

Carreras: Administración de Empresas y Mercadeo

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

Proyecto:

FRIME Wireless Solutions

Autora:

Danirys Dahiana Rodríguez Lora

Facilitadores Acompañantes:

Jorge Mena

Julio Angel García

Eliana Campos

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

TABLA DE CONTENIDO	
RESUMEN EJECUTIVO	6
INTRODUCCIÓN	7
INTRODUCCIÓN O ASPECTOS PRELIMINARES DEL PROYECTO.....	7
Antecedentes del sector.....	7
Planteamiento del problema o necesidades identificadas en el mercado.	9
Objetivo general	9
Objetivos específicos.	10
Importancia del proyecto.....	10
Aspecto Profesional.....	10
Aspecto personal	10
Aspecto social.....	10
Justificación	11
Metodología.	11
Técnicas utilizadas:	11
Métodos de recolección:	11
Delimitación del Proyecto.	12
Limitaciones del proyecto.	12
SECCIÓN I: ESTRUCTURA IDEOLÓGICA DEL PROYECTO.	15
1.1 Descripción de la empresa.....	15
1.2 Imagen Corporativa o Brand Kit.	15
1.2.1 Logo e Isotipo.....	15
1.2.2 Eslogan.	15
1.2.3 Colores.....	15
1.2.4 Tipografías.....	16
1.3 Filosofía de negocios.....	16
1.3.1 Misión.....	16
1.3.2 Visión.....	16
1.3.3 Valores.	16
1.4 Ventajas competitivas.....	16
1.4.1 Valor agregado.	16
1.4.2 Estrategias de diferenciación.	16

SECCIÓN 2: ESCTRUCTURA DEL ENTORNO.....	18
2.1 Análisis FODA del Proyecto.....	18
2.2 Análisis de la competencia.....	18
2.2.1 Principales competidores.....	18
2.3 Fortalezas y debilidades de la competencia.....	19
2.3.1 Fortalezas de la competencia.....	19
2.3.2 Debilidades de la competencia.....	19
2.4 Análisis de la demanda o consumidores.....	19
Análisis y presentación de los resultados de la encuesta.....	20
SECCIÓN II: ESTRUCTURA MERCADOLÓGICA.....	28
3.1 Mercado Meta.....	28
3.1.1 Avatar de cliente.....	28
3.1.2 Principales necesidades o deseos y expectativas.....	28
3.1.3 Estrategias de producto.....	28
3.2 Descripción del producto o servicio.....	28
3.2.1 Características.....	29
3.2.2 Garantía.....	29
3.2.3 Beneficios.....	29
3.2.4 Ventajas.....	29
3.2.5 Valor agregado.....	29
3.3 Estrategias de precios.....	30
3.3.1 Costo o inversión de producción o adquisición.....	30
3.3.2 Margen de beneficios.....	30
3.3.3 Precio de venta.....	30
3.3.4 Precios promocionales.....	30
3.3.5 Formatos de pago.....	30
3.4 Manejo de devoluciones.....	31
3.4.1 Punto de distribución online.....	31
3.4.2 Punto de distribución física.....	31
3.5 Estrategias de comunicación.....	31
3.5.1 Tácticas promocionales.....	31
3.5.2Tácticas publicitarias promocionales.....	31
3.5.3Tácticas promocionales de medios.....	32

3.5.4 Tácticas de ventas	32
3.5.5 Tácticas de relaciones públicas.....	32
SECCIÓN IV. ESTRUCTURA TÉCNICA	33
4.1 Principales socios claves del proyecto.....	33
4.1.2 Accionistas o inversionistas.....	33
4.1.3 Proveedores	34
4.1.4 Suplidores	34
4.1.5 Plataformas online	34
4.2 Asesores o especialistas de producción y Operaciones	34
4.2.1 Diseño gráfico.....	34
4.2.2 Soporte técnico	34
4.2.3 Manejo de sitios web.....	35
4.3 Áreas operativas del proyecto	35
4.3.1 Gerencia administrativa.....	35
4.3.2 Atención al cliente	35
4.3.3 Ventas.....	35
4.3.4 Gestión de Pedidos.....	35
4.3.5 Facturación.....	36
4.3.6 Cobros.....	36
4.3.7 Contabilidad	36
4.3.8 Legal	37
4.3.9 Compras.....	37
4.3.10 Control de inventario.....	38
4.4.11 Actualización de contenidos online	38
4.4 Organigrama	39
4.5 Horario de trabajo y asistencia al cliente.....	40
4.6 Políticas operativas del negocio.....	40
4.7 Normas laborales	41
SECCIÓN V: ESTRUCTURA FINANCIERA.....	42
5.1 Plan de inversión.....	42
5.2 Proyección de Ventas	43
5.3 Plan de Medios Online	46
5.4 Estado de Resultado Proforma	48

CONCLUSIONES	50
ANEXOS	52
CUESTIONARIO	52
APÉNDICE.....	55

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación se desarrolla debido a la alta demanda en servicios informáticos que se ha producido en el país y el mundo, así como la necesidad de adquirir equipos tecnológicos de calidad, no solo para las grandes empresas, sino que, por el nuevo estilo de vida, en una era completamente digital, donde todos nos hemos visto en la necesidad de digitalizarnos para estudiar, trabajar y desarrollar proyectos a raíz de la pandemia que estamos viviendo por Covid-19, es necesario llevar a los clientes todos los servicios informáticos de manera online, desde la venta de equipos y accesorios tecnológicos, hasta reparación, asistencia y asesoría online.

FRIME Wireless Solutions es una empresa cuya finalidad principal es ofrecer todo tipo de servicios Informáticos de alta calidad y Soporte online. Su punto de partida inicia ofreciendo sus servicios en la ciudad de Bonaó, y extendernos a nivel nacional posicionándonos como marca líder en el mercado.

La idea de FRIME WS surge de la pasión de jóvenes por la infotecnología y el deseo de servir a la población Bonaense con tecnología de calidad y a un precio asequible para todos. En Bonaó contamos con varias tiendas que ofrecen servicios tecnológicos, pero no cuentan con una tienda virtual que los ayude, los asesore bien y que se acomode al bolsillo del cliente, es por eso que nos proponemos llegar al corazón de nuestros clientes ofreciéndole una solución para cada necesidad, a nivel informático, combinando lo funcional y lo rentable.

Nuestra empresa puede alcanzar a todo tipo de clientes con necesidades tecnológicas, pero nuestro mercado meta está dirigido a personas de 18 a 40 años, estudiantes, emprendedores, trabajadores informales que requieran servicios informáticos y empresarios.

El presente trabajo de investigación está orientado a conocer las tendencias y la frecuencia de compra de los posibles clientes, con la finalidad de satisfacer la demanda de los mismos. En el presente proyecto se incluye el marco teórico y el marco legal que facilitará la comprensión del lector, además se establecen las herramientas que se utilizaron en la investigación. Finalmente, se establece el financiero, definiendo la estructura organizacional y administrativa, sobre la cual se va a manejar la empresa, mostrando la inversión a realizar para la puesta en marcha de la misma. Después de la propuesta se podrán leer las conclusiones como resultado del trabajo de investigación realizado, como un negocio estable, así que sea rentable para la persona que invierta en el mismo.

Esta empresa venderá equipos tecnológicos en general. Desde computadoras, cámaras de seguridad, tabletas, celulares, bocinas bluetooth, así como todos los accesorios de los mismos. Además, ofrecemos la reparación, mantenimiento e instalación. Contamos con soportes técnicos debidamente capacitados para brindarles un servicio con la mejor calidad. De la misma manera, ofrecemos asesoría y asistencia vía remota.

INTRODUCCIÓN

FRIME Wireless Solutions es una empresa dedicada a la venta de equipos tecnológicos en general, así como la reparación, instalación y mantenimiento de las mismas. Ofrecemos servicios de asesoría y asistencia remota, las 24 horas, los 7 días de la semana.

El siguiente trabajo se basa en poder desarrollar un modelo de negocio que permita comercializar equipos tecnológicos de primera calidad, así como los servicios relacionados a los mismos, llegando a cada persona que tenga estas necesidades, a través de sus dispositivos electrónicos, quitando las limitaciones de tiempo y distancia.

Con la finalidad de alcanzar este propósito, se empezará con un análisis de los diferentes equipos tecnológicos contando la propuesta de valor para la marca e introduciendo cada negocio del grupo empresarial. Así, a continuación, se podrá pasar al análisis de los distintos grupos estratégicos, al análisis estratégico y al análisis de la competencia. Y con esta información, finalmente, se podrán definir marketing respecto a lo que refiere, el sistema de logística utilizado y el proceso de internacionalización.

INTRODUCCIÓN O ASPECTOS PRELIMINARES DEL PROYECTO.

Antecedentes del sector

La comunicación es una necesidad y algo que está presente en la vida del ser humano desde los tiempos más remotos. Intercambiar informaciones y proyectos, registrar datos, expresar ideas y emociones, son factores que han contribuido e influenciado en las

distintas formas de comunicarse. Así, con el paso del tiempo, las personas fueron perfeccionando su capacidad de relacionarse y de cooperar entre sí.

En este sentido, conforme nuevas necesidades fueron surgiendo, los grupos humanos fueron perfeccionando sus respectivas capacidades racionales para desenvolverse y utilizar nuevos procedimientos y mecanismos al servicio de la comunicación. Se entiende tecnología, todo aquello que permite evolucionar, mejorar, y/o simplificar, en suma, todo proceso o método o procedimiento de perfeccionamiento.

La humanidad sin duda ya ha pasado por diversas fases tecnológicas, y es un error asociar este fenómeno únicamente a la denominada última generación, ámbito sí de lo que podríamos llamar tecnología de punta.

Los desarrollos tecnológicos más interesantes en relación a información y comunicación, han surgido en la era moderna, facilitando la educación a través de la inclusión digital con la inserción de computadoras en las escuelas, facilitando el perfeccionamiento y uso de la tecnología por parte de los alumnos de todos los niveles, haciendo común y corriente la búsqueda de informaciones y la realización de múltiples tareas de utilidad en todas las dimensiones de la vida humana, capacitando a profesores y maestros de todos los niveles a través de la creación de redes y comunidades virtuales.

En relación a este enfoque, sin duda «los computadores son los grandes responsables de este proceso. Los sistemas de información en las empresas no pueden ser introducidos, así como así, sino que requieren estudios a nivel del abordaje gerencial y estratégico, junto al análisis de impacto por la disponibilidad de informaciones de mejor calidad y mayor implicación.» (Kroenke, 1992, y Laundon, 1999).

