

UNIVERSIDAD ABIERTA PARA ADULTOS



**ESCUELA DE NEGOCIOS
CARRERA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**PLAN DE NEGOCIO Y GESTIÓN INTEGRAL DE PROYECTOS DE
EMPRENDIMIENTO EN LÍNEA**



CARRERA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTO: PASO REDONDO 25

PARTICIPANTE

JOANNE R. PEÑA

MATRÍCULA: 02-1289

DIPLOMADO

**PLAN DE NEGOCIO Y GESTIÓN INTEGRAL DE PROYECTOS DE
EMPRENDIMIENTO EN LÍNEA**

FACILITADORA

ELIANA CAMPOS, M.A./M.G.C.

FECHA Y LUGAR

JULIO 10, 2020

TERRYTOWN LA. ESTADOS UNIDOS

TABLA DE CONTENIDO

Pág

.

RESUMEN	07
INTRODUCCION	10
Antecedente del sector	11
Planteamiento del problema o necesidad identificada en el	12
Objetivo general	12
Objetivos específicos	13
Importancia y justificación	13
Metodología	13
Delimitación del proyecto	15
Limitaciones el proyecto	15
SECCION 1: ESTRUCTURA IDEOLOGICA DEL PROYECTO	16
1.1. Descripción de la empresa	17
1.2. Imagen corporativa o brand kit	17
1.2.1. Logo e isotipo	17
1.2.2. Eslogan	17
1.2.3. Colores	17
1.2.4. Tipografía	18
1.3. Filosofía de negocio	18
1.3.1. Misión	18
1.3.2. Visión	18
1.3.3. Valores	18
1.4. Ventajas competitivas	19
1.4.1. Valor agregado	19
1.4.2. Estrategia de diferenciación	19
SECCION 2: ESTRUCTURA DEL ENTORNO	20
2.1. Análisis FODA del proyecto Paso Redondo	21
2.2. Análisis de la	22
2.2.1. Principales competidores	22
2.3. Análisis de la demanda o consumidores	24
2.4. Análisis y presentación de los resultados de la encuesta	25
SECCION 3: ESTRUCTURA MERCADOLOGICA	40
3.1. Avatar cliente	41
3.2. Descripción el producto	41

3.3.	Estrategia de	42
3.3.1.	Costo o inversión de producción o	42
3.3.2.	Margen de	43
3.3.3.	Precio de	43
3.3.4.	Precio	43
3.3.5.	Formato de pago.....	43
3.3.6.	Manejo de devolución, descuento y envíos.....	43
3.4.	Estrategia de distribución.....	43
3.4.1.	Puntos de exhibición y ventas.....	43
3.4.2.	Formato y medios de distribución.....	44
3.5.	Estrategia de comunicación.....	44
3.5.1.	Táctica promocionales.....	44
3.5.2.	Táctica publicitarias promocionales.....	44
3.5.3.	Táctica promocionales de medios.....	44
3.5.4.	Tácticas de ventas.....	44
3.5.5.	Tácticas de relaciones públicas.....	44
SECCION 4: ESTRUCTURA TECNICA.....		45
4.1.	Principales socios claves del proyecto.....	46
4.1.1.	Proveedores.....	46
4.1.2.	Suplidores.....	46
4.1.3.	Plataformas online.....	47
4.2.	Asesores o especialistas de producción o	47
4.2.1.	Diseño gráfico.....	47
4.2.2.	Soporte técnico.....	47
4.2.3.	Manejo de sitio web.....	47
4.2.4.	Producción de alimentos o artículos.....	47
4.3.	Aéreas operativas del proyecto.....	48
4.3.1.	Gerencia administrativa.....	48
4.3.2.	Atención al	48
4.3.3.	Ventas y gestión de pedidos.....	48
4.3.4.	Producción.....	48
4.3.5.	Facturación y cobro.....	48
4.3.6.	Contabilidad (outsource).....	49
4.3.7.	Legal.....	49
4.4.	Organigrama.....	50
4.5.	Horario de trabajo y asistencia al cliente.....	51

4.6.	Políticas generales de Paso Redondo 25.....	51
4.6.1.	Política de desarrollo	51
4.6.2.	Política de desarrollo	51
4.6.3.	Política de seguridad de	51
4.6.4.	Política operacionales.....	52
4.6.5.	Política del negocio.....	52
4.6.6.	Política de atención al cliente.....	52
4.6.7.	Política de mercadeo.....	52
4.6.8.	Política jurídica.....	53
SECCION 5: ESTRUCTURA		54
5.1.	Plan de inversión.....	55
5.2.	Proyección de ventas a 12 meses.....	56
5.3.	Presupuesto plan de medios online mensual.....	58
5.4.	Estado de flujo de efectivo mensual.....	59
5.5.	Estado de resultado a 12 meses.....	60
CONCLUSIONES		61
BIBLIOGRAFIAS		63
ANEXOS		66

...

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto es un emprendimiento online el cual está enfocado a la venta de mesas de domino personalizadas en el estado de Lousiana, Estados Unidos; el mismo consta de 5 secciones en las cuales se detallaron (la estructura ideológica, estructura del entorno, estructura mercadológica, estructura técnica y la estructura financiera). Dicho plan de emprendimiento online consiste en la creación de un sitio web para la adquisición de mesas personalizadas de dómimo a nivel local del estado de Lousisna.

Este proyecto surge por una comunidad de latinos compuesta por (dominicanos, cubanos, puerto riqueños, mexicanos y hondureños), la misma se encuentra en crecimiento y comparte la misma cultura del juego de domino. Actualmente no existe una empresa local online o física que ofrezca la fabricación y distribución de mesas personalizadas de domino. El mismo pretende cubrir una necesidad y aprovechar la oportunidad de negocio que existe.

Para evaluar si el proyecto de emprendimiento online “Paso Redondo 25” es viable se procedió a hacer un análisis FODA para localizar cuales factores influyen positivamente y negativamente en el proyecto; de la misma manera se efectuó un análisis para determinar fortalezas y debilidades de otras empresas que tienen presencia online pero que no se encuentran en el estado de Lousiana, Estados Unidos. También se aplicó una encuesta online la cual consta de 15 preguntas, la misma tiene como objetivo saber lo que el público meta espera del producto que ofrecerá “Paso Redondo 25” en cuanto a la fabricación y distribución de mesas de domino personalizadas a través de la web.

El público meta del estado de Lousiana, Estados Unidos, se ubica entre 25 a 65 años de edad y 99.9% son de sexo masculino con un ingreso semanal de menos de \$1,000.00 dólares; lo que más valoran al momento de comprar es un buen servicio, calidad, terminación y la rapidez con se efectuó la entrega. Las mesas personalizadas de domino que se ofrecen tienen una medida aproximada de 36” x 36” x 31” con un área de juego de 29” x 29”, acabado natural o de color, barniz, resina, la misma tendrá el diseño que prefiera el cliente. El costo de inversión para la fabricación es de \$145.82 dólares. Se

implementarán estrategias de distribución y estrategias comunicación para llegar al público objetivo.

La fuente de ingreso para este proyecto es la fabricación y distribución local de mesas personalizadas de dómimo a través de la www.pasoredondo25.com, mensajerías y las diferentes redes sociales.

Como impulsor del proyecto de emprendimiento online “Paso Redondo 25”, esta como accionista único el “Sr. Joanne R. Peña” estudiante de término de la carrera de administración de empresas, matrícula 02-1289. El mismo cuenta con asesores o especialistas de producción y operaciones (Diseño gráfico, Soporte técnico, Manejo de sitio webs y producción de mesas personalizadas de dominio). La empresa se encuentra estructurada en un esquema jerárquico. La empresa cuenta con políticas bien definidas para su mejor desempeño tanto operacional como para llenar las expectativas de los clientes. El horario establecido para la asistencia de los clientes a través de los sistemas automatizados (www.pasoredondo25.com, facebook e instagram) será 24/7 los 365 días del año y por medio de la mensajería (vía telefónica, email y whatsapp empresarial) será de 8:00 Am hasta las 6:00Pm.

Se necesitan \$10,451.55 dólares, para darle vida al proyecto de emprendimiento online “Paso Redondo 25”, el cual consiste en la creación de una página web empresarial y disponer de suficientes fondos propios para el primer año, ya que este proyecto consta de un inversionista único. De acuerdo a la proyección de ventas al término del primer cuatrimestre (mes 4), se obtendrá una rentabilidad, con una facturación de \$15,300.00 dólares y un total de 33 clientes, por lo que al final de mes 4 se recupera la inversión inicial y se tiene un margen de ganancias. El estado de resultado a 12 meses arroja una ganancia neta de \$36,170.02 dólares.

INTRODUCCION

El diplomado de emprendimiento online es una forma muy distinta a todas las tecnologías anteriores, las tecnologías de Internet y el comercio electrónico han evolucionado para ser mucho más sociales, pues permiten que los usuarios creen y compartan contenido en forma de texto, videos, música o fotografías con una comunidad mundial. Al utilizar estas formas de comunicación, los usuarios pueden crear nuevas redes sociales y fortalecer las existentes.

Si hay algo fundamental a la hora de poner en marcha tu negocio es darse a conocer, hacerse un nombre en el mercado. La era digital ha abierto un amplio abanico de posibilidades que le permite a las nuevas empresas llegar a su público más rápido, darse a conocer con mayor facilidad, acercar su producto o servicio a un público específico, iniciar las bases de una comunicación fluida y ágil con clientes, entre otros tantos beneficios.

