



**UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA - UNIBE**

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS  
ESCUELA DE ARTES  
ESCUELA DE COMUNICACIÓN

**“PROGRAMA DE COMUNICACIÓN PARA DAR A CONOCER A LA JUVENTUD DOMINICANA EL PROCESO DE CREACIÓN DE MICROEMPRESAS Y  
EMPRESARIOS”**

SUSTENTANTE(S):

RAQUEL RIPOLL / 14-1104  
GABRIELLA BUSTO / 17-0477

PROYECTO FINAL DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE LICENCIATURA COMUNICACIÓN MENCIÓN PUBLICIDAD

ASESORA: ALICIA PUELLO

SANTO DOMINGO, D.N.  
REPÚBLICA DOMINICANA  
26 DE NOVIEMBRE DE 2020

Los conceptos expuestos en el presente trabajo son de la exclusiva responsabilidad de los sustentantes del mismo.

FIRMA ASESOR TITULAR: \_\_\_\_\_

CALIFICACIÓN: \_\_\_\_\_

FECHA: \_\_\_\_\_



# AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a nuestras familias por su apoyo incondicional, a los docentes por toda la dedicación, atención y conocimientos cultivados en todos nosotros a lo largo de nuestras carreras hasta este último momento, el más importante y el que todos recordaremos con felicidad y orgullo.

Queremos agradecer también a nuestros asesores Mansfield y Alicia por guiarnos en todo este proceso siempre con entusiasmo y dedicación, tanto como a Claudia Montás por ayudarnos a hacer posible todo esto que llevamos tantos años aspirando lograr.

No podríamos olvidarnos de agradecer eternamente Cristina Zapata y Yesenia de la Cruz por toda la atención brindada diariamente y su constante apoyo en todas las situaciones presentadas.



# ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO.....	6
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....	9
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	11
ANTECEDENTES.....	13
JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	29
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	31
POBLACIÓN Y MUESTRA.....	35
DISEÑO DEL INSTRUMENTO.....	37
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	39
PENSAMIENTO ESTRATÉGICO.....	54
SEGMENTACIÓN.....	56
PROPUESTA.....	59
PRESUPUESTO.....	89
ESTATUS LEGAL.....	91
ANÁLISIS DEL ENTORNO.....	95
REFERENCIAS.....	100
ANEXOS.....	104

# **RESUMEN EJECUTIVO**

# RESUMEN EJECUTIVO

Esta investigación tiene el objetivo de conocer sobre aquellos estudiantes dominicanos con interés en formalizar sus negocios o emprender, pero no tienen las herramientas ni recursos necesarios para lograrlo. Conocer los intereses, las necesidades, las limitantes y el nivel de información que tiene nuestro target sobre el tema, de forma que se puedan buscar formas de solucionar la problemática comunicacional que está causando este desconocimiento y privando a las personas de emprender o formalizar sus negocios.

Al investigar sobre el desconocimiento de las instituciones que orientan a personas con interés de emprender en el distrito nacional, analizamos los factores que pudieran ser causantes de la problemática. A partir de los resultados, identificamos las distintas razones de porque las personas no pueden o han podido crear su microempresa.

# RESUMEN EJECUTIVO

Para investigar al target, realizamos 150 encuestas que enviamos por medio de redes sociales para recopilar la información deseada, obteniendo como resultado que tienen un nivel educativo superior, acceso a internet 24/7 e interés en conocer sobre las instituciones, recibir asesoría y crear o formalizar sus negocios. Las personas encuestadas están dispuestas a conocer más sobre la MIPYMES o empresas como la misma.

Finalmente pudimos determinar que la falta de comunicación de estas instituciones es la razón principal de porque las personas desconocen de ellas. A partir de lo que encontramos, le proponemos a la institución MIPYMES un nuevo programa de comunicación, por medio del cual se comunicarán las informaciones importantes de una manera eficiente y con la creación de una campaña publicitaria poder ayudar a los futuros microempresarios.

# DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

# DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Este proyecto tendrá como enfoque el desconocimiento sobre las instituciones que orientan en el proceso de creación de microempresas a estudiantes dominicanos en el Distrito Nacional con actitud emprendedora. Aquellos jóvenes que viven de negocios informales, con ganas de crecer laboralmente, pero no saben cómo formalizar su negocio.

Conoceremos sobre estas personas, para así poder aportar en su crecimiento y puedan poco a poco lograr sus objetivos. Entendemos que la falta de conocimiento sobre estas instituciones y la falta de información son los puntos que más afectan a estas personas. Una vez tengan a mano la información necesaria y conozcan los distintos servicios por los que pueden optar, podrán lograr todo lo que se propongan.

# **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

# PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Jóvenes dominicanos desconocen sobre las instituciones que orientan y ofrecen diversos servicios al momento de emprender como el proceso de creación de microempresas, lo que causa que un sin número de personas vivan del negocio informal e impide el crecimiento de sus negocios o proyectos.

# ANTECEDENTES

# ANTECEDENTES

Programas de comunicación: la comunicación entre una empresa y sus clientes tiene como objetivo principal informar sobre los productos y servicios que la misma ofrece y sus características o beneficios. Para lograr esto, se crea una línea de comunicación que seguirá con tu marca/empresa para comunicárselo a todos los departamentos de esta. “Tener un buen plan de comunicación repercutirá de forma positiva en tu empresa y te ayudará a acercarte a tus clientes potenciales”.

Un plan de comunicación establece de forma clara cómo, cuándo y de qué forma se va a comunicar la empresa con su público para lograr alcanzar los 4 objetivos planteados. Existen dos planes de comunicación, la externa y la interna. Un plan de comunicación externa trata de la comunicación hacia su público objetivo para conseguir que él mismo sea cliente. Un plan de comunicación interna se trata de la comunicación que existe entre los diferentes trabajadores y departamentos dentro de la empresa para favorecer el traspaso de información importante.

# ANTECEDENTES

Las orígenes de las microempresas vienen desde el siglo XVI, cuando la falta de empleo y la necesidad de la población de bajos recursos necesitaba ayuda para obtener ingresos.

(1) La palabra microempresas (pequeño negocio) viene del micro (pequeño) y empresa. El concepto de microempresas es un término utilizado para diferenciar una empresa por los ingresos mensuales o anuales que posee, además del tamaño. Está contenida dentro de la categoría de las Pymes. (2) Las pymes son las pequeñas y medianas empresas, las que no cuentan con más de 250 empleados en total y facturan moderadamente. Son empresas con tamaño pequeño y sin facturación, con un número limitado de trabajadores que no disponen de los grandes recursos de las empresas con tamaño mayor. Las microempresas son creadas por motivos diversos, entre ellas la razón más utilizada es la necesidad de ingresos para subsistir y/o encontrar una salida económica a diversas habilidades.

# ANTECEDENTES

Se estima que éstas constituyen más del 90% del total de unidades productivas que tiene la nación, y que su contribución al PIB y a la generación de empleos es cada vez mayor. Este tipo de empresas está en todos los sectores productivos, aunque principalmente en el comercio y los servicios. (El Dinero, 2019). Las microempresas en República Dominicana solo pueden tener hasta 10 trabajadores y ventas brutas anuales de hasta ocho millones de pesos dominicanos -RD \$8,000,000.00 (MIPYMES) Sin contar a los que no tienen un local fijo, en la República Dominicana hay 772,900 microempresas. (3) Estas generan más de la mitad de los empleos de nuestra economía. Los datos son de un estudio de fondo para el financiamiento de la (FondoMicro) que, en el 2013, situaba la cifra en 2,166,491 puesto de trabajo, equivalentes al 54.4% del total de ocupados (Argentarium, Lery Laura Piña, 2016). Este tipo de empresas está en todos los sectores productivos del país, pero específicamente se pueden ver más en los de comercio y servicios.

# ANTECEDENTES

(4) Un estudio auspiciado por el Cluster Turístico de Santo Domingo, y ejecutado con recursos del Banco Interamericano de Desarrollo, da cuenta que la mayoría de las empresas ubicadas en la ciudad colonial son de tamaño micro o pequeño, y que solo unas pocas se pueden catalogar como empresas medianas o grandes. (El Dinero, 2019). Existe una “Semana MIPYMES” que impulsa la innovación en las Mipymes y emprendedores, con el propósito de colaborar en la transformación de los sectores tradicionales de la economía, lograr su ampliación a nuevos mercados, y desarrollar productos y servicios con mayores niveles de calidad (El Dinero, 2018).

(5) Luego de una serie de entrevistas con microemprendedores se ha recabado información acerca de la problemática común con la que se enfrentan día a día” y menciona las siguientes:

Problemas financieros, problemas de gestión financiera, problemas de planificación, problemas de gestión, problemas técnicos.

# ANTECEDENTES

(6) Las siguientes herramientas permiten realizar gestiones básicas de tu negocio:

- Google Drive (Gestión y almacenamiento de datos)
- Gmail (Gestor de cuentas de correos electrónicos)
- Debitoor (Gestor de presupuestos y facturación online)
- Banca Online (Portal de servicios de Banca Online / Gestionar las cuentas de ingresos y de gastos)
- Wunderlist (Gestor de tareas)

Dice que esas herramientas forman parte del día a día de Alma Natura, empresa en la cual es Cofundador, y que utilizan en entornos rurales donde las conexiones son inestables y sin embargo les permiten trabajar de forma online sin ningún tipo de problema.

# ANTECEDENTES

(7) "Hoy en día las herramientas más útiles para potenciar las actividades de un negocio no son necesariamente las más complejas o caras, muchas son gratuitas, amigables y entretenidas para usar." Recomienda 6 herramientas que pueden ser de ayuda para campañas de marketing en internet.

**Google Analytics:** te permite observar el rendimiento de tu sitio, el origen de tu tráfico web, el comportamiento de tus visitantes, etc.

**Google Apps for Business:** asegura el incremento en productividad, organización y comunicación para cualquier negocio.