Existe una tendencia cada vez más acentuada, en relación a la adopción de las tecnologías de información y comunicación no solamente en las instituciones educativas, sino también y preferentemente en empresas de diversas áreas, particularmente luego de la diseminación de equipos digitales de pequeño porte y costo en el cotidiano contemporáneo. Hay una variedad muy grande de informaciones para las que el tratamiento digital ofrece con ventajas: imágenes, sonidos, movimientos, representaciones manipulables de datos y sistemas (simulaciones), todo esto integrado e inmediatamente disponible, lo que ofrece un nuevo marco de fuentes de contenidos.

Actualmente, los sistemas de información y las redes de computadoras desempeñan un rol importante en la comunicación corporativa, ya que a través de esas herramientas y de esos mecanismos, se pueden llegar a superar las barreras antes señaladas. Según Pierre Lévy (1999), nuevas maneras de pensar y de convivir están siendo elaboradas y desarrolladas en el ámbito de las telecomunicaciones y de la informática. Las relaciones entre las personas, el trabajo, incluso la propia inteligencia individual o colectiva, dependen en verdad, del desarrollo y cambio incesantes de los dispositivos digitales de uso masivo de todo tipo. Tanto la escritura, como la lectura, las ilustraciones, los registros

y reproducciones de audio, la creación, y también el propio aprendizaje, son asaltados y transformados en relativamente poco tiempo por una informática y una tecnología cada vez más avanzadas.

Planteamiento del problema o necesidades identificadas en el mercado.

El principal problema de nuestro mercado local ha sido desde hace muchos años, el que las empresas locales no han mantenido un buen equilibrio entre lo rentable y lo funcional, es decir, te venden un equipo a un precio bastante alto y que no te hace la función que necesitas y los que hacen la función que necesitas te lo venden a un precio prácticamente inexequible, solamente aquellos que puedan hacer una gran inversión pueden conseguirlo.

Además, no hay una empresa en la ciudad que opere de manera virtual y que tenga un alcance a nivel nacional, sumándole también la asesoría tanto local, nacional e internacional.

Buscar la satisfacción de cliente debe ser prioridad y encaminar hacia lo que el consumidor busca debe de ser el primer enfoque, crear precios que se ajusten al cliente a la hora de comprar, aparte de brindar innovaciones en pro del mejoramiento del desempeño tecnológico, no solo van encaminadas que la tienda se posicione en un gran auge, sino que también, van dirigidas a los aficionados quienes son percibidos como potenciales compradores, de no ser llevadas a cabo el precio y la funcionalidad seguirían siendo el problema principal para que la tienda online decaiga y no se reconozca como fascinante e innovadora.

Objetivo general

Desarrollar un plan de negocio mediante productos y servicios informáticos donde quede planteado un modelo empresarial online que pueda integrar la competitividad en la industria de la tecnología de la información y logremos posicionarnos como marca nacional en la preferencia de los consumidores.

Objetivos específicos.

- Identificar qué factores son los de primordial importancia para el cliente al momento de efectuar una decisión de compra en el mercado online.
- Especificar que producto y/o servicio, para así determinar eficazmente cuales son las características del negocio en línea.
- Establecer una estructura de gestión basada en relaciones de confianza y de transparencia sobre toda la red de valor.
- Identificar el valor agregado y el factor de competitividad que me va a diferenciar de la competencia.

Importancia del proyecto.

La importancia de este proyecto, denominado FRIME Wireless Solutions, es que viene a traerle a la comunidad un nuevo concepto o una nueva forma de ver los servicios tecnológicos profesionales, es decir, se ofrecen servicios profesionales, servicios experimentados, a todo tipo de personas, sin importar su rango social, le ofrecemos la calidad y garantía a las empresas y a las compañías que pagan millones por ella, a un precio que es exequible para todos.

Aspecto Profesional

Este proyecto nos beneficia a todos los involucrados, porque nos ayuda a crecer personal y profesionalmente. Nos ayuda a conocer y adquirir las herramientas para poder emprender y realizar el proyecto que deseamos de manera efectiva y duradera.

Aspecto personal

Desde el punto de vista personal, trabajar en tu propio proyecto nos ayuda a comprender mejor el estado del mismo, también nos da la seguridad de ingresos, y como mencioné más arriba, nos ayuda a crecer como persona y sentirnos realizados.

Aspecto social

Tenemos el compromiso de ofrecerle a los clientes un excelente servicio, y satisfacer sus necesidades creando posibles soluciones, de la misma manera que podemos combinar lo funcional con lo rentable, sin afectar la calidad ni el bolsillo del cliente.

Justificación

Con la idea de crear esta empresa, se busca satisfacer una necesidad que permita generar un negocio rentable, se escogió el sector tecnología con miras mejorar la accesibilidad de las personas al momento de comprar o adquirir los equipos y/o productos adecuados para las actividades que desean realizar, debido a que la variedad en diseño y precio es alta, pero en cuanto a funcionalidad no lo es. Las diferentes redes sociales facilitan la forma de dar a conocer los diferentes productos y servicios que se van a ofrecer por lo que representan una gran ayuda a la hora de atraer clientes. “Con poca inversión es posible un gran impacto en los clientes.

Metodología.

El presente trabajo de grado busca crear empresa a partir de la comercialización de productos y servicios informáticos online en República Dominicana.

El proceso de creación de la empresa se realizará en un orden cronológico de acuerdo a los objetivos planteados y dicho orden se describe a continuación:

- Búsqueda de información, se extraerá diferente información de internet, libros, artículos con antecedentes sobre la indumentaria deportiva y su situación actual en el mercado,

Técnicas utilizadas:

La observación, entrevista y consultas de informaciones relacionadas al proyecto, estudio de estrategias de comunicación y comercialización de los productos para asegurar su viabilidad en el mercado.

Métodos de recolección:

- Método juego el cual nos ayuda de una manera más precisa a entender que buscamos, que queremos crear y asía donde queremos enfocarnos.
- Método a utilizar es el Canva Board las cuales nos ayudan de una manera más específica cual es la idea de nuestro negocio, cual es nuestro posible socio, canales de distribución utilizamos la relación con el cliente y los recursos claves que nos ayudarían para implementación del proyecto.

Delimitación del Proyecto.

A nivel de tecnología, ofrecemos todo tipo de soluciones. Nuestro modo Operando actual es vía recomendación (boca en boca), es decir, un cliente nuestro nos recomienda con alguna persona de su círculo y eso va siguiendo la cadena de los trabajos que realizamos. Estos nuevos clientes se vuelven partes de nuestros contactos a los cuales tienen acceso a las ofertas que nosotros promocionamos vía redes sociales y tienen acceso de manera individual a ofertas de equipos exclusivos que ellos en algún momento nos solicitan.

FRIME se enfoca en brindar una solución al cliente. Si un cliente viene con un problema y no tenemos la solución inmediatamente, te pedimos tiempo en lo que buscamos, y en algunos casos, creamos una solución.

El tiempo estimado para la realización de este proyecto será alrededor de 4 meses del año 2020, es decir será consumado en un cuatrimestre.

Nuestros productos serán comercializados y promocionados a través de nuestro sitio web y redes sociales, las formas de envíos serán a través de FedEx Express., Vimenpaq, Caribe tours. Nuestra tienda estará Ubicada en Bonao RD, sector los héroes #123.

Limitaciones del proyecto.

Nuestra principal limitación actualmente es el capital. Los principales socios trabajan a nivel de servicios técnicos, y la mayoría de las ganancias se quedan en FRIME, específicamente el 90% de las ganancias. Ya que estamos enfocados en hacer crecer la empresa. Las ganancias que generan los servicios ofrecidos son invertidas en la adquisición de productos que luego son vendidos, mediante promociones, o porque los clientes lo hayan solicitado.

Modelo de negocios Canva Board

<p>Socios Claves</p> <ul style="list-style-type: none"> - Técnicos informáticos - Suplidores - Distribuidores - Plataformas digitales - Soportes técnicos 	<p>Actividades Claves</p> <ul style="list-style-type: none"> - Negociación, publicidad - Plataforma red, distribución masiva. - Desarrollo Software, WordPress. - Intermediarios, socios 	<p>Propuesta de Valor</p> <ul style="list-style-type: none"> - Asistencia pre y postventa mediante la misma. - Venta de productos y servicios informáticos ON-LINE - Posibilidad de visualizar todas nuestras mercancías en las distintas páginas (comodidad). - Comparar servicios y precios con otras empresas. - Sistemas de Pagos ON-LINE - 10% de descuento en mercancías específicas. - Entrega en tiempo récord. - Blog informativo en donde se expondrán tendencias y artículos interesantes para nuestros compradores 	<p>Relaciones con los clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Por un lado, la relación con las empresas a las cuales les venderemos y/o le ofreceremos servicios, se realizará de forma directa, contactaremos con las empresas a través de e-mails o en forma de reuniones virtuales. - En cuanto al consumidor final al cual vendemos los equipos y/o servicios informáticos, les brindamos un servicio rápido y eficaz, así como una relación familiar y profesional. Atenderle a través de un experto, vía on-line, (chat, videos llamadas...) si necesita alguna accesoría.
<p>Segmentación de Cliente</p> <p>Para todo tipo de empresas que requiera servicios o productos informáticos.</p> <p>Para personas entre 12 y 70 años, sin distinción de sexo, profesión u ocupación.</p>	<p>Recursos Claves</p> <ul style="list-style-type: none"> - Suplidores - Clientes - Redes sociales (WhatsApp business, Instagram, Facebook). - Envíos (IMPOSDOM, Vimenpaq, Caribe pack). - Tecnología de primera 		
<p>Canales de distribución</p> <p>Al ser una tienda online, las estrategias para las ventas es la exhibición de los productos en todas las plataformas online y redes sociales.</p> <p>Canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Páginas web. - Anuncios en YouTube. 			

Estructura de Coste

Mantenimiento:

- Mantenimiento. de softwares.
- Antivirus.

Envíos:

- Empaquetado.
- Envíos.
- Gestor de correos.

Publicidad:

- Páginas webs
- Redes sociales.
- Diarios y revistas.

Administración:

- Pago de suplidores.
- Diseñadores gráficos.

Operación:

- Mantenimiento de comisión.
- Medios de pagos.
- Materiales de oficina.

Fuentes de ingreso

- Redes sociales
- Página Web.
- EBay
- Ventas físicas
- Servicios

SECCIÓN I: ESTRUCTURA IDEOLÓGICA DEL PROYECTO.

1.1 Descripción de la empresa.

Somos una empresa en desarrollo que ofrece servicios tecnológicos de alta calidad, como venta, reparación, mantenimiento e instalación de equipos tecnológicos, así como asistencia y asesoría remota online, brindando a sus clientes soluciones que se adaptan a cada necesidad. Buscamos crear una cultura de actualización y ponemos a su disposición todo tipo de equipos inalámbricos, haciéndolos parte de una sociedad innovadora.

