



Carreras: Administración de Empresas y Mercadeo

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

Proyecto:

SGA, Servicios Generales y Administrativos

Autores:

Martha Mercado Morrobel
Lidia Paola Acosta

Facilitadores Acompañantes:

Jorge Mena
Julio Ángel García
Eliana Campos

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



TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN EJECUTIVO.....	06
INTRODUCCIÓN.....	08
Antecedentes del sector.....	10
Planteamiento del problema.....	11
Objetivo general.....	12
Objetivo específico.....	12
Importancia y justificación.....	13
Metodología.....	14
Delimitación del proyecto.....	15
Limitaciones del proyecto.....	15
Métodos de recolección de datos.....	16
SECCIÓN 1: ESTRUCTURA IDEOLÓGICA DEL PROYECTO.....	17
1.1 Descripción de la empresa.....	18
1.2 Imagen Corporativa o Brand Kit.....	18
1.2.1 Logo e Isotipo.....	18
1.2.2 Eslogan.....	18
1.2.3 Colores.....	19
1.2.4 Tipografía.....	
1.3 Filosofía de negocios.....	19
1.3.1 Misión.....	19
1.3.2 Visión.....	19
1.3.3 Valores.....	19
1.4 Ventajas competitivas.....	20
1.4.1 Valor agregado.....	20
1.4.2 Estrategias de diferenciación.....	20
SECCIÓN 2: ESTRUCTURA DEL ENTORNO.....	21
2.1 Análisis FODA del proyecto.....	22
2.2 Análisis de la competencia.....	23
2.3. Principales competidores.....	23
2.4 Fortalezas y debilidades de la competencia.....	24
2.5 Análisis de la demanda o consumidores.....	25
2.6 Análisis y presentación de los resultados de la encuesta.....	26

SECCIÓN 3: ESTRUCTURA MERCADOLÓGICA.....	46
3.1 Mercado meta.....	47
3.2 Descripción del servicio.....	48
3.3 Estrategias de precios.....	54
3.4 Estrategias de distribución.....	54
3.5 Estrategias de comunicación.....	58
SECCIÓN 4: ESTRUCTURA TÉCNICA.....	60
4.1 Principales socios claves del proyecto.....	61
4.2 Asesores o especialistas de producción y Operaciones.....	62
4.3 Áreas operativas del proyecto.....	62
4.4 Organigrama.....	63
4.5 Horario de trabajo y asistencia al cliente.....	64
4.6 Políticas operativas del negocio.....	64
4.7 Normas laborales.....	64
SECCIÓN 5: ESTRUCTURA FINANCIERA.....	67
5.1 Plan de inversión.....	68
5.2 Plan de medios online.....	69
5.3 Proyección de ventas por temporada.....	70
5.4 Estado de flujos de efectivo proforma.....	71
5.5 Estado de resultados proforma.....	72
CONCLUSIONES.....	74
BIBLIOGRAFÍAS.....	76
ANEXOS.....	79
Cuestionario.....	84

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto consiste en la puesta en marcha de una empresa dedicada a brindar servicios generales y administrativos especializados en la ciudad de Santiago de los Caballeros, República Dominicana.

SGA, S.R.L. estará compuesta por un equipo de profesionales multidisciplinario, y se dedicará principalmente a la evaluación y diagnóstico empresarial, constitución de empresas, como también a ofrecer los servicios de igualas contables, reclutamiento de personal, capacitación y marketing digital.

La principal motivación de SGA, S.R.L., es la de poder prestar servicios de forma responsable, diligente, eficiente e íntegra en las áreas de especialización, las cuales están pensadas en las mayores necesidades de las pequeñas, medianas y grandes empresas.

Este plan de negocios, se fomenta a través de las experiencias de terceros, los cuales han expresado que es cuesta arriba obtener varios servicios de esta índole con más de un prestador, pues esto trae consigo un aumento en los costos y en ocasiones incertidumbre por la demora con los servicios solicitados. Los requerimientos de inversión serán bajos, ya que estos servicios serán consolidados ochenta por ciento virtual y un veinte por ciento presencial, esto con el fin de mantener costos reducidos.

Las promotoras de este proyecto, son las jóvenes Lidia Acosta y Martha Mercado, estudiantes de término de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Abierta para Adulto (UAPA), cada una orientada e instruida en las diferentes áreas funcionales de la administración de empresas, lo que las ha animado a emprender su propia idea de negocio y unificarlas, con el objetivo de satisfacer las necesidades de diferentes instituciones, no solo en la ciudad de Santiago, sino también a nivel nacional.

INTRODUCCIÓN

Con la presentación de este proyecto, el cual estaremos disertamos de forma teórica, se lleva a cabo la concretización de un plan negocio que le hemos ido dando forma día tras día, fruto de nuestras experiencias y por la necesidad existente de este tipo de negocio en el mercado.

Aquí se estará presentando en la sección uno todo lo relacionado al diagnóstico general de la organización a nivel digital, en las demás secciones estarán presentes la estructura ideológica, del entorno, mercadológica, técnica y financiera.

SGA, S.R.L, se fundamentará en ser los aliados de muchas organizaciones que buscan implementar una reingeniería y/o aplicar la mejora continua en sus operaciones, a través de nuestros servicios de constitución, organización empresarial, igualas contables, reclutamiento de personal, capacitación y marketing digital.

En conclusión, dados estos detalles sobre nuestra empresa, estaremos trabajando arduamente en la puesta en marcha de la misma a principios del año 2021, revolucionando el mercado de los negocios y la forma de interactuar entre sí.

1.1 Antecedentes del sector

A nivel nacional la prestación de servicios tanto generales como administrativos, han tomado un gran impulso en los últimos años, lo que ha potencializado el sector de servicios, pero aun así se mantiene rezagado tecnológicamente y estratégicamente. Según señala Sofía Calderón, socia de Consultoría en Capital Humano de Deloitte para Latinoamérica, agregó que, “más del 75% de las empresas consultadas en República Dominicana indican también una urgente necesidad de reinversión en sus procesos de talento, especialmente, en temas de aprendizaje, trabajo en equipo, automatización, apalancamiento en tecnología, bienestar del colaborador y desarrollo de líderes de cara a las necesidades del mundo digital. Al analizar estas brechas se revela un alto riesgo de impactar el empleo y la productividad del país”

Dado estos datos sobre la situación del sector, cabe destacar que a las empresas les hace falta un verdadero empoderamiento de la tecnología de la información (TI) y sobre todo un mayor dominio de estrategias corporativas, ya que no solamente garantizan la productividad de la empresa, sino la mejora continua de sus procesos.

SGA, S.R.L, Servicios Generales y Administrativos, es una empresa que tendrá presencia online y que ofrecerá diferentes servicios con el fin de generar utilidades a las diferentes organizaciones que soliciten nuestros servicios.

SGA, S.R.L, marcará un alto sello de autenticidad e innovación en sus servicios, lo que los posicionará en el mercado, compitiendo con grandes empresas de asesoría y consultorías de la República Dominicana, pues el conglomerado de servicios a brindar los hace partícipes de este mercado.

Gor Business Solutions S.R.L, empresa de asesoría y consultoría especializada, ubicada en Santo Domingo, República Dominicana con más de 10 años en el mercado, brindan los servicios de contabilidad, auditoría, tributación, legal, mercadeo, reclutamiento de personal y de sistema y tecnología, de forma cien por ciento presencial, esta está formada por un grupo profesional de Asesores Impositivos, Auditores, Contadores CPA, Ingenieros, Abogados y Consultores de Negocios, quienes cuentan con amplia experiencia profesional, adquirida a través de su práctica profesional en los sectores Público y Privado.

1.2. Planteamiento del problema o necesidades identificadas en el mercado

Las pequeñas, medianas y grandes empresas necesitan tener aliados estratégicos para ser competitivos, pero también necesitan que se les ofrezca una diversidad de opciones sin tener que verse en la necesidad de contratar los servicios de varias empresas para adquirir cada uno de forma individualizada.

Debido a la carencia de estos tipos de servicios ofrecidos de forma conjunta por una empresa, se está llevando a cabo el emprendimiento de una empresa destinada a prestar servicios generales como administrativos de manera online y presencial, para ofrecer una gama de servicios con la más alta calidad en el mercado y precios competitivos, para de esta forma cubrir la necesidad de las diferentes empresas que requieran de nuestros servicios.

SGA, S.R.L, está siendo trabajado y estructurado de forma rigurosa en la actualidad, con el fin de que cuando el mismo se iniciado formalmente, cuente con un plus que le diferencia de la competencia, creando un antes y después en el sector servicios de la República Dominicana.

1.3. Objetivo general

Diseñar un plan de negocio sobre el proyecto de emprendimiento online y presencial SGA, Servicios Generales y Administrativos, en la ciudad de Santiago, República Dominicana en el periodo septiembre - diciembre 2020.

1.4. Objetivos específicos

- Establecer el contexto inspiracional del emprendimiento online y presencial SGA, Servicios Generales y Administrativos.
- Presentar la evaluación general del entorno interno y externo que inciden en el proyecto de emprendimiento online y presencial SGA, Servicios Generales y Administrativos.
- Indicar el contexto mercadológico, financiero y técnico del emprendimiento SGA, Servicios Generales y Administrativos.

1.5. Importancia y justificación del proyecto

- **Aspecto profesional:**

El proyecto de emprendimiento online y presencial SGA, Servicios Generales y Administrativos, en el plano profesional es un requerimiento de la Universidad Abierta Para Adultos (UAPA), para dar culminación a la carrera y de esta forma adquirir la acreditación de la licenciatura en Administración de Empresas.

- **Aspecto personal:**

Es todo un desafío para nosotras el emprender un proyecto de esta magnitud, pero al mismo tiempo nos brinda la oportunidad de desarrollar la creatividad y todo lo aprendido durante los cuatro (4) años de la carrera, por lo que al final obtendremos la satisfacción de haber iniciado un proyecto desde cero (0), para luego verlo germinar y convertirse en una empresa con presencia tanto online como presencial a nivel nacional.

- **Aspecto social:**

Con el proyecto “SGA, Servicios Generales y Administrativos,” se pretende cubrir las necesidades de organización y restructuración de muchas empresas, no solo en la ciudad de Santiago de los Caballeros, sino también a nivel nacional, con el fin de potencializar su marca y posicionamiento en el mercado.

1.6. Metodología

Metodología cualitativa: “Se fundamentan más en un proceso inductivo (explorar y describir, y luego generar perspectivas teóricas). Van de lo particular a lo general. Por ejemplo, en un típico estudio cualitativo, el investigador entrevista a una persona, analiza los datos que obtuvo y saca algunas conclusiones; posteriormente, entrevista a otra persona, analiza esta nueva información y revisa sus resultados y conclusiones; del mismo modo, efectúa y analiza más entrevistas para comprender lo que busca”. (R. Hernández Sampieri, C. Fernández Collado y P. Baptista Lucio. (2006). Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill).

1.6.1. Técnicas utilizadas para la recolección de datos

Método de Juego de Campo: tiene su base en los sentidos básicos como son el corazón “pasión o interés por una idea interesante”. Oír “escuchar a los clientes cuales necesidades tienen y sus motivos”. Ver “ver el contexto y sus soluciones”. Hacer “experimentos con los clientes”. Pensar “¿Qué hacer? y ¿Con que motivo? La intención del Campo de Juego para emprender es empezar a aterrizar la idea y a ver qué tan real es.

Método Canva Board: es una herramienta para definir y crear modelos de **negocio innovadores** que simplifica 4 grandes áreas: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica en un recuadro con 9 divisiones. Este modelo lo utilizamos para ver el modelo de negocio y como conseguir los objetivos propuestos.

Matriz FODA: es una herramienta de análisis que puede ser aplicada a cualquier situación, individuo, producto, empresa, etc., que esté actuando como objeto de estudio en un momento determinado del tiempo. La matriz se utilizó para identificar la fortaleza, debilidad, oportunidad y amenaza de las empresas competidoras y al mismo tiempo se aplicó al proyecto de emprendimiento “SGA, Servicios Generales y Administrativos,” para determinar la viabilidad del emprendimiento en base a las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del entorno.

Cuestionario Estructurado: es un documento formado por un conjunto de preguntas que deben estar redactadas de forma coherente, y organizadas, secuenciadas y estructuradas de acuerdo con una determinada planificación, con el fin de que sus respuestas nos puedan ofrecer toda la información necesaria. El cuestionario fue utilizado para determinar qué tan viable es el emprendimiento online y presencial de “SGA, Servicios Generales y Administrativos,” en la ciudad de Santiago de los Caballeros, República Dominicana.

1.7. Delimitación del proyecto

Nuestra empresa tendrá su oficina en la Av. Merelio Almonte, No. 175, Santiago De Los Caballeros, este espacio es un anexo de la casa de Lidia Acosta, promotora del proyecto. La naturaleza de la misma es de índole de bienes intangibles, ya que prestaremos servicios de constitución y organización empresarial, igualas contables, reclutamiento de personal, capacitación y marketing digital; donde estos servicios se ofrecerán al ochenta por ciento de forma online y un veinte por ciento presencial.

Para la ejecución del proyecto se tiene un tiempo de 4 meses, que esto sería igual a 120 días. El público meta está enfocado en pequeñas, mediana y grandes empresas, que no cuenten con una estructura empresarial fija y deseen realizar una reingeniería y/o innovar sus procesos operativos, permitiéndoles ser más productivos.

