

Carrera de Contabilidad Empresarial

Proyecto de Emprendimiento Social y Comunitario

Minimarket La Alegría

Autores:

Marizol Espinal Núñez 16-6564

Juan Carlos Paulino 16-6145

Paola Massiel Tejada 16-6288

Facilitadores Acompañantes:

Manuel Angel Fernández

Rosa Paniagua

Eliana Campos

Eladio Frías

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

Minimarket La Alegría

Mini-Super Market The Happiness

Resumen

El presente proyecto Minimarket La Alegría S.R.L., tendrá la oportunidad de ofrecer productos de primera necesidad con la mejor calidad, los mejores servicios y los mejores precios del mercado. Además, brindará a los clientes la opción de utilizar medios alternos a la compra, mediante los dispositivos electrónicos, es decir, compras en línea.

El Minimarket La Alegría surtirá su inventario de productos de la canasta familiar y añadirá aquellos que son buscados, pero a pesar de eso, no se encuentran en la zona. Además, se ofrecerán servicios de entrega a domicilio, en el menor tiempo posible, lo cual será algo sumamente útil y más en estos momentos que estamos atravesando, por esta situación con la pandemia Covid-19. Por ende, nuestro negocio llegará a suplir una gran necesidad en la comunidad de Santo Cerro, La Vega.

Después de realizado el estudio de mercado con la herramienta de validación de ideas de negocios Javelin, además con el modelo de negocios Canvas e incluir la realización de una encuesta que se realizó en línea a 25 personas, donde se obtuvo como resultado que el 100% de las personas recomendarían a sus amigos y allegados que realicen sus compras en la modalidad Minimarket online. Por tales razones hemos llegado a la conclusión de que la idea de negocio online, que promueva calidad en los servicios, productos frescos y entrega rápida sería una excelente opción para implementarla y obtener beneficios, no solo para los accionistas, sino para los clientes que necesitan del desarrollo de este proyecto.

Descripción de la propuesta

En relación a la venta de insumos de la canasta familiar existen numerosos negocios asociados a estas actividades. Sin embargo, con la modalidad virtual los pequeños negocios están incursionando por medio de la aplicación de WhatsApp, pero presentan dificultades para la entrega de los productos y el tiempo de respuesta. En lo referente a la comunidad La Antena, ubicada en Santo Cerro, La Vega, no existe un Minimarket, tampoco negocios que tengan opción de compras en línea.

El historial de lugares con servicio de ventas en línea podemos identificar los siguientes:

Los Supermercados LA SIRENA, ubicados en distintas ciudades de República Dominicana, a raíz de la pandemia del Covid-19, implementaron Sirena Go. Mercadito Dominicano, ubicado en Santo Domingo, es una aplicación de compras en línea que entrega productos a domicilio. SUPER WAOO ubicado en Santo Domingo, servicio de compras en línea con entrega en toda la República Dominicana.

Nuestro proyecto está orientado a la compra y venta de artículos de primera necesidad, específicamente en la sección de Minimarket.

Para poder llevar a cabo este proyecto utilizamos el tablero de validación Javelin, el cual es una herramienta para validar rápidamente ideas de negocio, mediante la realización de pruebas y experimentos. Por tanto, realizamos una lluvia de ideas, donde presentamos las necesidades de los clientes y el espacio disponible para poder satisfacerlas.

La metodología utilizada para la realización de este proyecto fue de campo, ya que se aplicó una encuesta, por medio de la cual se determinó el nivel de aceptación que tendría el Minimarket en la comunidad de Santo Cerro, La Vega. Para determinar el número de personas a encuestar, se tomó como muestra aleatoria 25 personas.

Establecimos un criterio de un 100% de éxito para validar el mismo, donde 25 personas expresaron que recomendarían a sus amigos y conocidos la modalidad de minimarket virtual, lo que representa 100% de éxito, validando así nuestra propuesta.

Luego de validar nuestra idea de negocios utilizamos la herramienta de modelo CANVAS, donde definimos nuestra propuesta de valor, segmento de clientes, canales de distribución, ingresos, recursos, actividades, etc.

Minimarket La Alegría es un negocio que se dedicará a la venta de productos de primera necesidad, estará dirigido a mujeres y hombres de 19-60 años, en la comunidad de La Antena, ubicada en Santo Cerro, La Vega, para el año 2020.