**WordPress:** te permite administrar uno o más blogs, mientras te permite personalizar la experiencia para ajustarla a tus necesidades.

# ANTECEDENTES

**YouTube:** te permite compartir tu creatividad y atraer al público implementando estrategias de marketing con multimedia.

**Skype:** te permite chatear, hacer llamadas de voz y video, compartir impresiones de pantalla y enviar archivos grandes.

**Hootsuite:** ofrece una intuitiva gestión de varios medios sociales en una sola ventana para facilitar la administración de múltiples cuentas en redes como Fb y Twitter.

# ANTECEDENTES

DGII, en su artículo MIPYMES expresa las ventajas que obtienen al formalizarse como contribuyentes, y menciona las siguientes:

- Obtener financiamientos y créditos de instituciones financieras formales.
- Participar en los diferentes programas de apoyo a las MIPYMES.
- Participar en concursos públicos para ser proveedor de bienes o servicios al Estado.
- Diseñar, fabricar y comercializar sus propios productos (marca registrada, patentes, diseños industriales, entre otros).
- Exportar sus productos y aprovechar los acuerdos internacionales.
- Obtener y emitir facturas con Número de Comprobante Fiscal.

# ANTECEDENTES

(8) 10 pasos para crear una empresa:

- Investigar el mercado y analizar las posibilidades del negocio.
- Crear estrategia de marketing (debe estar alineada con los objetivos).
- Elegir el dominio (es necesario una web que dé visibilidad online).
- Contratar un hosting para alojar la web.
- Crear una página web (el aspecto visual y la usabilidad web son 2 puntos fundamentales).
- Construir una marca personal y branding (logos, diseño, colores corporativos. Esto se debe incorporar a la web, tarjetas, documentos o local).
- Definir Recursos Humanos (estar al día en los aspectos que competen a la selección de personal y entrevistas de trabajo).
- Atención al cliente (monitorizar lo que se dice del negocio en las Redes Sociales).
- Gestionar la base de datos de los clientes (contar con una buena gestión de los contactos).
- Tener en cuenta la formación (conocimientos y habilidades requeridos por los trabajadores en el sector).

# ANTECEDENTES

MIC (Ministerio de Industria y Comercio), 2017 lanzó un servicio que permite registrar una Microempresa como persona física en 24 horas con tal sólo una cédula de identidad y 500 pesos.

El MICM tiene los centros PYMES, que son centros de apoyo y atención a las micro, pequeñas y medianas empresas. (Hacen línea gráfica de servicios o productos, plan financiero, etc).

# ANTECEDENTES

(9) Emprendimiento: se conoce como emprendimiento a la actitud y aptitud que toma un individuo para iniciar un nuevo proyecto a través de ideas y oportunidades. El emprendimiento es un término muy utilizado en el ámbito empresarial, en virtud de su relacionamiento con la creación de empresas, nuevos productos o innovación de los mismos.

La palabra emprendimiento es de origen francés entrepreneur que significa 'pionero'. En el siglo XX el economista Joseph Schumpeter ubico el emprendedor como centro del sistema económico,

# ANTECEDENTES

## INSTITUCIONES

### ● FondoMicro

- Promover acceso al crédito de las MIPYMES de R.D.
- Brindar información confiable relacionada al sector
- Brindar consultorias
- Brindar evaluaciones
- Brindar capacitación a las MIPYMES

### ● CIDE

- Concentración en Emprendimiento
- Capacitaciones
- Pre-Incubación
- Mentoría
- Consultoría
- Networking

# ANTECEDENTES

## INSTITUCIONES

### ● Red Nacional de Emprendimiento - República Dominicana

- Potenciar una cultura de emprendimiento e innovación como forma de pensar y actuar en la vida.
- Instrumentos de financiación al emprendimiento lo largo del proceso como emprendedor
- Transformar comportamientos, creencias, modelos mentales y paradigmas a favor de la creación de empresas

### ● Formalizate

- Portal web para formalización de empresas
- Esfuerzo mancomunado de varias instituciones del sector público con la colaboración de las cámaras de comercio de la República Dominicana
- Parte de la estrategia del gobierno para el fortalecimiento de las MIPYMES y del sector privado

# LÍNEA DEL TIEMPO



# GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **Hosting:** Servidor donde estará alojada la web de la empresa.
- **Usabilidad web:** Calidad de la web que son sencillos de usar porque facilitan la lectura de los textos, descargan rápidamente la información y presentan funciones y menús sencillos, por lo que el usuario encuentra satisfechas sus consultas y cómodo su uso.

# **JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

# JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación se enfocará en estudiar el desconocimiento que existe en los jóvenes con posibilidad de emprendimiento sobre aquellas instituciones que orientan sobre la creación de microempresas, sus intereses, las limitantes y situaciones en las que se encuentran al momento de crear una microempresa. El presente trabajo permitirá ayudar a estas personas comprender plenamente el camino correcto que deben de tomar para poder crear la misma.

# **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

# OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

## General

Conocer sobre aquellas personas jóvenes que tienen actitud emprendedora pero no poseen los recursos para crear microempresas, y sobre las instituciones que los orientan para estos fines.

## Específicos

- Conocer los temas de interés de nuestro target.
- Conocer las posibilidades que tiene nuestro target.
- Conocer las limitantes que tiene nuestro target.
- Conocer el nivel de información que tiene nuestro target sobre el tema.

# TIPO DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación requiere de un estudio exploratorio.

Este cumple con las características necesarias para este tipo de investigación para lograr conocer de manera detallada y precisa las interrogantes expuestas en el proyecto.

# TÉCNICA

Para esta investigación utilizaremos como técnica la encuesta digital.

# **POBLACIÓN Y MUESTRA**

## **POBLACIÓN**

Jóvenes dominicanos con actitud emprendedora. (Interés en emprender pero sin los recursos y conocimientos necesarios). Edades: 18-23 años.

## **MUESTRA**

150 personas. Estratificadas. Encuestas online y entrevistas telefónicas.

# **DISEÑO DEL INSTRUMENTO**

# DISEÑO DEL INSTRUMENTO

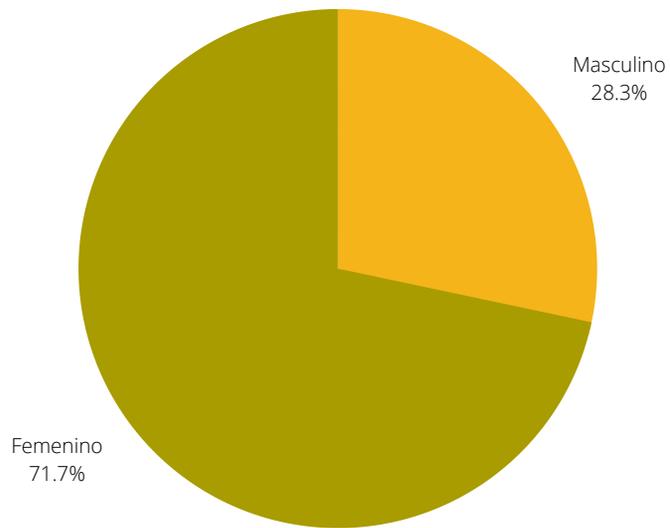
El instrumento empleado para esta investigación fue la encuesta digital.

Diseñamos una encuesta con preguntas cerradas y de selección múltiple dirigida a jóvenes estudiantes dominicanos dentro del Distrito Nacional, Santo Domingo, República Dominicana, con actitud emprendedora de edades entre 18 y 23 años.

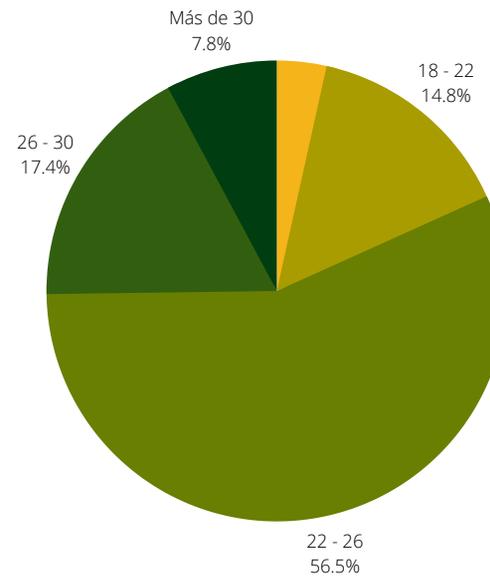
# **RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

# RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

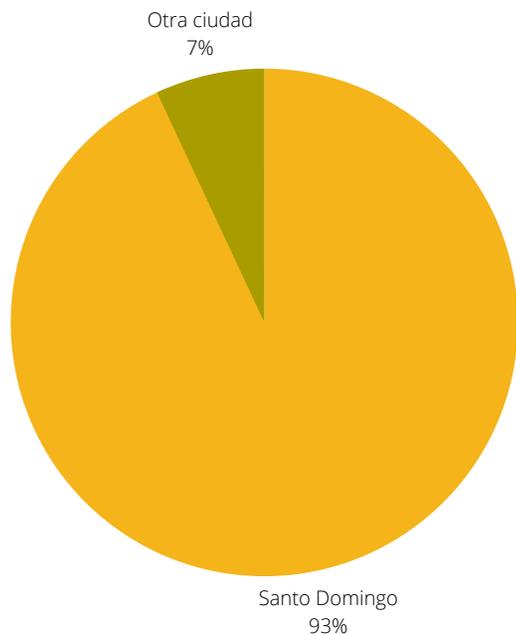
Mediante el uso de encuestas y levantamientos de información, identificamos la experiencia y necesidades de las personas durante el proceso de crear su microempresas. A partir de los resultados obtenidos en la encuesta, pudimos identificar que la gran mayoría de las personas encuestadas necesitan de mucha asesoría y conocimiento sobre el tema.