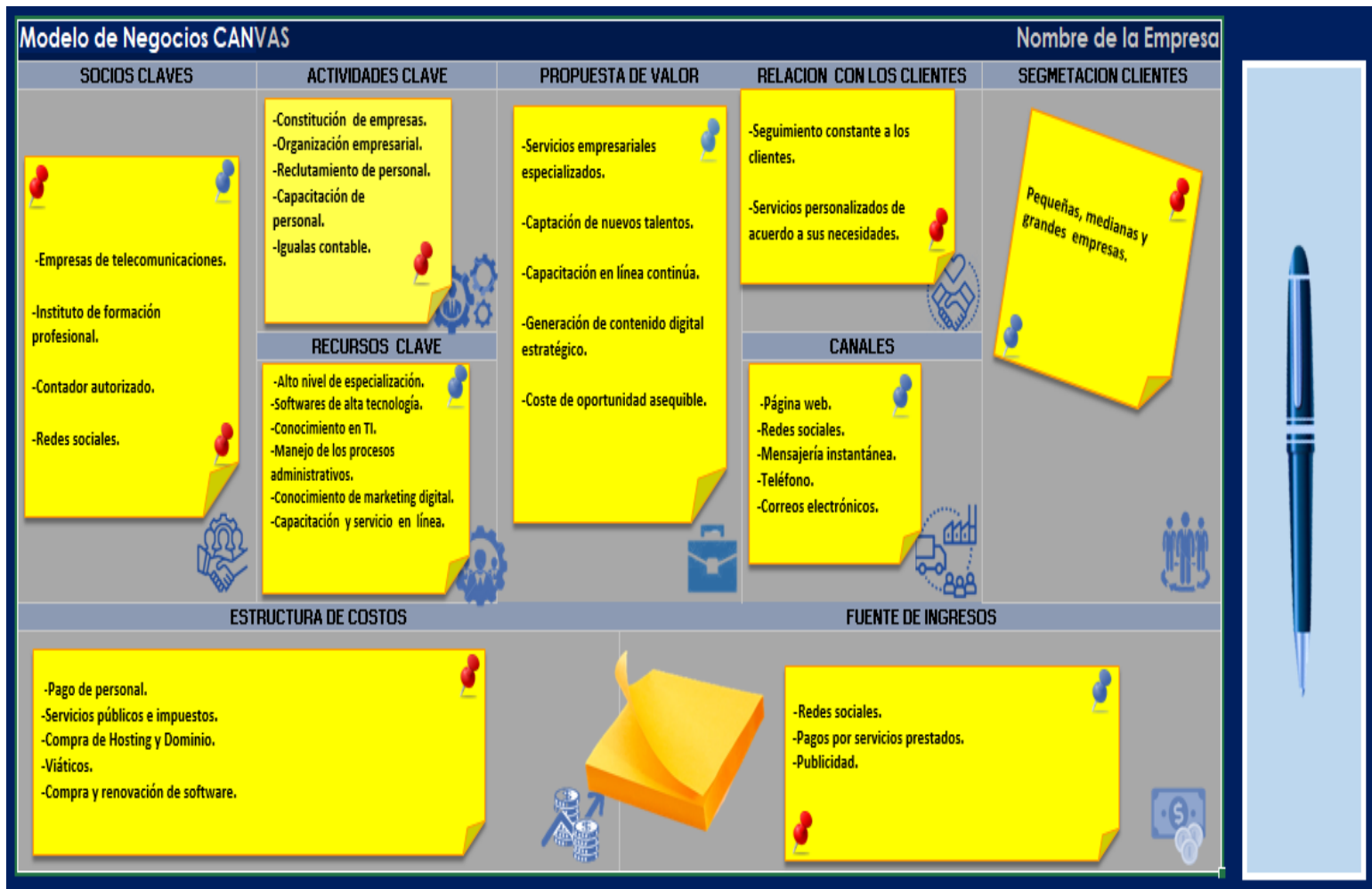
1.8. Limitaciones del proyecto

A nivel local no existe ninguna empresa física ni online con la cual se pueda obtener datos de viabilidad del tipo de negocio a emprender; por lo que solo se cuenta con la información obtenida a través de la encuesta realizada a empresas y público en general de la ciudad de Santiago.

Los recursos económicos son limitados debido a la situación actual de la pandemia por la cual estamos atravesando.

1.9. Métodos para la recolección de datos

1.9.1 Modelo de negocios Canva Board:



II. ESTRUCTURA IDEOLÓGICA DEL PROYECTO

1.1. Descripción de la empresa

SGA, S.R.L, es una empresa enfocada en la prestación de una red de servicios administrativos especializados, dirigido a las pequeñas, medianas y grandes empresas, con el objetivo de contribuir con el desarrollo productivo y mejora continua, donde ofreceremos los servicios de: evaluación y diagnóstico empresarial, constitución de empresas, igualas contables, reclutamiento de personal, capacitación y marketing digital.

1.2. Imagen Corporativa o Brand Kit Logo e Isotipo



Eslogan

¡Nos mueve servirle!

Colores

- **Azul** (transmite seguridad y confianza).
- **Rojo** (simboliza el poder, la acción, color al que se asocia con la vitalidad,).
- **Blanco** (asociado con la pureza, la limpieza y la virtud).
- **Negro** (es un color fuerte, asociado a la elegancia).

Tipografías

Siglas: League Spartan No. 105.

Subtítulo: League Spartan No. 35.

Lema: League Spartan No. 33.

1.3. Filosofía de negocios

Misión

Crear estrategias fundamentales para el desarrollo productivo y estratégico de las empresas, a través de la gestión de servicios generales y administrativos de alta calidad.

Visión

Establecernos a nivel nacional, alcanzando altos estándares de excelencia, ofreciendo a nuestros clientes servicios de calidad y confianza.

Valores

Respeto.

Confiabilidad.

Disciplina.

Ética.

Solidaridad.

Responsabilidad.

Integridad.

1.4.-Ventajas competitivas

- En la ciudad de Santiago de los Caballeros, seremos los primeros en ofrecer estos servicios de forma combinada.
- Respuestas rápidas a cada requerimiento.
- Buscaremos generar productividad e innovación en nuestros clientes.

Valor agregado

- Servicios empresariales especializados.
- Captación de nuevos talentos.
- Capacitación en línea continua.
- Generación de contenido digital estratégico.

1.5. Estrategias de diferenciación

Armaremos paquetes de servicios, de acuerdo a la necesidad de nuestros clientes. Brindaremos seguimiento continuo a nuestros clientes, hasta que los mismos vean materializado sus objetivos. Seremos los primeros en ofrecer servicios de esta magnitud de forma online.

II. ESTRUCTURA DEL ENTORNO

2.1. ANÁLISIS FODA

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

Análisis FODA del proyecto



2.2. Análisis de la competencia

En la República Dominicana encontramos un mercado amplio de empresas que ofrecen soporte a otras empresas, sin embargo, muy pocas ofrecen un conglomerado de servicios como el nuestro, la gran mayoría de empresas se centra en solo un área y los costos de dichos servicios pueden llegar a ser muy altos, por lo tanto nuestra idea de negocio ofrece a empresas y negocios la oportunidad de abrirse un hueco en el mundo digital para darse a conocer más ampliamente, así como también un sinnúmero de servicios que se adaptan a sus necesidades.

2.3. Principales competidores

Gold Business Solutions S.R.L.

Empresa de asesoría y consultoría especializada, ubicada en Santo Domingo, República Dominicana con más de 10 años en el mercado, brindan los servicios de contabilidad, auditoría, tributación, legal, mercadeo, reclutamiento de personal y de sistema y tecnología, de forma cien por ciento presencial Esta formada por un grupo profesional de Asesores Impositivos, Auditores, Contadores CPA, Ingenieros, Abogados y Consultores de Negocios, quienes cuentan con amplia experiencia profesional, adquirida a través de su práctica profesional en los sectores Público y Privado.

Zero Groups.

Agencia de Marketing y estrategias con sede en Santiago, República Dominicana, especializados en aportar valor a tu marca. Servicios de Manejo de Redes Sociales, fotografía de bodas y creación de vídeos, entre otros.

Caribbean Marketing Design.

Empresa dedicada a la asesoría en Mercadeo, Planes de Marketing, Campañas de Publicidad, Comerciales de TV, Desarrollo y Diseño de Páginas Web, Sistema de Compra Online, Comercio Electrónico, Impresiones, Diseño y Elaboración de Stand y Módulo para Ferias.

CORE Building From The Roots.

Son una empresa diferenciadora, que a través de la Pasión, Innovación, Integridad, Tenacidad y Responsabilidad desarrolla soluciones flexibles durante todo el ciclo de vida del empleado, además de entregar soluciones estratégicas y de procesos para empresas en el área de Capital Humano, basado en el análisis de modelos de competencias avalado por el líder a nivel mundial, SHL.

Peralta, Ynoa & Asociados, S.R.L.

Son una oficina de abogados especializada en el marco jurídico en general, la cual, dentro de sus servicios ofrece: Asesoría legal, constitución de empresas, deslinde y transferencia de inmueble y una vasta experiencia en gestión de cobros y recuperación de capitales, la misma tiene su domicilio en la ciudad de Santiago, República Dominicana.

2.4. Fortaleza y debilidades de la competencia

Gor Business Solutions S.R.L,

Fortalezas: Vasta experiencia y diversidad de servicios.

Debilidades: Están limitados a trabajar de manera presencial.

Zero Groups

Fortalezas: Experiencia en el marketing digital y diseños gráficos.

Debilidades: Es unilateral.

Caribbean Marketing Design

Fortalezas: Buena presentación de negocio.

Debilidades: Es unilateral y no cuenta con una página web.

CORE Building From The Roots

Fortalezas: Experiencia en evaluación de desempeño y calidad.

Debilidades: Solo se enfoca en el personal.

Peralta, Ynoa & Asociados, S.R.L

Fortalezas: Diversidad de servicios, varios años de experiencia, excelente tiempo de respuesta al cliente.

Debilidades: Limitaciones por pandemia en los tribunales.

2.5. Análisis de la demanda o consumidores

Para realizar la recolección de datos, aplicamos a distintas empresas un cuestionario de veinte preguntas a través de la plataforma de formularios de Google, donde encuestamos con preguntas cerradas y dirigidas a sesenta y cinco individuos, entre los cuales se encontraban propietarios, gerentes y encargados de distintos departamentos, con la capacidad de responder a las distintas inquietudes expresadas en la encuesta.

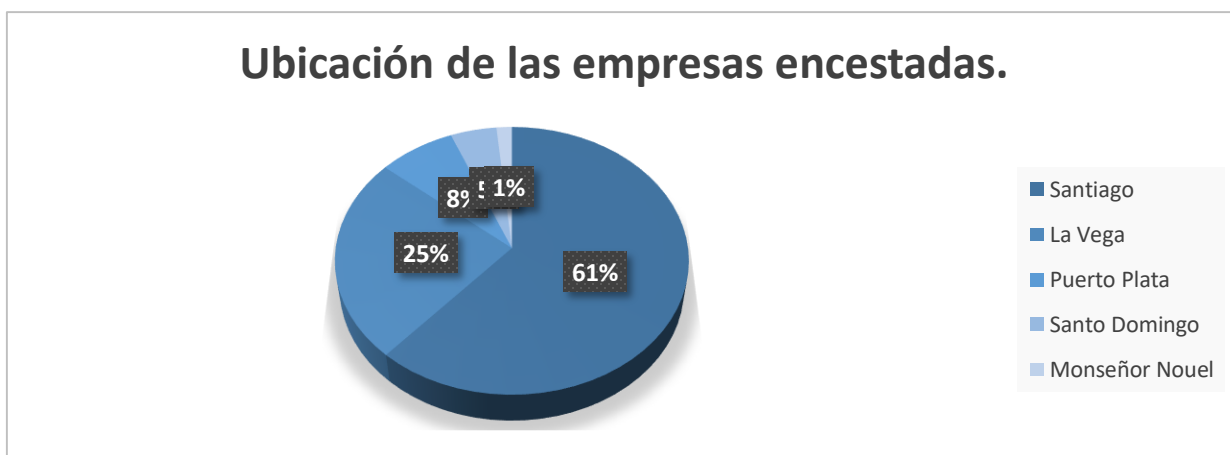
2.6. Análisis y presentación de los resultados de la encuesta

Tabla No. 1
Ubicación

Orden	Opciones de respuestas	Frecuencia	%
1	Santiago	40	62%
2	La Vega	16	25%
3	Puerto Plata	5	8%
4	Santo Domingo	3	5%
5	Monseñor Nouel	1	2%
TOTAL		65	100%

Fuente: pregunta 1 de la encuesta aplicada a la muestra.

Gráfico No. 1



Fuente: cuadro 1, pregunta 1 de la encuesta aplicada a las empresas y negocios.

Fuente: instrumento de evaluación aplicado a empresas y negocios de sectores, Santiago en el mes octubre 2020.

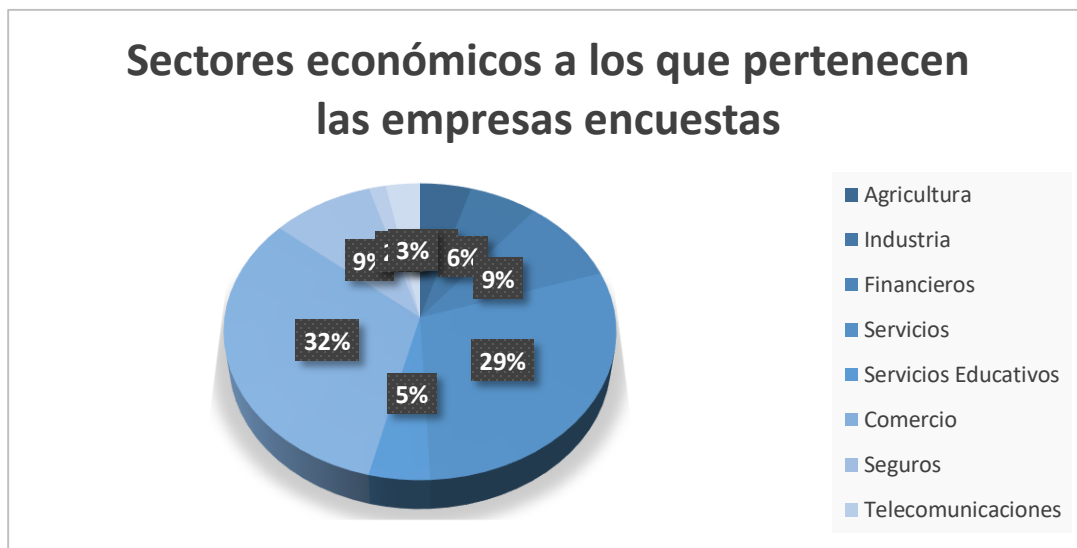
El 61% de las empresas y negocios encuestados tienen su domicilio en Santiago, mientras que el 25% está ubicado en La Vega, otro 8% está localizado en Puerto Plata y por último tenemos que 8% realiza sus actividades comerciales en Santo Domingo y otro 2% en Monseñor Nouel.