1.2 Imagen Corporativa o Brand Kit.

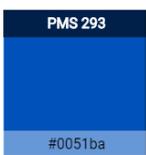
1.2.1 Logo e Isotipo.



1.2.2 Eslogan.

“Creando soluciones para cada necesidad.”

1.2.3 Colores.

- Azul 
- Negro 
- Blanco 

1.2.4 Tipografías.

- Lora
- Kilsonbourg

1.3 Filosofía de negocios.

1.3.1 Misión.

Buscamos brindarle todo tipo de servicios informáticos, creando soluciones viables ante cada necesidad de nuestros clientes, ofreciendo los equipos tecnológicos más innovadores del mercado y creando una cultura de actualización en nuestra sociedad.

1.3.2 Visión.

Ser la empresa líder en innovación, soluciones y variedad en productos y servicios. Ser reconocida por la calidad humana y profesional de nuestra gente y por mantener el perfecto equilibrio entre lo rentable y lo funcional.

1.3.3 Valores.

Estamos comprometidas en ofrecerles:

- Responsabilidad
- Sinceridad
- Empatía
- Gratitud
- Humildad
- Solidaridad
- Confianza
- Confianza
- Transparencia
- Integridad
- Pasión
- Perseverancia.

1.4 Ventajas competitivas.

1.4.1 Valor agregado.

- Entrega a la puerta de tu casa.
- Publicación de Blog de informaciones generales educativas y artículos relacionados para nuestros clientes.

1.4.2 Estrategias de diferenciación.

La implementación de estrategias para ser diferenciados de la competencia es:

- Servicio de asesoría
- Entrega en 24 horas
- Opciones de pagos
- Precios ajustados a la comodidad
- Fiabilidad
- Comodidad

SECCIÓN 2: ESCTRUCTURA DEL ENTORNO.

2.1 Análisis FODA del Proyecto

Fortalezas.

- Sistema innovador y personalizado en nuestros diseños.
- Variedad en todo tipo de producto.
- Excelente calidad de los productos y servicios ofrecidos.
- Nuestra segmentación es muy amplia, lo que supone menos limitante al momento de conectar con el público.

Oportunidades

- Nuevos productos que abarquen nuevos clientes.
- Incrementar los ingresos con promociones en eventos y ferias tecnológicas que se realicen.
- lanzar nuestros productos atreves de la web e incrementar el valor y la experiencia.
- Ofrecer soluciones para cada necesidad de los clientes.

Debilidades

- Es una empresa que esta nueva en el mercado.
- Solo comercializa producto a nivel nacional.
- Falta de credibilidad por partes de consumidores que no han experimentado las compras por internet.

Amenazas.

- Alto número de mercados con el mismo objetivo social.
- Vulnerabilidad ante marcas que tienen un buen tiempo en el mercado.
- Confrontación de marcas a la hora de realizar la publicidad.

2.2 Análisis de la competencia

2.2.1 Principales competidores

Fernández Home Office & Network Solutions: Es una empresa líder en el mercado nacional, tiene socios en todo el país.

C&L Sistemas: Al igual que F.H.O.N.S. C y L Sistemas surge de la idea de jóvenes emprendedores de la provincia Monseñor Nouel y del pueblo de Bonaó. Como empresas destinadas a diferentes ramas de las telecomunicaciones desde temprana edad decidieron asociarse para así ampliar la cartera de productos y servicios logrando brindar a sus clientes una cobertura prácticamente del 100% de todas las necesidades en Tecnología de la Información.

Tecno Compu: Ofrece básicamente los mismos servicios que C&L Sistemas, también es una empresa que tiene varios años en Bonaó y están muy bien establecida.

2.3 Fortalezas y debilidades de la competencia

2.3.1 Fortalezas de la competencia

- La manera en que su (logo) ha quedado grabado en la mente del consumidor nacional.
- Excelente calidad de servicio que hace que sea una empresa de gran prestigio.
- Marca bien posicionada a nivel local.
- Es una de las empresas líder a nivel local.

2.3.2 Debilidades de la competencia

- Limitaciones en variedad de productos.
- Limitaciones en servicios remotos/ online.
- Precios elevados.
- Dependencia de proveedores externos.
- Venden a un precio más bajo los productos similares.

2.4 Análisis de la demanda o consumidores

La encuesta se realizó con el objetivo de conocer el comportamiento del mercado de la tecnología de la información actualmente, se realizó una encuesta donde las preguntas se relacionan a los hábitos informáticos de las personas y su interés en los productos relacionados al mercado de estudio. Como muestra se tomó a diferentes personas que viven en las localidades de Bonaó y algunas personas de otras localidades de forma general para abarcar la ciudad. La encuesta se diseñó en googleform para que su forma de distribución fuera lo más sencilla posible y de este modo alcanzar a un público amplio

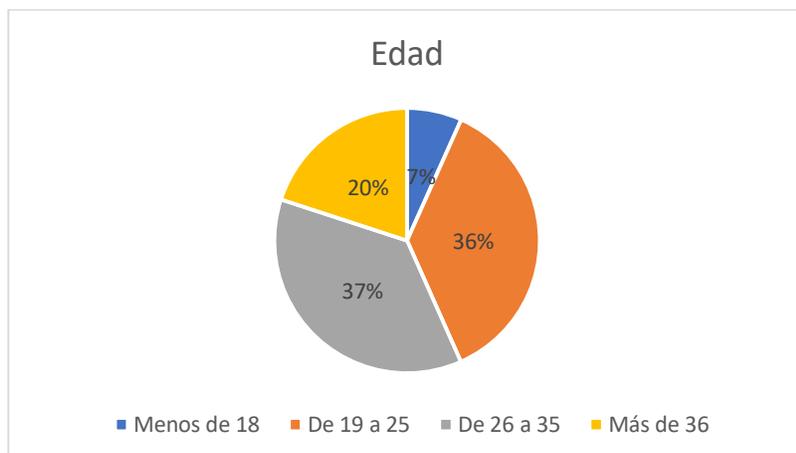
con simplemente enviar el link donde los usuarios pueden ingresar y contestar desde su teléfono móvil tomándoles muy poco tiempo y esfuerzo.

Análisis y presentación de los resultados de la encuesta

Resultados de la encuesta realizada a una muestra de 30 personas en la ciudad de Bonaó.

1. Edad.

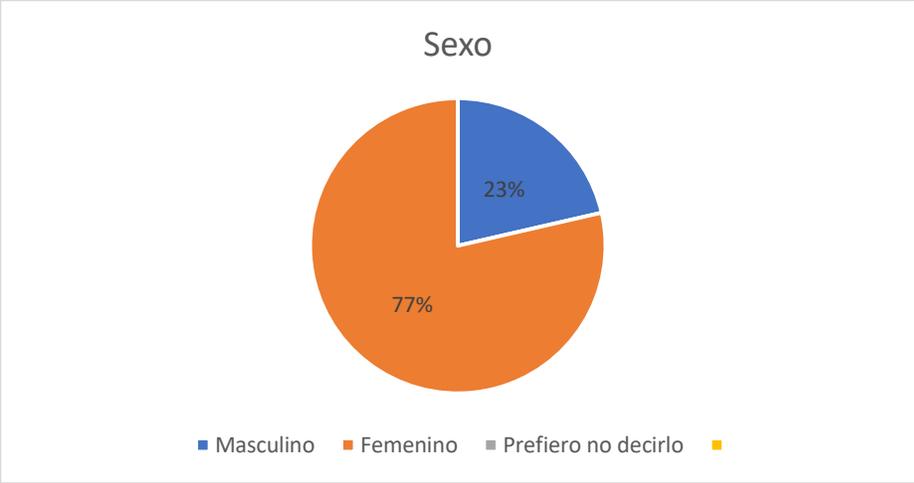
Edad	Frecuencia	Cantidad
Menor de 18	7%	2
De 19 a 25	36%	11
De 26 a 35	37%	11
De 36-o mas	20%	6



Análisis: Los posibles clientes en esta encuesta representan 39% de la muestra con edad de 19 a 25 años, 26 a 35 con un 32% y menos de 18 con 7% se trató de verificar el margen de edades entre las personas que les interesa utilizar nuestros servicios tecnológicos.

2. Sexo

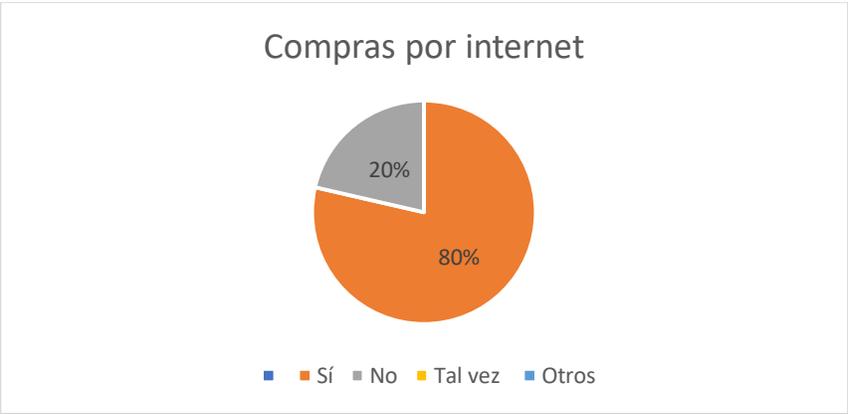
Sexo	Frecuencia	Cantidad
Hombre	23.3%	7
Mujer	76.7%	23



Análisis: La gran mayoría de la muestra con un 79% son mujeres, mientras que un 21% son hombres, de los encuestados en la Ciudad de Bonao.

3. ¿Alguna vez has realizado compras por internet?

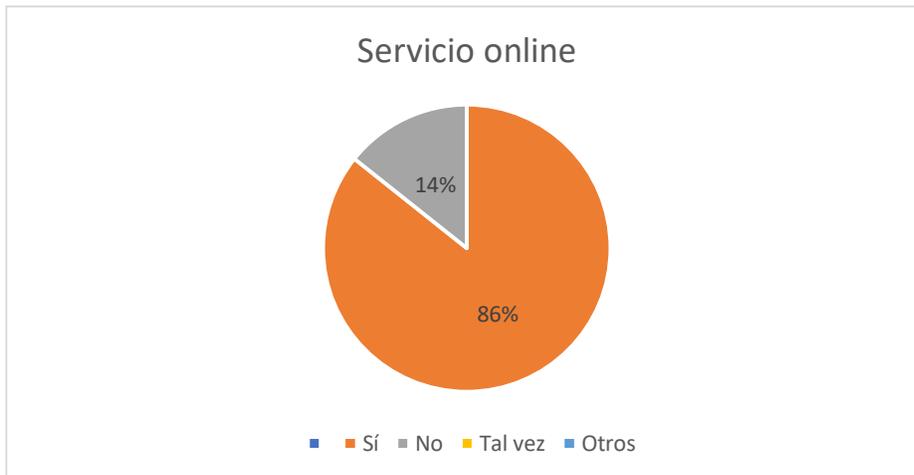
Compras por internet	Frecuencia	Cantidad
Sí	80%	24
No	20%	6
Tal vez	0%	0



Análisis La mayoría de los encuestados utilizan con mayor frecuencia las compras por internet con un margen de 79% y 21% no ha realizado compras en línea.