En el presente hay una vasta cantidad de individuos que optan por hacer sus compras por medio de la tecnología, desde ropa, zapatos, accesorios, tecnología entre otras cosas; por tal razón es de vital importancia iniciar una empresa online, la misma se puede empezar sin problema alguno ya que los costos de inicio son bajos, claro está que para que la mismo repunte se debe invertir sin llegar a los extremos.

Antecedentes del sector

El cubanita domino, es una empresa física en el estado de Florida (USA) con presencia online y que tiene en el mercado 15 años. Shirley Bello y su hija Valery Vega, las propietarias, juegan dominó, aunque no como profesionales. Su verdadero fuerte es la fabricación a mano de brillantes y coloridas mesas de dominó, que venden como piezas de conversación a los aficionados al juego, para quienes quieren imprimir en ellas el logo de su compañía o con collages de fotos familiares o de paisajes y calles de Cuba como un regalo. Cada mesa tiene su nombre, Guajira XL, Champion y también hay una básica.

A&J Hardwer (New York, USA), Las mesas de domino, son fabricadas por Alex Gilbert, un ebanista dominicano dedicado al negocio ferretero en Nueva York que inició haciendo mesas para la familia, pero que ha revolucionado todo con estas mesas personalizadas. Esta empresa tenía presencia física, pero cerró sus puertas y ha incursionado en las ventas online.

Por lo ya mencionado anteriormente estas dos empresas representan una competencia directa en cuanto a la presencia online, pero en el estado de Lousiana (USA), tengo la ventaja de ser el primero en incursionar en este negocio o emprendimiento ya que no existe una empresa con estas características como es la de fabricar mesas de domino personalizadas.

Planteamiento del problema o necesidades identificadas en el mercado

La comunidad de latinos conformada por (dominicanos, cubanos, hondureños, puertorriqueños y mexicanos), comparte la misma tradición o cultura del juego de domino, pero para poder jugar necesitan una mesa de domino y la misma no la fabrican en el estado de Lousiana, Estados Unidos y para poder adquirirla debe ordenarla online a una empresa fuera del estado, ya sea en New York, Puerto Rico o Florida que es donde fabrican mesas de domino personalizadas.

Debido a la carencia de un fabricante y distribuidor de mesas de domino personalizadas en el estado de Lousiana, Estados Unidos, se realizará el emprendimiento a través de una tienda online para ofrecer este producto, con la más alta calidad de materiales, un fino terminado y precios competitivos, para de esta forma cubrir la necesidad de la falta de este producto en la comunidad.

Objetivo general

Diseñar un plan de negocio sobre el proyecto de emprendimiento online Paso Redondo 25, Lousiana, Estados Unidos, periodo mayo-agosto 2020.

Objetivos específicos

- Determinar el contexto inspiracional y filosófico del emprendimiento online Paso Redondo 25.
- Presentar la evaluación general del entorno interno y externo que inciden en el proyecto de emprendimiento online Paso Redondo 25.
- Indicar el contexto mercadológico, financiero y técnico del emprendimiento online Paso Redondo 25.

Importancia y justificación

El proyecto de emprendimiento online “Paso Redondo 25”, 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 el título de Licenciado en Administración de Empresas.

En lo personal es un desafío el emprender un proyecto online, pero al mismo tiempo brinda la oportunidad de desarrollar la creatividad y todo lo aprendido durante los cuatro (4) años de la carrera, por lo que al final obtendré la satisfacción de haber iniciado un proyecto desde cero (0), para luego verlo germinar y convertirse en una empresa con presencia online a nivel local del estado de Louisiana, Estados Unidos.

Con el proyecto “Paso Redondo 25” se pretende cubrir la necesidad de una comunidad de latinos que comparte la misma cultura en el juego de domino y que por consiguiente los mismos demandan la fabricación de mesas de domino personalizadas para una convivencia sana con amigos y familiares en sus tiempos libres.

Metodología:

- **Metodología cualitativa:** En este sentido, la investigación cualitativa avanza a través de procedimientos interpretativos y subjetivos. Los datos de que se valen son recogidos a partir de la observación directa, de entrevistas, así como de bibliografía referencial. Su finalidad es responder a sus hipótesis mediante razonamiento

valorativo del asunto o tema de estudio abordado. (Fabián Coelho, 2020, web). Investigación de descriptiva o de campo, desarrollada por medio de encuestas y entrevistas realizadas los clientes potenciales del estado de Lousiana, Estados Unidos.

Para la recolección de datos se utilizarán

- **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 se utilizó 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 “Paso Redondo 25”, para determinar la viabilidad del emprendimiento en base a las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del entorno.
- **Matriz FD/ Competencia:** es una herramienta que nos permite estructurar, evaluar y visualizar quien es capaz de hacer qué. Sirve para detectar los problemas de capacitación de los empleados. En el caso de este proyecto no fue necesario ya que para la ejecución de los procesos solo depende de una persona, y la misma se encargará de todo lo relacionado al funcionamiento de la empresa.

- **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 de “Paso Redondo 25”, en el estado de Lousiana, Estados Unidos.

Delimitación del proyecto:

La empresa tendrá su centro de operaciones en el estado de Lousiana, Estados Unidos, la naturaleza de la misma es de fabricación de mesas de domino personalizadas y la distribución a nivel local a través de una tienda online.

Para la ejecución del proyecto se tiene un tiempo de 4 meses, que esto sería igual a 120 días. El público meta está enfocado a las personas de 25 a 65 años, sexo masculino, sin distinción de etnia racial.

Limitaciones del proyecto:

A nivel local no existe ninguna empresa física ni online con la cual se pueda obtener datos de viabilidad del negocio de fabricación y distribución de mesas de domino personalizadas; por lo que solo se cuenta con la información obtenida a través de encuestas o entrevistas que proveen los residentes latinos del estado de Lousiana, Estados Unidos.

La falta de tiempo ya que trabajo largas horas en una refinería en la cual empiezo a trabajar a las 6:30 Am y termino a las 7:00 Pm, por lo que cuento con un tiempo limitado para realizar la investigación.

Los recursos económicos son limitados debido a la carga familiar, en cuanto a la tecnología poco conocimiento de las redes sociales como es el caso de instagram, poca habilidad en la creación o gestión de páginas web entre otros.

SECCIÓN I: ESTRUCTURA IDEOLÓGICA DEL PROYECTO

1.1. Descripción de la empresa

Paso Redondo 25 es una tienda online especializada en la fabricación de mesas de domino personalizada con la más alta calidad; misma que diseña combinando la tradición con la innovación, para de esta forma satisfacer al cliente.

La empresa ofrece a través de la página web autoservicio y por medio de las redes sociales pueden ver los modelos de mesas personalizadas y las ofertas; también utiliza el correo y el WhatsApp empresarial como medio de mensajería en la asistencia al cliente.

1.2. Imagen Corporativa o Brand Kit

1.2.1. Logo e Isotipo



1.2.2. Eslogan

“Tu solución para la diversión”.

1.2.3. Colores

- **Azul** (transmite seguridad y confianza).
- **Mamey o Naranja** (se asocia con el entusiasmo, felicidad, atracción, creatividad, determinación, confianza, éxito, ambición, estímulo y generosidad).
- **Blanco** (asociado con la pureza, la limpieza y la virtud).
- **Gris** (asociado con lo confiable, maduro e inteligente).

1.2.4. Tipografías

- **Título:**(Century Schoolbook)
- **Introducción:** (Arial Unicode MS)
- **Desarrollo:** (Iskoola Pota)

1.3. Filosofía de negocios

1.3.1. Misión

Ser el fabricante y distribuidor de mesas de domino online con una alta calidad, a un precio competitivo que cumpla y supere las expectativas de los clientes.

1.3.2. Visión

Ser la compañía líder en la fabricación de mesas de domino personalizadas, con participación importante en el mercado local de Louisiana a través de la tienda online. Fabricando y poniendo a la venta en el mercado productos de alta calidad, con potencial de crecimiento.

1.3.3. Valores

Apreciamos a los individuos por la persona que representa sin importar raza, religión o afiliación política.

- Calidad.
- Liderazgo.
- Creatividad.
- Disciplina.
- Conocimiento.

- Espíritu de servicio.

-

1.4. Ventajas competitivas

- En el estado de Lousiana, Estados Unidos, seré el pionero en la fabricación y distribución de mesas de domino personalizadas con presencia en la web.
- Rapidez en la elaboración y en la entrega de la mesa de domino.
- La empresa está dirigida al mercado local de Lousiana, Estados Unidos.

1.4.1. Valor agregado

- Venta de mesas de domino personalizadas.
- Fabricación en madera, diseños gráficos y terminación a base de resina.
- Precios competitivos y pagos a plazos.
- Pagos electrónicos por transferencia o depósito.

1.4.2. Estrategias de diferenciación

- Fabricamos la mesa de dómينو en el tamaño que el cliente decida.
- Garantía por un (1) año.
- Ofrecemos pagos a plazo.
- Entrega de 3 a 5 días laborables.
- Plantilla de diseño de mesa en la web.

SECCION 2: ESTRUCTURA DEL ENTORNO

2.1. Análisis FODA del proyecto Paso Redondo 25

Es el proceso a través del cual la empresa Paso Redondo 25, es capaz de identificar los factores estratégicos del entorno y de diferenciar entre oportunidades (factores que influyen positivamente) y amenazas (factores que influyen negativamente) en la elaboración y distribución de mesas personalizadas de domino. La empresa aplica la matriz FODA como una herramienta estrategia para analizar la situación de la empresa, la misma permite identificar tanto las oportunidades como las amenazas que presentan nuestro mercado, y las fortalezas y debilidades que muestra nuestra empresa.