Tabla No. 2
SECTOR ECONOMICO

Orden	Opciones de respuestas	Frecuencia	%
1	Agricultura	3	5%
2	Industria	4	6%
3	Financieros	6	9%
4	Servicios	19	29%
5	Servicios Educativos	3	5%
6	Comercio	21	32%
7	Seguros	6	9%
8	Telecomunicaciones	1	2%
9	Artesanía	2	3%
TOTAL		65	100%

Fuente: pregunta 2 de la encuesta aplicada a la muestra.

Gráfico No.2



Fuente: cuadro 2, pregunta 2 de la encuesta aplicada a las empresas y negocio

El 32% de los encuestados pertenecen al comercio, mientras que un 29% pertenece al sector de servicios, por otro lado, un 9% pertenece al sector financiero, otro 9% pertenece al sector de Seguros, un 6% pertenece al sector de Industria, mientras que un 5% pertenece al sector de servicios educativos, otro 3% pertenece a las Telecomunicaciones y finalmente un 2% pertenece al sector de Artesanía.

Tabla No. 3
TIEMPO DE ACTIVIDAD COMERCIAL

Orden	Opciones de respuestas	Frecuencia	%
1	de 1 a 5 años	21	49%
2	de 5 a 8 años	7	16%
3	de 8 a 10 años	2	5%
4	de 10 a 14 años	5	12%
5	de 15 o más años	8	19%
TOTAL		43	100%

Fuente: pregunta 3 de la encuesta aplicada a la muestra.

Gráfico No.3



Fuente: cuadro 3, pregunta 3 de la encuesta aplicada a las empresas y negocios.

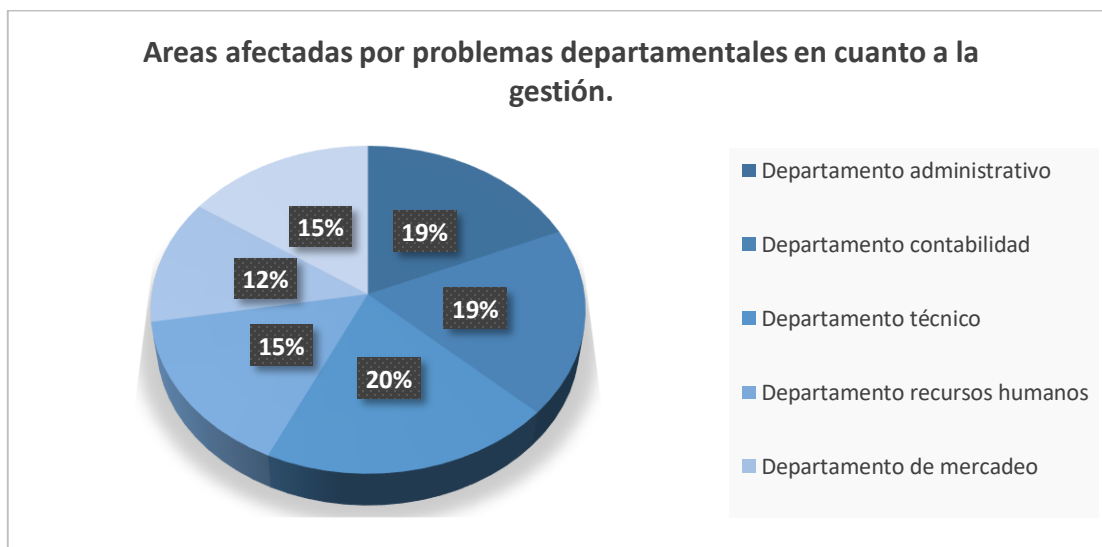
El 49% de los encuestados tienen de 1 a 5 años en sus actividades comerciales, mientras que un 19% tiene de 15 años o más en el mercado, otro 16% indica que tiene de 5 a 8 años, por otro lado, un 12% señala que tiene de 10 a 14 años laborando y finalmente un 5% tiene de 8 a 10 años en sus actividades comerciales.

Tabla No. 4
ÁREAS CON PROBLEMAS DEPARTAMENTALES

Orden	Opciones de respuestas	Frecuencia	%
1	Departamento administrativo	12	28%
2	Departamento contabilidad	12	28%
3	Departamento técnico	13	30%
4	Departamento recursos humanos	10	23%
5	Departamento de mercadeo	8	19%
6	Departamento de Servicio al cliente	10	23%
TOTAL		65	151%

Fuente: pregunta 4 de la encuesta aplicada a la muestra.

Gráfico No. 4



Fuente: cuadro 4, pregunta 4 de la encuesta aplicada a las empresas y negocios.

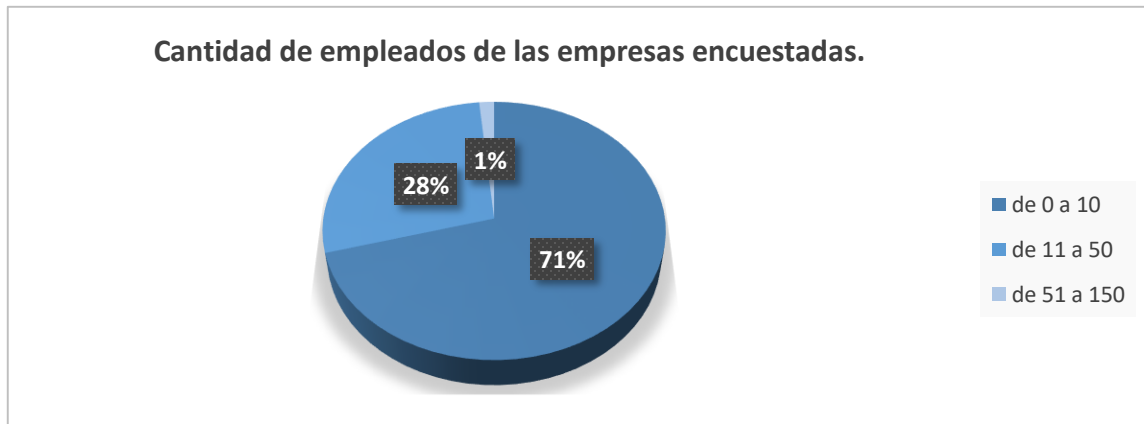
El 20% de los encuestados indica que el departamento técnico es el que se ha visto más afectado por problemas departamentales, mientras que un 19% señala que el departamento de contabilidad es el que se ha visto más afectado por problemas de esta índole, otro 19% expresa que el departamento administrativo es el que se ha visto más afectado por este tipo de problemas, por otro lado, un 15% indica que el departamento de recursos humanos es el que se ha visto más afectado por problemas departamentales, y otro 15% indica que el departamento de servicio al cliente es el que se ha visto más afectado en su empresa, y finalmente un 12% señala que el departamento de mercadeo es el que se ha visto más afectado por dificultades departamentales.

Tabla No. 5
CANTIDAD DE EMPLEADOS

Orden	Opciones de respuestas	Frecuencia	%
1	de 0 a 10	46	107%
2	de 11 a 50	18	42%
3	de 51 a 150	1	2%
TOTAL		65	151%

Fuente: pregunta 5 de la encuesta aplicada a la muestra.

Gráfico No.5



Fuente: cuadro 5, pregunta 5 de la encuesta aplicada a las empresas y negocios.

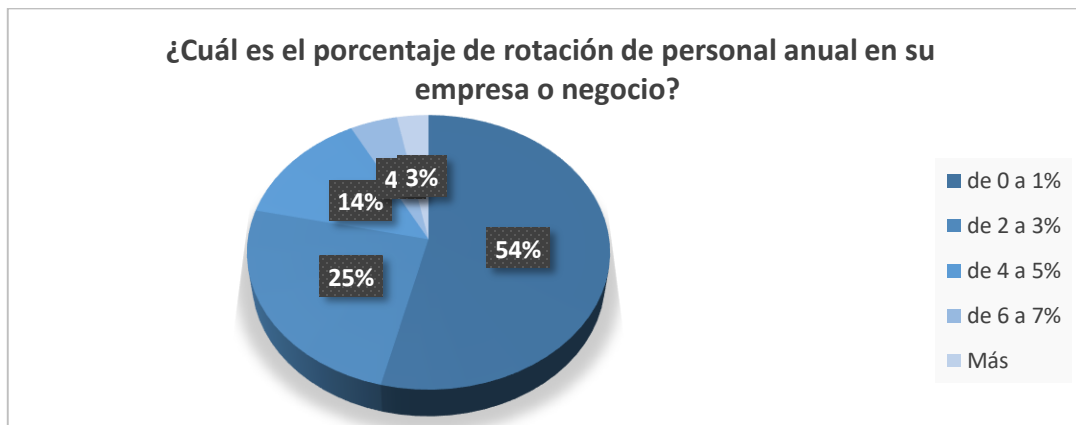
El 71% de los encuestados indica que tiene de 0 a 10 empleados, mientras que un 28% tiene de 11 a 50 empleados y finalmente un 2% tiene de 51 a 150 empleados.

Tabla No. 6
PORCENTAJE DE ROTACIÓN ANUAL DE PERSONAL

Orden	Opciones de respuestas	Frecuencia	%
1	de 0 a 1%	35	54%
2	de 2 a 3%	16	25%
3	de 4 a 5%	9	14%
4	de 6 a 7%	3	5%
5	Más	2	3%
TOTAL		65	100%

Fuente: pregunta 6 de la encuesta aplicada a la muestra.

Gráfico No.6



Fuente: cuadro 6, pregunta 6 de la encuesta aplicada a las empresas y negocios.

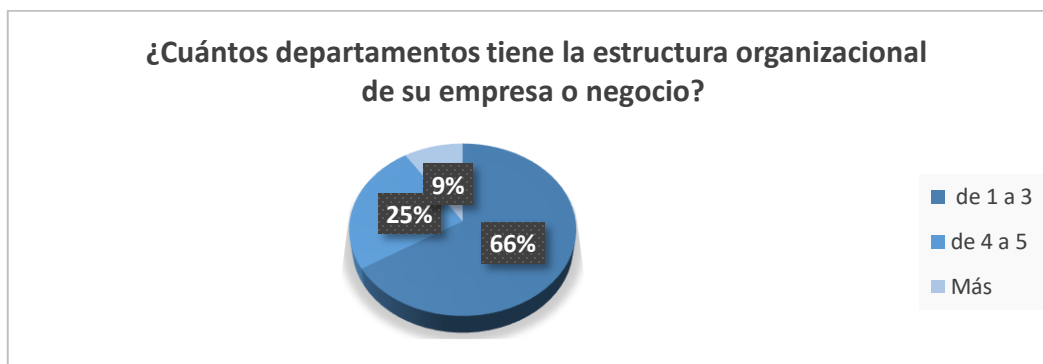
El 54% de los encuestados indica que la rotación de personal anual en empresa o negocio es de 0 a 1%, mientras que un 25% tiene una rotación anual de personal de 2 a 3%, por otro lado, otro 14% tiene una rotación de 4 a 5%, otro 5% tiene una rotación de personal anual de 6 a 7% y finalmente un 3% cuenta con una rotación anual superior al 7%.

Tabla No. 7
CANTIDAD DE DEPARTAMENTOS EN ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Orden	Opciones de respuestas	Frecuencia	%
1	de 1 a 3	43	66%
2	de 4 a 5	16	25%
3	Más	6	9%
TOTAL		65	100%

Fuente: pregunta 7 de la encuesta aplicada a la muestra.

Gráfico No.7



Fuente: cuadro 7, pregunta 7 de la encuesta aplicada a las empresas y negocios.

El 66% de los encuestados indica que su empresa o negocio tiene de 1 a 3 departamentos en su estructura organizacional, mientras que un 25% señala que su empresa o negocio tiene de 4 a 5 departamentos y finalmente un 9% indica que más de 5 departamentos en su estructura organizacional.

Tabla No. 8
PLATAFORMAS UTILIZADAS POR LAS EMPRESAS PARA SU PUBLICIDAD

Orden	Opciones de respuestas	Frecuencia	%
1	Redes Sociales	37	57%
2	Mensajería instantánea	8	12%
3	Páginas webs	11	17%
4	Blogs	4	6%
5	Ningunas	5	8%
TOTAL		65	100%

Fuente: pregunta 8 de la encuesta aplicada a la muestra.

Gráfico No.8



Fuente: cuadro 8, pregunta 8 de la encuesta aplicada a las empresas y negocios.

El 57% de los encuestados señala que utiliza las redes sociales para su publicidad, mientras que un 17% indica que utiliza las páginas Webs, otro 12% expresa que utiliza la mensajería instantánea, mientras que un 8% indica que no utiliza ninguna plataforma para su publicidad y finalmente un 6% indica que utiliza Blogs para colocar su publicidad.

Tabla No. 9
HERRAMIENTAS UTILIZADAS PARA RECLUTAMIENTO DE PERSONAL.

Orden	Opciones de respuestas	Frecuencia	%
1	Facebook	18	28%
2	Aldaba	2	3%
3	Instagram	19	29%
4	LinkedIn	5	8%
5	Ninguna	21	32%
TOTAL		65	100%

Fuente: pregunta 9 de la encuesta aplicada a la muestra.

Gráfico No.9



Fuente: cuadro 9, pregunta 9 de la encuesta aplicada a las empresas y negocios.