4. ¿Alguna vez has recibido un servicio online?

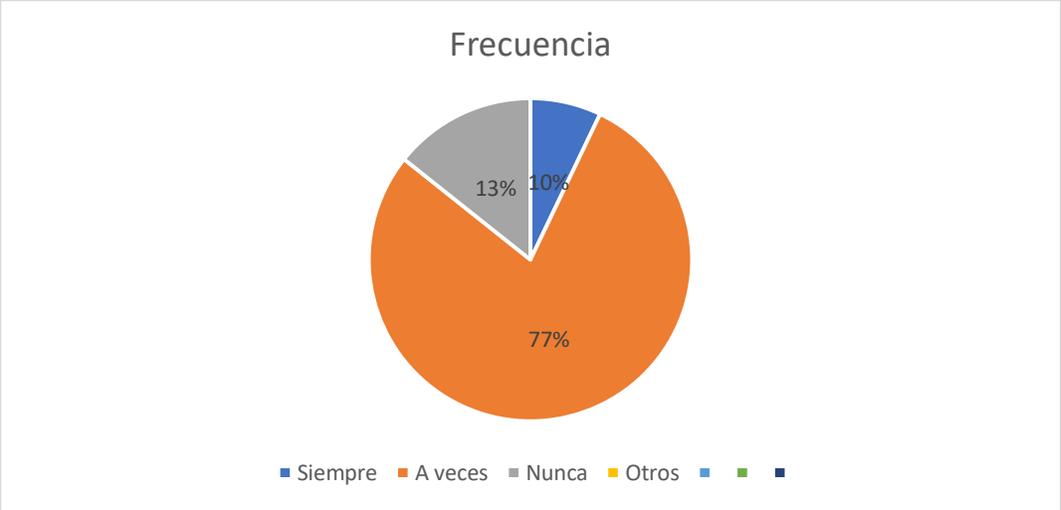
Servicios online	Frecuencia	Cantidad
Sí	86.7%	26
No	13.3%	4
Tal vez	0%	0



Análisis: La mayoría de los encuestados han recibido algún servicio online con un margen de 86% y 14% dice no haber recibido ningún servicio en línea.

5. Si tu respuesta es sí, ¿con qué frecuencia compras en línea?

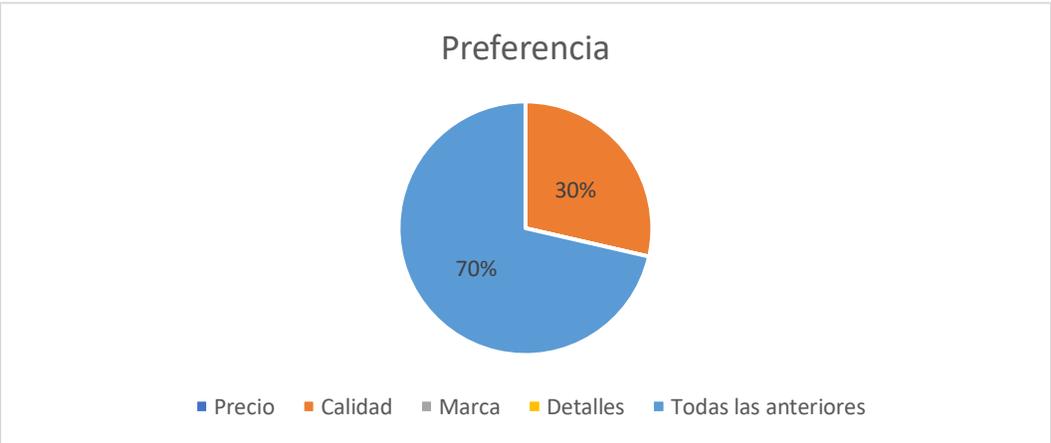
Frecuencia de compras	Frecuencia	Cantidad
Siempre	10%	3
A veces	76.7%	23
Nunca	13.3%	4



Análisis: Se puede afirmar que el 14% de la población encuestada realiza compras por internet con frecuencia, el 79% utiliza las compras con menor frecuencia y el 14% dice no utilizar este tipo de servicio.

6. Al momento de comprar, ¿qué prefieres?

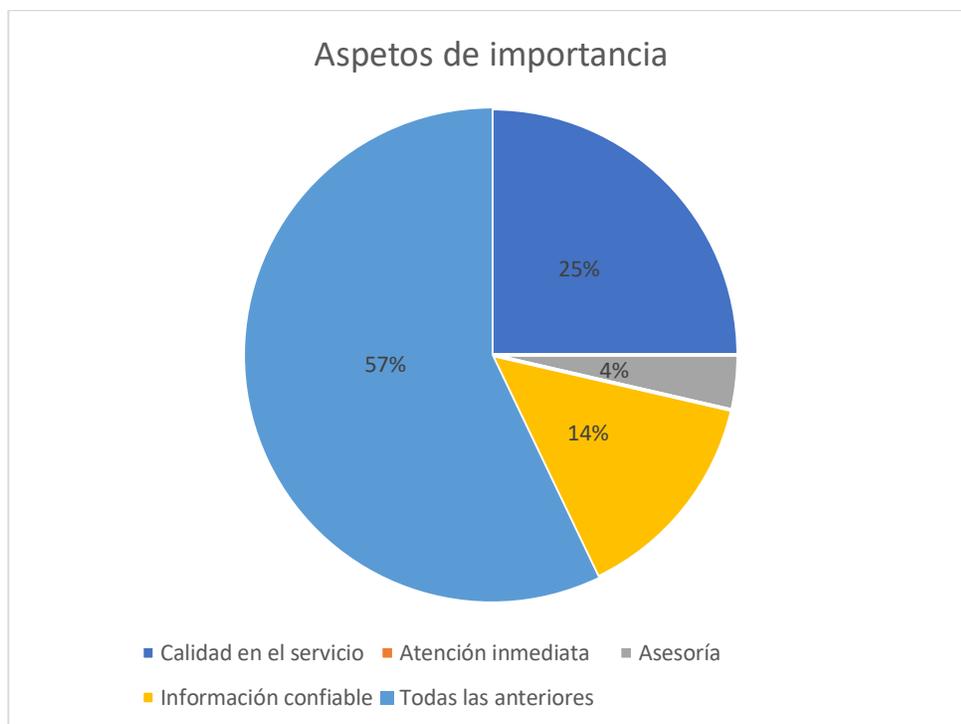
Preferencia	Frecuencia	Cantidad
Precio	0%	0
Calidad	30%	9
Marca	0%	0
Detalles	0%	0
Todas las anteriores	70%	21



Análisis: El resumen de la gráfica muestra una clara preferencia por la calidad con un 30%, sin embargo, la mayoría de la población estuvieron de acuerdo en que prefieren todas las opciones con un 70%.

7. ¿Qué aspectos consideras de mayor importancia en la atención virtual?

Aspecto de importancia	Frecuencia	Cantidad
Calidad en el servicio	23.3%	7
Atención inmediata	0%	0
Asesoría	3.3%	1
Información confiable	16.7%	5
Todas las anteriores	56.7%	17

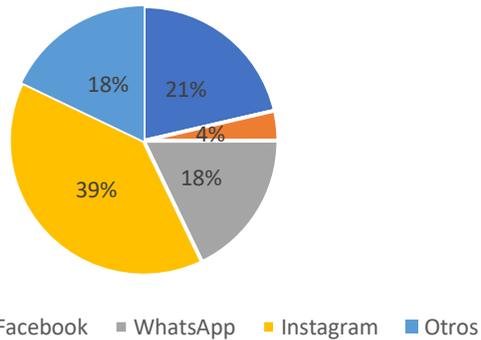


Análisis: el resultado de la encuesta muestra que el 25% de la población Bonaense prefiere calidad en el servicio, un 14% información confiable, el 4% prefiere asesoría, mientras que la mayoría con un 57% están de acuerdo en que prefieren todas las opciones.

8. De las siguientes plataformas, ¿cuál le resulta mejor para realizar sus compras?

Medios de compras virtual	Frecuencia	Cantidad
Página web	20%	6
Facebook	6.6%	2
WhatsApp	16.7%	5
Instagram	40%	12
Otros	16.7%	5

Medios de compras virtual

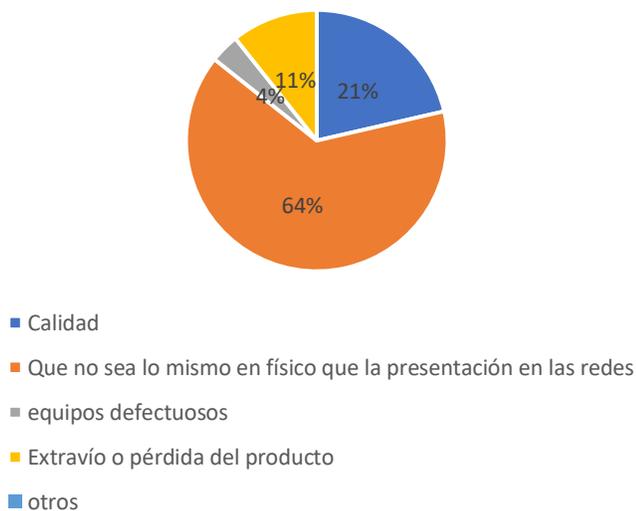


Análisis: el resumen muestra que un gran porcentaje de los consumidores de equipos y servicios electrónicos que compran por internet prefieren Instagram con un 39%, página web y otros 21%

9. Al momento de adquirir productos o servicios de manera virtual, ¿cuál es su mayor preocupación?

Preocupación	Frecuencia	Cantidad
Calidad	20%	6
Que no sea lo mismo en físico que la presentación en las redes	66.7%	20
Equipo defectuoso	3.3%	1
Extravíos o pérdidas del producto	10%	3

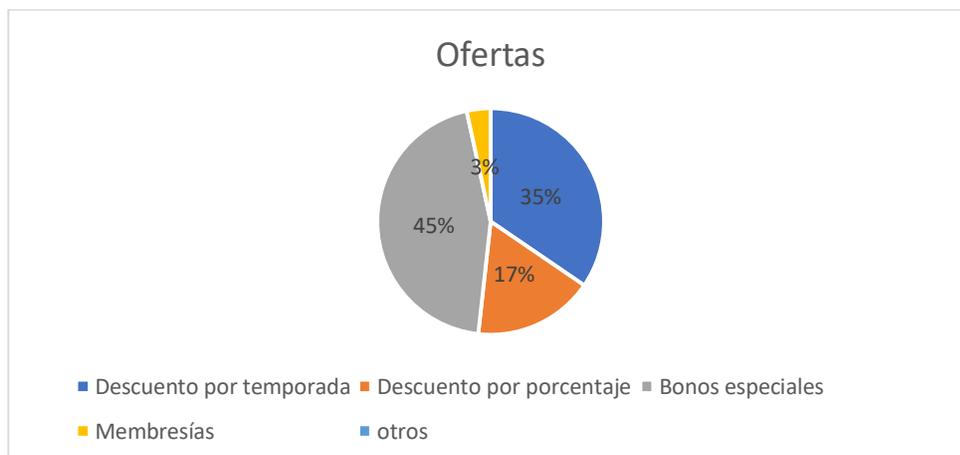
Preocupación



Análisis: la población encuestada muestra una gran preocupación a que los productos que adquieren por internet no sean igual al que visualizan en las páginas, alcanzando un 64%, mientras que 21% corresponde a que la calidad no sea buena. Un 11% de los encuestados está de acuerdo que le preocupa que sus pedidos se pierdan o extravíen y solo un 4% creen que los equipos pueden salir defectuosos.