▪ Fortalezas

- Calidad de nuestro producto.
- Materiales de la más alta calidad.
- Precios competitivos.
- Pagos a plazos.
- Servicio de elevado nivel.
- Entrega de 3 a 5 días.
- Garantía por un año.
- Evolución continúa.
- Autoservicio.

▪ Oportunidades

- Nicho de negocio abierto.
- No existe presencia física en el mercado, ni en la web, en la fabricación de mesas de dominio personalizadas a nivel local del estado de Lousiana, Estados Unidos.
- Existe volumen de búsqueda de este tipo de producto.

- **Debilidades**

- Poca experiencia en el uso de redes sociales (Instagram/LinkedIn).
- No experiencia en la creación y manejo de la página web empresarial.
- Poca capital de inversión para el proyecto.
- Falta de herramientas de carpintería.

- **Amenazas**

- Competidores a través de la web con una estructura sólida.
- Cambio en la economía y regulaciones a través de la red.
- Introducción de nuevos competidores en la web.

2.2. Análisis de la competencia

2.2.1 Principales competidores

- ***EL CUBANITO DOMINO (FLORIDA, ESTADOS UNIDOS)***

- **Fortalezas**

- Presencia física en el estado de la Florida, Estados Unidos.
- 15 años de experiencia en la confección de mesas personalizadas de domino.
- Variedad de tamaños estandarizados con su nombre "Guajira XL, Champion y Básico.
- Presencia en la web y redes sociales.
- Catálogos de las diferentes mesas personalizadas.
- Tienen su propio taller de carpintería.
- Materiales de alta calidad y durabilidad.

▪ **Debilidades**

- Se encuentra en otro estado.
- No ofrecen servicios de manejo y envío es por cuenta del cliente.
- El tiempo de entrega es de 30 días a partir de la orden.
- El tiempo de repuesta es lento o tardado.
- No dan garantía.
- Sobreprecios.

▪ ***A&J HARDWER (NEW YORK, ESTADOS UNIDOS)***

▪ **Fortalezas**

- Ebanista de profesión, con más de 20 años de experiencia.
- Presencia en la web y redes sociales.
- Experiencia en la técnica de aplicación de la resina.
- Experiencia en la venta de mesas de domino personalizadas a través de la web.
- Tienen su propio taller de carpintería.

▪ **Debilidades**

- El tiempo de entrega es de 35 días a partir de la orden.
- El tiempo de repuesta es lento o tardado.
- No ofrecen garantía.
- No ofrece servicios de manejo y envío es por cuenta del cliente
- Materiales de baja calidad y durabilidad.

2.3. Análisis de la demanda o consumidores

Con el siguiente cuestionario se pretende investigar en el mercado de Louisiana, Estados Unidos, lo que el público objetivo espera del producto y el servicio que ofrecerá Paso Redondo 25 en cuanto a la fabricación y distribución de mesas de domino personalizadas a través de la web, también busca investigar respecto a la imagen de la empresa, producto, y el nivel de servicio que se le ofrece al cliente. La encuesta fue realizada por medio de la aplicación google forms, la cual es de fácil manejo y no presenta complejidad en su estructura.

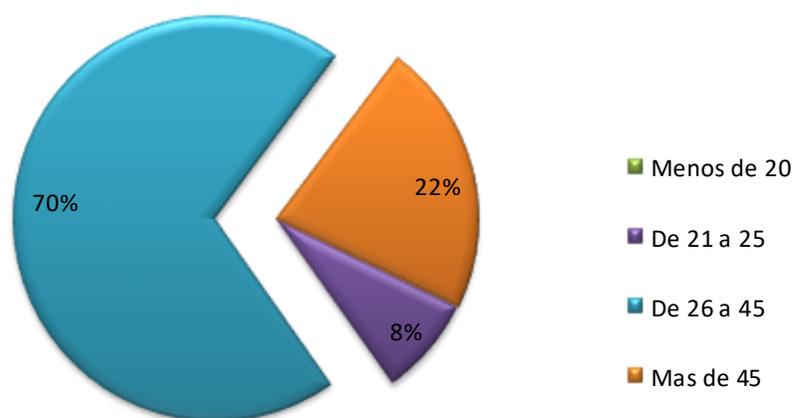
2.4. Análisis y presentación de los resultados de la encuesta

TABLA NO.1		
EDAD		
OPCION	FRECUENCIA	%
Menos de 20	0	0%
De 21 a 25	5	9.8%
De 26 a 45	35	68.6%
Más de 45	11	21.6%
Total	51	100%

Fuente: Pregunta 1 del cuestionario aplicado a los compradores online.

El 68.6% de los compradores online de mesas de domino personalizadas se encuentran entre el rango de 26 a 45 años, a su vez con un 21.6% se encuentran los de 45 en adelante, los de 21 a 25 años representan el 9.8% y por último los de menos de 20 años no representan un porcentaje.

GRAFICO NO.1
EDAD



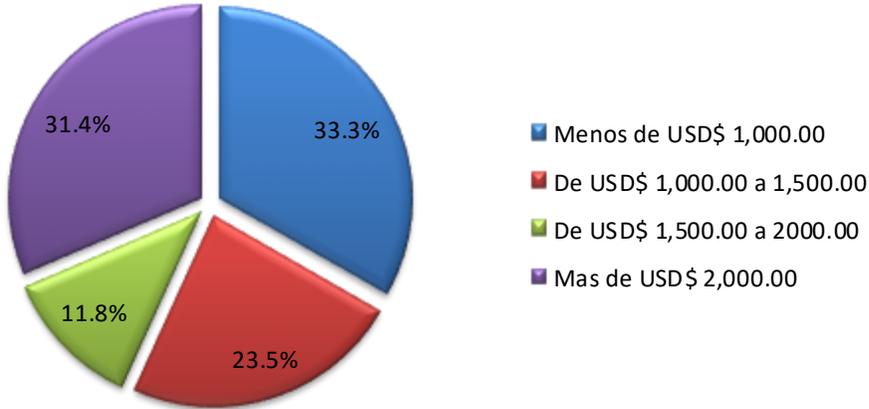
Fuente: Cuadro 1, pregunta 1 del cuestionario aplicado a los compradores.

TABLA NO.2		
NIVEL DE INGRESOS		
OPCION	FRECUENCIA	%
Menos de USD\$ 1,000.00	17	33.3%
De USD\$ 1,000.00 a 1,500.00	12	23.5%
De USD\$ 1,500.00 a 2000.00	6	11.8%
Mas de USD\$ 2,000.00	16	31.4%
Total	51	100%

Fuente: Pregunta 2 del cuestionario aplicado a los compradores.

El 33.3% de los compradores tienen un ingreso de menos de USD\$ 1,000.00, a su vez con un 31.4% se encuentran los de más de USD\$ 2,000.00, le siguen con 23.5% los que se encuentran en el rango de USD\$ 1,000.00 a 1,500.00 y por ultimo con un 11.8% los que están en el rango de USD\$ 1,500.00 a 2,000.00.

GRAFICO NO.2
NIVEL DE INGRESOS



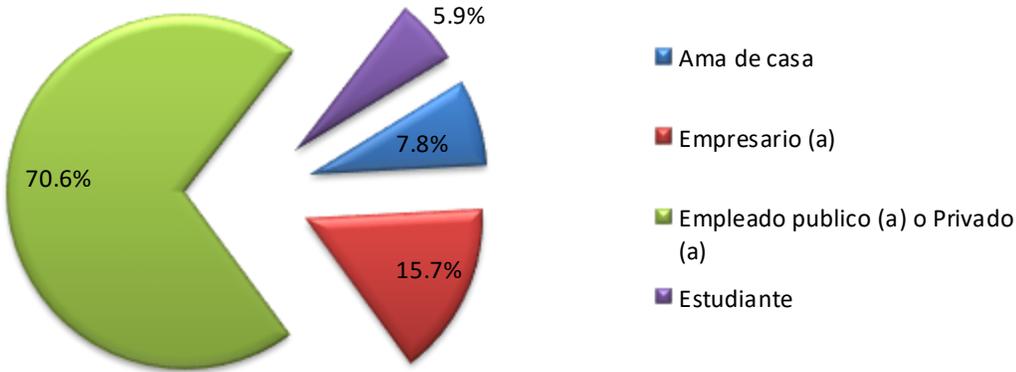
Fuente: Cuadro 2, pregunta 2 del cuestionario aplicado a los compradores.

TABLA NO.3		
OCUPACION		
OPCION	FRECUENCIA	%
Ama de casa	4	7.8%
Empresario (a)	8	15.7%
Empleado público (a) o Privado (a)	36	70.6%
Estudiante	3	5.9%
Total	51	100%

Fuente: Pregunta 3 del cuestionario aplicado a los compradores.

EL 70.6% de los compradores son empleados públicos (as) y privados (as), a su vez con un 15.7% son empresarios, por otro lado, el 7.8% son amas de casa y con 5.9% están los estudiantes.

GRAFICO NO.3
OCUPACION



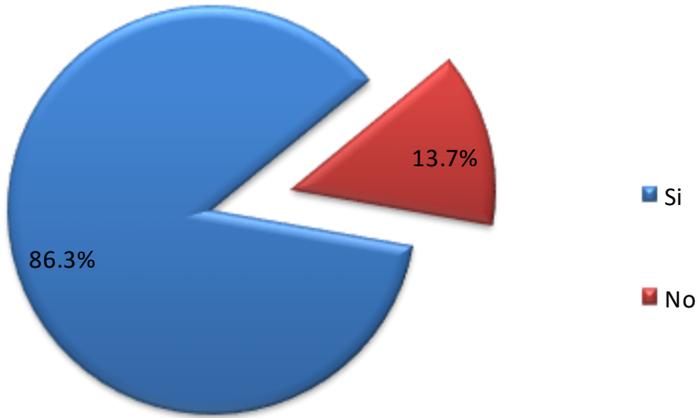
Fuente: Cuadro 3, pregunta 3 del cuestionario aplicado a los compradores.