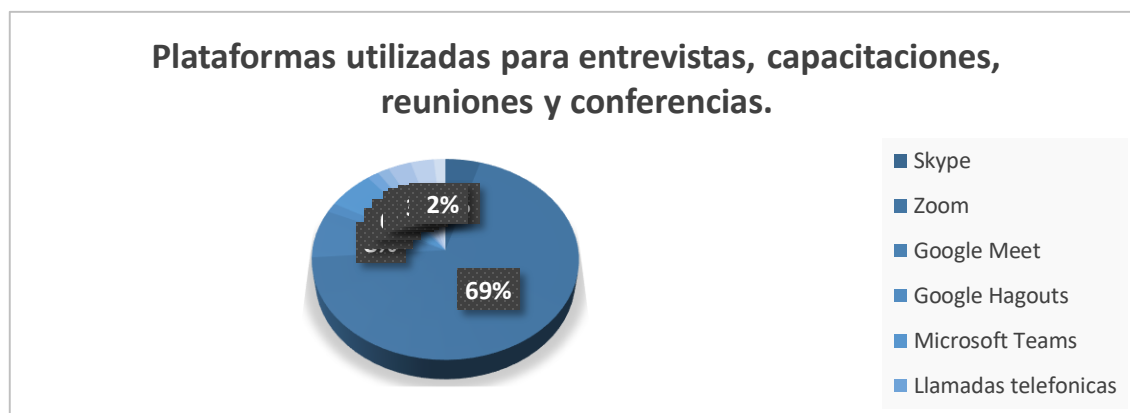
El 32% de los encuestados indica que no utiliza ninguna herramienta para el reclutamiento de personal de su empresa, mientras que un 29% señala que utiliza Instagram para realizar el reclutamiento de personal, por otro lado, un 28% utiliza Facebook, otro 8% utiliza LinkedIn y finalmente un 3% utiliza Aldaba para estos fines.

Tabla No. 10
PLATAFORMAS UTILIZADAS PARA ENTREVISTAS, CAPACITACIONES,
REUNIONES Y CONFERENCIAS.

Orden	Opciones de respuestas	Frecuencia	%
1	Skype	3	5%
2	Zoom	45	69%
3	Google Meet	5	8%
4	Google Hagouts	1	2%
5	Microsoft Teams	4	6%
6	Llamadas telefónicas	1	2%
7	WhatsApp	1	2%
8	Personal	2	3%
9	Dúo	2	3%
10	Ninguna	1	2%
TOTAL		65	100%

Fuente: pregunta 10 de la encuesta aplicada a la muestra.

Gráfico No.10



Fuente: cuadro 10, pregunta 10 de la encuesta aplicada a las empresas y negocios.

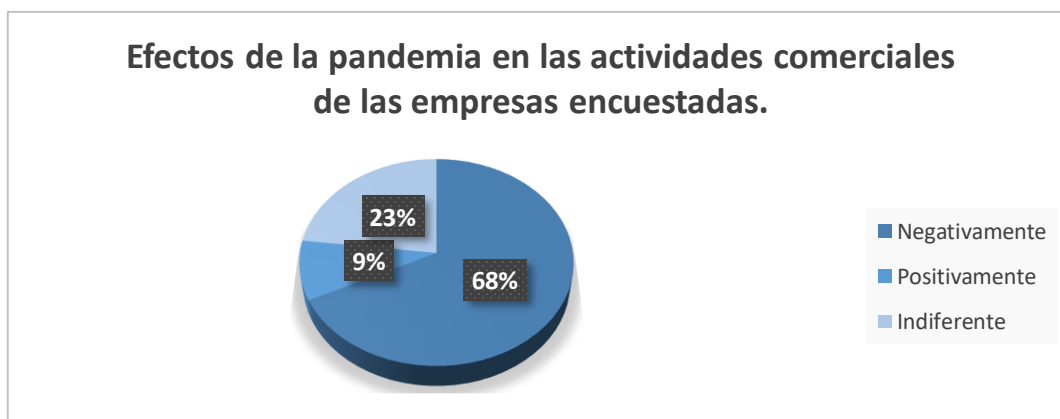
El 69% de los encuestados utiliza Zoom para realizar entrevistas, capacitaciones, reuniones y conferencias, mientras que un 8 por ciento utiliza Google Meet, por otro lado, un 6% hace uso de la aplicación Microsoft Teams para desarrollar dichas actividades, otro 5% utiliza la aplicación Skype, por otro lado, un 3% realiza estas actividades de forma personal y otro 3% a través de WhatsApp, mientras que un 2% utiliza Google Hagouts, otro 2% utiliza las llamadas telefónicas, y finalmente otro 2% utiliza la aplicación Dúo para realizar entrevistas, capacitaciones, reuniones y conferencias.

Tabla No. 11
EFFECTOS DE LA PANDEMIA EN LAS ACTIVIDADES COMERCIALES DE
LAS EMPRESAS ENCUESTADAS.

Orden	Opciones de respuestas	Frecuencia	%
1	Negativamente	44	68%
2	Positivamente	6	9%
3	Indiferente	15	23%
TOTAL		65	100%

Fuente: pregunta 11 de la encuesta aplicada a la muestra.

Gráfico No.11



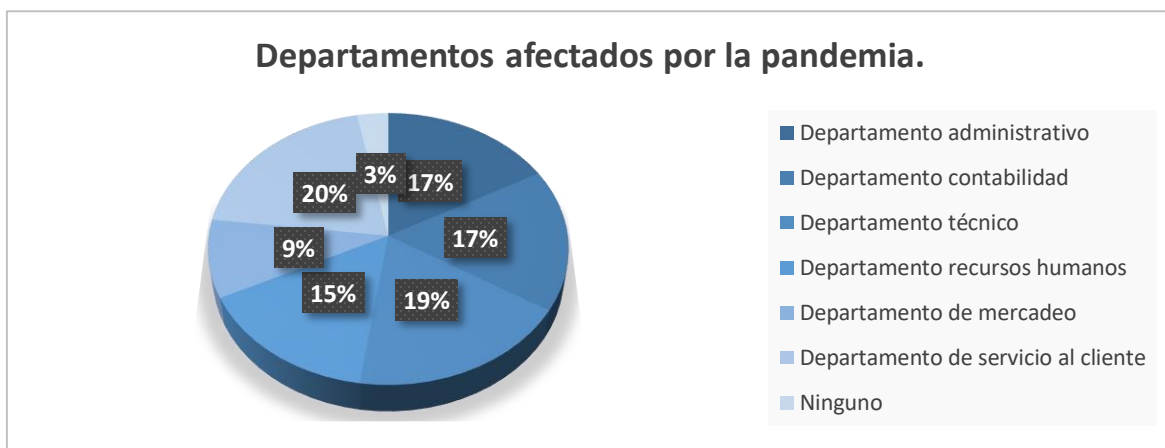
Fuente: cuadro 11, pregunta 11 de la encuesta aplicada a las empresas y negocios.

El 68% de los encuestados señala que la pandemia les ha afectado negativamente, mientras que otro 23% indica que la pandemia no ha generado ningún efecto en sus actividades comerciales y un 9% expresa que la pandemia les ha beneficiado.

Tabla No. 12
DEPARTAMENTOS AFECTADOS POR LA PANDEMIA.

Orden	Opciones de respuestas	Frecuencia	%
1	Departamento administrativo	11	17%
2	Departamento contabilidad	11	17%
3	Departamento técnico	12	18%
4	Departamento recursos humanos	10	15%
5	Departamento de mercadeo	6	9%
6	Departamento de servicio al cliente	13	20%
7	Ninguno	2	3%
TOTAL		65	100%

Gráfico No.12



Fuente: cuadro 12, pregunta 12 de la encuesta aplicada a las empresas y negocios.

El 20% de los encuestados indica que el departamento de servicio al cliente es el que se ha visto más afectado con la pandemia, mientras que el 19% señala que el departamento técnico es el que se ha visto más afectado por las limitantes que ha provocado la pandemia, por otro lado un 17% expresa que el departamento de contabilidad es el que se ha visto más afectado por la pandemia, otro 17% indica que el departamento de mercadeo se ha visto más afectado por las limitaciones durante la pandemia, mientras que un 15% señala que el departamento de recursos humanos es el que se ha visto más afectado por la pandemia, otro 9% indica que el departamento administrativos es el que se ha visto más afectado durante la pandemia y finalmente un 3% expresa que ninguno de los departamentos de su empresa se han visto afectados por la incidencia de la

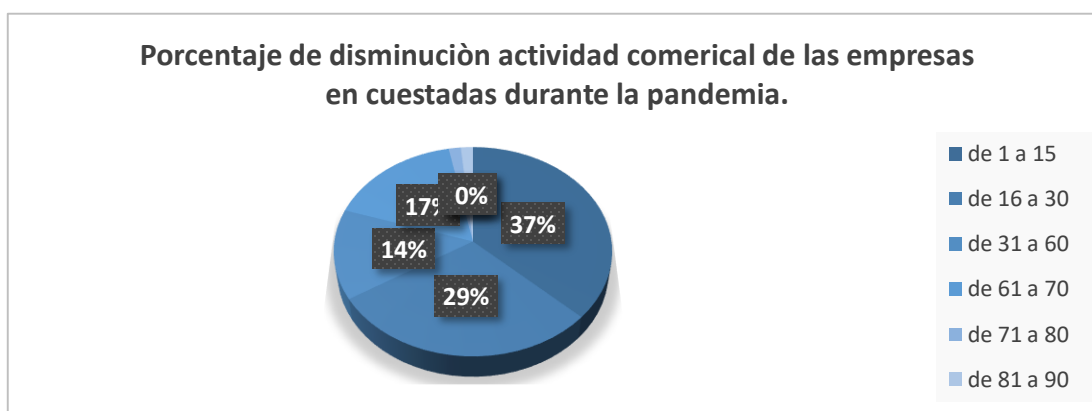
pandemia.

Tabla No. 13
PORCENTAJE DE DISMINUCIÓN ACTIVIDAD COMERCIAL DE LAS EMPRESAS ENCUESTADAS DURANTE LA PANDEMIA.

Orden	Opciones de respuestas	Frecuencia	%
1	de 1 a 15	24	37%
2	de 16 a 30	19	29%
3	de 31 a 60	9	14%
4	de 61 a 70	11	17%
5	de 71 a 80	1	2%
6	de 81 a 90	1	2%
7	de 91 a 100	0	0%
TOTAL		65	100%

Fuente: pregunta 13 de la encuesta aplicada a la muestra.

Gráfico No.13



Fuente: cuadro 13, pregunta 13 de la encuesta aplicada a las empresas y negocios.

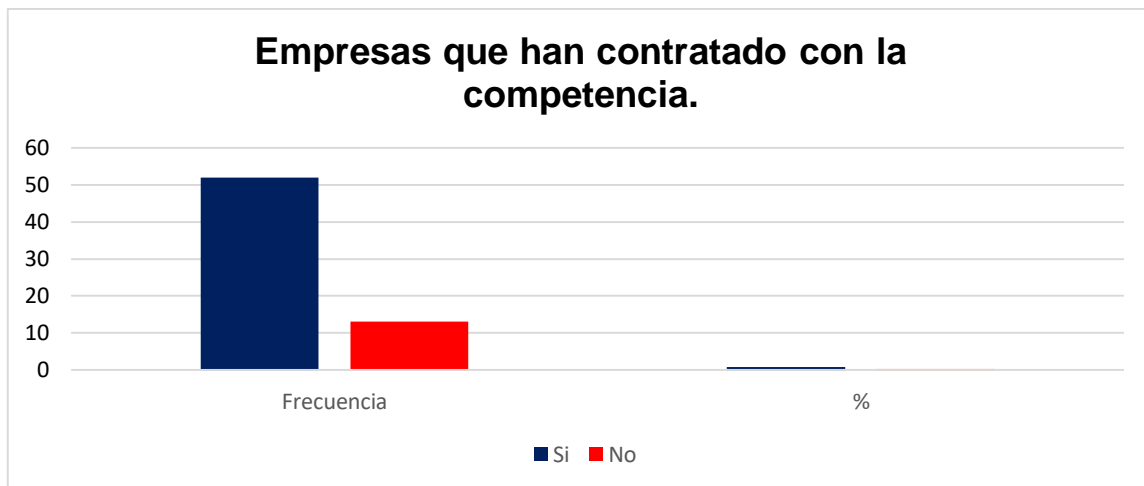
El 37% de los encuestados indica que sus actividades comerciales se han reducido en un porcentaje de 1 a 15%, otro 29% ha expresado que sus actividades comerciales se han reducido en un porcentaje de 16 a 30%, mientras que el 14% de los encuestados indican que sus actividades comerciales se han reducido en un porcentaje de 31 a 60%, por otro lado, un 17% indica que sus actividades comerciales se han reducido en un porcentaje de 61 a 70% mientras un 2% de los encuestados ha expresado que sus actividades comerciales se ha reducido en un porcentaje de 71 a 80% y otro 2% indica que sus actividades comerciales se han reducido en un porcentaje de 81 a 90%.

Tabla No. 14
EMPRESAS QUE HAN CONTRATADO CON LA COMPETENCIA.

Orden	Opciones de respuestas	Frecuencia	%
1	Si	52	80%
2	No	13	20%
TOTAL		65	100%

Fuente: pregunta 14 de la encuesta aplicada a la muestra.

Gráfico No.14



Fuente: cuadro 14, pregunta 14 de la encuesta aplicada a las empresas y negocios.