10. ¿Qué tipo de ofertas le gustaría ver al momento de realizar sus compras?

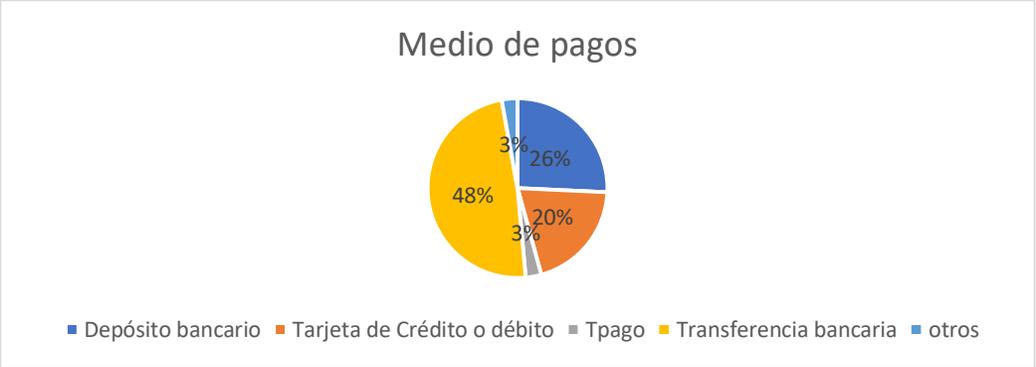
Ofertas	Frecuencia	Cantidad
Descuento por temporada	33.3%	10
Descuento porcentaje	16.7%	5
Bonos especiales	43.3%	13
Membresías	6.7%	2
Otros	0%	0



Análisis: Para la mayoría de los encuestados, le satisfaría encontrar bonos especiales en las ofertas, alcanzando un 45%, 35% de ellos concuerdan en que prefieren descuentos por temporada, mientras que el 17% indican que le gustaría descuento por porcentaje y solo el 3% prefieren membresía.

11. ¿Cómo prefieres realizar sus pagos?

Medios de pago	Frecuencia	Cantidad
Depósito bancario	30%	9
Tarjeta de crédito o débito	26.7%	8
t-pago	3.3%	1
Transferencia bancaria	56.7%	17
Otros	3.3%	1



Análisis: Con la finalidad de que los consumidores tengan la oportunidad de realizar sus pagos a través del instrumento que deseen, el 26% depósito bancario, 48% prefieren realizar sus pagos por transferencias bancarias, el 20% utilizarían tarjetas de crédito o débito, y otros prefieren utilizar 3%Tpago y 3% otros medios de pagos en línea.

12. ¿Estarías dispuesto a adquirir equipos y/o servicios tecnológicos en nuestra tienda?

¿Comprarías en nuestra tienda?	Frecuencia	Cantidad
Sí	73.3%	22
No	3.3%	1
Tal vez	23.3	7



Análisis: El resultado muestra que el gran porcentaje 73% sí está dispuesto a comprar en nuestra tienda, el 24% dice que tal vez compre y solo el 3% dice que no está dispuesto.

SECCIÓN II: ESTRUCTURA MERCADOLÓGICA

3.1 Mercado Meta.

3.1.1 Avatar de cliente.

Cualquier persona podrá tener acceso a los productos y adquirirlos, pero el enfoque que se le quiere dar a la empresa es con respecto al mercado comprendido desde las edades de 18 años a 45 sosteniendo los argumentos mencionados anteriormente en cuanto a la necesidad, junto con la etapa de crecimiento más desarrollada a partir de dicha edad. La empresa se ubicará en un puesto central donde tendrá un rango de alcance neutral para las localidades de interés mencionadas en el estudio de mercados, Bonao RD, en el sector los héroes #123.

Nuestra segmentación se basa en estudiantes, empleados informales, pequeñas, medianas y grandes empresas que requieran de servicios tecnológicos, así que puede abarcar las clases media y alta dado el estrato socio-económico de la población objetivo de la ciudad de Bonao y los accesibles precios que se van a ofrecer y así mismo generar un rango amplio para no afectar negativamente la cartera de los clientes, muchos son empresas, profesionales de todas las áreas, estudiantes y demás.

3.1.2 Principales necesidades o deseos y expectativas.

Nuestros clientes quieren adquirir los mejores equipos tecnológicos de acuerdo a su necesidad, a buen precio y con excelente calidad. Es muy importante la excelencia en el servicio, y el compromiso que tenemos con ellos en ofrecerle una solución en el mejor tiempo posible, hacerle llegar los productos o servicios hasta donde se encuentren sin tener que moverse.

Los clientes de FRIME esperan que las comodidades en productos, servicios y calidad sean igual para sus bolsillos, y es lo que estamos dispuestos a ofrecer. Hacer posible lo rentable y lo funcional.

3.1.3 Estrategias de producto.

Nuestro propósito es ofrecer una solución para cada necesidad informática de nuestros clientes, en estos momentos donde el mundo ha revolucionado y contar con los equipos electrónicos adecuados, su buen funcionamiento y adquirirlo de la forma más segura y rápida posible.

3.2 Descripción del producto o servicio.

Cada día, las personas son más exigentes a la hora de buscar soluciones al momento de adquirir un producto o un servicio, esto nos invita a enfocarnos hacia la innovación, es por esto que decidimos llevar nuestros servicios de manera Online, ya que adquirir equipos y servicios informáticos es de suma importancia en esta era tecnológica.

3.2.1 Características.

Nuestros productos son tecnológicos, todas las variedades y accesorios (Computadoras, Cámaras de seguridad, celulares, tabletas, bocinas, entre otros). Ofrecemos servicios de instalaciones, mantenimiento, asesorías, reparaciones, entre otros.

3.2.2 Garantía.

Seguridad de pagos electrónicos, seguridad de entrega, devoluciones (según las políticas).

3.2.3 Beneficios.

Asesoría pre y post venta, encontrar la disponibilidad de los productos desde la página web, sin tener que, visitar nuestras tiendas físicas (comodidad), reparto a domicilio, podrás encontrar la variedad de prendas vías WhatsApp, página web, Facebook e Instagram. Implementaremos un sistema de pagos por Internet para que nuestro flujo de ingresos se incremente, los clientes están dispuestos a pagar por los servicios que ofrecemos en nuestra web, ya que les aportamos una gran comodidad, un excelente trato y un gran servicio de atención al cliente.

3.2.4 Ventajas.

Como empresa que la hace aún más atractiva y es su aparición en la red, tanto para mostrar todos los equipos y servicios ofrecidos, como con sus respectivos precios e incluso te da detalles de estos equipos en formatos de videos para que puedas visualizar más allá como se ven, te brinda la oportunidad de tratos personalizados y entregas en 24 horas, además un precio razonable.

3.2.5 Valor agregado.

- Entrega a la puerta de tu casa.
- Publicación de Blog de informaciones generales educativas y artículos relacionados para nuestros clientes.

3.3 Estrategias de precios.

3.3.1 Costo o inversión de producción o adquisición.

El costo de inversión de los productos ofrecidos representará un 50% del precio de venta y estará distribuido de la siguiente manera:

Costo de producción 20%

Mercancía y promoción 45%

3.3.2 Margen de beneficios.

El margen de ganancias establecido para esta empresa será de un 50%

3.3.3 Precio de venta.

Para el precio de venta se utilizará una estructura de coste elevada, consiste en verificar que tanto cuesta la adquisición de equipos electrónicos y promoción para añadir la cantidad adicional el cual va a representar el margen de beneficio que se desea la empresa busca un 50%.

El costo va a incluir gastos tales como: activos Fijos los cuales se busca equipar de mueblería, equipos y creación de página web necesarios para el funcionamiento la empresa, promoción el cual representa los gastos incurridos en los primeros meses, donde aún la empresa no es conocida y está en proceso de posicionarse ante los clientes, inventarios, es decir el costo nuestros productos que están almacenados, internet, marketing, electricidad y gasto de honorarios.

Precio de venta costo de producción 15% +mercancía y promoción 35% + margen de beneficio 50%=100%

3.3.4 Precios promocionales.

Según los estudios realizados y las informaciones obtenidas, se utilizará como estrategia de promoción ofertas, descuentos y bonos.

Se dará un 15% de descuento en las primeras 15 clientas que adquieran una ropa deportiva, ofertas de temporadas y bonos a los clientes más potenciales durante el año.

3.3.5 Formatos de pago.

Las maneras en las cuales el cliente puede pagar sus productos o servicios son:

- Transferencias bancarias
- Tarjeta de crédito y debito
- Cheques
- T pago

3.4 Manejo de devoluciones

3.4.1 Punto de distribución online

Los puntos clave de distribución serán nuestras páginas web, Instagram, Facebook, Instagram, vías telefónicas y correo electrónico empresaria.

3.4.2 Punto de distribución física

La empresa estará brindando servicios de manera online, no obstante, también existe una tienda física en Bona RD, ubicada en el sector los héroes #123. Aquí exhibimos todos nuestros productos. También se ofrecen todos los servicios, se maneja la parte administrativa.

3.5 Estrategias de comunicación.

3.5.1 Tácticas promocionales.

Las tácticas promocionales implementadas por la empresa y que con estudios previos en el mercado para la aceptación del público objetivo encontraras los descuentos, cupones, sorteos y la empresa realizara ferias exclusivas cada año mostrando los equipos para cada temporada, así como obsequios de catálogos de los equipos innovadores y actuales de la empresa.