TABLA NO.4		
¿JUEGAS DOMINO?		
OPCION	FRECUENCIA	%
Si	44	86.3%
No	7	13.7%
Total	51	100%

Fuente: Pregunta 4 del cuestionario aplicado a los compradores.

El 86.3% de los compradores juegan domino y el 13.7% no juegan domino.

GRAFICO NO.4
¿JUEGAS DOMINO?



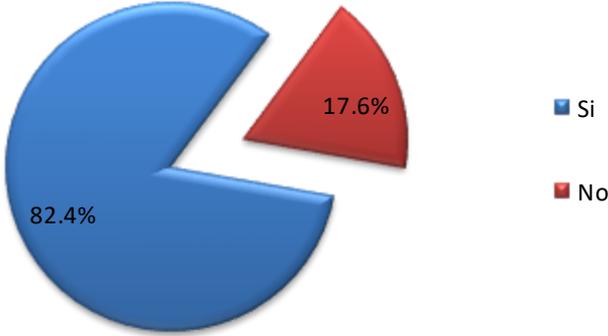
Fuente: Cuadro 4, pregunta 4 del cuestionario aplicado a los compradores.

TABLA NO.5		
SI TU REPUESTA ES AFIRMATIVA, ¿TE GUSTARIA TENER UNA MESA PERSONALIZADA DE DOMINO?		
OPCION	FRECUENCIA	%
Si	42	82.4%
No	9	17.6%
Total	51	100%

Fuente: Pregunta 5 del cuestionario aplicado a los compradores.

El 82.4% de los compradores juegan domino y el 17.6% no juegan.

GRAFICO NO.5
SI TU REPUESTA ES AFIRMATIVA, ¿TE GUSTARIA TENER UNA MESA PERSONALIZADA DE DOMINO?



Fuente: Cuadro 5, pregunta 5 del cuestionario aplicado a los compradores.

TABLA NO.6		
¿QUE TIPO DE MATERIALES PREFIERES PARA UNA MESA PERSONALIZADA DE DOMINO?		
OPCION	FRECUENCIA	%
Pino	8	15.7%
Roble	18	35.3%
Caoba	21	41.2%
Otro	4	7.8%
Total	51	100%

Fuente: Pregunta 6 del cuestionario aplicado a los compradores.

El 41.2% de los compradores prefieren la caoba, le siguen el 35.3% que prefieren el roble, seguido por el 15.7% que prefieren el pino y con un 7.8% los que se deciden por otro tipo de material.



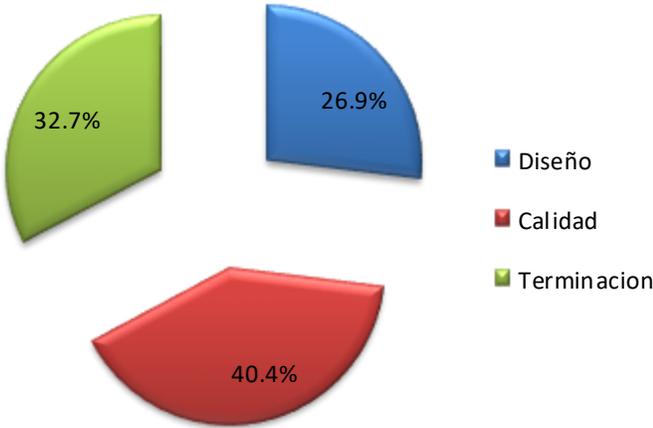
Fuente: Cuadro 6, pregunta 6 del cuestionario aplicado a los compradores.

TABLA NO.7		
¿QUE ASPECTOS CONSIDERAS IMPORTANTE EN UNA MESA PERSONALIZADA DE DOMINO?		
OPCION	FRECUENCIA	%
Diseño	14	26.9%
Calidad	21	40.4%
Terminación	17	32.7%
Otro	0	0.0%
Total	51	100%

Fuente: Pregunta 7 del cuestionario aplicado a los compradores.

El 40.4% de los encuestados consideran importante la calidad de la mesa de domino personalizada, seguido por el 32.7% que consideran la terminación y el 26.9% consideran el diseño de la misma.

GRAFICO NO.7
¿QUE ASPECTO CONSIDERAN IMPORTANTE EN UNA MESA PERSONALIZADA DE DOMINO LOS ENCUESTADOS?



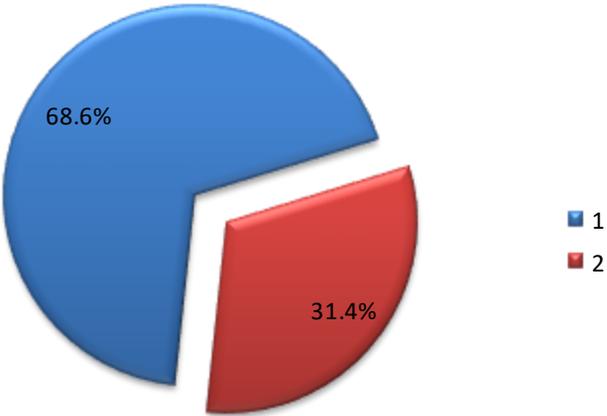
Fuente: Cuadro 7, pregunta 7 del cuestionario aplicado a los compradores.

TABLA NO.8		
¿POR CUAL MOTIVO COMPRARIAS UNA MESA DE DOMINO PERSONALIZADA?		
OPCION	FRECUENCIA	%
Para uso personal	35	68.6%
Regalo	16	31.4%
Total	51	100%

Fuente: Pregunta 8 del cuestionario aplicado a los compradores.

El 68.6% de los compradores efectúan la compra para uso personal y el 31.4% para regalarla.

GRAFICO NO.8
¿POR CUAL MOTIVO COMPRARIAS UNA MESA DE DOMINO PERSONALIZADA?



Fuente: Cuadro 8, pregunta 8 del cuestionario aplicado a los compradores.

TABLA NO.9

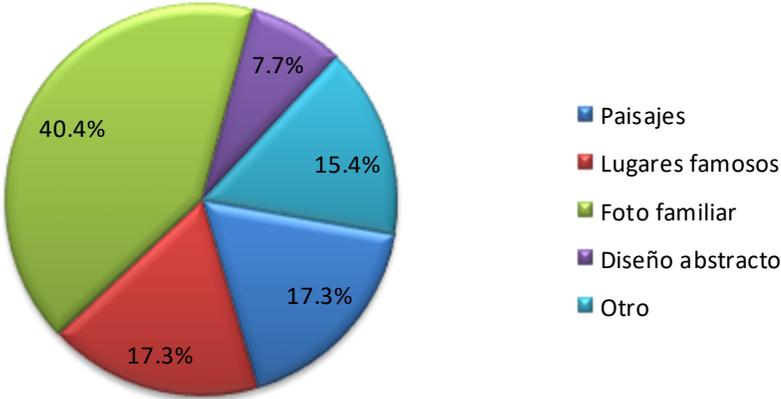
¿QUE TIPO DE DETALLES TE GUSTARIA INTEGRAR EN LA PERSONALIZACION DE UNA MESA DE DOMINO?

OPCION	FRECUENCIA	%
Paisajes	9	17.3%
Lugares famosos	9	17.3%
Foto familiar	21	40.4%
Diseño abstracto	4	7.7%
Otro	8	15.4%
Total	51	100%

Fuente: Pregunta 9 del cuestionario aplicado a los compradores.

El 40.4% de los encuestados le gustaría integrar a la mesa de domino fotos familiares, seguido por el 17.3% que le gustaría integrar paisajes, sucesivamente con el 17.3% de lugares famosos, también con un 15.4% le gustaría otro tipo de detalle y por ultimo con un 7.7% diseños abstractos.

GRAFICO NO.9
¿QUE TIPO DE DETALLES TE GUSTARIA INTEGRAR EN LA EN LA PERSONALIZACION DE UNA MESA DE DOMINO?



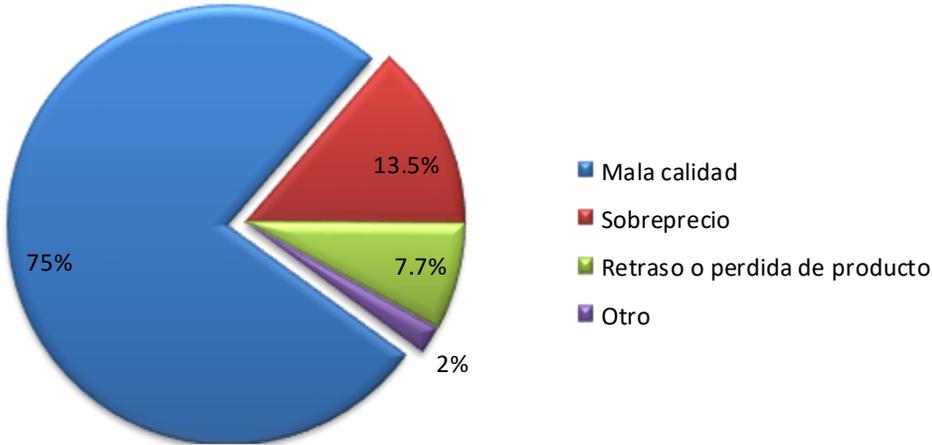
Fuente: Cuadro 9, pregunta 9 del cuestionario aplicado a los compradores.