El presente proyecto es una propuesta que viene a suplir varias necesidades a los residentes de Santo Cerro, La Vega, como son una buena atención al cliente, acceso a productos y servicios inexistentes en la zona, y además la posibilidad de recibir sus artículos en sus hogares con la mejor calidad, los mejores precios y al menor tiempo posible.

Aprovechando la situación actual, donde las personas no deben exponerse a aglomeraciones y sobre todo analizando la situación particular de la comunidad de Santo Cerro, La Vega, decidimos tomar la iniciativa de captar el mercado en dicha localidad, pues en ella no existe un Minimarket y tampoco tienen acceso a compras en línea. Por tanto, deseamos cubrir estas necesidades y posicionarnos en el mercado para posteriormente expandirnos.

La población que se beneficiará de nuestro proyecto son las personas residentes en Santo Cerro, La Vega y zonas aledañas. Teniendo como ventaja principal garantizar precios competitivos, calidad en los productos y servicios, menor tiempo de entrega, acceso a productos que no se encuentran en el área, utilización de la tecnología, y la oportunidad de llegar a nuevos clientes.

Recomendaciones para la implementación del proyecto

Expuestos los principales hallazgos, los autores consideran pertinente realizar las siguientes sugerencias:

- Ofrecer una experiencia satisfactoria al cliente, tanto en el local comercial como a través de la web, para así darnos a conocer en la zona y acaparar el mercado.
- Asociarnos con programas gubernamentales de aceptación de tarjeta de solidaridad, con la finalidad de mitigar los posibles efectos económicos de la pandemia del Covid-19.
- Generar confianza en los consumidores, mediante el cumplimiento de nuestras promesas.
- Entrenar al personal en lo referente al uso de las tecnologías y sobre todo a las aplicaciones virtuales y redes.
- Establecer un manual donde se especifiquen, las políticas, normas y reglamentos de empresa, con la finalidad de concientizar al personal y que se cumplan los requerimientos de la mejor manera posible.
- Invertir en programas de mejora continua.
- Realizar negociaciones con distribuidoras para obtener la mayor cantidad de artículos a menor precio o con ofertas y así mantener nuestra promesa de ofrecer los mejores precios.
- Participar en diferentes actividades locales, para dar a conocer el Minimarket La Alegría.
- Promover la participación de los empleados en diferentes seminarios de atención al cliente.
- Verificar el inventario para garantizar la variedad y la calidad de los productos.
- Realizar encuestas a los clientes para determinar la necesidad de nuevos productos y/o servicios relacionados con nuestro negocio.
- Otorgar una respuesta rápida en las redes sociales y aplicaciones virtuales utilizadas para la venta.
- Organizar las rutas de entregas para cumplir con nuestra promesa de entrega rápida.

Bibliografía

- Berry Leonard L., David Bennet & Brown Carter. (1989). *Calidad de servicio: una ventaja estratégica para instituciones financieras*. Madrid (España). Ediciones Díaz de Santos, S.A.
- Berry Leonard L. & Parasuraman A. (1994). *Marketing en las empresas de servicios*. Colombia. Grupo Editorial Norma.
- Caldwell Lynton K. (1965). *Perfeccionamiento del Servicio Público por Medio de la Capacitación*. México. Precisa Offset, S. A. Yácatas.
- Cobra Marcos & Zwarg A. Flavio. (1992). *Marketing de Servicios: Conceptos y Estrategias*. Colombia. Mc Graw-Hill.
- Bravo, P. & Jofré, J. (2019). *Control interno y manual de procedimientos Minimarket Top-Ten. Los Ángeles*. Recuperado de: <http://repositorio.udec.cl/bitstream/11594/3556/6/Bravo%20Rivera%20-%20Jofr%C3%A9%20Carrasco.pdf>
- Emprendedor. (2013). *Administrar un Minimarket*. Recuperado de: <https://emprendedor.pe/primer-empresa/administrar-un-minimarket/>
- Shelfic Soluciones. (2019). *Como administrar los costos de abrir un negocio de Minimarket*. Perú. Recuperado de: <https://shelficsoluciones.com/como-administrar-los-costos-de-abrir-un-negocio-de-minimarket/>
- Shelfic Soluciones. (2019). *Como Hacer Marketing De Redes Sociales Para Un Minimarket*. Perú. Recuperado de: <https://shelficsoluciones.com/como-hacer-marketing-de-redes-sociales-para-un-minimarket/>