3.5.2Tácticas publicitarias promocionales.

Como tácticas publicitarias será utilizada: Folletos: Se distribuirá por los Centros comerciales, carteles y letreros ubicaremos en lugares estratégicos. Correo enviaremos cartas directamente a nuestros clientes potenciales mediante los medios de comunicación. Ferias Participaremos en exposiciones de diseños, conferencias demostrando nuestro producto. Revistas por lanzamiento de nuestra marca y hasta que sea reconocida en nuestro medio imprimiremos revistas con nuestros productos.

3.5.3 Tácticas promocionales de medios.

Las tácticas promocionales que serán utilizadas están: Redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram, blog, estarán presentes entre nuestros medios de promoción de nuestra marca.

3.5.4 Tácticas de ventas

Para las tácticas de venta se utilizará en la página web de la empresa para que sea lo más llamativa y funcional posible, para asegurar que los clientes se sientan cómodos a la hora de buscar y seleccionar los productos que se ofrecen.

Se ofrecerá un servicio de asesoría y venta por medio de la página oficial de Facebook, Instagram o a través de los números de contacto en donde el cliente pueda comprar y aclarar todas sus dudas, se utilizará show room con imágenes y videos en donde el cliente podrá mirar todos los productos que ofrece la empresa y encontrará una descripción detallada de los equipos, tipo de material, precio de venta y las unidades disponibles.

También pondremos a disposición de los clientes catálogos en pdf, show room online con fotos y videos de nuestros productos, así como correos electrónicos en donde envíe mensaje con las ofertas y artículos que están a la venta en el momento con sus respectivos precios.

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

3.5.5 Tácticas de relaciones públicas.

Toda empresa posee una responsabilidad social, para FRIME Wireless Solutions es sumamente importante tener una participación activa dentro del desarrollo de la comunidad a la que sirve, estaremos ayudando y brindando nuestro esfuerzo y servicio a la comunidad local en los siguientes aspectos:

Donaciones a familias de escasos recursos, a apoyar a jóvenes intelectuales con miras hacia la informática, impartir charlas sobre la importancia de hacer un buen uso de la tecnología de la comunicación, participar en ferias en donde prevalezca la oportunidad y crecimiento nacional.

Nuestro enfoque principal está en la niñez y la juventud, ya que en estas etapas de la vida es donde ponemos inculcar los valores que definirán el futuro de nuestras próximas generaciones. Es por esta razón que desde hace años venimos colaborando de manera activa con un proyecto que busca rescatar de las calles a jóvenes con desórdenes de

conducta y aprendizaje e inculcar en ellos los valores y conocimientos necesarios para conducirse por el camino correcto en nuestra sociedad y poder en un futuro guiar a otros.

SECCIÓN IV. ESTRUCTURA TÉCNICA

4.1 Principales socios claves del proyecto.

4.1.2 Accionistas o inversionistas



Danirys D. Rodríguez (Lic. Administración de Empresas Turísticas)



José Miguel Paulino (Técnico en informática)



Amelfi Santos (Técnico en informática)

4.1.3 Proveedores

Alibaba: Alibaba está considerado como el minorista más grande de China. La compañía fue fundada en el año de 1999 por Jack Ma a través del lanzamiento de su sitio Ecommerce Alibaba.com. Este sitio conecta a los proveedores chinos de prácticamente cualquier cosa, con los compradores online.

Besder technology: es una marca líder en el mundo, dedicada principalmente a la producción y venta de cámaras de seguridad.

4.1.4 Suplidores

Omega Tech: OMEGA TECH, S.A., fue fundada en el año 2002 con el cometido de satisfacer todas las necesidades en el orden de productos de alta tecnología, soluciones y servicios de computación para toda la República Dominicana.

También utilizamos plataformas virtuales para suplirnos como Amazon, EBay y Aliexpress.

4.1.5 Plataformas online

Redes sociales como Facebook e Instagram mediante la cuenta oficial de FRIME WS, se exhibirá el catálogo de productos y servicios a ofrecer con información detallada para fácil comprensión de los consumidores.

Se utilizará el buscador Google AdWords esta herramienta permite hacer publicidad de los productos y los servicios ofrecidos de una manera más fácil a la empresa.

4.2 Asesores o especialistas de producción y Operaciones

4.2.1 Diseño gráfico

Para los diseños gráficos contamos con KmiZ, una empresa local que ofrece excelentes servicios en toda el área de diseño.

4.2.2 Soporte técnico

Nosotros mismos nos encargamos del soporte técnico, ya que la empresa se especializa en esta área, no necesitamos contratar los servicios de otra empresa.

4.2.3 Manejo de sitios web

FRIME Wireless Solutions tiene un personal calificado para esta tarea.

4.3 Áreas operativas del proyecto

4.3.1 Gerencia administrativa.

Las áreas administrativas tendrán las siguientes funciones: llevar procesos administrativos del área, aplicando las normas y procedimientos definidos, elaborando documentación necesaria, revisando y realizando cálculos, a fin de dar cumplimiento a cada uno de esos procesos, lograr resultados oportunos y garantizar la prestación efectiva del servicio.

4.3.2 Atención al cliente

El área de atención al cliente tendrá la función de: Captar, dar fidelización, comunicación y retención a los posibles consumidores, crear relaciones duraderas con los clientes, además que también está de nuestro lado ser una organización que tiene una imagen socialmente responsable.

4.3.3 Ventas

FRIME Wireless Solutions facilitara el acceso definiendo la locación en un punto estratégico a los clientes en un ámbito geográfico donde los medios de transporte y vías de circulación están actos para las ventas de los productos en Bonaó.

De este modo se hará una página web amgsportcolecction.com de la empresa para que sea lo más llamativa y funcional posible para asegurar que los clientes se sientan cómodos a la hora de buscar y seleccionar los productos que se ofrecen.

Se realizarán también ventas a través de las distintas redes sociales, para llegar a más público, ofreciendo las mismas facilidades, y la misma calidad en el servicio.

4.3.4 Gestión de Pedidos

La empresa dará la facilidad para realizar pedidos a través de Facebook Instagram, WhatsApp y la página oficial de la empresa, además, pensamos crear un catálogo digital para que realicen sus pedidos mediante el link.

4.3.5 Facturación

El área de facturación por cada pedido que la empresa vende es necesario emitir una factura que cumpla con la legislación vigente

Para la emisión de la factura electrónica, es necesario tener el consentimiento del cliente, por lo que el área se asegurara de tenerlo, a la hora de hacer el pedido a través de la plataforma online tienen la opción de indicar su consentimiento o no del mismo. Se incluirá en las condiciones generales de compra, para poder verificar de manera correcta que se haya finalizado la compra.

La empresa contará con facturas para Garantías, cambios y devoluciones y para que el cliente tenga un registro de lo que acaba de comprar las facturas serán enviadas en el domicilio del producto o si el cliente prefiere al correo electrónico. También contaremos con facturas con comprobante fiscal.

4.3.6 Cobros

El área de cobros, esta parte contabilizará dichos cobros en la cuenta de los clientes, del control y seguimiento de las posibles deudas, así como de la regularización y conciliaciones de los saldos de los clientes.

Se pondrá una fecha para verificar los días en que se debe de realizar los cobros pertenecientes a los clientes con esto se tendrá un control con los egresos que normalmente se necesita cobrar antes de cumplir con las necesidades que tenga la compañía.

- En modo en que el cliente no del dinero a tiempo se pondrá un tipo penalización.
- Se dará bonificaciones si se paga antes. De esta manera, se incentiva el pago de las facturas.
- Precisar si se necesitará buscar otras vías para poder pagar.

4.3.7 Contabilidad

Se utilizara un sistema contable y este será gestionado por una compañía externa el cual ayuda a facilitar la contabilidad, la empresa requiere de preparar una lista de chequeos, elaborar informes, preparar catálogos de cuentas y manual de procedimientos, diseñar formularios para todas las operaciones, diseñar reportes, preparar los libros, los cuales deberán ser mostrados al finalizar cada mes y otra con todos los resultados al año, la empresa trabajara con el programa MONICA la cual es uno de los programas más efectivo para llevar a cabo una contabilidad exitosa.

4.3.8 Legal

La empresa va a operar bajo un amparo legal, los comparecientes vienen en constituir entre ellos una sociedad de responsabilidad limitada, la que se regirá por la ley y sus modificaciones posteriores, por las disposiciones pertinentes del Código de Comercio y Código Civil especialmente, por las estipulaciones del presente estatuto social.

La empresa que se constituye se denomina FRIME Wireless Solutions se dedica a la venta, instalación, reparación y mantenimiento de equipos tecnológicos, así como a ofrecer servicios de asesoría y asistencia remota, sociedad comercial de responsabilidad limitada de SRL.

El domicilio legal de la empresa está ubicada Bona RD, los héroes #123 Centro de la Ciudad, la administración y el uso de la razón social corresponderán a los socios Danirys Dahiana Rodríguez Lora, José Miguel Paulino Frías y Amelfi Xavier Santos, quienes actuando por la sociedad y anteponiendo la razón social a su firma, la representará con las más amplias facultades, un aporte de capital social de 100,000 cada socios pudiendo obligarla en toda clase de actos, tendrán derecho al negocio, marcas, patentes, derechos y privilegios sobre productos o materias; comprar y vender los productos y/o servicios tomarlos en arrendamiento, instituciones financieras o de créditos.

La protección del derecho de autor recae sobre todos los servicios ofrecidos, cualquiera que sea su género, forma de expresión, mérito o finalidad. Los derechos reconocidos por el presente son independientes de la propiedad del objeto material en el cual está incorporada.

4.3.9 Compras

La gerencia será la encargada de las compras de las mercancías se adquirirán a través de una central de compras, donde se realizan la selección de proveedores y se realizan los pedidos. Éstos, se realizarán de forma telefónica y mediante fax cumplimentando una hoja de pedido donde aparecen precios y cantidades.

También las compras se realizarán directamente a proveedores de los equipos electrónicos Omega Tech, Besder Technology, Sergecom., se cuidará especialmente el control del número de unidades en la tienda o almacén, para conseguir una actualización efectiva de las existencias.

El plan de compras se efectuará mensualmente, los pagos se realizarán anticipados para ser sujetos a créditos.

4.3.10 Control de inventario

Los inventarios se realizarán cada 30 días, ya que las compras se efectuarán para cubrir periodos mensuales.