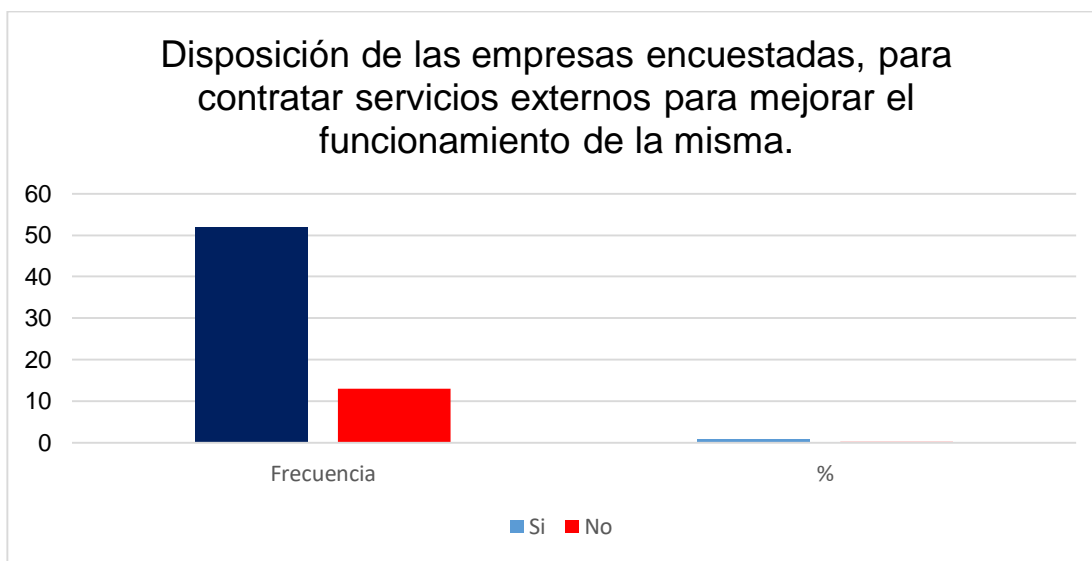
El 80% de los encuestados ha expresado que ha realizado contrataciones de servicios externos para desarrollar actividades con el objetivo de mejorar las actividades comerciales de sus empresas y un 20% indica que nunca ha solicitado servicios de otras empresas para mejorar el funcionamiento de sus actividades en el mercado.

Tabla No. 15
DISPOSICIÓN DE LAS EMPRESAS ENCUESTADAS, PARA CONTRATAR
SERVICIOS EXTERNOS PARA MEJORAR EL FUNCIONAMIENTO DE LA MISMA.

Orden	Opciones de respuestas	Frecuencia	%
1	Si	52	80%
2	No	13	20%
TOTAL		65	100%

Fuente: pregunta 15 de la encuesta aplicada a la muestra.

Gráfico No.15



Fuente: cuadro 15, pregunta 15 de la encuesta aplicada a las empresas y negocios.

El 80% de los encuestados están dispuestos a contratar los servicios de una empresa de servicios externos para mejorar el funcionamiento de su empresa o negocio, mientras que un 20% muestra su negativa para contratar servicios externos para mejorar el funcionamiento de sus empresas.

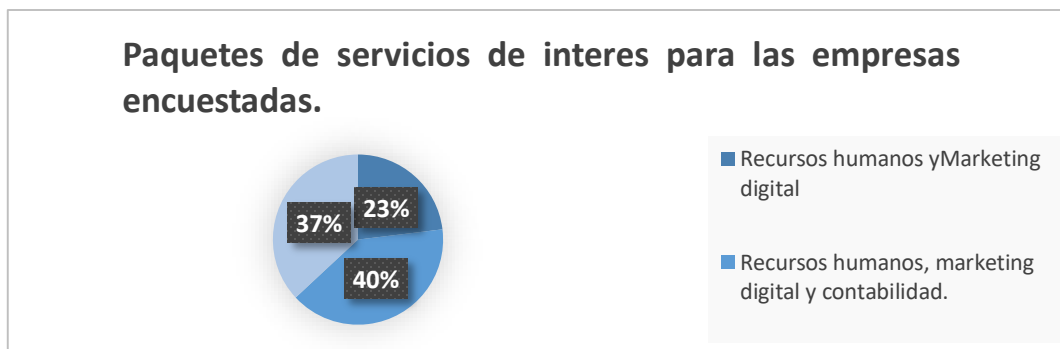
Tabla No. 16

PAQUETES DE SERVICIOS DE INTERES PARA LAS EMPRESAS ENCUESTADAS.

Orden	Opciones de respuestas	Frecuencia	%
1	Recursos humanos y marketing digital	15	23%
2	Recursos humanos, marketing digital y contabilidad.	26	40%
3	Recursos humanos, marketing digital, contabilidad y capacitación continua del personal.	24	37%
TOTAL		65	100%

Fuente: pregunta 16 de la encuesta aplicada a la muestra.

Gráfico No.16



Fuente: cuadro 16, pregunta 16 de la encuesta aplicada a las empresas y negocios.

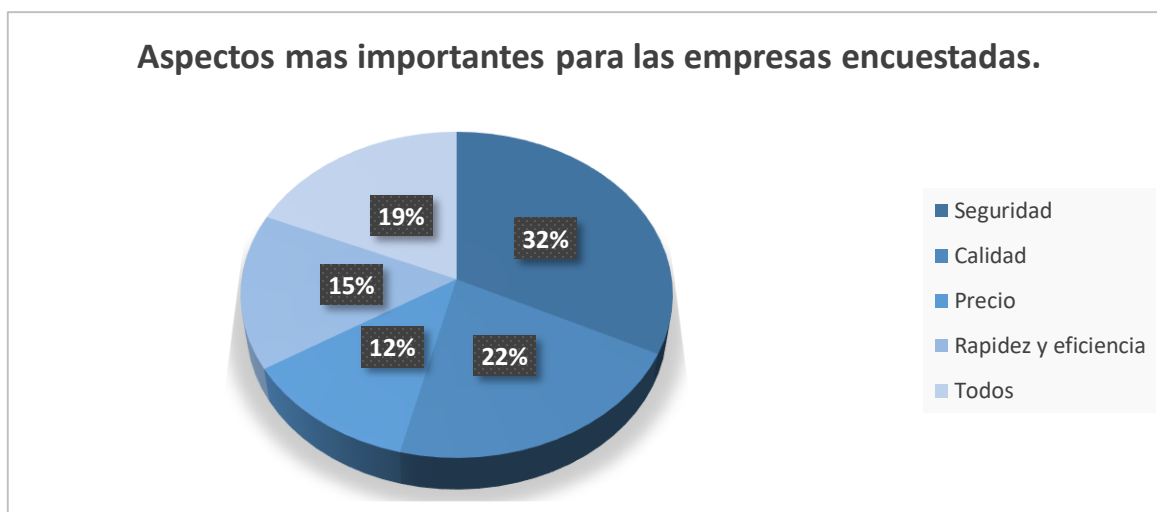
El 40% de los encuestados mostró interés por un paquete de servicios que incluye los servicios de recursos humanos, marketing digital y contabilidad, mientras que un 37% expresó su interés en el paquete de servicios que incluyen Recursos humanos, marketing digital, contabilidad y capacitación continua del personal y finalmente un 23% se interesó por un paquete de servicios que incluye, Recursos humanos y Marketing digital.

Tabla No. 17
ASPECTOS MÁS IMPORTANTES PARA LAS EMPRESAS ENCUESTADAS.

Orden	Opciones de respuestas	Frecuencia	%
1	Seguridad	21	32%
2	Calidad	14	22%
3	Precio	8	12%
4	Rapidez y eficiencia	10	15%
5	Todos	12	18%
		65	100%

Fuente: pregunta 17 de la encuesta aplicada a la muestra.

Gráfico No.17



Fuente: cuadro 17, pregunta 17 de la encuesta aplicada a las empresas y negocios.

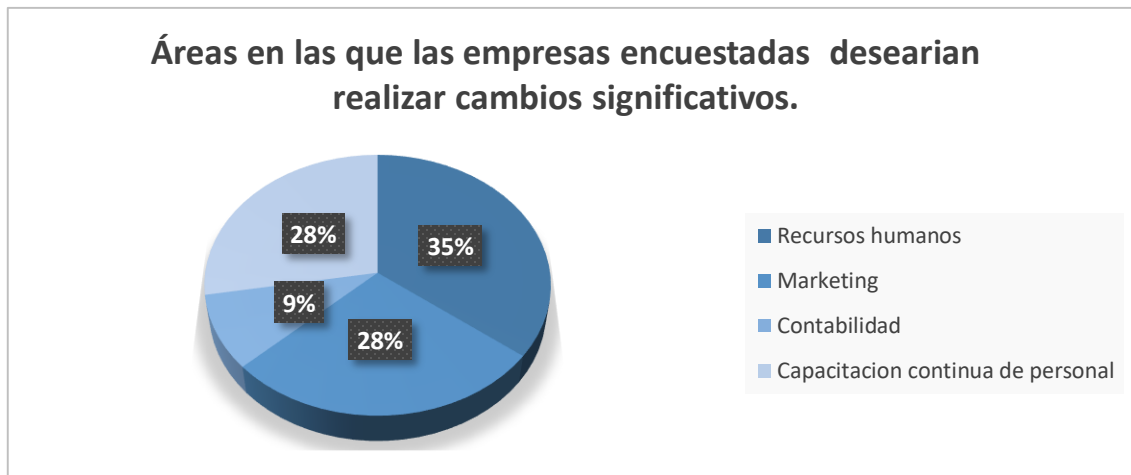
El 32% de los encuestados indica que la seguridad es lo más importante a la hora de solicitar un servicio, mientras que un 22% de los mismos indican que la calidad es lo más importante, un 19% expresa que todos los aspectos presentados son importantes, por otro lado, un 15% considera más importante el precio de los servicios y/o productos y finalmente un 12% considera que la rapidez y eficiencia tiene mayor importancia.

Tabla No. 18
ÁREAS EN LAS QUE LAS EMPRESAS ENCUESTADAS DESEARIAN REALIZAR
CAMBIOS SIGNIFICATIVOS.

Orden	Opciones de respuestas	Frecuencia	%
1	Recursos Humanos	23	35%
2	Marketing	18	28%
3	Contabilidad	6	9%
4	Capacitación continua de personal	18	28%
		65	100%

Fuente: pregunta 18 de la encuesta aplicada a la muestra.

Gráfico No.18



Fuente: cuadro 18, pregunta 18 de la encuesta aplicada a las empresas y negocios.

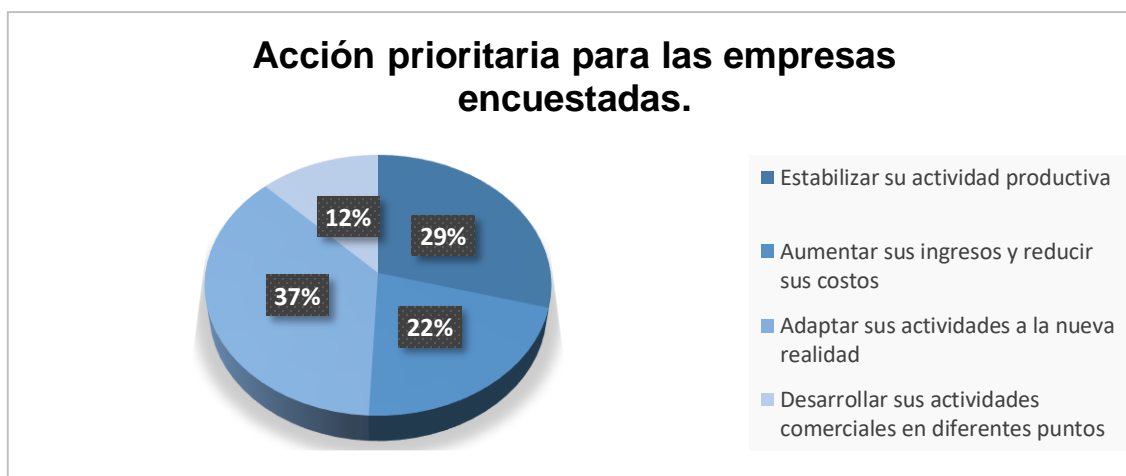
El 35% de los encuestados desearía realizar cambios importantes en el departamento de recursos humanos, mientras que un 28% en el área de marketing y otro 28% en el área de capacitación continua de personal y finalmente un 9% en el área de contabilidad.

Tabla No. 19
ACCIÓN PRIORITARIA PARA LAS EMPRESAS ENCUESTADAS.

Orden	Opciones de respuestas	Frecuencia	%
	Estabilizar su actividad productiva	19	29%
	Aumentar sus ingresos y reducir sus costos	14	22%
	Adaptar sus actividades a la nueva realidad	24	37%
	Desarrollar sus actividades comerciales en diferentes puntos	8	12%
	TOTAL	65	100%

Fuente: pregunta 19 de la encuesta aplicada a la muestra.

Gráfico No.19



Fuente: cuadro 19, pregunta 19 de la encuesta aplicada a las empresas y negocios.

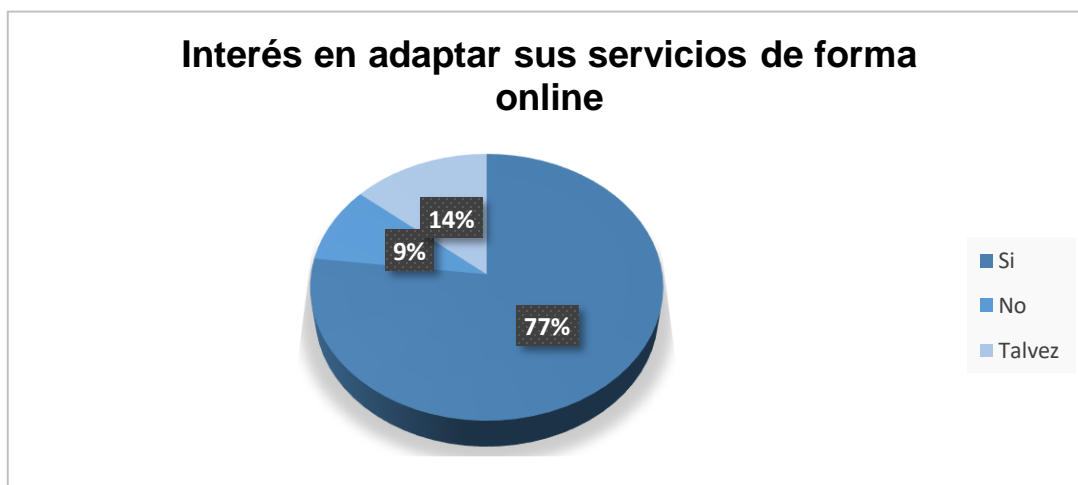
El 37% de los encuestados consideran que adaptar sus actividades comerciales a la nueva realidad tiene más prioridad, el 29% considera que estabilizar su actividad productiva es más importante, por otro lado, el 22% de los encuestados considera que aumentar sus ingresos y reducir sus costos tiene mayor prioridad y por último el 12% considera que desarrollar sus actividades comerciales en diferentes puntos tiene mayor importancia.