Anexos










LOGO



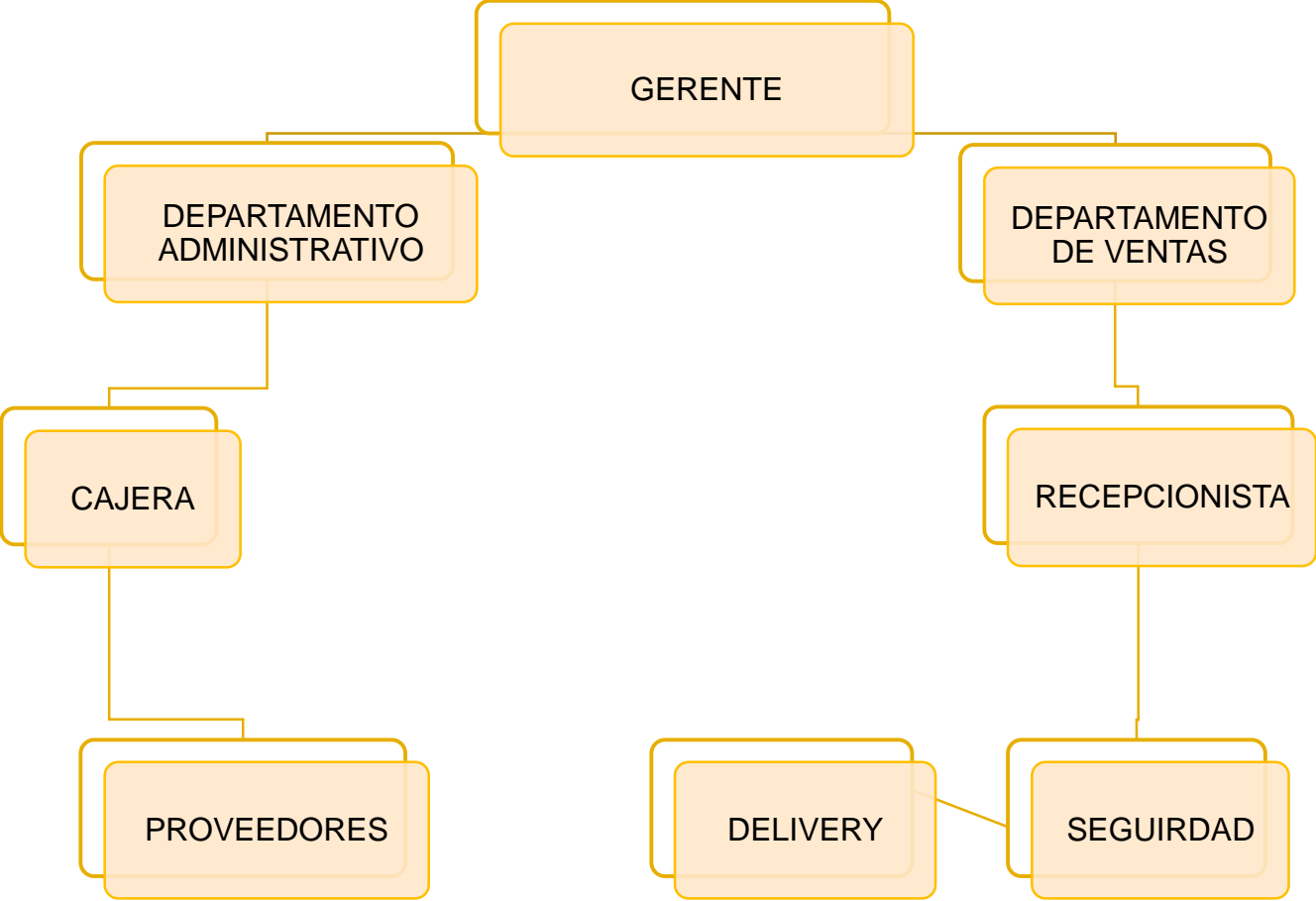
Zona Geográfica



Canvas

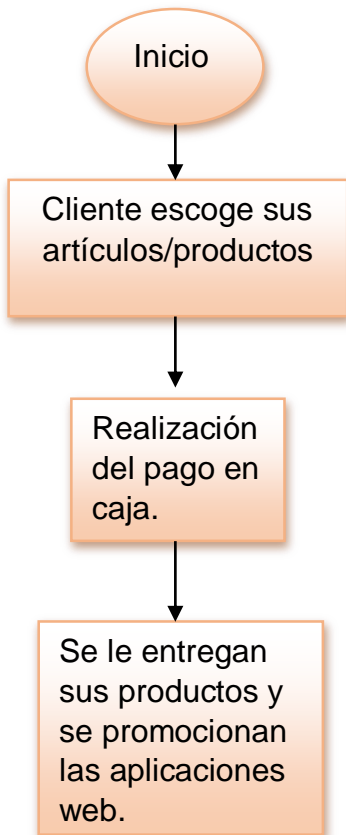
MODELO CANVAS				
<p>Socios clave  8</p> <p>Proveedores de artículos de la canasta familiar.</p> <p>Comerciantes ya posicionados en el mercado.</p> <p>Contratos exclusivos con supermercados estratégicos</p>	<p>Actividades clave  7</p> <p>Promociones y ofertas.</p> <p>Entrega rápida y eficiente de los productos.</p> <p>Capacitar y entrenar al personal para ofrecer un servicio al cliente excepcional.</p>	<p>Propuestas de valor  1</p> <p>La propuesta de valor de Minimarket La Alegría, S. R. L., es ofrecer todo tipo de productos de la canasta familiar con la mejor calidad, frescura y mejores precios del mercado, y esto lo haremos a través de las ventas en línea, mediante dispositivos electrónicos, y en el local físico. Además, proporcionaremos un servicio de entrega a domicilio eficiente y rápido, el cual es cada vez más demandado, debido a que las personas no desean exponerse al contacto con los demás, por motivo de la actual pandemia (Covid-19). Por otra parte, aceptaremos diferentes formas de pago además del dinero en efectivo, tales como; tarjetas de debito, tarjetas de crédito, aplicaciones bancarias, etc.