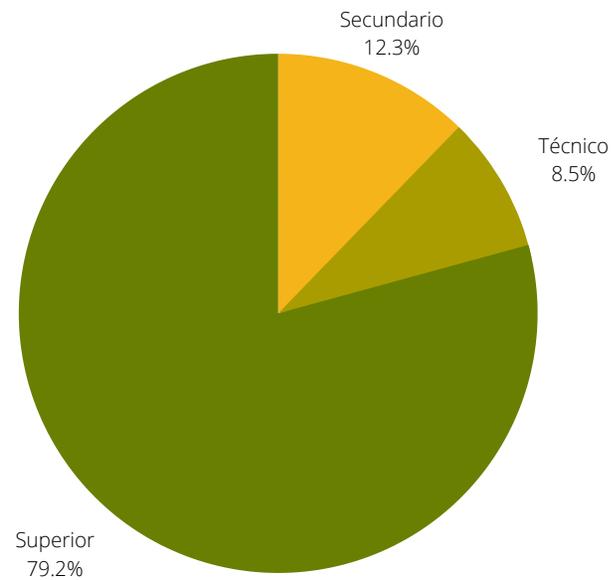
**Gráfico I: Género.** El estudio realizado contó con una muestra de 107 personas, 81 siendo mujeres y 32 siendo hombres.



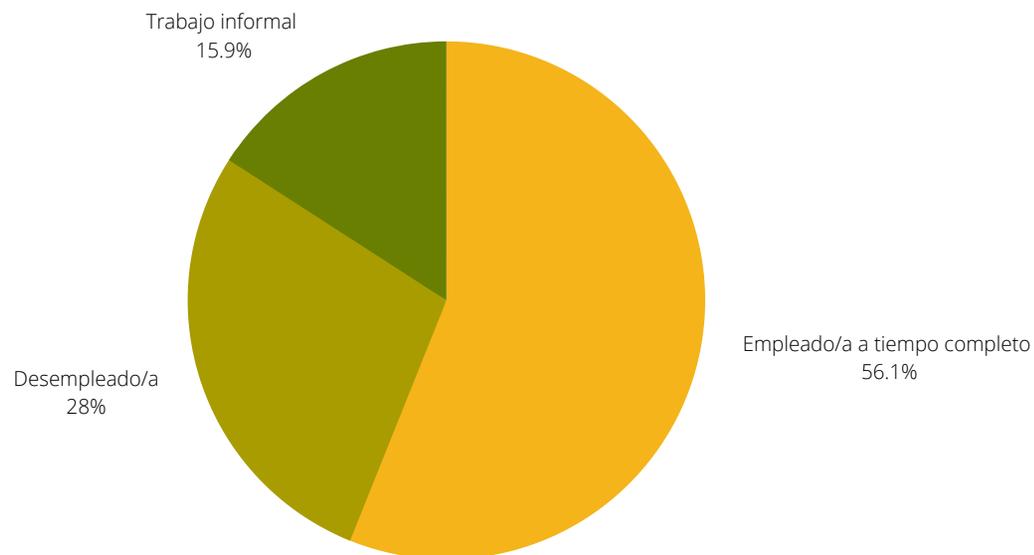
**Gráfico II: Edad.** El estudio realizado contó con una muestra de 107 personas, la mayoría siendo entre los 22 - 26 años de edad.



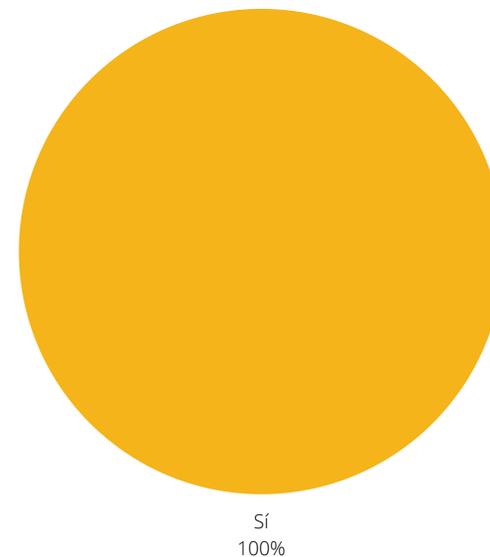
**Gráfico III: Locación.** El 93% de las personas son residentes de la ciudad de Santo Domingo.



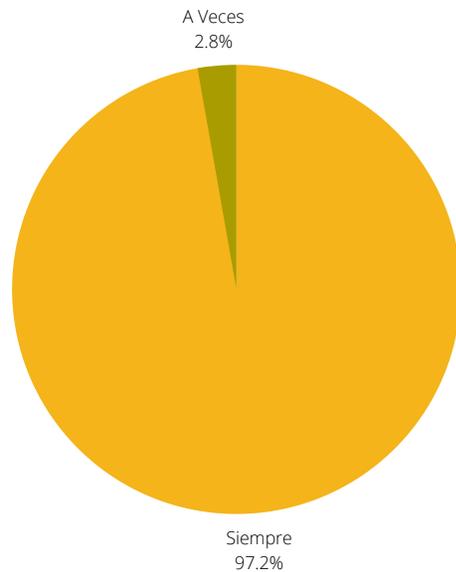
**Gráfico IV: Nivel de Estudio.** La mayoría de los encuestados poseen un nivel educativo superior.



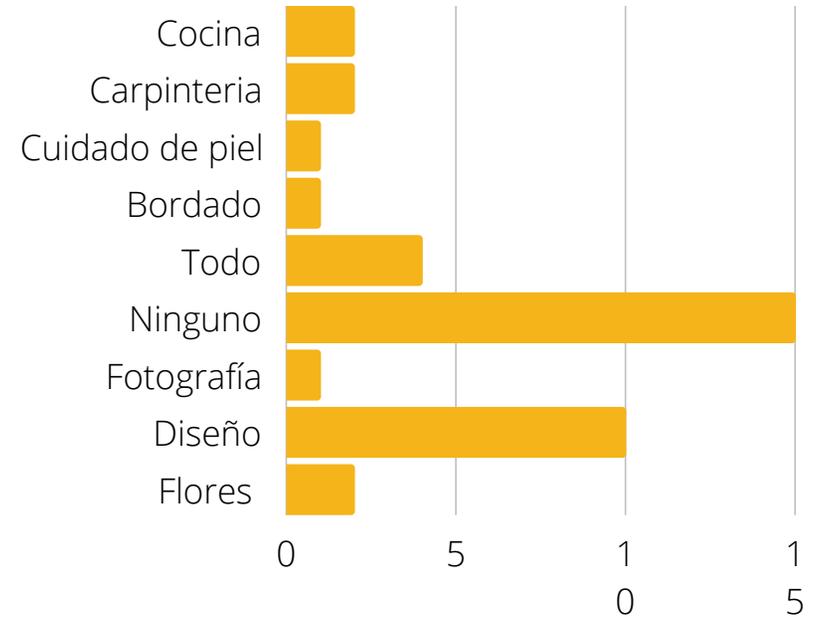
**Gráfico V: Ocupación.** Los empleados a tiempo completo dominaron en el estudio.



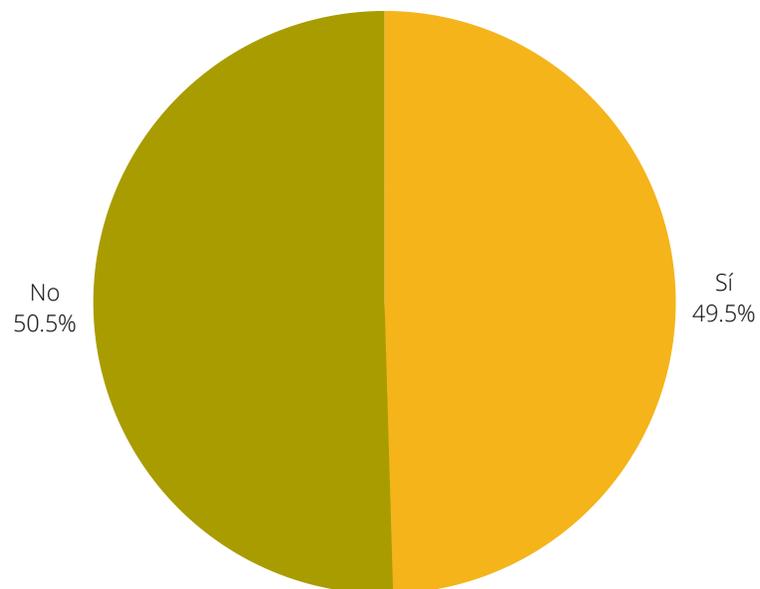
**Gráfico VI: Acceso al internet.** Todos los encuestados tienen acceso al internet.



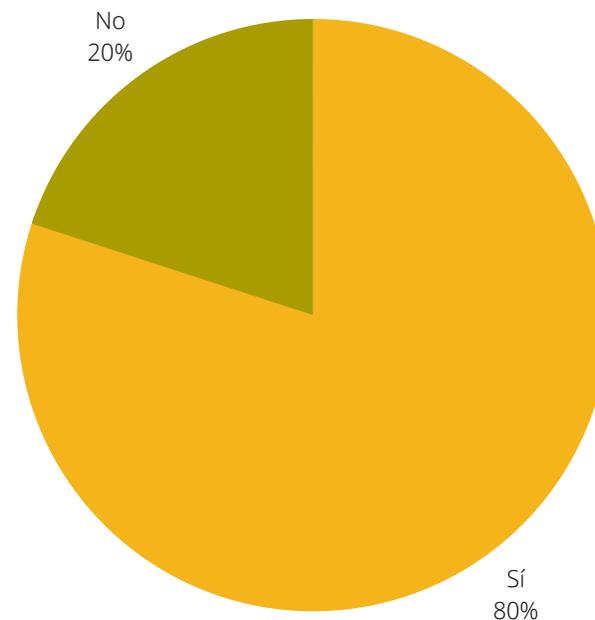
**Gráfico VII: Frecuencia internet.** La mayoría de los encuestados tiene acceso al internet la mayoría de el tiempo.