TABLA NO.10		
¿QUE ASPECTO TE PREOCUPA AL COMPRAR UNA MESA DE DOMINO PERSONALIZADA ONLINE?		
OPCION	FRECUENCIA	%
Mala calidad	39	75%
Sobreprecio	7	13.5%
Retraso o perdida de producto	4	7.7%
Otro	2	2%
Total	51	100%

Fuente: Pregunta 9 del cuestionario aplicado a los compradores.

El 75% de los encuestados al comprar una mesa de domino personalizada les preocupa la mala calidad de la misma, seguido por un 13.5% que les preocupa el sobreprecio, con un 7.7% que les preocupa el retraso o pérdida del producto y por ultimo un 2% que les preocupan otros aspectos.

GRAFICO NO. 10
¿QUE ASPECTOS TE PREOCUPAN AL COMPRAR UNA MESA PERSONALIZADA DE DOMINO?



Fuente: Cuadro 10, pregunta 10 del cuestionario aplicado a los compradores.

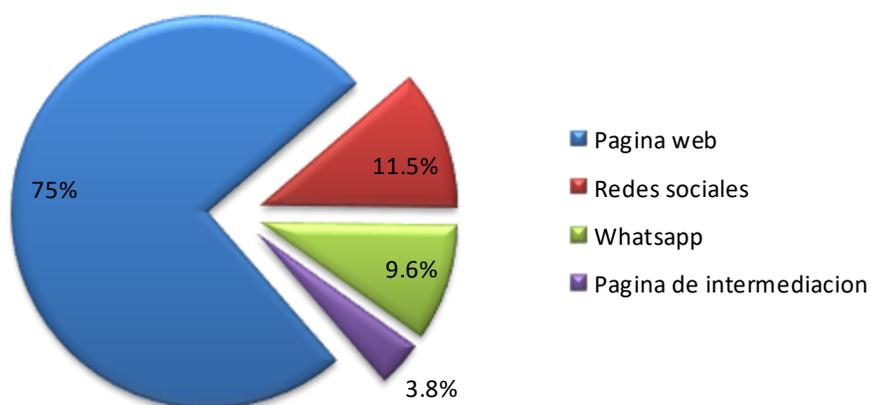
TABLA NO.11**¿QUE PLATAFORMA VIRTUAL PREFIERES PARA COMPRAR UNA MESA PERSONALIZADA DE DOMINO?**

OPCION	FRECUENCIA	%
Página web	39	75%
Redes sociales	6	11.5%
WhatsApp	5	9.6%
Página de intermediación	2	3.8%
Total	51	100%

Fuente: Pregunta 11 del cuestionario aplicado a los compradores.

El 75% de los compradores usan página web para la compra de una mesa de domino personalizada, seguido por el 11.5% que usan redes sociales, con un 9.6% están los que usan whatsapp y por ultimo con un 3.8% lo que utilizan páginas de intermediación.

GRAFICO NO. 11
¿QUE PLATAFORMA VIRTUAL PREFIERES PARA COMPRAR UNA MESA PERSONALIZADA DE DOMINO?



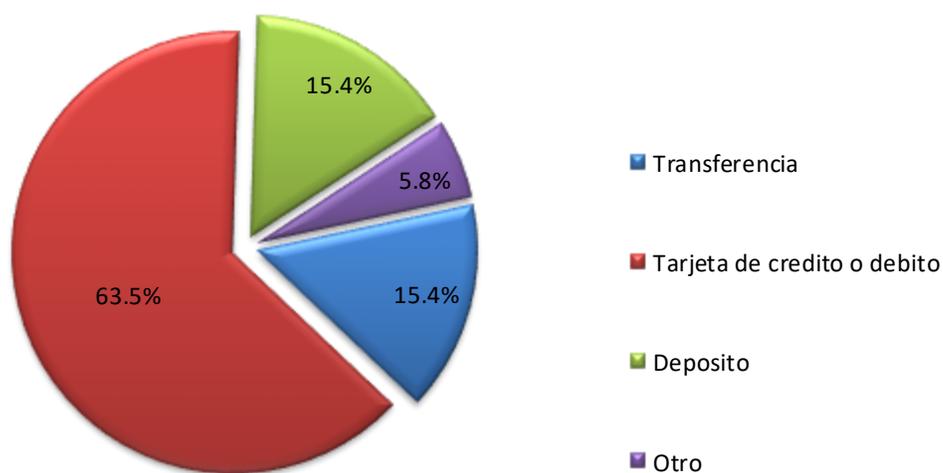
Fuente: Cuadro 11, pregunta 11 del cuestionario aplicado a los compradores.

TABLA NO.12		
¿QUE FORMATO DE PAGO TE GUSTARIA?		
OPCION	FRECUENCIA	%
Transferencia	8	15.4%
Tarjeta de crédito o debito	33	63.5%
Deposito	8	15.4%
Otro	3	5.8%
Total	51	100%

Fuente: Pregunta 12 del cuestionario aplicado a los compradores.

El 63.5% representa la forma de pago con tarjeta de crédito o débito, seguido por el 15.4% que prefieren hacer su pago por transferencia, sucesivamente 15.4% son los que prefieren depósito para pagar y por último el 5.8% son los que prefieren usar otras formas de pago.

GRAFICO NO.12
¿QUE FORMATO DE PAGO TE GUSTARIA?



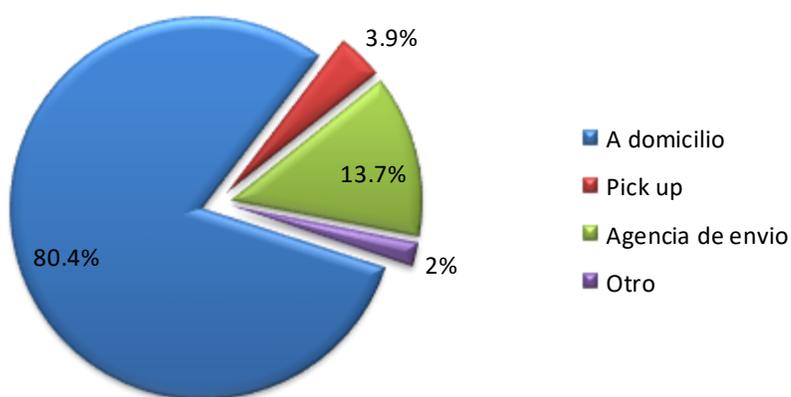
Fuente: Cuadro 12, pregunta 12 del cuestionario aplicado a los compradores.

TABLA NO.13		
¿QUE TIPO DE ENVIO PREFIERES?		
OPCION	FRECUENCIA	%
A domicilio	41	80.4%
Pick up	2	3.9%
Agencia de envío	7	13.7%
Otro	1	2%
Total	51	100%

Fuente: Pregunta 13 del cuestionario aplicado a los compradores.

El 80.4% de los compradores prefieren el envío a domicilio, un 13.7% prefieren el envío a través de una agencia, los de 3.9% prefieren el pick up y por ultimo un 2% prefieren otros métodos de envío.

GRAFICA NO.13
¿QUE TIPO DE ENVIO PREFIERES?



Fuente: Cuadro 13, pregunta 13 del cuestionario aplicado a los compradores.

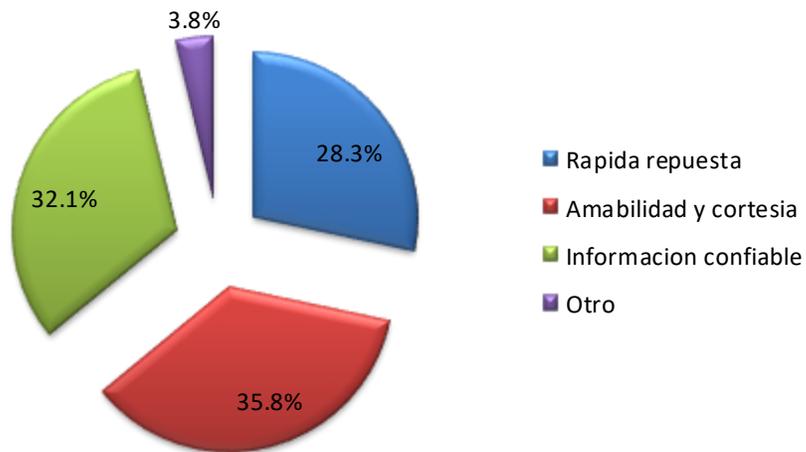
TABLA NO.14

¿QUE ASPECTOS CONSIDERAS IMPORTANTE EN LA ATENCION VIRTUAL?		
OPCION	FRECUENCIA	%
Rápida respuesta	15	28.3%
Amabilidad y cortesía	19	35.8%
Información confiable	17	32.1%
Otro	2	3.8%
Total	51	100%

Fuente: Pregunta 13 del cuestionario aplicado a los compradores.

El 35.8% consideran importante el aspecto de amabilidad y cortesía, seguido por el 32.1% que consideran importante la información confiable, un 28.3% consideran el aspecto de rápida repuesta y por ultimo un 3.8% consideran otros aspectos.

GRAFICO NO.14
¿QUE ASPECTOS CONSIDERAS IMPORTANTE EN LA ATENCION VIRTUAL?



Fuente: Cuadro 14, pregunta 14 del cuestionario aplicado a los compradores.