</p>	<p>Relación con clientes  4</p> <p>Brindarles a nuestros clientes un trato cordial, eficaz y profesional atendiéndole en nuestro establecimiento con un personal capacitado. También tendremos un registro de consumidor frecuente: monitorear compras y cantidad ofrecer regalo, o descuento por ser un buen cliente.</p>	<p>Segmentos de clientes </p> <p>El segmento de Minimarket La Alegría, S. R. L. está dirigido a mujeres y hombres de 19-36-60 años, personas que buscan una variedad de productos y desean encontrar todo en un mismo lugar.</p>
<p>Estructura de costos  9</p> <p>En la estructura de coste tendremos:</p> <p>Las instalaciones del local, la decoración, diseño página web, promoción y publicidad, los gastos administrativos, las compras de mercancías y la adquisición de los activos, entre otros.</p>	<p>Fuente de ingresos </p> <p>Nuestras fuentes de ingresos serán las ventas directas y electrónicas, con las formas de pagos en efectivo, tarjeta de crédito y débito y aplicaciones bancarias.</p>			
<p>Recursos clave  6</p> <p>Nuestros recursos claves son:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Capital Humano -Recursos técnicos -Capital monetario -Innovación y los proveedores y clientes. 			<p>Canales  3</p> <p>Nuestros productos serán distribuidos a través de:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ventas directas. -Ventas electrónicas. -Ventas a través de una página web y los servicios de entrega a domicilio. 	