Tabla No. 20
INTERES EN ADAPTAR SUS SERVICIOS DE FORMA ONLINE.

Orden	Opciones de respuestas	Frecuencia	%
1	Si	50	77%
2	No	6	9%
3	Tal vez	9	14%
	TOTAL	65	100%

Fuente: pregunta 20 de la encuesta aplicada a la muestra.

Gráfico No.20



Fuente: cuadro 20, pregunta 20 de la encuesta aplicada a las empresas y negocios.

El 77% de las empresas y negocios encuestados están interesados en adaptar sus servicios de forma online, mientras que el 14% de los mismos expresan que tal vez realizarán los cambios para alcanzar este objetivo y finalmente un 9% de los encuestados expresan que no tienen interés en adaptar sus servicios de forma online.

II. ESTRUCTURA MERCADOLÓGICA

3.1 Mercado Meta

- **Avatar de cliente**

El mercado es el conjunto de compradores reales y potenciales que tienen una determinada necesidad y/o deseo, dinero para satisfacerlo y voluntad para hacerlo, los cuales constituyen la demanda, y vendedores que ofrecen un determinado producto o servicio para satisfacer las necesidades y/o deseos de los compradores mediante procesos de intercambio, los cuales constituyen la oferta.

Avatar del cliente

- Tiempo de actividad en el mercado: 1 año en adelante.
- Lugar de domicilio de la empresa: Santiago De Los caballeros, República Dominicana.
- Tamaño de la empresa: Pequeña, mediana y grandes empresas.

- **Principales necesidades o deseos y expectativas**

Cuando se ofrecen servicios, en este impera necesidades o deseos y expectativas por parte de los clientes, por tal razón los mismos deben ser diseñados y adheridos a las verdaderas necesidades de los clientes.

Como empresa de servicios generales y administrativos, buscamos cumplir con necesidades puntuales que les permitan a las empresas desarrollarse, con la expectativa de que cada objetivo planteado sea concretizado de forma tal, que la institución nos considere sus aliados estratégicos.

3.2 Descripción de los servicios

Servicio

Evaluación y diagnóstico empresarial.

Características

- Permite, realizar un análisis en profundidad de las principales áreas de la gestión empresarial. Con un conocimiento más profundo de la organización, donde es posible resolver problemas de manera práctica y dirigida a lo que realmente importa y sin perder tiempo en temas.

Garantías

- Adecuada evaluación y diagnóstico de las diferentes áreas que posee la empresa.
- Seguimiento al cumplimiento de las normas propuestas para la mejora continua.

Beneficios

- Priorizar las áreas más importantes de la empresa.
- Descubrir el grado de madurez de la empresa.

Ventajas

- Solicitud del servicio vía online.
- Alto grado de especialización.

Servicio

Constitución de empresas.

Características

- Liberar a las empresas y nuevos emprendedores, de los distintos trámites que ante las distintas instancias se deben realizar para la constitución y organización de una empresa.

Garantías

- Adecuado y responsable registro y constitución de su empresa.
- Seguimiento a las renovaciones mercantiles.

Beneficios

- Tarifas preferenciales.
- Ofrecimiento de un plus al servicio brindado.

Ventajas

- Solicitud del servicio vía online.
- Rapidez en el acceso al servicio.

Servicio

- **Reclutamiento de personal**

Características

Atraer candidatos para las necesidades planificadas y programadas por la empresa y, además, de un perfil adecuado a dichas necesidades y a las descripciones de puestos de trabajo vacantes de nuestros clientes.

Garantías

- Captación de talentos preparados para plaza vacante.
- Capacitación y adecuación de los talentos contratados por la empresa.

Beneficios

- Reducción del tiempo de contratación.
- Selección de los candidatos más talentosos.
- Ahorro de costos por una selección a tiempo y eficaz.

Ventajas

- Menos costes.
- Mayor diversidad de candidatos.
- Rapidez.

Servicio

- **Iguales contables**

Características

Realización y análisis de la situación contable de la empresa, así como seguimiento a cada uno de los procesos que engloban la contabilidad de nuestros clientes.

Garantías.

- Mantenimiento de los registros contables a tiempo.
- Reportes contables actualizados.
- Software confiable.

Beneficios

- Software confiable.
- Evitar errores contables.

Ventajas

- Reducción de costos.
- Ahorro de tiempo.
- Mayor especialización.

Servicio

- **Marketing Digital**

Características

Hacer uso del marketing digital, permite combinar la publicidad, la comunicación y las relaciones públicas, garantizando que los servicios ofrecidos por una empresa sean conocido de forma segmentada o abierta, basándose en las 4f, flujo, funcionalidad, feedback y fidelización.

Garantías

- Soporte permanente.
- Resultados reales y confiables.
- Mayor concentración de clientes nuevos y potenciales.

Beneficios

- Uso de herramientas novedosas de marketing.
- Mayor acercamiento a los clientes.

Ventajas

- Tiene la posibilidad de llegar a una gran cantidad de personas sin importar la región, el país o la ciudad.
- Al ser digital puede ser percibido las 24 horas del día y en cualquier día de la semana.
- Permite estar en contacto con los clientes, conocer lo que les gusta y disgusta.
- Se pueden obtener datos en tiempo real de manera rápida y exacta.
- Se invierte menos dinero que en el marketing tradicional.

Servicio

- **Capacitación Continua**

Características

La capacitación continua dentro de las empresas Permite mantener a los colaboradores preparados para afrontar los cambios que se pueden presentar en sus actividades laborales, por otra parte, mejora la productividad y permite hacer mejor uso de los recursos de la organización.

Garantías

- Seguimiento personalizado.
- Capacitación de calidad, ajustada a la necesidad de su empresa.
- Recursos estructurados de acuerdo a las normas de su empresa.
- Enfoque constante en el desarrollo productivo.

Beneficios

- Contar con un personal altamente cualificado.
- Mejora de la productividad.
- Optimiza el uso de aplicaciones y programas.
- Facilidad para adaptarse a la transformación digital.

Ventajas

- Evita la obsolescencia de los conocimientos en el personal.
- Permite entrenar sustitutos que puedan ocupar nuevas funciones rápida y eficazmente.
- Disminuye la tasa de rotación de empleados.
- Ayuda al personal a identificarse con los objetivos de la organización.
- Promueve el desarrollo personal de los involucrados.

Formato de compra

- Página Web.
- Redes sociales.

3.3 Estrategias de precios

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

Concepto	Costo	Porcentaje
Costo Operación		
Costo de Materiales Inmedibles	\$ 3,500.00	0.15
Compra de suministros	\$ 10,000.00	0.15
Energía Eléctrica	\$ 5,000.00	0.15
Agua	\$ 1,500.00	0.15
Seguro	\$ 20,000.00	0.15
Mantenimientos	\$ 4,000.00	0.15
Otros	\$ 3,000.00	0.15
Total	\$ 47, 000.00	
Mano de Obra		
Salarios del personal	\$ 95,000.00	0.45
Atención al cliente	\$ 30,500.00	0.45
	\$ 125,500.00	

- **Margen de beneficios**

Margen de Ganancia 0.40

Servicios	Precio de Costo	Precio de Venta	Ganancia o Utilidad	Ganancia o Utilidad (%)
Constitución de empresas.	\$ 19,800.00	\$ 33,000.00	\$ 13,200.00	0.40
Reclutamiento de personal	\$ 20,800.00	\$ 34,666.67	\$ 13,866.67	0.40
Iguales contables	\$ 27,500.00	\$ 45,833.33	\$ 18,333.33	0.40
Marketing digital	\$ 39,400.00	\$ 65,666.67	\$ 26,266.67	0.40
Capacitación	\$ 6,000.00	\$ 15,000.00	\$ 9,000.00	0.40

- **Precio de venta**

Servicios	Precio de Costo	Precio de Venta
Constitución de empresas	\$ 19,800.00	\$ 33,000.00
Reclutamiento de personal	\$ 20,800.00	\$ 34,666.67
Iguales contables	\$ 27,500.00	\$ 45,833.33
Marketing digital	\$ 39,400.00	\$ 65,666.67
Capacitación	\$ 6,000.00	\$ 15,000.00

▪ Precios promocionales

				20.00%	10.00%
	Clientes	Servicio	Precio de venta	% Descuento	% Descuento
1	Ajustadores del Norte, S.R.L	Capacitación	\$ 15,000.00	\$ 3,000.00	\$ 1,500.00
2	Dra. María Cantisano	Iguala Contable	\$ 45,833.00	\$ 9,166.60	\$ 4,583.30
3	Financiera Don Polo, S.A	Constitución de empresa	\$ 33,000.00	\$ 6,600.00	\$ 660.00
4	Dra. Mercedes Hernández	Iguala Contable	\$ 45,833.00	\$ 9,166.60	\$ 4,583.30
5	Isidor Rodríguez & Asociados, S.R.L.	Marketing Digital	\$ 65,666.00	\$ 65,665.80	\$ 6,566.60
6	Hemmi, S. A.	Marketing Digital	\$ 65,666.00	\$ 13,133.20	\$ 6,566.60
7	Tienda La Opera	Reclutamiento de personal	\$ 34,666.00	\$ 6,933.20	\$ 3,466.60
8	Aris Papel, S.R.L.	Reclutamiento de personal	\$ 34,666.00	\$ 6,933.20	\$ 3,466.60
9	Dra. Noelia Alcántara	Iguala Contable	\$ 45,833.00	\$ 9,166.60	\$ 4,583.30
10	Editora Moderna	Reclutamiento de personal	\$ 34,666.00	\$ 6,933.20	\$ 3,466.60
11	Farmacia Cristal	Marketing Digital	\$ 65,666.00	\$ 13,133.20	\$ 6,566.60
12	Luresa, S.R.L.	Capacitación	\$ 15,000.00	\$ 3,000.00	\$ 1,500.00
13	Dr. Sánchez Caba	Iguala Contable	\$ 45,833.00	\$ 9,166.60	\$ 4,583.30
14	Compunet, S.R.L.	Reclutamiento de personal	\$ 34,666.00	\$ 6,933.20	\$ 3,466.60
15	De La Cruz & Asoc, S.R.L.	Reclutamiento de personal	\$ 34,666.00	\$ 6,933.20	\$ 3,466.60
16	Diseñador Cristian Lagares	Constitución de empresa	\$ 33,000.00	\$ 6,600.00	\$ 3,300.00
17	Lic. Cristina Mera	Constitución de empresa	\$ 33,000.00	\$ 6,600.00	\$ 660.00
18	Laboratorio Montalvo, S.R.L.	Capacitación	\$ 15,000.00	\$ 3,000.00	\$ 1,500.00
19	Dr. Fermín Gálvez	Marketing Digital	\$ 65,666.00	\$ 13,133.20	\$ 6,566.60
20	Tienda La Rosé	Capacitación	\$ 15,000.00	\$ 3,000.00	\$ 1,500.00

- **Formatos de pago**

- Pago con tarjeta de crédito.
- Pago por PayPal.
- Transferencia Bancaria.
- Depósitos a cuenta Empresarial.

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

- Si no está 100% satisfecho con su compra, puede cambiar su contratación por otro de los servicios de SGA, S.R.L, por un valor equivalente o superior al servicio contratado. En caso de hacer el cambio por un servicio de mayor valor, deberá pagar la diferencia. Los cambios de servicios se podrán realizar en un periodo no mayor a 30 días continuos luego de haber realizado la contratación. Al pasar los 30 días, se entiende que hay conformidad con el servicio adquirido.
- Por políticas internas de SGA, S.R.L, como empresa prestadora de servicios no se reembolsa dinero. Solo se realizan cambios por otros servicios de igual o mayor valor (Ver política de devolución). Si tiene alguna duda sobre nuestras políticas de Reembolso y Devolución, por favor contáctenos y con gusto le atenderemos.
- Para el manejo de los descuentos utilizaremos la forma de pago rápidamente ofreciendo un descuento si pagan la factura dentro del plazo de 10 días, el cliente podrá obtener un 10% de descuento si paga dentro del plazo establecido.
- El pago de los impuestos de los servicios solicitados estará plasmado en la factura del cliente.

3.4 Estrategias de distribución

- Página Web.
- Redes Sociales
- Mensajería Instantánea

3.5 Estrategias de comunicación

- Marketing Digital
- Marketing de Contenidos
- Marketing en redes sociales

- **Tácticas promocionales**

- Publicidad en redes Sociales
- Encuestas-post venta
- Programa de incentivo

- **Tácticas publicitarias promocionales**

- Publicidad de contenido
- Publicidad Informativa
- Contenido emotivo
- Publicidad con base al consumidor

- **Tácticas promocionales de medios**

- Publicidad Online con redes sociales
- Video Marketing
- Blog Managment

- **Tácticas de ventas**

- Optimización del servicio online
- Plan de contenidos
- Email Marketing
- Anuncios sociales de promoción
- Uso de Website

- **Tácticas de relaciones públicas**
- Capacitaciones gratis por tiempo limitado a estudiantes de término.
- Ayuda a instituciones de escasos recursos.

II. ESTRUCTURA TÉCNICA

4.1 Principales socios claves del proyecto

Nuestros principales socios claves del presente proyecto son:

- Lidia Acosta: Estudiante de término de la carrera de Administración de Empresas.
- Martha Mercado: Estudiante de término de la carrera de Administración de Empresas.