TABLA NO.15

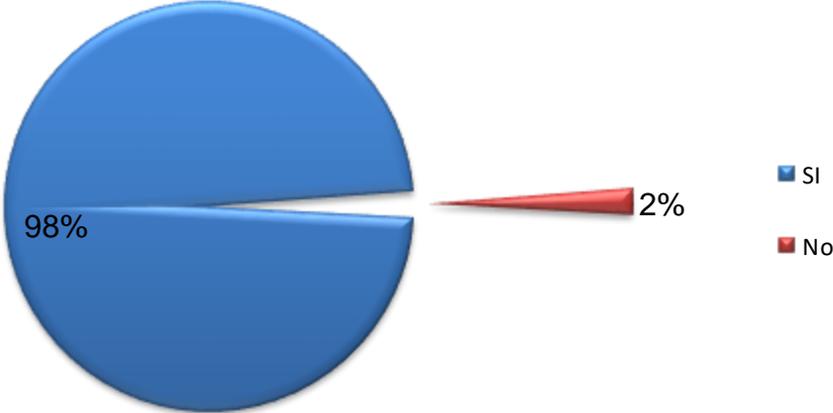
SI TU EXPERIENCIA ES SATISFACTORIA, ¿RECOMENDARIAS LA COMPRA DE MESAS PERSONALIZADAS ONLINE A TUS AMIGOS Y CONOCIDOS?

OPCION	FRECUENCIA	%
SI	50	98%
No	1	2%
Total	51	100%

Fuente: Pregunta 15 del cuestionario aplicado a los compradores.

El 98% de los encuestados recomendarían la compra online de mesas personalizadas de domino si quedan satisfecho y un 2% no lo haría.

GRAFICO NO.15
SI TU EXPERIENCIA ES SATISFACTORIA, ¿RECOMENDARIAS LA COMPRA DE MESAS PERSONALIZADAS ONLINE A TUS AMIGOS Y CONOCIDOS?



Fuente: Cuadro 15, pregunta 15 del cuestionario aplicado a los compradores.

SECCION 3: ESTRUCTURA MERCADOLÓGICA

3.1. Avatar cliente

Los clientes o consumidores de mesas de domino personalizadas están en el rango de edad de 25 a 65 años, el 99.9% son de género masculino y residen en el estado de Lousiana, Estados Unidos, con un ingreso semanal de menos de USD\$ 1,000.00, por lo que de acuerdo a este salario los sitúa entre una clase social media y prefieren el método de compras por medio de la web, ya que cuentan con tiempo limitado por las largas horas de trabajo.

Los residentes hispanos (dominicanos, puertorriqueños, cubanos, entre otros) comparten la cultura del juego de domino y los mismos tiene la necesidad de obtener una mesa de domino para poder practicar este deporte y compartir con amigos y familiares. Ya que los mismos se encuentran fuera de sus países de origen quieren una pieza única en la cual se plasmen (paisajes, fotos familiares, lugares históricos o famosos y otros diseños) con los cuales puedan transportarse y de una manera sutil presumir su cultura a sus amistades.

Lo que más valoran en el momento de la compra es un buen servicio, la calidad, terminación y la rapidez con que se efectuó la entrega. La preocupación más frecuente en el proceso de compra son los sobrepagos, retraso o pérdida del producto y mala calidad del producto.

3.2. Descripción del producto o servicio

Detalles Generales De Las Mesas

Medidas generales aproximadas

- General 36" x 36" x 31"
- Área de Juego 29" x 29"
- Peso aproximado
30 - 35 LB
- Presenta 4 agujeros para Bebidas.
- Las Patas pueden doblarse y se ocultan bajo la mesa.
- Puede colgarse a la pared con un gancho especial.

- Acabado natural o de color, barniz, resina.
- Paisajes, lugares famosos, fotos de familiares, entre otros diseños de acuerdo al cliente.

Las mesas cuentan con dos tipos de acabados los cuales son “tintes y selladores”, estos acabados tiñen la madera agregándole color para mejorar su apariencia y resaltar el contraste entre las vetas de la madera. Están barnizadas en su totalidad y en el área de juego, están cubiertas con una resina especial que la protege y le da un acabado brillante.

Las mesas cuentan con la cualidad de que sus patas pueden doblarse permitiendo que la mesa pueda colocarse colgada en la pared incorporándola a la decoración de su hogar o simplemente para ser almacenada. Están diseñadas para durar mucho tiempo con un cuidado y atención mínima, siempre que se encuentren almacenadas bajo techo y no a la intemperie.

Los valores agregados de la mesa de domino personalizada consisten en ofrecer garantía por un año, en caso de un desperfecto, envío erróneo de la mesa de domino o que por alguna razón sufrió algún desperfecto en el trayecto el cliente puede enviarla de regreso en un lapso de 10 días sin cargo de envío; pagos a plazos, precios competitivos, entrega de 3 a 5 días y compras automatizadas o asistida a través de las redes sociales y pagina web empresarial. El formato de pago puede ser a través de transferencias bancarias, depósito bancario, tarjetas de crédito o débito.

3.3. Estrategias de precios

3.3.1 Costo o inversión de producción o adquisición

La mano de obra para la fabricación de las mesas de domino personalizadas tienen un costo de cien (\$100.00), los materiales directos como son (Glaze Coat, Sande Plywood y Papel de Impresión) tienen un costo de (\$33.02) y por último los materiales indirectos como (Wood Stain, Thiner, Clavo y Sand Paper) tienen un costo de (\$2.70), para un total de \$145.82 de inversión.

3.3.2 Margen de beneficios

67.59% (máximo), 61.11% (medio) y 46.97% (mínimo).

3.3.3. Precio de venta

El precio de venta máximo es \$450.00, medio \$375.00 y mínimo es de \$275.00.

3.3.4. Precios promocionales

Por la compra de de dos mesas personalizas de domino tiene un 5% de descuento.

3.3.5. Formatos de pago

La forma de pago puede ser con el uso de tarjeta de crédito, débito, transferencia o depósito bancario.

3.3.6. Manejo de devoluciones, descuentos y envíos

Si la mesa de domino personalizada presenta un defecto de fabricación un daño causado en el trayecto o envió por error, el cliente puede enviarla de regreso antes de que pasen 10 días sin cargo de envió y su dinero será reembolsado por completo, por el contrario, el cliente puede optar por quedarse con la mesa de domino personalizada a cambio de un 15% de descuento.

3.4. Estrategias de distribución

3.4.1. Puntos de exhibición y ventas

Los puntos de exhibición y ventas serán a través de la página web comercial, whatsapp empresarial e instagram y facebook.

3.4.2. Formato y medios de distribución física

La forma de distribución física será por medio de Fedex Express, Ups y United States Postal Office.

3.5. Estrategias de comunicación

3.5.1. Tácticas promocionales:

Ofertas: si compras dos mesas personalizadas de domino 5% de descuento.

3.5.2. Tácticas publicitarias promocionales

Flyers: a nivel local del estado de Lousiana, Estados Unidos, por medio de las redes sociales tales como facebook, instagram y whatsapp empresarial.

Mini videos: a través de las redes sociales como facebook, instagram y whatsapp empresarial.

3.5.3. Tácticas promocionales de medios

Redes sociales, correo electrónico, web empresarial (www.pasoredondo25.com).

3.5.4. Tácticas de ventas

Show room online con fotos o videos en página web o redes sociales, correos electrónicos, mensajes masivos, visitas personalizadas y enfocadas.

3.5.5. Tácticas de relaciones públicas

Donaciones.

SECCION 4: ESTRUCTURA TECNICA

4.1. Principales socios claves del proyecto.

Accionistas o Inversionistas:

Accionista Único Del Proyecto



Joanne R. Peña

02-1289

Administración De
Empresas

Sr. Joanne R. Peña, estudiante de término de la carrera de administración de empresas, nacido en la prov. María Trinidad Sánchez, Rep. Dom. radicado en los Estados Unidos por más de 15 años; de los cuales 12 años fueron en New York y los últimos 3 años en Louisiana. A nivel laboral se cuenta con una experiencia de 14 años en el área de carpintería como maestro carpintero.

4.1.1. Proveedores

- Home Depot.
- Lowe's.
- Harbor Freight Tools.
- Amazon.

4.1.2. Suplidores

- Internet (Cox Internet Gigablast 940 Mbps)
- Energía eléctrica (Entergy)
- Antivirus (Norton 360)

4.1.3. Plataformas online

- WWW.pasoredondo25.com
- Wordpress.com.
- GoDaddy.
- Cloudflare.
- Facebook.
- Instagram.
- Whatsapp Empresarial
- LinkedIn.

4.2. Asesores o especialistas de producción y Operaciones

4.2.1. Diseño gráfico

Empresa, Brands SMF, Calle Salcedo No.62 San Francisco De Macorís. 31000

4.2.2. Soporte técnico

Empresa, System specialist, 575 West 183 Street New York NY. 10033

4.2.3. Manejo de sitios webs

Empresa, Brands SMF, Calle Salcedo No.62 San Francisco De Macorís. 31000

4.2.3. Producción de alimentos o artículos

Joanne R. Peña (Maestro Carpintero), Paso Redondo 25, 2112 Leslie Street Terrytown LA. 70056.

4.3. Áreas operativas del proyecto

4.3.1. Gerencia administrativa

Desarrollar, implementar, monitorear y revisar planes, procesos y sistemas tácticos y operativos, cumpliendo con los objetivos, criterios, políticas, procesos, presupuestos, fechas de entrega y otros requisitos de la empresa “Paso Redondo 25”.