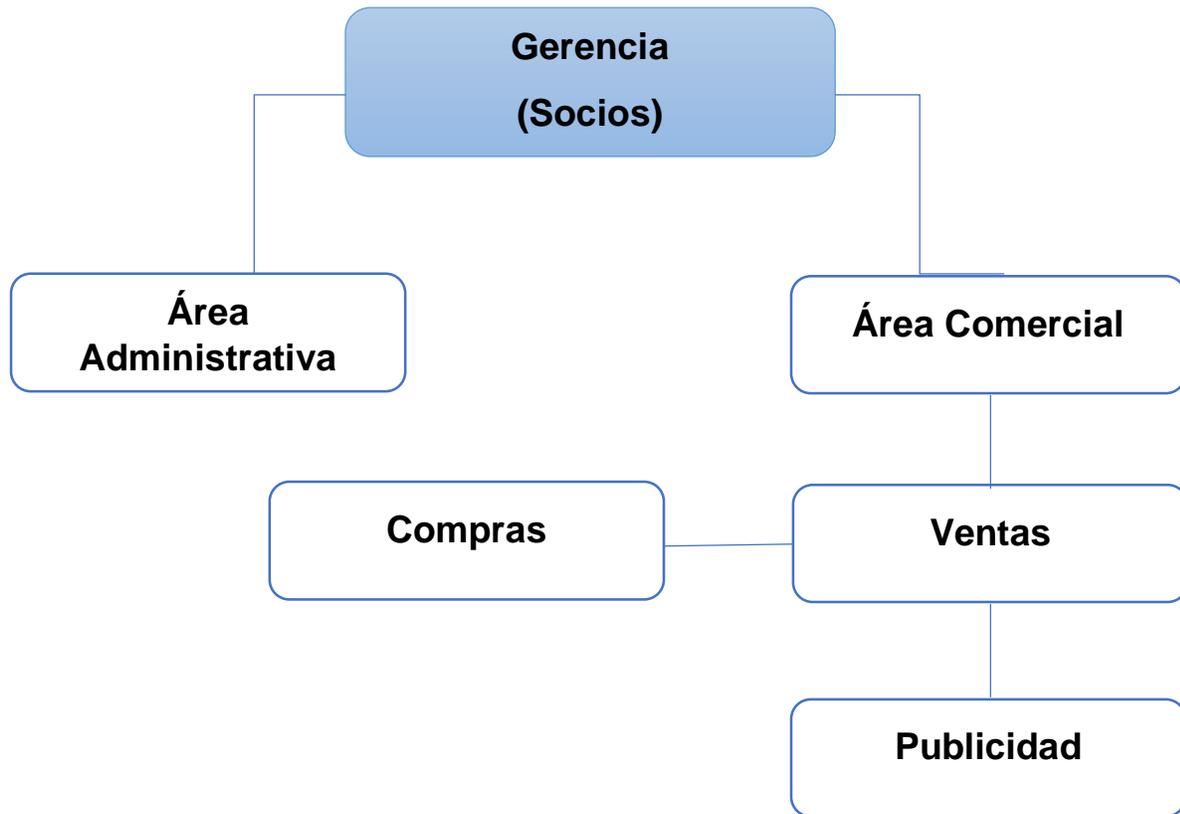
El sistema de inventarios es fundamental en la operación de la empresa por lo que se utilizara un sistema integrado, aquí se administran todos los equipos que el sistema va a manejar, a través de una estructura organizada en diferentes niveles de agrupación aginados dependiendo el tipo de producto se provee un mecanismo consistente de control y gestión y con herramientas de precios, costos, existencias en la bodega, manejo de productos.

4.4.11 Actualización de contenidos online

La actualización de contenidos online será es una parte que se trabajará mucho, uno de los socios se encargará y por supuesto se tomará en cuenta de mantener contenidos online actualizados:

- Autopromoción: Blog <http://frimews.blogspot.com/?m=1> se utilizará como herramienta para comunicar novedades, una oferta con una estrategia y redes sociales bien llevada puede dar muy buenos resultados.
- Redes sociales. Ya que suelen ser muy cambiantes será una estrategia para actualizar y traer novedades de manera continua, puede ser buena idea realizar algún post comentando qué hay de nuevo, o un recopilatorio cada cierto tiempo con lo más destacado, etc.
- Se actualizará cada tiempo determinado la página web y en donde los contenidos serán innovadores, y se explicará lo mejor de la tienda, Qué es, cómo funciona y qué novedades tenemos para ti.

4.4 Organigrama



Gerencia: Elaborar un plan de acción que le permita a la organización tener un desempeño monetario sano; establecer parámetros de crédito que le faciliten a la empresa tener un flujo de caja saludable. Crear estrategias financieras para buscar un rendimiento económico óptimo.

Área administrativa: Ejecutar los procesos administrativos del área, aplicando las normas y procedimientos definidos, elaborando documentación necesaria, revisando y realizando cálculos, a fin de dar cumplimiento a cada uno de esos procesos, lograr resultados oportunos y garantizar la prestación efectiva del servicio.

Área comercial: Fortalecer la imagen de la empresa por medio de su actitud y presencia, reforzar la idea que un potencial cliente se haga sobre la empresa o marca.

Ventas: Hacer frente de las tiendas de la marca, para que éstas tengan un desempeño óptimo, establecer las metas de trabajo del grupo de vendedores, y crear un cronograma de acción que les permita organizar la gestión de ventas a fin de que se logre los objetivos determinados.

Compras: Función comprar, evaluar y gestionar productos/servicios.

Publicidad: Crear estrategias que le permitan difundir de forma exitosa el nombre de la marca y el posicionamiento de la misma en la cabeza del cliente; establecer cuáles son las locaciones y los medios de comunicación que se van a utilizar para lograr el fin primordial, el cual es posicionar la marca.

4.5 Horario de trabajo y asistencia al cliente.

El horario laboral para la asistencia de ventas y pedidos será un horario corrido de 08:00 am hasta 07:00 pm. Para asistencia y soporte técnico estaremos disponibles 24 horas.

La asistencia al cliente será 100% efectiva, para esto el cliente tendrá un vendedor y un asesor del área de tecnología en caso de que tenga inconveniente a la hora de elegir sus equipos o servicios.

4.6 Políticas operativas del negocio.

- FRIME Wireless Solutions cumplirá con los tiempos estipulados para las entregas.
- La empresa está orientada a generar y mantener una cultura de servicio.
- La empresa mejorará continuamente el desempeño de los procesos.
- Los proveedores se seleccionarán y evaluarán en su desempeño.
- Se ofrecerán únicamente equipos que cumplan con los estándares de calidad.
- Se deberá mantener una comunicación permanente con los proveedores con el fin de obtener buenas relaciones de mutuo beneficio y fomentar conciencia de calidad.

4.7 Normas laborales

Según la ley laboral (Ley 16-92), código del trabajo establece que el trabajador debe estar sujeto a un contrato normativo de dicho trabajo, horarios flexibles, orden y prevalecer el respeto y responsabilidad dentro de la empresa, así como someterse a los exámenes médicos, previos y periódicos para garantizar la seguridad de los empleados, salarios y remuneraciones acorde al área y su desempeño.

SECCIÓN V: ESTRUCTURA FINANCIERA

5.1 Plan de inversión

FRIME Wireless Solutions		
PLAN DE INVERSION		
Descripción	Costo	Total
Ordenador de mesa o laptop	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00
Impresora de inyector de tinta	\$ 5,400.00	\$ 11,400.00
Mobiliario de oficina	\$ 8,000.00	\$ 19,400.00
Dispositivo móvil o Tablet	\$ 8,000.00	\$ 27,400.00
Aire acondicionado*	\$ 12,000.00	\$ 39,400.00
Hosting y dominio web	\$ 470.00	\$ 39,870.00
Softwares especializados	\$ -	\$ 42,770.00
Soporte técnico	\$ -	\$ 43,270.00
Diseñador grafico	\$ -	\$ 43,270.00
Equipos y maquinarias*	\$ -	\$ 43,270.00
Insumos y materiales	\$ 800.00	\$ 44,070.00
Materia prima*	\$ -	\$ 44,070.00
Mercancía*	\$ 150,000.00	\$ 194,070.00
Suministro electricidad	\$ 1,000.00	\$ 195,070.00
Servicios de data o internet	\$ 1,800.00	\$ 196,870.00
Embalaje o empaques	\$ 800.00	\$ 197,670.00
Total	\$ -	\$ 197,670.00

5.2 Proyección de Ventas

Producto/Servicio	Precio Unitario	MES 1	
		Cantidad	Venta
Laptop Dell i5 8GB RAM 500 HDD	\$ 15,000.00	6	\$ 90,000.00
HDD Sata 1TB	\$ 2,830.00	1	\$ 2,830.00
WIFI SMART CAMERA IP66 1080P	\$ 5,000.00	5	\$ 25,000.00
Memoria Micro SD 64 GB	\$ 1,500.00	7	\$ 10,500.00
Wireless mouse Klever	\$ 700.00	3	\$ 2,100.00
Monitor DELL LCD 17"	\$ 2,000.00	5	\$ 10,000.00
Mantenimiento preventive para laptop	\$ 600.00	3	\$ 1,800.00
Laptop backpack XTB211	\$ 1,500.00	5	\$ 7,500.00
Actualización de Sistema Operativo	\$ 1,000.00	6	\$ 6,000.00
Besder Sistema de vigilancia 4CH inalámbrico 1080P	\$ 15,000.00	4	\$ 60,000.00
Totales	\$ 11,930.00	45	\$ 215,730.00

MES 2		MES 3		MES 4	
Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta
10	\$ 150,000.0	15	\$ 225,000.00	20	\$ 300,000.00
5	\$ 14,150.00	7	\$ 19,810.00	10	\$ 28,300.00
12	\$ 60,000.00	13	\$ 65,000.00	16	\$ 80,000.00
10	\$ 15,000.00	15	\$ 22,500.00	20	\$ 30,000.00
8	\$ 5,600.00	12	\$ 8,400.00	18	\$ 12,600.00
13	\$ 26,000.00	16	\$ 32,000.00	20	\$ 40,000.00
9	\$ 5,400.00	14	\$ 8,400.00	18	\$ 10,800.00

9	\$ 13,500.00	15	\$ 22,500.00	20	\$ 30,000.00
12	\$ 12,000.00	17	\$ 17,000.00	20	\$ 20,000.00
10	\$ 150,000.00	8	\$ 120,000.00	9	\$ 135,000.00
98	\$ 451,450.00	132	\$ 540,610.00	171	\$ 686,700.00

MES 5		MES 6	
Cantidad	Venta	Cantidad	Venta
20	\$ 300,000.00	15	\$ 225,000.00
15	\$ 42,450.00	12	\$ 33,960.00
15	\$ 75,000.00	10	\$ 50,000.00
15	\$ 22,500.00	9	\$ 13,500.00
19	\$ 13,300.00	8	\$ 5,600.00
16	\$ 32,000.00	5	\$ 10,000.00
15	\$ 9,000.00	10	\$ 6,000.00
15	\$ 22,500.00	8	\$ 12,000.00
10	\$ 10,000.00	8	\$ 8,000.00
13	\$ 195,000.00	10	\$ 150,000.00
153	\$ 721,750.00	95	\$ 514,060.00