Accionistas o Inversionistas

- Gustavo Ynoa: Estudiante de término de la carrera de Derecho y empresario con más de 10 años de experiencia en el sector financiero.
- Lic. Rodosi Peralta: Administrador y abogado con vasta experiencia.

Proveedores

- Peralta, Ynoa & Asociados, oficina de abogados.
- Agustina Sosa, Licenciada en Contabilidad y especializada en el registro de igualas contables.
- Antonio Gómez, diseñador gráfico.
- INFOTEP.

Suplidores

- Edenorte.
- Claro Dominicana.
- Coraasan.
- Papelería Balbuena.

Plataformas online

- Wix
- Facebook
- Instagram
- LinkedIn
- YouTube

4.2 Asesores o especialistas de producción y Operaciones

- **Diseño gráfico**

Antonio Gómez, diseñador gráfico.

- **Soporte técnico**

Raymundo Apolinar Vásquez, Ingeniero en informática.

- **Manejo de sitios web**

Para el manejo de sitios web se designará al encargado del departamento de tecnología, este se encargará de darle mantenimiento a los servidores con el objetivo de que estos funcionen de manera óptima.

4.3 Áreas operativas del proyecto

Gerencia administrativa

La gerencia administrativa se ocupará de coordinar todos los recursos a través del proceso de planeamiento, organización dirección y control a fin de lograr los objetivos establecidos.

Atención al cliente

El departamento de atención al cliente funcionará tanto en la oficina principal, como en los distintos puntos como lo son la mensajería instantánea, redes sociales y nuestra página web, donde recibiremos solicitudes de servicios, así como también dudas y sugerencias de parte de nuestros clientes.

Ventas y gestión de pedidos

- **Servicios**

Los servicios podrán ser solicitados principalmente desde nuestra página web, así como también de forma personal a través de nuestro servicio al cliente desde la oficina, por otro lado, nuestra empresa realizara una evaluación para asegurarse de que la empresa o negocio solicitante cuente con los requisitos establecidos en el perfil del cliente, luego de determinar si el solicitante aplica para recibir nuestros servicios iniciaremos las negociaciones de lugar, posteriormente se realizaran los acuerdos, desarrollo y firma de documentos legales.

- **Facturación y cobros**

El proceso de facturación y cobranza se realizará tomando en cuenta los servicios que estén recibiendo nuestros clientes, los mismos estarán establecidos de forma quincenal, donde se le estará ofreciendo un descuento de 10% por pronto pago.

- **Contabilidad**

La contabilidad de nuestra empresa estará a cargo de la Lic. Agustina Sosa, la misma se encargará de llevar el registro de todos los procesos contables de nuestra empresa y posteriormente desarrollar los sistemas de información contables que serán evaluados para tomar de decisiones eficientes y eficaces.

- **Legal**

Nuestra empresa estará constituida como una sociedad de responsabilidad limitada (SRL), ya que es un tipo de sociedad mercantil en la cual la responsabilidad está limitada al capital aportado, y, por lo tanto, no se responde con el patrimonio personal de los socios e inversionistas.

- **Compras y control de inventarios**

Para llevar a cabo estas actividades debemos habilitar dos departamentos, uno de compras y uno de inventarios cada uno de estos debe contar con un encargado para evaluar y aprobar las solicitudes de compras de materiales o suministros, con el fin de determinar la necesidad de los mismos.

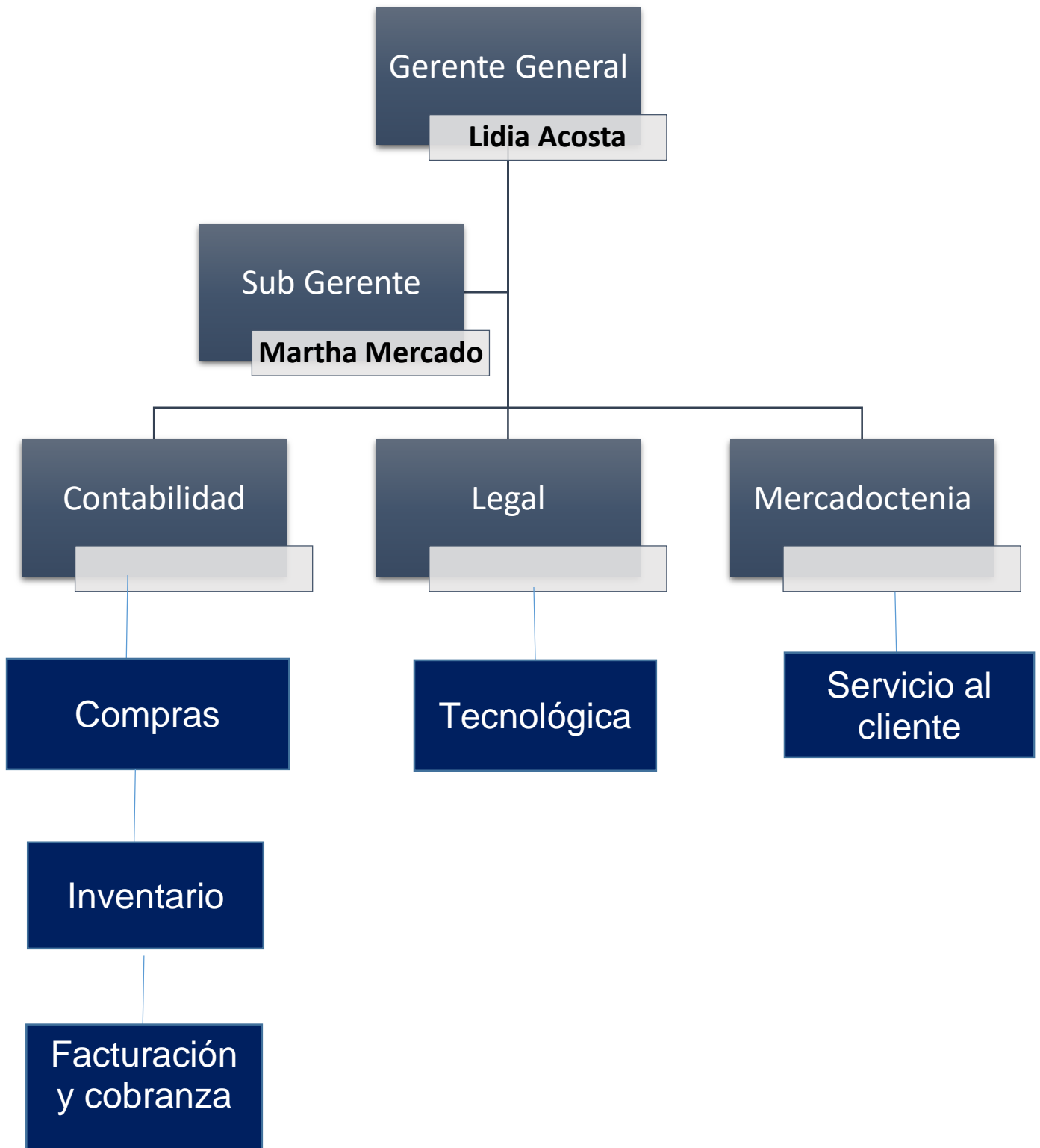
- **Actualización de contenidos online**

La actualización de contenidos online, será responsabilidad tanto de los socios clave, Lidia Acosta, Martha Mercado, así como también por el diseñador gráfico Antonio Gómez, quien por la naturaleza de sus actividades estará autorizado, previa evaluación y aprobación del contenido, para realizar los cambios pertinentes.

Para la actualización de servicio

Tomando en cuenta que el mercado está sujeto a cambios y las necesidades de nuestros clientes pueden tanto aumentar como disminuir, se deberán realizar evaluaciones, donde se tomará en cuenta las observaciones y sugerencias de nuestros clientes, así como también de nuestros colaboradores para adaptar nuestros servicios a las necesidades reales de cada empresa y negocio.

4.4 Estructura Organizacional (organigrama)



4.5 Horario de trabajo y asistencia al cliente

Los horarios establecidos para la asistencia al cliente de forma presencial serán de lunes a viernes de 8:00 a.m. a 5:00 p.m., sábado: 8 a. m. - 12 p. m. y Domingo: cerrado, por medio de la mensajería de (vía telefónica y WhatsApp empresarial) será de 8:00 a.m. hasta las 6:00 p.m. y a través de los de los sistemas automatizados (www.sga.com, Facebook e Instagram) será 24/7 los 365 días del año.

4.6 Políticas operativas del negocio

Mantener un proceso de actualización y mejoramiento permanente de la organización, que permitan alcanzar los objetivos estratégicos de la empresa.

4.7 Normas laborales

- Normas de código de vestimenta.
- Normas de aplicación de la seguridad ocupacional dentro de la empresa.
- Normas Jurídicas y legales.

III. ESTRUCTURA FINANCIERA

PLAN DE INVERSIÓN

Descripción	Costo	Total
Ordenador de mesa o laptop	\$ 234,000.00	\$ 234,000.00
Impresora de inyector de tinta	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00
Mobiliario de oficina	\$ 170,000.00	\$ 170,000.00
Dispositivo móvil o Tablet	\$ 16,000.00	\$ 16,000.00
Aire acondicionado*	\$ 180,000.00	\$ 180,000.00
Hosting y dominio web	\$ 8,715.00	\$ 8,715.00
Softwares especializados	\$ 350,000.00	\$ 350,000.00
Soporte técnico	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00
Nómina	\$ 233,000.00	\$ 233,000.00
Equipos y maquinarias*	\$ 80,000.00	\$ 80,000.00
Insumos y materiales	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
Suministro electricidad	\$ 6,300.00	\$ 6,300.00
Servicios de data o internet	\$ 2,073.50	\$ 2,073.50
Total		\$ 1,335,088.50

PLAN DE MEDIOS ONLINE

Contenido online	Cantidad	Costo	Importe total
Tutoriales	3	\$ 4,800.00	\$ 14,400.00
Artículos	1	\$ 390.00	\$ 390.00
Infomerciales	3	\$ 12,500.00	\$ 37,500.00
Publicidad en YouTube	2	\$ 1,160.00	\$ 2,320.00
Publicidad en redes sociales	4	\$ 765.00	\$ 3,060.00
Plan inversionista (Empresa de desarrollo web)	1	\$ 19,890.00	\$ 19,890.00
Total		\$ 39,505.00	\$ 77,560.00

PROYECCIÓN DE VENTAS POR TEMPORADAS

Producto/Servicio	Precio Unitario	MES 1		MES 2		MES3		MES 4	
		Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta
Constitución de empresa	\$ 33,000.00	3	\$ 99,000.00	5	\$ 165,000.00	6	\$ 198,000.00	8	\$ 264,000.00
Iguala contable	\$ 45,833.00	3	\$ 137,499.00	5	\$ 229,165.00	6	\$ 274,998.00	8	\$ 366,664.00
Marketing Digital	\$ 50,000.00	3	\$ 150,000.00	5	\$ 250,000.00	6	\$ 300,000.00	8	\$ 400,000.00
Reclutamiento de personal	\$ 24,000.00	3	\$ 72,000.00	5	\$ 120,000.00	6	\$ 144,000.00	8	\$ 192,000.00
Paquete de servicios A	\$ 25,000.00	3	\$ 75,000.00	5	\$ 125,000.00	6	\$ 150,000.00	8	\$ 200,000.00
Paquete de servicios B	\$ 30,000.00	3	\$ 90,000.00	5	\$ 150,000.00	6	\$ 180,000.00	8	\$ 240,000.00
Paquete de Servicios C	\$ 35,000.00	3	\$ 105,000.00	5	\$ 175,000.00	6	\$ 210,000.00	8	\$ 280,000.00
Totales	\$ 242,833.00	21	\$ 728,499.00	35	\$1,214,165.00	42	\$1,456,998.00	56	\$1,942,664.00
		Total							
Producto/Servicio	Precio Unitario	MES 5		MES 6		MES 7		MES 8	
		Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta
Constitución de empresa	\$ 33,000.00	10	330000	15	495000	20	660000	20	\$ 660,000.00
Iguala contable	\$ 45,833.00	10	458330	15	687495	20	916660	20	\$ 916,660.00
Marketing Digital	\$ 50,000.00	10	500000	15	750000	20	1000000	20	\$1,000,000.00
Reclutamiento de personal	\$ 24,000.00	10	240000	15	360000	20	480000	20	\$ 480,000.00
Paquete de servicios A	\$ 25,000.00	10	250000	15	375000	20	500000	20	\$ 500,000.00
Paquete de servicios B	\$ 30,000.00	10	300000	15	450000	20	600000	20	\$ 600,000.00
Paquete de Servicios C	\$ 35,000.00	10	350000	15	525000	20	700000	20	\$ 700,000.00
Producto/Servicio	Precio Unitario	MES 9		MES10		MES 11		MES 12	
		Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta
Constitución de empresa	\$ 33,000.00	25	825000	26	858000	30	990000	28	924000
Iguala contable	\$ 45,833.00	25	1145825	26	1191658	30	1374990	28	1283324
Marketing Digital	\$ 50,000.00	25	1250000	26	1300000	30	1500000	28	1400000
Reclutamiento de personal	\$ 24,000.00	25	600000	26	624000	30	720000	28	672000
Paquete de servicios A	\$ 25,000.00	25	625000	26	650000	30	750000	28	700000
Paquete de servicios B	\$ 30,000.00	25	750000	26	780000	30	900000	28	840000
Paquete de Servicios C	\$ 35,000.00	25	875000	26	910000	30	1050000	28	980000
Totales	\$ 242,833.00	175	\$ 6,070,825.00	182	\$6,313,658.00	210	\$7,284,990.00	196	\$6,799,324.00
		Total							

ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO PROFORMA

Cuentas por cobrar			
Ventas al contado mensual	\$	121,416.50	
Ventas a crédito mensual	\$ -		121416.5
Otros ingresos	\$ -		
Total, cuentas por cobrar		\$	242,833.00
Gastos Operacionales			
Servicio de luz eléctrica	\$		6,300.00
Plan de teléfono fijo y móvil	\$		1,500.00
Plan de internet fijo y móvil	\$		2,073.50
Transporte	\$		3,500.00
Otros (Mant. Vehículos)	\$		20,000.00
Total, Gastos Operacionales		\$	33,373.50
Costos Operacionales			
Hosting y dominio	\$ -	\$	8,715.00
Software seguridad	\$ -	\$	5,800.00
Softwares especializados	\$ -	\$	25,000.00
Nómina	\$ -	\$	233,000.00
Otros	\$ -	\$ -	
Total Costos Operativos		\$	272,515.00
Préstamos o financiamientos			
Tarjeta de crédito	\$ -	\$	-
Prestamos independiente	\$ -	\$	18,000.00
Financiamiento bancario	\$ -	\$	43,000.00
Otros	\$ -	\$	10,000.00
Total Prestamos o financiamientos		71000	
Total		\$	619,721.50

ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA

Ingresos por ventas anuales		
Constitución de empresa	\$	33,000.00
Iguala contable	\$	45,833.00
Marketing Digital	\$	50,000.00
Reclutamiento de personal	\$	24,000.00
Paquete de servicios A	\$	25,000.00
Paquete de servicios B	\$	30,000.00
Paquete de Servicios C	\$	35,000.00
Total de ingresos	\$	242,833.00
Costos		
Costos directos	\$	-
Costos indirectos	\$	-
Costos fijos	\$	23,500.00
Costos variables	\$	379,108.50
Total costos	\$	47,921.94
Intereses sobre préstamos o imp.		
Financiamientos bancarios	\$	3,240.00
Tarjeta de crédito	\$	-
Prestamos independientes	\$	972.00
Impuestos = (242,833 * 18%)	\$	43,709.94
Total, intereses o impuestos		
Ganancia o Pérdida Neta	\$	194,911.06

CONCLUSIONES

Al momento de incursionar o iniciar un negocio tanto online como presencial, es preciso prepararse y utilizar todas las herramientas posibles de acuerdo los recursos del emprendedor en cuanto a los costos se refieren. Cada emprendimiento es debido a una necesidad insatisfecha, por lo que el objetivo principal es satisfacer la necesidad y maximizar los ingresos, para esto hacemos uso de los recursos que nos brinda el amplio mundo de las redes a través del internet.

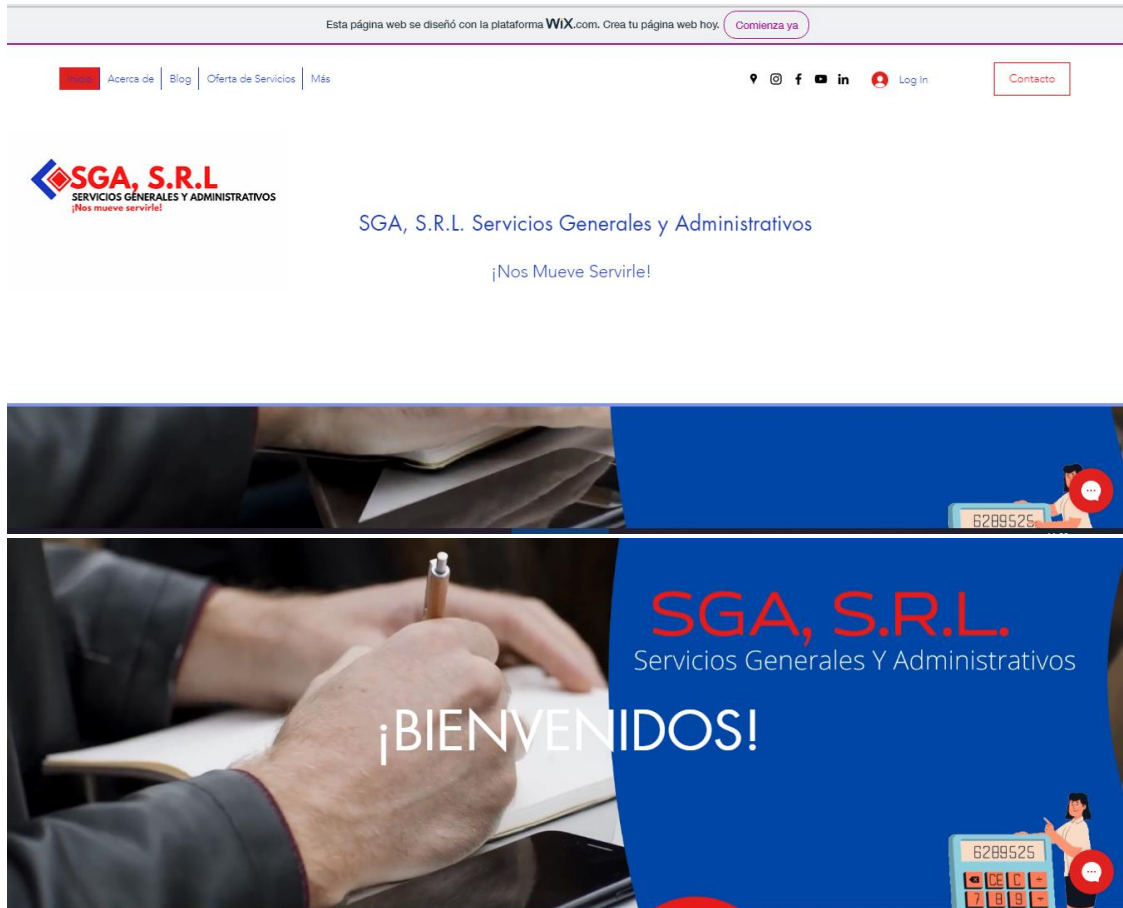
Las nuevas tecnologías de Internet y comercio electrónico tienen el potencial para invertir, al proporcionar a los usuarios el poder para crear y distribuir contenido a gran escala, lo que permite que los usuarios programen su propio consumo de contenido. El internet proporciona un modelo de muchas comunicaciones masivas lo que le hace un medio diferenciado. La finalidad de toda red social, como su propio nombre indica es conectar a las personas, hacer amigos y establecer relaciones. Por ello, desde un principio, las redes sociales son de vital importancia para los emprendedores.

BIBLIOGRAFÍAS

- Luis Redondo Navarrete. (2017). Manual de Políticas Generales. 2020, de SILO.TIPS Sitio web: <https://silo.tips/download/manual-de-politicas-generales-pacifictel-sa>
- Eliana Campos. (2020). Plantilla Plan de Negocios Canva Board. República Dominicana.: Proyecto Personal.
- Robert Brandl. (2015). 5 plataformas de creación web para emprendedores. 2020, de Entrepreneur Sitio web: <https://www.entrepreneur.com/article/269057>
- Ana Delgado. (12/02/2020). 12 oportunidades para crear tu negocio online. 13/05/2020, de Emprendedores Sitio web: <https://www.emprendedores.es/ideas-de-negocio/g60394/online/>
- Rafa Galán. (02/04/2019). Montar un negocio online: consejos para emprendedores sin experiencia.13/05/2020, de Emprendedores Sitio web: <https://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/a77895/como-montar-una-tienda-online/>
- Pau Forner. (2020). Los 10+ negocios online para empezar en 2020. 13/05/2020, de Una Vida Online Sitio web: <https://unavidaonline.com/negocios-online-rentables/>
- Laudon & Traver. (2009). e-commerce negocio, tecnología, sociedad. México: Pearson Educación.
- CAROLINA G. NOMBELA. (2019). Negocios online: estas son sus ventajas y desventajas. 2020, de Forbes Sitio web: <https://forbes.es/empresas/41855/negocios-online-estas-son-sus-ventajas-y-desventajas/>
- Ámbito Universitario. (2018). Impacto positivo: el emprendimiento social es posible. 2020, de Colegio de Contadores Públicos de México Sitio web: <https://veritasonline.com.mx/impacto-positivo-el-emprendimiento-social-es-posible/>
- Anónimo. (2018). Las 6 Redes Sociales con mayores ventajas para Empresas. 2020, de Alde Online Marketing Sitio web: <http://www.aldeonline.com/blog/las-6-redes-sociales-con-mayores-ventajas-para-empresas/>
- Redacción el Dinero. (2019, 4 julio). El 53% de las empresas en RD administra sus procesos de gestión de talento de forma manual. <https://www.eldinero.com.do/>
<https://www.eldinero.com.do/86092/el-53-de-las-empresas-en-republica-dominicana-administra-sus-procesos-de-gestion-de-talento-de-forma-manual/>

ANEXOS

Página web



Instagram



Links espacios virtuales

❖ **Link video Instagram**

<https://youtu.be/Fw7D2xDXl3o>

❖ **Link video website**

<https://youtu.be/hEKn5Ap5jO8>

❖ **Link página de Instagram**

<https://www.instagram.com/sga.srl/>

❖ **Link página web**

<https://sgasrlrd.wixsite.com/website-1>

Cuestionario para realizar encuesta.

Las siguientes preguntas están elaboradas de manera tal que puedan identificar las necesidades de las empresas, para así suplirlas de forma efectiva y rentable tanto para nosotros como para nuestros clientes.

Nombre de la empresa:

Fecha:

Nombre del encuestado:

Posición que ocupa encuestado:

¿Dónde está ubicado su negocio?

- a) Santiago.
- b) La Vega.
- c) Puerto Plata.
- d) Santo Domingo.
- e) Otra.

Especifique:

2. ¿A qué sector económico pertenece su empresa o negocio?

- a) Agricultura.
- b) Industria.
- c) Financieros.
- d) Servicios.
- e) Servicios Educativos.
- f) Comercio.
- g) Seguros.
- h) Telecomunicaciones.
- i) Artesanía.

3. ¿Qué tiempo tiene su empresa en el mercado?

- a. de 1 a 5 años.
- b. de 5 a 8 años.
- c. de 8 a 10 años.
- d. de 10 a 14 años.
- e. de 15 o más años.

4. ¿En qué área ha presentado su empresa problemas departamentales en cuanto a la gestión?

- a) Departamento administrativo.
- b) Departamento contabilidad.
- c) Departamento técnico.
- d) Departamento recursos humanos.
- e) Departamento de mercadeo.

5. ¿Cuántos empleados tiene su empresa o negocio?

- a) de 0 a 10.
- b) de 11 a 50.
- c) de 51 a 150.

6. ¿Cuál es el porcentaje de rotación de personal anual en su empresa o negocio?

- a) de 0 a 1%.
- b) de 2 a 3%.
- c) de 4 a 5%.
- d) de 6 a 7%.
- e) Más.

7. ¿Cuántos departamentos tiene la estructura organizacional de su empresa o negocio?

- a) de 1 a 3.
- b) de 4 a 5.

c) Más.

8. ¿Qué plataformas está utilizando su empresa para realizar su publicidad?

- a) Redes Sociales.
- b) Mensajería instantánea.
- c) Páginas webs.
- d) Blogs.

9. ¿Cuáles herramientas están utilizando para el reclutamiento de personal durante la pandemia?

- a) Facebook.
- b) Aldaba.
- c) Instagram.
- d) LinkedIn.
- e) Ninguna.

10. ¿Cuáles plataformas están utilizando para realizar entrevista, capacitaciones, reuniones y conferencias?

- a) Skype.
- b) Zoom.
- c) Google Meet.
- d) Google Hagouts.
- e) Microsoft Teams.
- f) Llamadas telefónicas.
- g) WhatsApp.
- h) Personal.
- i) Dúo.
- j) Ninguna.

11. ¿Cómo les ha afectado la pandemia a sus actividades económicas?

- a) Negativamente.
- b) Positivamente.
- c) Indiferente.

12. ¿Cuáles son los departamentos han sido afectados en esta situación de pandemia?

- a) Departamento administrativo.
- b) Departamento contabilidad.
- c) Departamento técnico.
- d) Departamento recursos humanos.
- e) Departamento de mercadeo.
- f) Ninguno.

13. ¿En qué porcentaje ha disminuido su actividad comercial con respecto a la pandemia?

- a) de 1 a 15%.
- b) de 16 a 30%.
- c) de 31 a 60%.
- d) de 61 a 70%.
- e) de 71 a 80%.
- f) de 81 a 90%.
- g) de 91 a 100%.

14. ¿Tiene usted contratado los servicios de alguna empresa que le ayuden en la solución de situaciones dentro de la misma?

- Si
- No

15. ¿Estarían ustedes dispuestos a contratar los servicios de otra empresa que solucione las problemáticas que podrían surgir en las diferentes áreas departamentales?

- Si
- No

16. Si su respuesta es sí, ¿cuál de los siguientes paquetes estaría interesado en contratar?

- a) Recursos humanos y marketing digital
- b) Recursos humanos, marketing digital y contabilidad.
- c) Recursos humanos, marketing digital, contabilidad y capacitación continua del personal.

17. ¿Cuáles aspectos considera importante al contratar un servicio? Seguridad.

- Calidad.
- Precio.
- Rapidez y eficiencia.
- Todos.

18. ¿En cuáles de las siguientes áreas estaría dispuesto a realizar cambios significativos para mejorar el desarrollo productivo?

- a) Recursos humanos.
- b) Marketing.
- c) Contabilidad.
- d) Capacitación continua de personal.

19. ¿Qué acción es más prioritaria para su empresa o negocio en este momento?

- a) Estabilizar su actividad productiva.
- b) Aumentar sus ingresos y reducir sus costos.
- c) Adaptar sus actividades a la nueva realidad.
- d) Desarrollar sus actividades comerciales en diferentes puntos.

20. ¿Estaría interesado en adaptar sus productos o servicios de forma online?

- Si.
- No.
- Tal vez.

Link de accesos a la página web y la de Instagram

página Instagram:

https://instagram.com/sky_blue_cosmetic?igshid=eqsz7r1ga9gl

página de web:

<https://skybluecosmetics.weebly.com/>

Video de la página de Instagram:

<https://youtu.be/1x7Nu4HZXsM>

video de la página web:

<https://youtu.be/0aaEXx1NReA>