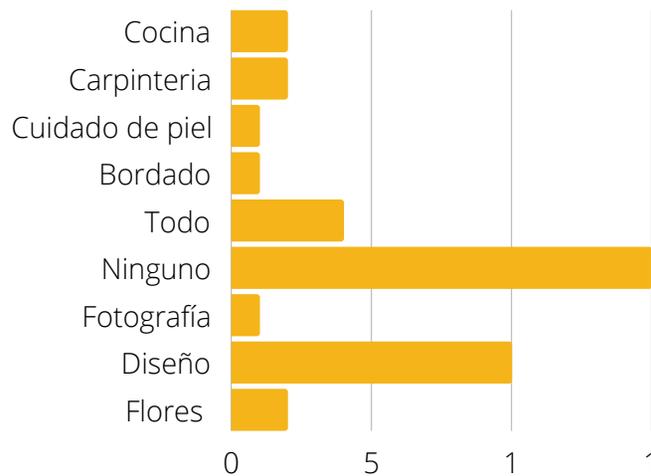
**Gráfico VIII: Habilidad manual.** La mayoría de los encuestados dice no tener habilidad manual de ningún tipo.



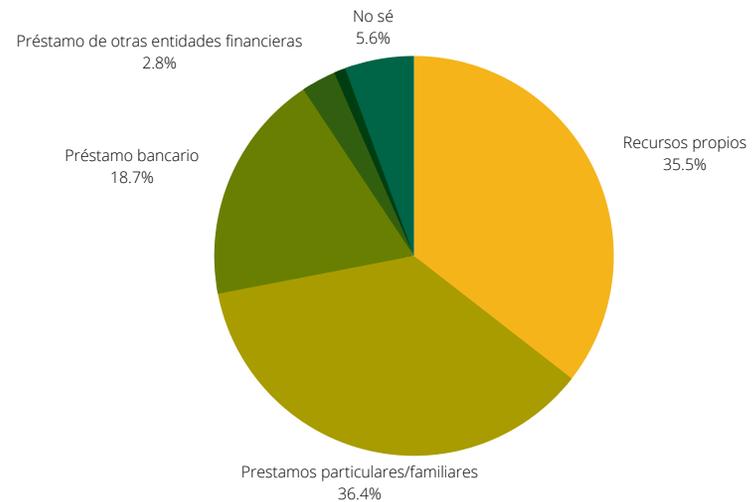
**Gráfico IX: Creación de negocio.** Más de el 50% de los encuestados no ha creado su propio negocio.



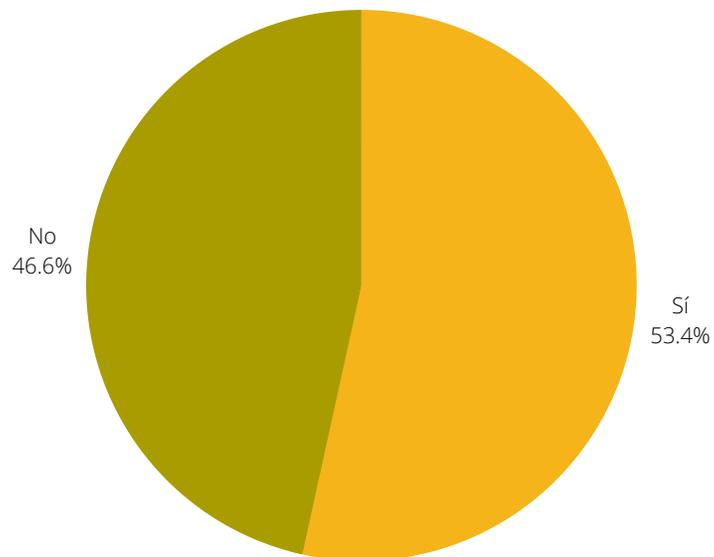
**Gráfico X: Formalización negocio/actividad económica.** A la mayoría de los encuestados le gustaría formalizar su negocio.



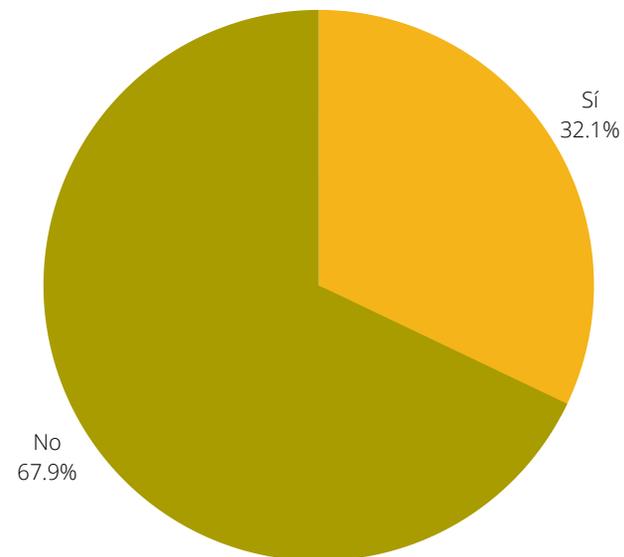
**Gráfico XI: Sector.** El sector más destacado al cual se quisieran dedicar fue en el sector alimenticio.



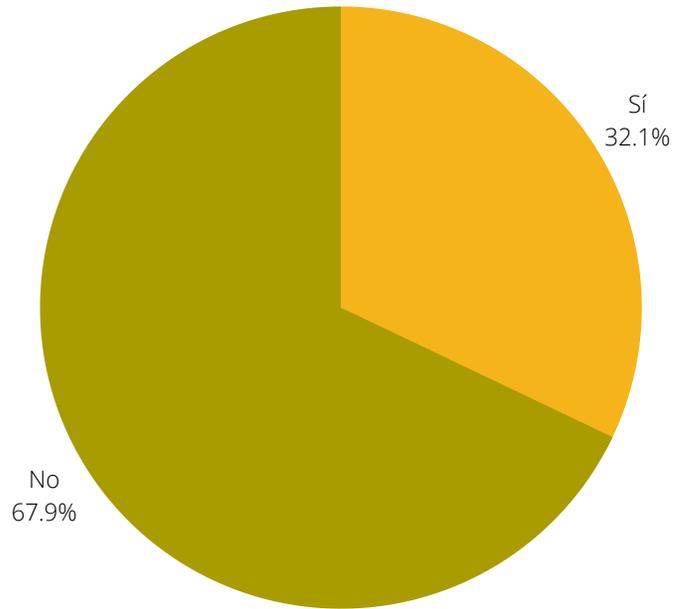
**Gráfico XII: Financiamiento del negocio.** Más de la mitad de las personas dijo que podría financiar su negocio con recursos propios o con préstamos particulares o de familiares.



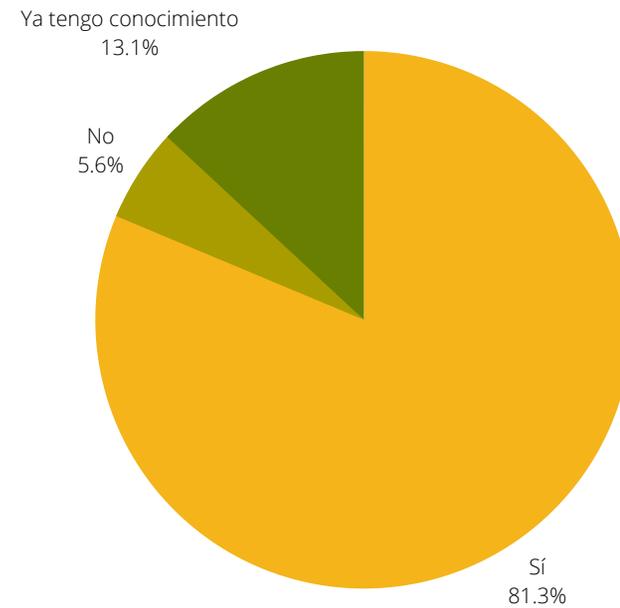
**Gráfico XIII: Conocimiento Mipymes.** Más de el 50% de los encuestados conocen el Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes.



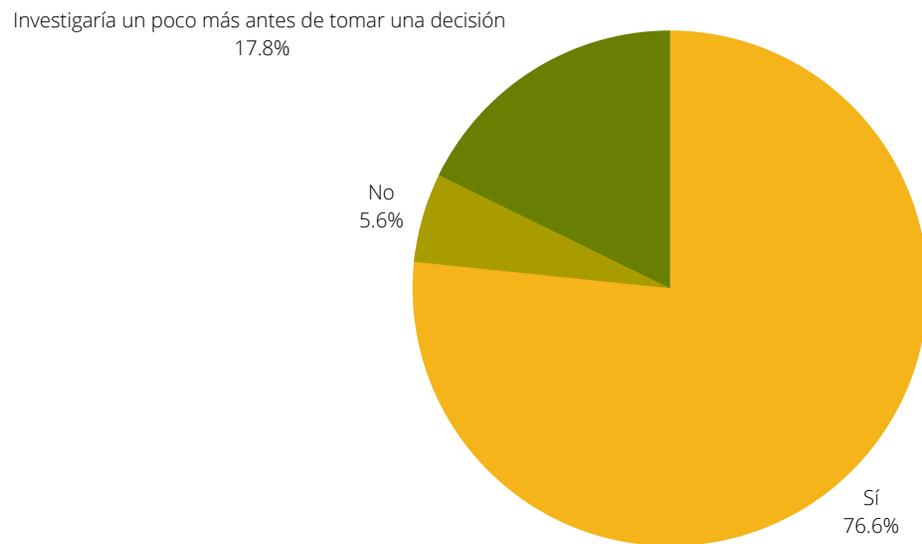
**Gráfico XIV: Conocimiento instituciones para emprendedores.** La mayoría desconoce instituciones las cuales ayudan a los emprendedores.