4.3.2. Atención al cliente

Es la persona que se encarga de proporcionar a los usuarios información y soporte con relación a los productos o servicios que la empresa trabaja o comercializa. Además, es quien se encarga de canalizar las quejas, reclamos y sugerencias.

4.3.3. Ventas y gestión de pedidos

Este departamento es el que **procesa** las órdenes de venta que llegan a la empresa por teléfono, correo electrónico o sitio web. Comprueba cada pedido, asegurándose que los precios o descuentos estén bien y que los clientes han introducido sus datos de forma correcta. Incluso, el mismo se pone en contacto con los clientes para resolver cualquier duda o inconveniente, obteniendo cualquier información que haga falta.

4.3.4. Producción

Tiene como función principal la creación de los productos de la empresa. Transforman los insumos o recursos (energía, materia prima, mano de obra, capital, información,) en productos finales (bienes o servicios).

4.3.5. Facturación y cobros

Programar, ejecutar, controlar los procesos de Facturación y Cobranzas, con el propósito de garantizar la facturación, así como asegurar el cobro en cantidad y tiempo de los productos y servicios a los clientes. Verificar la emisión de las facturas presupuestadas.

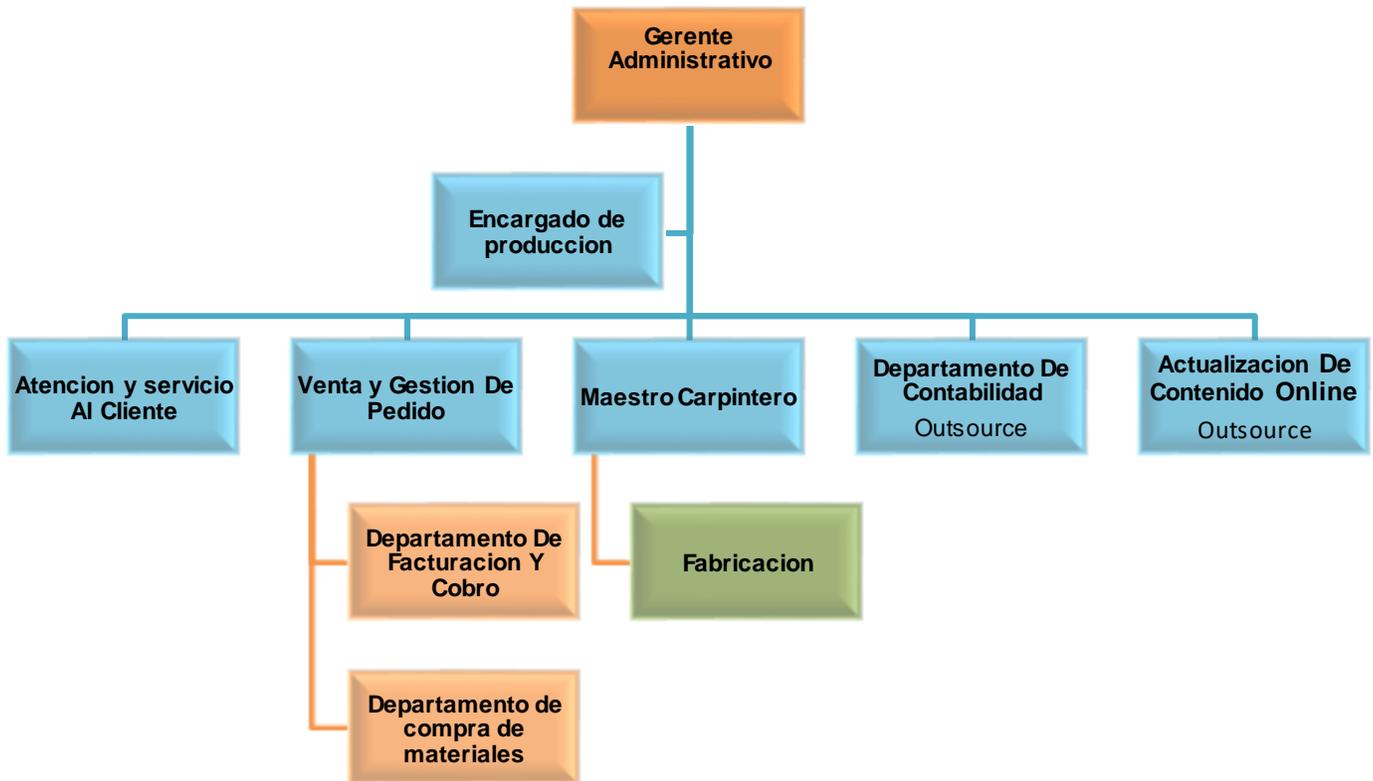
4.3.6. Contabilidad (outsource)

Tiene como objetivo principal definir, implementar e inspeccionar toda la normatividad y procedimientos relacionados con el área contable, esta información debe reflejar con exactitud la situación financiera de la empresa, de aquí radica la importancia del departamento contable.

4.3.7. Legal

La estructura o constitución legal de la empresa "Paso Redondo 25" es de forma "**Limited Liability Company (LLC)**": Según los términos de una LLC, no hay deudas que se acumulen a través de los miembros. Bajo una LLC, las características de una corporación y una sociedad o una asociación única están fusionadas.

4.4. Organigrama



4.5. Horario de trabajo y asistencia al cliente:

Los horarios establecidos para la asistencia al cliente por medio de la mensajería de (vía telefónica y whatsapp empresarial) será de 8:00 Am hasta las 6:00 Pm y a través de los de los sistemas automatizados (www.pasoredondo25.com, Facebook e instagram) será 24/7 los 365 días del año.

4.5.1. Políticas Generales de Paso Redondo 25

4.5.2. Política De Desarrollo Organizacional

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

Estructura Orgánica

1. La Administración deberá rediseñar y posteriormente mantener la estructura orgánica de la compañía enfocada hacia el cliente, orientada a satisfacer sus necesidades y al desarrollo de productos y servicios innovadores, acordes con los avances tecnológicos.

4.5.3. Política De Desarrollo Tecnológico

Fijar una dirección para la modernización de la plataforma tecnológica actual de la compañía, su crecimiento y desarrollo, y la incorporación de nuevos productos y servicios, en función de las tendencias tecnológicas y del mercado.

4.5.4. Política De Seguridad De Información

Proteger la información estratégica de la Compañía y normar sus niveles de acceso y confidencialidad.

4.5.5. Política Operacionales

Normar las actividades del área de operaciones, dentro de los lineamientos establecidos en el Plan Estratégico, para cumplir la misión y buscar alcanzar la visión.

Exposición de la política

1. La Gestión y Administración de Paso Redondo 25 opera 7x24, durante los 365 días del año.
2. En caso de desperfecto de fábrica se reembolsará el total del dinero.
3. En caso de mercancía extraviada o defectuosa por causa del traslado se reemplazará o se devolverá el monto total del costo del producto.

4.5.6. Política Del Negocio

Redefinir el portafolio de productos con orientación a la creación de valor satisfaciendo los requerimientos del mercado, optimizando la explotación de los recursos de la compañía, maximizando la rentabilidad y fomentando la innovación en servicios y su correspondiente comercialización.

4.5.7. Política De Atención Al Cliente

Crear, estructurar e implantar una eficaz y eficiente gestión de Servicio al cliente, que estimule y apalanque el desarrollo y crecimiento de la identidad corporativa y cultura de servicio dirigida al cliente.

4.5.8. Política De Mercadeo

Establecer políticas para comunicar, persuadir y recordar al cliente sobre los distintos productos y servicios disponibles.

4.5.9. Política Jurídica

Permitir a la compañía que los actos y hechos que se generen y tengan efectos jurídicos, cuenten con el soporte legal adecuado; y, a su administrador tener la debida asesoría legal al momento de tomar las decisiones en el ejercicio de sus funciones.

SECCION 5: ESTRUCTURA FINANCIERA

5.1. Plan de inversión

PLAN DE INVERSION PASO REDONDO 25

Descripción	Costo	Total
Ordenador de mesa o laptop	\$ 170.00	\$ 170.00
Impresora de inyector de tinta	\$ 250.00	\$ 420.00
Mobiliario de oficina	\$ 285.00	\$ 705.00
Dispositivo móvil o tablet	\$ 200.00	\$ 905.00
Aire acondicionado*	\$ 850.00	\$ 1,755.00
Hosting y dominio web	\$ 12.00	\$ 1,767.00
Software especializados	\$ 59.99	\$ 1,826.99
Soporte técnico	\$ 600.00	\$ 2,426.99
Diseñador grafico	\$ 4,200.00	\$ 6,626.99
Equipos y maquinarias*	\$ 2,000.00	\$ 8,626.99
Insumos y materiales	\$ 150.00	\$ 8,776.99
Materia prima*	\$ 1,000.00	\$ 9,776.99
Mercancía*	\$ -	\$ 9,776.99
Suministro electricidad	\$ 155.56	\$ 9,932.55
Servicios de data o internet	\$ 89.00	\$ 10,021.55
Embalaje o empaques	\$ 400.00	\$ 10,421.55
Servicios de envió	\$ 30.00	\$ 10,451.55
Total		\$ 10,451.55

5.2. Proyección de ventas a 12 meses

**PROYECCION DE VENTAS POR TEMPORADAS
PASO REDONDO 25**

Producto/Servicio	Precio Unitario	MES 1		MES 2		MES 3		MES 4	
		Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta
Mesa De Domino 36*36	\$ 450.00	7	\$ 3,150.00	8	\$ 3,600.00	6	\$ 2,700.00	12	\$ 5,400.00
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
Totales	\$ 450.00	7	\$ 3,150.00	8	\$ 3,600.00	6	\$ 2,700.00	12	\$ 5,400.00
Total de Ventas									\$ 15,300.00

