como, no conseguir llegar al número de artesanos deseado o la existencia de amenazas en el entorno es inevitable para cualquier empresa, y en nuestro caso, no estamos exentos de ello. La principal amenaza para nosotros es la existencia de competidores indirectos que ofrecen servicios similares, a pesar de que su oferta y servicios ofrecidos no son los mismos, es posible la imitación de nuestro servicio.

Finalmente, con respecto a los beneficios obtenidos en el 2 año, son positivos en el escenario esperado y presentan una tendencia creciente de forma exponencial. Lo cual se refleja positivamente, si comunicamos el objetivo y mensaje deseado por HandsArts, que es, ayudar a pequeños emprendedores a conseguir sus grandes ideas. Por lo anterior se puede concluir que el proyecto es atractivo, y con altos índices de ingresos futuros.