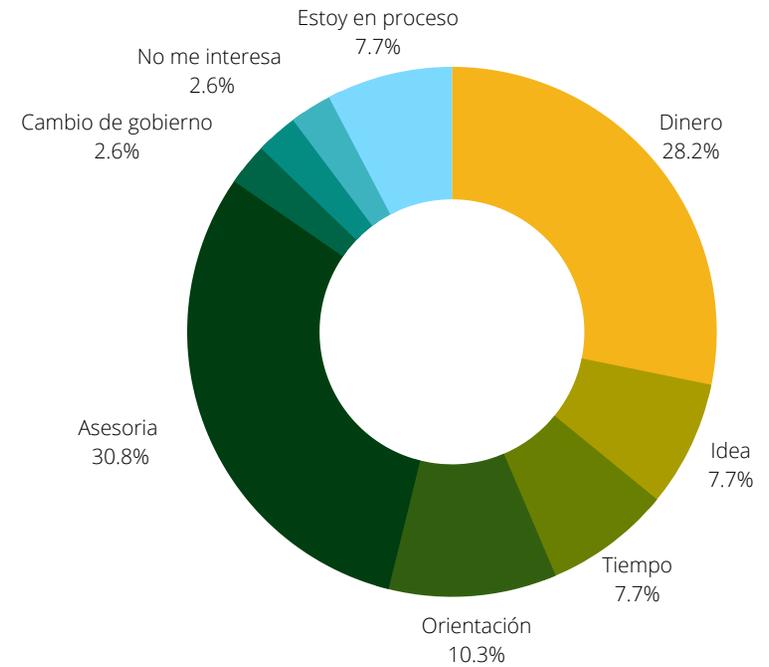
**Gráfico XV: Pasos para creación.** Más de el 50% de los encuestados desconocen los pasos para la creación de su propia microempresa.



**Gráfico XVI: Interés en servicios de orientación emprendedores.** La mayor parte de los encuestados esta interesada en orientarse sobre los pasos a seguir.



**Gráfico XVII: Aceptación asesoría.** Más de el 50% de los encuestados aceptarían asesoría por parte de una institución para crear su microempresas.



**Gráfico XVIII: Necesidad para crear negocio.** La mayor parte de los encuestados necesita dinero, una idea, o orientación para la creación de su microempresas .

# CONCLUSIÓN

A partir de nuestra encuesta obtuvimos la siguiente información.

El 93.5% de los encuestados residen en Santo Domingo, muchos tienen un nivel educativo superior. La mayoría están empleados y siempre tienen acceso a internet. Afirman haber creado un negocio, y estos tienen el deseo de formalizarlo financiando con recursos propios, préstamos particulares o de familiares. Desconocen las instituciones que ofrecen ayuda / asesoría a los emprendedores, y los pasos para crear microempresas. El 82% dice tener interés en conocer acerca de los servicios de orientación que ofrecen estas instituciones para los emprendedores y estarían dispuestos a aceptar asesoría de una institución que sea reconocida. Los encuestados dicen tener interés en emprender y en formalizar sus negocios, pero no cuentan con el conocimiento ni los recursos para hacerlos, mencionando como sus principales necesidades el dinero y la asesoría.

# CONCLUSIÓN

Como resultado del estudio realizado se concluye que existe una gran falta de comunicación, causando desconocimiento tanto de instituciones como de procedimientos necesarios para poder emprender o formalizar sus negocios, privando a las personas de poder lograr sus objetivos.

En esta investigación se demuestra que hay muchas personas que viven de negocios informales que están dispuestos e interesados en trascender a la economía formal. También, hay otras personas que están dispuestos a emprender y no lo hacen por falta de información y asesoría.

Los resultados revelan que debido a falta de comunicación, los jóvenes con actitud emprendedora se están viendo limitados por falta de recursos, pudiendo obtenerlos si tuvieran la información correcta a su alcance.

# CONCLUSIÓN

Para concluir, el 80.8% de los encuestados tienen un nivel educativo superior, el 100% acceso a internet todo el tiempo y el 80.6% tiene interés en crear o formalizar sus negocios.

Como habíamos planteado en nuestra hipótesis inicialmente, existe una falta de comunicación que está teniendo como consecuencia el aumento en los negocios informales, la reducción de emprendedores y desmotivación en los jóvenes capaces de emprender en Santo Domingo, República Dominicana.

# RECOMENDACIONES

Luego de llevar a cabo el estudio, obtener los resultados y sacar las conclusiones, recomendamos lo siguiente:

- Se sugiere revisar y mejorar los mecanismos de comunicación.
- Se recomienda crear un programa de comunicación dentro del Ministerio de Industria y Comercio.
- Se recomienda establecer una estrategia de comunicación enfocada en llevar la información al público objetivo.
- Se propone crear un plan de publicidad detallado online para dar a conocer el Ministerio de Industria y Comercio así como todas los servicios que ofrecen.

# **PENSAMIENTO ESTRATÉGICO**

# PENSAMIENTO ESTRATÉGICO

El siguiente proyecto tiene como objetivo acercar a los jóvenes interesados, comunicando un mensaje claro para que los mismos puedan informarse claramente los pasos a seguir antes de crear sus propias microempresas. Actualmente existe un desconocimiento de las instituciones y de los pasos para crear una empresa problema que ha causado que las personas creen su negocio de manera informal y que los mismos se sientan limitados por la falta de información.

# SEGMENTACIÓN

# SEGMENTACIÓN

Estudiantes dominicanos residentes en el Distrito Nacional.

**Edades:**

18 - 23 años.

**Sexo:**

Femenino y masculino.

**Ubicación geográfica:**

Distrito Nacional, República Dominicana.

**Variables psicográficas:**

Es un público con interés en formalizar sus negocios o crear su propia microempresa y no han encontrado cómo hacerlo, ya que desconocen aquellas instituciones que orientan sobre el tema. Son personas que tienen las herramientas y la disposición, pero les hace falta asistencia en el procedimiento.

# SEGMENTACIÓN

## JUAN

Juan es un joven dominicano de 20 años. Se independizó a los 18 años, cuando tuvo que mudarse de ciudad para ir a la universidad. Para mantenerse, creó un negocio informal tomando como su punto de partida su pasión, que es la cocina. Aprendió desde pequeño junto a su padre a hacer pastelitos y otras picaderas que en su vecindario dicen ser las mejores que han probado. Al principio le iba muy bien, pero ahora quiere expandir sus horizontes y se le dificulta, ya que al ser un negocio informal, cuando mercados más grandes le solicitan la orden con comprobante fiscal, no puede ofrecérselo. Esto le impide seguir creando nuevas relaciones duraderas con clientes potenciales, por lo que quisiera formalizar su negocio y seguir creciendo.

# PROPUESTA

Debido a la desinformación existente en los estudiantes dominicanos sobre los pasos a seguir para emprender o formalizar sus negocios, proponemos un programa de comunicación completamente virtual que sirva de enlace entre los jóvenes y la MIPYMES, por medio del cual podremos ofrecerle de manera dinámica y detallada toda información valiosa y necesaria para poder crear o formalizar sus empresas.

# OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

## General

Motivar a los jóvenes dominicanos a crear su empresa o formalizar sus negocios.

## Específicos

Concientizar a los jóvenes sobre la importancia de la información al momento de crear su empresa.

Brindar información valiosa y precisa por medio de MIPYMES de manera virtual al público objetivo.

# RACIONAL OBJETIVO GENERAL

Los jóvenes se están privando de emprender debido a la falta de información. No se sienten capaces ya que no cuentan con las herramientas necesarias para poder iniciar este camino. Aquellos que han iniciado sus con emprendimientos, mantienen sus negocios de manera informal ya que dicen no contar con la información necesaria ni la asesoría para poder dar este paso.

# TÁCTICAS

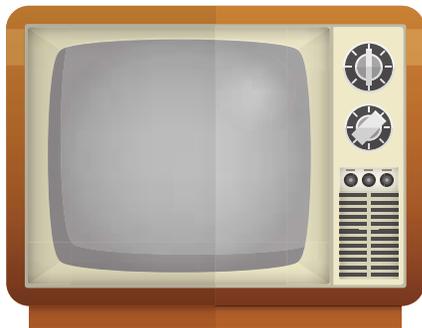
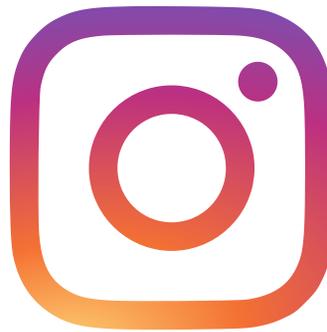
Estaremos impartiendo charlas a lo largo de los estudios de los jóvenes. Cada evento será enfocado en el público objetivo asignado, pero no es obligatoria una secuencia. Personas que no hayan asistido a la primera charla, podrán asistir a las demás.

Charla 1: Estudiantes 4to de bachiller.

Charla 2: Estudiantes a mitad de su carrera universitaria.

Charla 3: Estudiantes universitarios de término.