Producto/Servicio	Precio Unitario	MES 5		MES 6		MES 7		MES 8	
		Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta
Mesa De Domino 36*36	\$ 450.00	10	\$ 4,500.00	11	\$ 4,950.00	9	\$ 4,050.00	10	\$ 4,500.00
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
Totales	\$ 450.00	10	\$ 4,500.00	11	\$ 4,950.00	9	\$ 4,050.00	10	\$ 4,500.00
Total de Ventas									\$ 18,450.00

Producto/Servicio	Precio Unitario	MES 9		MES 10		MES 11		MES 12	
		Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta
Mesa De Domino 36*36	\$ 450.00	8	\$ 3,600.00	7	\$ 3,150.00	10	\$ 4,500.00	16	\$ 7,200.00
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
Totales	\$ 450.00	8	\$ 3,600.00	7	\$ 3,150.00	10	\$ 4,500.00	16	\$ 7,200.00
Total de Ventas									\$ 18,900.00

<i>Primer cuatrimestre</i>	\$ 15,300.00
<i>Segundo cuatrimestre</i>	\$ 18,450.00
<i>Tercer cuatrimestre</i>	\$ 18,900.00
<i>Total proyección de ventas</i>	\$ <u>52,650.00</u>

5.3. Presupuesto plan de medios online mensual

PLAN DE MEDIOS ONLINE			
PASO REDONDO 25			
Contenido online	Cantidad	Costo	Importe total
Flyers		\$ -	\$ -
Videos		\$ -	\$ -
Tutoriales		\$ -	\$ -
Catálogos		\$ -	\$ -
Fotos		\$ -	\$ -
Artículos		\$ -	\$ -
Infomerciales		\$ -	\$ -
Publicidad en YouTube		\$ -	\$ -
Publicidad en redes sociales		\$ -	\$ -
Capsulas informativas		\$ -	\$ -
Plan explorador	1	\$ 350.00	\$ 350.00
Total		\$ 350.00	\$ 350.00
Propuesta de publicidad online.			
<p>La empresa "BRANDS SFM" ofrece combos de publicidad online; he optado por el plan explorador con un costo de \$350.00 dólares mensuales y el mismo consiste en (Manejo de dos (2) Redes Sociales, Fotografías, Copywriting, Diseño Gráfico, Investigación de Hast Tag, Calendarios de Publicaciones, (21) Post por Red Social, (15) Story, (4) Anuncios Publicitarios, Informe Mensual, Briefing, Campañas Publicitarias de Facebook ads y WhatsApp Business).</p>			
Observaciones			
<p>Las empresas online deben dar un mantenimiento diario o semanal en todos sus escenarios virtuales. Por tanto, deben contar con un presupuesto o plan de medios online calendarizado para poder controlar esos elementos.</p>			

5.4. Estado de flujo de efectivo mensual

ESTADO DE EFECTIVO PROFORMA			
PASO REDONDO 25			
Cuentas por cobrar			
Ventas al contado mensual	\$ 4,387.50		
Ventas a crédito mensual	\$ -		
Otros ingresos	\$ -		
Total cuentas por cobrar			\$ 4,387.50
Gastos Operacionales			
Servicio de luz eléctrica	\$ -	\$ 155.56	
Plan de teléfono fijo y móvil	\$ -	\$ 60.00	
Plan de internet fijo y móvil	\$ -	\$ 89.00	
Transporte	\$ -	\$ 60.00	
Otros	\$ -		
Total Gastos Operacionales			\$ 364.56
Costos Operacionales			
Hosting y dominio		\$ 1.00	
Software seguridad		\$ 4.99	
Software especializados		\$ -	
Diseño gráfico o contenido web		\$ 350.00	
Embalaje		\$ 33.33	
Envíos		\$ 30.00	
Otros		\$ -	
Total Costos Operativos			\$ 419.32
Préstamos o financiamientos			
Tarjeta de crédito		\$ -	
Prestamos independiente		\$ -	
Financiamiento bancario		\$ -	
Otros		\$ -	
Total Prestamos o financiamientos			\$ -
Total			\$ 3,603.62

5.5. Estado de resultado a 12 meses

ESTADO DE RESULTADO PROFORMA			
PASO REDONDO 25			
Ingresos por ventas anuales			
Mesa De Domino Personalizada 36*36	\$ 52,650.00		
	\$ -		
	\$ -		
Total de ingresos			\$ 52,650.00
Costos			
Costos directos		\$ 1,000.00	
Costos indirectos		\$ 2,800.00	
Costos fijos		\$ 1,362.55	
Costos variables		\$ 5,289.00	
Total costos			\$ 10,451.55
Intereses sobre préstamos o imp. Financiamientos bancarios		\$ -	
Tarjeta de crédito		\$ -	
Préstamos independientes		\$ -	
Impuestos (52,650.00 venta bruta * 11.45% impuesto)		\$ 6,028.43	
Total intereses o impuestos			\$ -
Ganancia o Pérdida Neta			\$ 36,170.02

CONCLUSIONES

Al momento de incursionar o iniciar un negocio online es preciso prepararse y utilizar todas las herramientas posibles de acuerdo el recurso del emprendedor en cuanto a los costos se refiere. 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 en gran escala, y permitir que los usuarios programen su propio consumo de contenido. Internet proporciona un modelo de muchos a muchos de las comunicaciones masivas que es único. 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.

BIBLIOGRAFIAS

- Luis Redondo Navarrete. (2017). Manual de Políticas Generales. 2020, de SILO.TIPS Sitio web: <https://silo.tips/download/manual-de-politicas-generales-pacifictel-sa>
- Robert Brandl. (2015). 5 plataformas de creación web para emprendedores. 2020, de Entrepreneur Sitio web: <https://www.entrepreneur.com/article/269057>
- Montse Peñarroya. (2010)¿Cómo hacer un resumen ejecutivo? 2020, de Blog de Montse Peñarroya Sitio web: <https://www.montsepenarroya.com/como-hacer-un-resumen-ejecutivo-para-un-plan-de-empresa/>
- 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/>
- Lic. Selvio Guzmán. (2014) ¿Qué Es Un Emprendedor Online y Cómo Es el Proceso de Prueba y Error? 2020, de Marketing y Redes Sociales Sitio web: <https://marketingenredessociales.blogspot.com/2014/02/que-es-un-emprendedor-online-proceso-de.html>

- 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/>
- Cárdenas, Guzmán, Sánchez & Vanegas. (2014). ¿Qué se crea al fomentar el emprendimiento? Los principales impactos de la formación en este campo. 2020, de Universidad & Empresa Sitio web: <https://revistas.urosario.edu.co/xml/1872/187243060009/html/index.html>
- 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/>

ANEXOS

Elaboración instrumento de medición o cuestionario en línea con 15 preguntas

1. Edad

- a. Menos de 20.
- b. De 21 a 25.
- c. De 26 a 45.
- d. Más de 45.

2. Nivel de ingresos

- a. Menos de USD\$ 1,000.00
- b. De USD\$ 1,000.00 a 1,500.00
- c. De USD\$ 1,500.00 a 2,000.00
- d. Más de USD\$ 2,000.00

3. Ocupación

- a. Ama de casa
- b. Empresario (a)
- c. Empleado público (a) o privado (a)

4. ¿Has comprado artículos o productos personalizados en tiendas online?

- a. Si.
- b. No.

5. Si tu respuesta es afirmativa, ¿Qué tipo de artículos o productos personalizados son los de tu preferencia?

- a. Artículos de madera.
- b. Artículos de plástico.
- c. Artículos de metal.
- d. Otros.

6. ¿Qué aspecto valora más en los artículos personalizados?

- a. Calidad.
- b. Precio.
- c. Presentación
- d. Tiempo de entrega.
- e. Otro

7. ¿Qué tipo de situación de insatisfacción ha experimentado en sus compras online de artículos personalizados?

- a. Mala calidad.
- b. Perdida del producto.
- c. Retraso en la entrega.
- d. Productos defectuosos o malas condiciones.
- e. Productos equivocados

8. ¿Cuál es tu mayor preocupación en el momento de compra de productos personalizados?

- a. Productos de mala calidad.
- b. Sobre precio.
- c. Extravió o perdida de producto.
- d. Otro.

9. ¿Con que frecuencia compra productos personalizados online?

- a. Varias veces al mes
- b. Una o dos veces al año.
- c. Otro.

10. ¿A través de que medio virtual te gusta realizar compras online?

- a. Página web.
- b. Redes sociales.
- c. WhatsApp.

11. ¿Qué formato de presentación es de su preferencia al comprar online?

- a. Fotos del artículo personalizado.
- b. Videos del proceso.
- c. Catálogos.

12. ¿Qué aspectos considera de mayor importancia en la atención virtual?

- a. Atención inmediata.
- b. Información confiable.
- c. Buen trato.
- d. Asesoría.
- e. Otro.

13. ¿Qué tipo de oferta les gustaría ver en su tienda de artículos personalizados virtual?

- a. Rebajas o descuentos por temporada.
- b. Concursos.
- c. Rebajas y descuentos por compra al por mayor.
- d. Otro

14. ¿Cómo prefiera realizar sus pagos?

- a. Depósito bancario.
- b. Tarjeta de crédito o débito.
- c. Transferencia bancaria.
- d. Otro

15. ¿Estaría dispuesta (o) a comprar artículos personalizados locamente?

- a. Si.
- b. No.