Organigrama

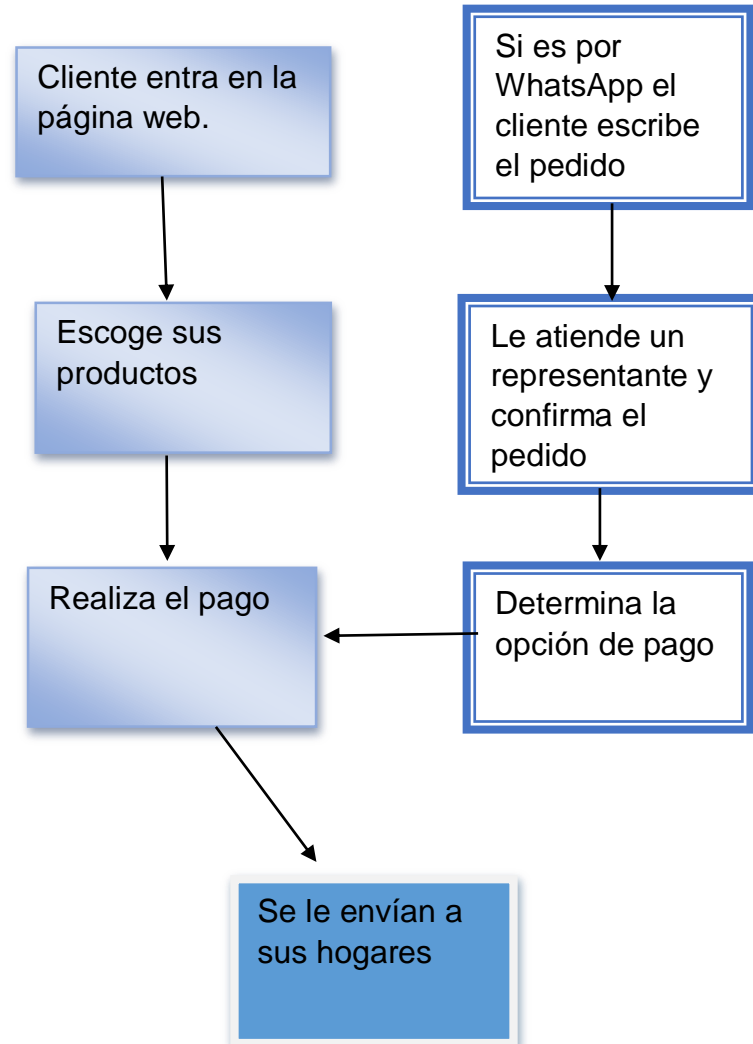


Flujograma

En el Local



En línea



Estructura física





Encuesta

**UNIVERSIDAD ABIERTA PARA ADULTOS
UAPA
ESCUELA DE NEGOCIOS
CARRERA LICENCIATURA EN CONTABILIDAD EMPRESARIAL**

¡Hola! Agradeceremos su colaboración y participación en la presente encuesta mercadológica de la propuesta de negocios MINIMARKET LA ALEGRIA, S.R.L., que busca determinar el posicionamiento de los colmados o Minimarket en el Santo Cerro, provincia La Vega.

Lea cuidadosamente cada enunciado y seleccione la respuesta que considere más conveniente.

1. Sexo

- Masculino
- Femenino

2. Edad

- Menos de 18 años
- De 19 a 25 años
- De 26 a 35 años
- Más de 36 años

3. Nivel académico

- Primario
- Secundario
- Técnico
- Universitario

4. ¿Dónde realiza usted la compra de los artículos de primera necesidad?

- Colmados
- Minimarket
- Supermercados
- Hipermercados

5. ¿Con qué frecuencia realiza las compras?

- Diaria
- Semanal
- Quincenal
- Mensual

6. ¿Utiliza usted los servicios de Delivery o entregas a domicilio?

- Si
- No

7. Si su respuesta es afirmativa, ¿Con que frecuencia compra a través de Delivery o entrega a domicilio?

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Nunca

8. ¿Cuál es el tiempo promedio que usted podría esperar en la entrega de su pedido a domicilio?

- Menos de 10 minutos
- De 10 a 15 minutos
- De 15 a 20 minutos
- Más de 20 minutos

9. ¿Qué es lo que más valora cuando va hacer su compra?

- Servicio al cliente
- Precios
- Variedad de productos.
- Rapidez para pagar.

10. ¿Qué aspectos te motivarían más al momento de comprar en un Minimarket online?

- Ofertas y descuentos
- Variedad de productos
- Artículos promocionales
- Todas las anteriores

11. **¿Cuál medio le resultaría realizar los pedidos de sus productos en un Minimarket online?**

- Website
- WhatsApp
- Aplicación
- Llamada Telefónica
- Visita al local

12. **¿Qué artículos son los que compra con mayor frecuencia?**

- Higiene personal
- Artículos de limpieza para el hogar
- Frutas y vegetales
- Productos industrializados o enlatados
- Otro especifique

13. **¿Qué tipo de formas de pago utilizaría para este servicio?**

- Efectivo
- Tarjeta crédito
- Tarjeta debito
- Transferencia

14. **¿Cuáles aspectos valoraría más en un Minimarket online?**

- Rapidez en la entrega
- Condiciones de los artículos solicitados
- Servicio al cliente
- Precios y ofertas
- Confianza y garantía del servicio
- Rápida respuesta
- Otro especifique