# HERRAMIENTAS



zoom

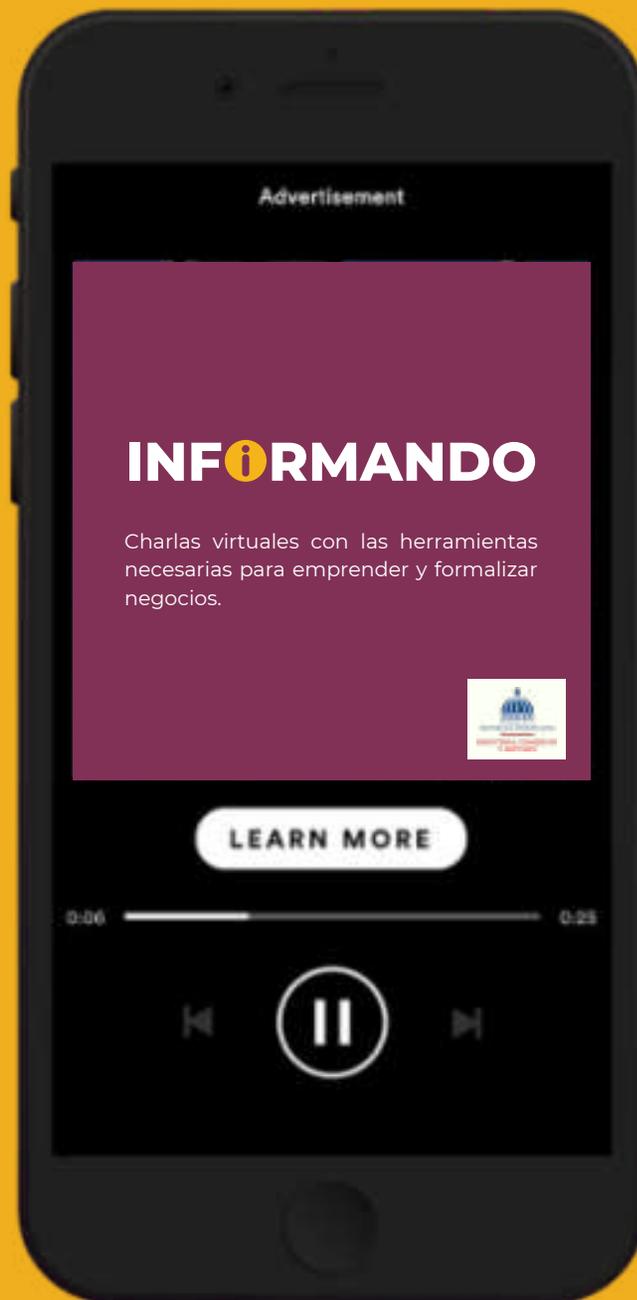


Se adaptarán a TikTok todos los videos que se subirán a las redes sociales de manera resumida, al igual que un video corto de cada charla.



# INFORMANDO

Charlas virtuales con las herramientas necesarias para emprender y formalizar negocios.



# INFORMANDO

## PRÓXIMAMENTE CHARLAS VIRTUALES

Manual y herramientas necesarias para jóvenes interesados en emprender y formalizar tus negocios.

### CHARLISTAS

Katherine Montyka  
Gian Luis Pereyra  
Vilma Núñez

FECHAS SELECCIONADAS PARA EL 2021  
A través de ZOOM (LIBRE DE COSTO)  
REGISTRO: micm.gob.do



micmrd • Seguir

micmrd

Próximamente tendremos las charlas virtuales de Informan2, las cuales ofrecerán a los jóvenes estudiantes herramientas e información valiosa sobre emprendimiento impartidas en el 2021 de forma gratuita.

Inscríbete entrando a nuestra página web [www.micm.gob.do](http://www.micm.gob.do)

1 sem



Les gusta a [luisgleon14](#) y 239 personas más

1 DE NOVIEMBRE

Agrega un comentario...

Publicar

# INFORMANDO

¿AÚN VIVES  
**DEL**  
NEGOCIO  
INFORMAL?

¿QUÉ ESPERAS?  
**¡INSCRÍBETE!**



micmrd • Seguir



micmrd

¿Aún no has formalizado tu negocio?

¿Tienes mil ideas de negocios pero no sabes como empezar?

Te invitamos a que seas parte de este programa de Informan2, donde les ofrecerán todas las herramientas e información necesaria para crear y crecer sus negocios de manera formal.

1 sem



Les gusta a **luisgleon14** y **239** personas más

10 DE NOVIEMBRE

Agrega un comentario...

Publicar

# Katherine Montyka



"En Jompéame soy la presidente, pero me ocupo de las operaciones, comprar lo que donaremos, coordinar cuando se irá a entregar y hacer parte de las entrevistas. Todos los días tenemos que grabar o entregar. Hay días que pruebo algo en la mañana y no vuelvo a comer hasta las 8:00 o 9:00 PM, porque me gusta aprovechar las horas de trabajo".

## INFORMANDO



micmrd • Seguir



micmrd

Conoce nuestros charlistas:

La primera será Katherine Montyka,

1 sem



Les gusta a **luisgleon14** y **239 personas más**

10 DE NOVIEMBRE

Agrega un comentario...

Publicar

# Gian Luis Pereyra



Licenciado en:  
Economía, Finanzas y  
Negocios Internacionales de  
Utah State University.

Es el CEO y Co-fundador de  
Kikaboni, una innovadora  
empresa de meriendas  
saludables.

**INFORMANDO**



micmrd • Seguir



micmrd

Conoce nuestros charlistas:

El segundo se trata de Gian Luis Pereyra. Licenciado en Economía, Finanzas y Negocios Internacionales de Utah State University.

Es el CEO y Co-fundador de Kikaboni, una innovadora empresa de meriendas saludables.

1 sem



Les gusta a **luisgleon14** y **239 personas más**

10 DE NOVIEMBRE

Agrega un comentario...

Publicar

# Vilma Núñez



Consultora Internacional de Marketing Digital.

"Ayudo a potenciar los negocios de marcas y profesionales a través de marketing de contenidos, redes sociales, email marketing y publicidad online."

## INFORMANDO



micmrd • Seguir



micmrd

Conoce nuestros charlistas:

La tercera se trata de Vilma Núñez. Consultora Internacional de Marketing Digital.

"Ayudo a potenciar los negocios de marcas y profesionales a través de marketing de contenidos, redes sociales, email marketing y publicidad online."

1 sem



Les gusta a **luisgleon14** y **239 personas más**

10 DE NOVIEMBRE

Agrega un comentario...

Publicar



# ESTRATEGIA

Brindar una batería de charlas con contenido importante para personas que están empezando sus empresas. La estrategia de comunicación pretende establecer una relación sirviendo de intermediario entre el MICM y el público objetivo con el propósito de comunicar de forma efectiva la información.

Esta estrategia pretende darle una mayor relevancia a la divulgación de las informaciones necesarias en los medios de comunicación para tener mayor impacto frente a nuestra comunidad objetiva.

# INFORMANDO

# DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA

Informando es un programa que le ofrecerá al Ministerio de Industria y Comercio 3 grandes charlas con el propósito de llevarle a la población de jóvenes dominicanos información sobre cómo crear emprendimientos.

Este programa, además de las charlas, incluye:

- Materiales digitales que se entregarán a los jóvenes con la información brindada en las charlas de manera sintetizada y simplificada.
- Contenido digital informativo y promocional para sus redes.
- Contenido para periódico.

Grupo de interés

Estudiantes dominicanos (4to de bachiller y universitarios)

¿POR QUÉ  
**INFORMANDO?**

# **PROBLEMÁTICA | SOLUCIÓN**

Desinformación

Informar

**¿QUÉ OFRECE NUESTRO  
PROGRAMA?**

# CHARLAS



Serán impartidas por charlistas emprendedores dominicanos reconocidos.

La primera charla será enfocada a los estudiantes de 4to de bachiller de los colegios.  
La segunda charla será enfocada a estudiantes a mediados de su carrera universitaria.  
La tercera charla será enfocada a estudiantes de término en las universidades.

## CHARLISTA 1

## CHARLISTA 2

## CHARLISTA 3

ENERO	FEBRERO	JUNIO	JULIO	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
<b>Charlista:</b> Katherine Montyka (Jompéame)		<b>Charlista:</b> Gian Luis Pereyra (Kikaboni)		<b>Charlista:</b> Vilma Núñez (Marketing Digital)	
<b>Cantidad de charlas:</b> 2 (1 mensual)		<b>Cantidad de charlas:</b> 2 (1 mensual)		<b>Cantidad de charlas:</b> 2 (1 mensual)	
<b>Duración:</b> 45 mins c/u		<b>Duración:</b> 45 mins c/u		<b>Duración:</b> 45 mins c/u	
<b>Entregables:</b> Información brindada por la charlista resumida.		<b>Entregables:</b> Información brindada por el charlista resumida.		<b>Entregables:</b> Información brindada por la charlista resumida.	



# JÓVENES HABLÁNDOLE A JÓVENES

Se le ofrecerá la oportunidad a las distintas universidades y colegios a participar en las charlas donde jóvenes hablarán sobre sus experiencias y aprendizajes.

# UNPHU EMPRENDE

Se realizará una charla en el Programa de acompañamiento virtual a emprendedores “Cultura emprendedora en tiempos de COVID-19”, un programa diseñado por la Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña. Desarrolla una serie de conferencias donde personas como Juan Enrique Rosales, el director de UNPHU emprende y el centro MIPYMES hablarán.



# CONTENIDO DIGITAL E IMPRESO PARA MEDIOS

Creación de contenido digital para:

FaceBook, twitter, instagram, página web de MIPYMES.