MES 7		MES 8	
Cantidad	Venta	Cantidad	Venta
10	\$ 150,000.00	15	\$ 225,000.00
9	\$ 25,470.00	16	\$ 45,280.00
5	\$ 25,000.00	20	\$ 100,000.00

9	\$ 13,500.00	18	\$ 27,000.00
5	\$ 3,500.00	15	\$ 10,500.00
5	\$ 10,000.00	19	\$ 38,000.00
12	\$ 7,200.00	10	\$ 6,000.00
10	\$ 15,000.00	13	\$ 19,500.00
9	\$ 9,000.00	12	\$ 12,000.00
5	\$ 75,000.00	7	\$ 105,000.00
79	\$ 333,940.00	145	\$ 588,800.00

MES 9		MES 10	
Cantidad	Venta	Cantidad	Venta
23	\$ 345,000.00	15	\$ 225,000.00
18	\$ 50,940.00	16	\$ 45,280.00
10	\$ 50,000.00	5	\$ 25,000.00
12	\$ 18,000.00	10	\$ 18,000.00
10	\$ 7,000.00	8	\$ 5,600.00
13	\$ 26,000.00	16	\$ 32,000.00
10	\$ 6,000.00	15	\$ 9,000.00
11	\$ 16,500.00	18	\$ 27,000.00
15	\$ 15,000.00	10	\$ 10,000.00
10	\$ 150,000.00	9	\$ 135,000.00
132	\$ 684,440.00	122	\$ 531,880.00

MES 11	MES 12
--------	--------

Cantidad	Venta	Cantidad	Venta
12	\$ 180,000.00	18	\$ 270,000.00
10	\$ 28,300.00	15	\$ 42,450.00
5	\$ 25,000.00	10	\$ 50,000.00
6	\$ 9,000.00	11	\$ 16,500.00
8	\$ 5,600.00	5	\$ 3,500.00
10	\$ 20,000.00	5	\$ 10,000.00
5	\$ 3,000.00	5	\$ 3,000.00
6	\$ 9,000.00	3	\$ 4,500.00
5	\$ 5,000.00	4	\$ 4,000.00
3	\$ 45,000.00	2	\$ 30,000.00
70	\$ 329,900.00	78	\$ 433,950.00

<i>Primer cuatrimestre</i>	\$ 1,894,490.00
<i>Segundo cuatrimestre</i>	\$ 2,158,550.00
<i>Tercer cuatrimestre</i>	\$ 1,980,170.00
<i>Total proyección de ventas</i>	¿-\$ 6,033,210.00

5.3 Plan de Medios Online

Plan de Medios Online				
Contenido online	Cantidad	Costo	Importe total	
Flyers	8	\$ 700.00	\$	5,600.00
Videos	4	\$ 3,000.00	\$	12,000.00
Tutoriales	0	\$ -	\$	-
Catálogos	1	\$ 4,000.00	\$	4,000.00
Fotos	35	\$ 100.00	\$	3,500.00

Artículos		\$	-	\$	-
Infomerciales	1	\$	4,000.00	\$	4,000.00
Publicidad en YouTube	10	\$	100.00	\$	1,000.00
Publicidad en redes sociales	15	\$	1,900.00	\$	28,500.00
Capsulas informativas	1	\$	1,500.00	\$	1,500.00
Otros		\$	-	\$	-
Total		\$	15,300.00	\$	60,100.00

Estado de Flujos de Efectivo Proforma					
Cuentas por cobrar					
Ventas al contado mensual		\$			
			96,088.00		
Ventas a crédito mensual		\$			
			41,181.00		
Otros ingresos			-		
Total, cuentas por cobrar				\$	137,269.00
Gastos Operacionales					
Servicio de luz eléctrica		\$			
			1,000.00		
Plan de internet fijo y móvil		\$			
			1,800.00		
Otros			-		
Total, Gastos Operacionales			\$	2,800.00	2,800.00
Costos Operacionales					
Hosting y dominio			470.00		
Software seguridad			200.00		
Softwares especializados			650.00	\$	
				-	
Diseño gráfico o contenido web				\$	
				-	
Embalaje			1,500.00	\$	
				-	
Envíos			4,500.00	\$	
				-	
				\$	
				-	

Total, Costos Operativos		7,320.00
Préstamos o financiamientos		
Tarjeta de crédito		
Préstamos independiente		
	4,667.00	
Financiamiento bancario		\$ -
Otros		\$ -
Total, Préstamos o financiamientos		
Total		\$ -
		\$ 4,667.00
		\$ 132,602.00

5.4 Estado de Resultado Proforma

FRIME Wireless Solutions		
Estado de Resultados Proforma		
Ingresos por ventas anuales		
-	\$	179,000.00
-	\$	107,000.00
-	\$	201,600.00
-	\$	87,850.00
-	\$	101,400.00
-	\$	219,020.00
-	\$	351,560.00
-	\$	323,000.00
-	\$	76,800.00

Total, de ingresos		\$	1,647,230.00
Costos			
Costos fijos	121,440.00	\$	-
Costos variables	721,200.00	\$	-
Total, costos		\$	842,640.00
Intereses sobre préstamos o imp.			
Financiamientos bancarios			
Tarjeta de crédito			
Prestamos independientes		6,000.00	\$ 6,000.00
Impuestos			
Total, intereses o impuestos			
Ganancia o Pérdida Neta			
			798,590.00

CONCLUSIONES

Como resultado del estudio de mercado se concluye que la empresa **FRIME Wireless Solutions** tendrá una gran oportunidad de penetrar el mercado de la infotecnología, y con el análisis aplicado durante el capítulo se tiene la información necesaria para determinar la forma en la que la organización puede ser exitosa en sus inicios y junto con el continuo esfuerzo por mejorar se logrará un posicionamiento cada vez mejor.

A partir del estudio técnico se obtiene que la empresa cuenta con una serie de procesos para su funcionamiento. El constante monitoreo de las actividades y el registro de información pertinente facilitará la toma de decisiones estratégicas, que permitan un crecimiento estable de la organización y asegurar un puesto llamativo en el mercado.

El estudio organizacional permitió darle una estructura a la empresa de manera formal, lo que permite establecer una estrategia de acuerdo a las características principales de **FRIME Wireless Solutions** que la diferencian de otras empresas dedicadas a la comercialización de productos y servicios tecnológicos a nivel nacional. Se determinaron las diferentes estrategias que posee la empresa al ser nueva en el mercado y se definieron los cargos relevantes junto con sus funciones que generarán rentabilidad a la empresa y ayudarán a su crecimiento continuo.

BIBLIOGRAFÍA

Campos. E (2020) Plantilla Plan de Negocios Canva Board, Proyecto Personal, Santiago, RD.

LÉVY-1999. Pierre LÉVY, Cibercultura, São Paulo: Editora 34, 1999.

Patricia Edí Ramos, Vivendo em uma nova era: A tecnologia e o homem, ambos integrantes de uma sociedade que progride rumo ao desenvolvimento, sitio digital 'Governo de Mato Grosso', 14 de abril de 2014.

Tschohl, John. CALIDAD EN EL SERVICIO AL CLIENTE EN INTERNET: LA CLAVE DEL ÉXITO EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO. México: Pax México, 2001. 183p.

Barrio, Luis del. E-NEGOCIOS: LAS 10 CLAVES PARA HACER NEGOCIOS CON ÉXITO Y VENDER MÁS EN INTERNET. Barcelona: Gestión 2000, 2000. 235p. (HF5548.32. B3).

Carpenter, Phil. MARCAS ELECTRÓNICAS: CÓMO CREAR UN NEGOCIO EN INTERNET A VELOCIDAD VERTIGINOSA. Bogotá: Norma, 2000. 308p. (HD69.B7C3e).

ANEXOS

CUESTIONARIO

1. Edad

- a) Menos de 18
- b) 18 a 25 años
- c) De 26 a 35 años
- d) 36 años o más

2. Sexo.

- a) Masculino
- b) Femenino
- c) Prefiero no decirlo

3. ¿Alguna vez has realizado compras por internet?

- a) Sí
- b) No
- c) Tal vez

4. ¿Alguna vez ha recibido un servicio online?

- a) Sí
- b) No
- c) Tal vez

5. Si su respuesta es sí, ¿con qué frecuencia compras en línea?

- a) Siempre
- b) A veces
- c) Nunca

6. ¿Al momento de comprar, qué prefieres?

- a) Precio
- b) Calidad
- c) Marca
- d) Detalle

e) Todas las anteriores

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

- a) Calidad en el servicio
- b) Atención inmediata
- c) Asesoría
- d) Información confiable
- e) Todas las anteriores

8. De las siguientes plataformas, ¿cuál le resulta mejor para realizar sus compras?

- a) Facebook
- b) Instagram
- c) WhatsApp
- d) Otros

9. Al momento de adquirir productos o servicios de manera virtual, ¿cuál es su mayor preocupación?

- a) Calidad
- b) Que no sea lo mismo en físico que lo que presenta las redes
- c) Equipos defectuosos
- d) Extravío o pérdida del producto

10. ¿Qué tipo de ofertas le gustaría ver al momento de realizar sus compras?

- a) Descuento por temporada
- b) Descuento por porcentaje
- c) Bonos especiales
- d) Membresía

11. ¿Cómo prefiere realizar sus pagos?

- a) Depósito bancario
- b) Tarjeta de crédito o débito
- c) T-pago
- d) Transferencias bancarias
- e) Otros

12. ¿Estarías dispuesto a adquirir equipos y/o servicios tecnológicos en nuestra tienda?

- a) Sí
- b) No
- c) Tal vez

APÉNDICE

Link página web

<https://frimews.wixsite.com/misitio>

Link página Instagram

https://www.instagram.com/invites/contact/?i=124neep8uxvny&utm_content=kmwue1v

Video página web

https://youtu.be/vPf6D5_924c

Video página Instagram

https://youtu.be/_GScwKxbnXk

AA

frimews.wixsite.com



Únete a la **wix**app 

¡BIENVENIDO!



FRIME WS

Ofreciendo soluciones para cada necesidad



La función principal del HDMI es la de transmitir audio y vídeo entre dos dispositivos, llevarlos del uno

frimews_ ▾



Ver recursos profesionales



54 Publicaciones 8 Seguidores 9 Seguidos

FRIME Wireless Solution

Producto/servicio

Lun/Vie 8-6 pm- Sáb/Dom 9-1 pm

849-463-1500 WhatsApp

Ofrecemos todo tipo de servicios informáticos y soporte Online más

www.frimews.com

Ver traducción

Editar

Promociones

Estadísticas