# REDES

ENERO	FEBRERO	JUNIO	JULIO	NOVIEMBRE	DECIEMBRE
<b>Día:</b> Viernes 1, 2021 <b>Tipo:</b> Arte	<b>Día:</b> Lunes 1, 2021 <b>Tipo:</b> Arte	<b>Día:</b> Martes 1, 2021 <b>Tipo:</b> Arte	<b>Día:</b> Jueves 1, 2021 <b>Tipo:</b> Arte	<b>Día:</b> Lunes 1, 2021 <b>Tipo:</b> Arte	<b>Día:</b> Miércoles 1, 2021 <b>Tipo:</b> Arte
<b>Tema:</b> Introducción al charlista	<b>Tema:</b> Introducción al charlista				
<b>Día:</b> Jueves 7, 2021 <b>Tipo:</b> LIVE	<b>Día:</b> Domingo 7, 2021 <b>Tipo:</b> LIVE	<b>Día:</b> Lunes 7, 2021 <b>Tipo:</b> LIVE	<b>Día:</b> Miércoles 7, 2021 <b>Tipo:</b> LIVE	<b>Día:</b> Domingo 7, 2021 <b>Tipo:</b> LIVE	<b>Día:</b> Martes 7, 2021 <b>Tipo:</b> LIVE
<b>Tema:</b> ¿Qué es emprender?	<b>Tema:</b> Servicios para emprendedores	<b>Tema:</b> ¿Qué necesitas para emprender?	<b>Tema:</b> Información sobre MIPYMES	<b>Tema:</b> ¿Cómo manejar el presupuesto para emprender?	<b>Tema:</b> Información sobre instituciones emprendimiento
<b>Día:</b> Viernes 15, 2021 <b>Tipo:</b> Arte	<b>Día:</b> Lunes 15, 2021 <b>Tipo:</b> Arte	<b>Día:</b> Martes 15, 2021 <b>Tipo:</b> Arte	<b>Día:</b> Jueves 15, 2021 <b>Tipo:</b> Arte	<b>Día:</b> Lunes 15, 2021 <b>Tipo:</b> Arte	<b>Día:</b> Miércoles 15, 2021 <b>Tipo:</b> Arte
<b>Tema:</b> Introducción a Informan2	<b>Tema:</b> ¿Quiénes pueden emprender?	<b>Tema:</b> Ventajas de emprender.	<b>Tema:</b> ¿El emprendedor nace o se hace?	<b>Tema:</b> Introducción instituciones emprendimiento	<b>Tema:</b> Pasos para emprender
<b>Día:</b> Lunes 25, 2021 <b>Tipo:</b> Video	<b>Día:</b> Jueves 25, 2021 <b>Tipo:</b> Video	<b>Día:</b> Viernes 25, 2021 <b>Tipo:</b> Video	<b>Día:</b> Domingo 25, 2021 <b>Tipo:</b> Video	<b>Día:</b> Jueves 25, 2021 <b>Tipo:</b> Video	<b>Día:</b> Sábado 25, 2021 <b>Tipo:</b> Video
<b>Tema:</b> Video creado de la charla del mes.	<b>Tema:</b> Video creado de la charla del mes.				

# PERIÓDICO

## Diario Libre

ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Día: 15 Tipo: Arte	Día: 15 Tipo: Arte	Día: 15 Tipo: Arte	Día: 15 Tipo: Arte	Día: 15 Tipo: Arte	Día: 15 Tipo: Arte	Día: 15 Tipo: Arte	Día: 15 Tipo: Arte	Día: 15 Tipo: Arte	Día: 15 Tipo: Arte	Día: 15 Tipo: Arte	Día: 15 Tipo: Arte
Tema: Intro. charlas	Tema: Intro. charlistas	Tema: Intro. institucio- nes	Tema: Promo. empren- dimiento	Tema: Intro. charlas	Tema: Intro. charlistas	Tema: Intro. institucio- nes	Tema: Promo. empren- dimiento	Tema: Intro. charlas	Tema: Intro. charlistas	Tema: Intro. institucio- nes	Tema: Promo. empren- dimiento

# MATERIALES ENTREGABLES

- **Panfleto** en PDF que se entregará a los jóvenes con la información brindada en las charlas de manera sintetizada y simplificada.
- Los panfletos tendrán un **código QR** que una vez escaneados serán llevados a una página web donde tendrán acceso a todos los formularios y requisitos necesarios para la creación de su empresa.



Informando habilitará un código QR para los estudiantes que al escanearlo serán automáticamente apuntados en una lista donde mensualmente se les enviará las últimas actualizaciones e informaciones importantes que deben conocer para que se mantengan al día y así lograr crear su empresa.

“¿Te gustaría formar parte de nuestra base de datos para recibir mensualmente informaciones sobre MIPYMES?”

# EJECUCIÓN DEL PROGRAMA

FASES	IDEA	CREATIVIDAD	EJECUCIÓN	MARCHA
Descripción general	<p>Informan2 creará contenido de interés (videos y artes) sobre emprendimiento para difundir en las redes sociales de MIPYMES y en periódicos. También, creará materiales entregables de manera digital para los usuarios del proyecto con información detallada sobre emprendimiento y su charlista.</p> <p><b>Algunos temas de contenido redes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Qué es emprender?</li> <li>- ¿Quiénes pueden emprender?</li> <li>- ¿Qué se necesita para emprender?</li> <li>- ¿El emprendedor nace o se hace?</li> <li>- Ventajas de emprender</li> <li>- ¿Cómo manejar el presupuesto para emprender?</li> <li>- Servicios para emprendedores</li> </ul> <p><b>Materiales entregables:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- información del charlista.</li> <li>- Se definirá con el charlista los temas a tratar en la charla, los mismos serán plasmados en el panfleto de manera sintetizada y simplificada.</li> </ul>	<p>Las charlas de Informan2 van dirigidas a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Estudiantes graduandos de colegios seleccionados Dominicanos en Santo Domingo.</li> <li>- Estudiantes universitarios.</li> </ul> <p>Las mismas serán impartidas por charlistas emprendedores dominicanos reconocidos los meses:</p> <p>Enero, Febrero, Junio, Julio, Noviembre y Diciembre.</p> <p><b>Promociones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Artes informativos sobre las charlas.</li> <li>- Imágenes con descripciones de nuestros charlistas.</li> <li>- Introducción de los temas que se presentarán.</li> <li>- Videos de los charlistas dando tips de emprendimiento.</li> </ul>	<p>Informan2 brindará por las redes de MIPYMES (@micmrd) información sobre emprendimiento, sus pasos e introduciremos a nuestros charlistas.</p>	<p>Siempre de modalidad virtual, Informan2 se reunirá con los colegios y universidades brindándoles información sobre sus charlas, y ofreciéndoles las mismas como parte de su programa para los estudiantes que estén:</p> <p><b>Colegio:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 4to de bachiller</li> </ul> <p><b>Universidad:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mitad de carrera.</li> <li>- Estudiantes de término.</li> </ul> <p>Se les enviará un panfleto donde tendrán a la mano:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Información sobre el proyecto Informan2.</li> <li>- Misión, visión y valores.</li> <li>- Objetivos generales y específicos.</li> <li>- Planificación detallada del proyecto con pasos y fechas.</li> <li>- Información detallada de los charlistas y sus trayectorias.</li> </ul>

# **ACCIONES DEL PROGRAMA**

Informando pondrá en marcha operaciones basadas en su estrategia para poder lograr los objetivos.

# **PRESUPUESTO**

SERVICIO	DESCRIPCIÓN	PRECIO	PRECIO FINAL
<b>Servicios profesionales</b>	Acompañamiento en la implementación / ejecución del programa.	RD\$ 50,000 + ITBIS (Mensual)	(X12) RD\$ 600,000 + ITBIS
	Estrategia	RD\$ 100,000	RD\$ 100,000
<b>Servicio</b>	Creación de contenido digital y para impresión.	RD\$ 89,400	RD\$ 89,400
<b>Preventivo</b>	Imprevistos para charlas.	RD\$ 100,000	RD\$ 100,000
<b>Personal</b>	Charlistas	RD\$ 25,000	(X3) RD\$ 75,000
<b>Medios convencionales</b>	Periódico: Diario Libre Especificación: Robapágina pea Objetivo: Promoción	RD\$ 18,249	(x12) RD\$218,988
<b>Medios interactivos</b>	Envíos masivos de e-mails. EmailMS  Objetivo: Intercambiar información y responder las preguntas frecuentes	RD\$ 3,500 + ITBIS	RD\$ 3,500 + ITBIS
	Spotify	RD\$ 4,130	(x12) RD\$ 49,560
	Promotion Instagram	RD \$1,000	(x12) RD\$12,000
<b>Medios directos</b>	Folleto digital para proveer la información detallada.	RD\$ 0	RD\$ 0
<b>TOTAL</b>			<b>RD\$ 1,148,448 + ITBIS</b>

# **ESTATUS LEGAL**

# ESTATUS LEGAL

La Ley No. 187-17

Establece una clasificación empresarial para las empresas de acuerdo a la cantidad de trabajadores y las ventas brutas. Según dicha ley, una persona natural o persona jurídica que realice actividades agropecuarias, industriales, comerciales o de servicio, rural o urbano, se clasificará en:

Microempresas: si tiene hasta 10 trabajadores; y ventas brutas anuales de hasta ocho millones de pesos dominicanos (RD\$8,000,000.00).

# ESTATUS LEGAL

## La Ley No. 488-08

Establece un régimen regulatorio para el desarrollo y competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes).

## La Ley No. 370-15

Establece la creación de la iniciativa presidencial (consejo consultivo) para el apoyo y la promoción de las micros, pequeña y mediana empresa (mipymes) con el objetivo de identificar y promover acciones y reformas que impacten la formalización, productividad y la competitividad del sector mipymes del país.

# ESTATUS LEGAL

## La Ley No. 688-16

Establece las disposiciones para aplicar, complementar y hacer operativo el marco regulatorio e institucional establecido por la ley de emprendimiento, el presente aplica a todas las actividades económicas de lícito comercio, ejercida por empresas clasificadas como micro o pequeñas empresas en República Dominicana.

## Resolución No. 360-96-2015

Reglamento general de operación del fondo de garantía para el financiamiento de las pequeñas y medianas industrias

# **ANÁLISIS DE ENTORNO**

## **FODA | FORTALEZAS**

- El público objetivo tiene interés en recibir asesoría.
- Tiene acceso a internet 24/7.
- Cuenta con el interés en emprender y formalizar sus negocios.

## **FODA | OPORTUNIDADES**

- Creación de microempresas.
- Asesorar al público objetivo.
- Brindarles información sobre aquellas instituciones que ofrecen servicios.
- Motivar a formalizar negocios y dejar el negocio informal.
- Necesidad inmediata de los servicios.

## **FODA | DEBILIDADES**

- Desconocen las instituciones.
- Desinformación sobre emprendimiento.

## **FODA | AMENAZAS**

- Inseguridad en el proceso de creación de sus negocios.
- Desconfianza hacia las instituciones.
- Falta de interés en formalizar sus negocios.

## **PEST | POLÍTICA**

Inestabilidad política por cambio de gobierno.

## **PEST | ECONOMÍA**

- Necesitan crear más planes de crédito para microempresas.
- Falta de inversionistas.
- Elementos económicos (moneda, tasa de cambio, inflación).

## **PEST | SOCIO-CULTURAL**

- Debido a la pandemia actual Covid-19, existen limitantes para los actos presenciales y riesgos para la salud al exponerse en el exterior.
- Personas no están pensando en emprender por la situación pandémica.

## **PEST | TECNOLÓGICO**

- Educación virtual.
- Asesoría virtual.
- Sistemas informáticos online.

# REFERENCIAS

# BIBLIOGRAFÍA

Barajas, L. (2007). Microempresa, Megavida: Cinco Pasos Para Una Gran Vida a Través de Tu Pequeña Empresa(Illustrated ed.). Grupo Nelson.

Bes, F. T., & Urano, E. (2019). El Libro Negro Del Emprendedor (5.a ed.). Empresa Activa.

Contell, E. B. (2012). El Préstamo Participativo en la Financiación del Plan Estratégico de las Pymes (Spanish Edition). Asociación Española de Contabilidad y Admon de Empresa.

Covey, S. R. (2016). The 7 Habits of Highly Effective People: Powerful Lessons in Personal Change (English Edition). Mango.

González, F. & SER Editorial. (2016). Emprende con éxito: Paso a paso para iniciar un negocio (3ra ed.). SER Editorial.

Hansson, D. H., & Fried, J. (2010). Reinicia: Borra lo aprendido y piensa la empresa de otra forma (Gestión del conocimiento) (Translation ed.). Empresa Activa.

# BIBLIOGRAFÍA

Hernández, G. G. M. A. V., & Gonzalez, G. A. M. (2018). Estrategia DISRUPTIVA; Desata el poder de la ESTRATEGIA al Máximo Nivel más allá de la Planeación Estratégica: Los datos no obvios y especiales que los LÍDERES aplican para DOMINAR su mercado. Ignius Media.

Kiyosaki, R. T. (2017). Padre Rico, Padre Pobre: Qué les enseñan los ricos a sus hijos acerca del dinero. Penguin Random House Grupo Editorial.

Reyes-Del Valle, N., Carrasquillo-Rios, L., & Rivera, J. (2017). Incubadora de microempresas: Lo nuevo que emerge (Spanish Edition). CreateSpace Independent Publishing Platform.

Schwarzman, S. A. (2019). What It Takes: Lessons in the Pursuit of Excellence (Illustrated ed.). Avid Reader Press / Simon & Schuster.

# WEBGRAFÍA

(1) Concepto de Microempresa. (n.d.).

(2) Qué son las PYMES. (2020, April 10).

(3) La realidad de las microempresas dominicanas. (2019, May 16)

(4) Anders, V. (n.d.). Peque. Retrieved from

(5) Martínez, A. (1998), Las Microempresas, su problemática, Herramientas de Promoción.

(6) Manzano, I. (2014), 5 herramientas básicas para gestionar una microempresa.

(7) Rojas, R. (2014), 6 herramientas indispensables para pymes.

(8) Vicente, J. (2020), 10 claves para crear una empresa en la actualidad.

# ANEXOS

# FORMULARIO APROBACIÓN



## Proyecto Final de Grado

Escuela de Comunicación  
Mención Publicidad  
UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA - UNIBE



FORMULARIO APROBACIÓN

### PROBLEMÁTICA DE COMUNICACIÓN A INVESTIGAR PARA PROYECTO DE GRADO

**INFORMACIONES IMPORTANTES:** Una vez el alumno o pareja llene esta solicitud y la misma sea aprobada y firmada por el/la director(a) de la Escuela y el/la asesor(a) titular de la asignatura, la problemática a investigar y la composición del grupo no podrán ser modificados.

Fecha	Junio 2, 2020	Semestre	Mayo - Agosto 2020
-------	---------------	----------	--------------------

#### DATOS GENERALES DEL ALUMNO O INTEGRANTES DE LA PAREJA SOLICITANTE

INTEGRANTE 1			
Apellidos / Nombres	Ripoll Lebrón, Raquel		
Matricula	14-1104		
Teléfonos	809 980 8921		
Correo electrónico	ripoll@est.unibe.edu.do		
Firma	Raquel Ripoll Lebrón		
INTEGRANTE 2			
Apellidos / Nombres	Busto Beauchamp, Gabriella		
Matricula	17-0477		
Teléfonos	809 390 0000		
Correo electrónico	gbusto@est.unibe.edu.do		
Firma	Gabriella Busto Beauchamp		

Problemática o situación de comunicación seleccionada para investigar.

El desconocimiento de las instituciones que orientan sobre la creación de microempresas a personas de bajos recursos con actitud emprendedora.

Firma del/a director(a)

Firma del/a asesor(a)

Título del Proyecto de Grado (en la 13ava. semana debe colocarse el título del proyecto bajo estas líneas)

Creación de un plan comunicacional para crear conocimiento de instituciones que orientan sobre la creación de microempresas.

Firma del/a director(a)

Firma del/a asesor(a)

# ENCUESTA

La siguiente encuesta tiene como propósito principal determinar el nivel de conocimiento de la población dominicana que **reside en Santo Domingo, en cuanto a la existencia de instituciones que orientan para la creación de microempresas**. Los datos recopilados en esta encuesta serán únicamente de uso académico con fines de obtener la licenciatura en Comunicación de la Universidad Iberoamericana. Toda la información suministrada en esta encuesta es confidencial.

## 1. Sexo

Masculino (Continuar)

Femenino (Continuar)

## 2. ¿Qué edad tienes?

Menos de 18 (Terminar encuesta)

18 - 22 (Continuar)

22 - 26 (Continuar)

26 - 30 (Continuar)

Más de 30 (Terminar encuesta)

## 3. ¿Dónde vives?

Santo Domingo (Continuar)

Otra ciudad (Terminar encuesta)

# ENCUESTA

## 4. Nivel Educativo

Primario

Secundario

Técnico

Superior

## 5. ¿Cuál de las siguientes categorías describe mejor su situación laboral?

Empleado/a tiempo completo parcial

Desempleado/a

Trabajo informal

## 6. ¿Tiene acceso a internet?

Si

No

## 7. ¿Con qué frecuencia?

Siempre

Varias veces a la semana

Semanal

Mensual

No tengo acceso

Otro (especifique) \_\_\_\_\_

## 8. ¿Tiene usted alguna habilidad manual? Especifique

\_\_\_\_\_

# ENCUESTA

**9. ¿Has creado algún negocio?**

Sí

No

**10. ¿Te gustaría formalizar tu negocio / actividad económica?**

Sí

No

**11. ¿En qué sector usted se quiere dedicar?**

Belleza

Alimentos

Entretenimiento

Otro (Especifique) \_\_\_\_\_

**12. ¿Cómo financiarías el inicio de un negocio?**

Recursos propios

Prestamos particulares o de familiares

Préstamo bancario

Préstamo de otras entidades financieras

Fuente de crédito informal

No sé

**13. ¿Conoces sobre las instituciones de ayuda para los emprendedores?**

Sí

No

# ENCUESTA

**14. ¿Conoces sobre el Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes (Mipymes)?**

Sí

No

**15. ¿Conoces los pasos para crear una microempresa?**

Sí

No

**16. ¿Te gustaría saber sobre los servicios de orientación para emprendedores?**

Sí

No

Ya tengo conocimiento

**17. ¿Aceptaría usted asesoría por parte de una institución reconocida para la formación de su negocio?**

Sí

No (¿Por qué?) \_\_\_\_\_

Investigaría un poco más antes de tomar una decisión

**18. ¿Qué necesita para formar su negocio?**

---

# COTIZACIÓN 1



06/10/2020

Cotización No. 001

## CLIENTE: RAQUEL RIPOLL

Descripción	Cantidad	Unidad	Costo
Servicio de diseño gráfico: 12 artes para impresión de periódicos.	1	RDS 15.000,00	RDS 15.000,00
Servicio de filmación y edición de audiovisual para redes. Entrega: - 6 audiovisuales editados. Tiempo: - Videos de 1 minuto cada.	1	RDS 50.000,00	RDS 50.000,00
		SUB-TOTAL	RDS 65.000,00
		ITBIS	RDS 11.700,00
		TOTAL	RDS 76.700,00

Nota: Gracias por su confianza.

### Términos y condiciones:

- Pago 50% del servicio por adelantado y el 50% restante contra entrega del material final.
- Formas de pago: Efectivo, Cheque a nombre de Editable S.R.L o Transferencia bancaria a la cuenta No.808664593 Banco Popular.

# COTIZACIÓN 2



06/10/2020

Cotización No. 002

## COTIZACIÓN

**CLIENTE: RAQUEL RIPOLL**

Descripción	Cantidad	Unidad	Costo
Servicio de diseño gráfico para redes sociales. Entrega: Doce (12) artes digitales	1	RD\$ 15.000,00	RD\$ 15.000,00
		SUB-TOTAL	RD\$ 15.000,00
		ITBIS	RD\$ 2.700,00
		TOTAL	RD\$ 12.700,00

Nota: Gracias por su confianza.

Términos y condiciones:

- Pago 50% del servicio por adelantado y el 50% restante contra entrega del material final.
- Formas de pago: Efectivo, Cheque a nombre de Editable S.R.L o Transferencia bancaria a la cuenta No.808664593 Banco Popular.