

**Licenciatura en Mercadeo**

**Diplomado:  
EMPRENDIMIENTO EN LINEA ENFOCADO A LA OFERTA DE SERVICIOS**

**Proyecto:**

JJG Online Marketing

**Autores:**

Julio Ramón Batista Aracena  
Juleidys Cuevas Cabral  
Gabriela Rivas Colón

**Facilitadora Acompañante:**

Eliana Campos Taveras

**25 de octubre de 2022  
Santiago de los Caballeros,  
República Dominicana**

## ÍNDICE

<b>RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	<b>4</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>6</b>
<b>SECCIÓN I:</b> .....	<b>7</b>
<b>CONTEXTO DE EMPRESA</b> .....	<b>7</b>
1.1 Nombre de la Empresa.....	8
1.2 Descripción actividad comercial. ....	8
1.3 Identidad cromática.....	8
1.4 Logo y eslogan. ....	9
1.5 Filosofía de Negocios: Misión, Visión y Valores. ....	10
1.6 Estructura organizacional.....	11
1.7 Organigrama .....	14
1.8 Objetivos organizacionales.....	15
1.9 Políticas organizacionales.....	16
1.10 Normas organizacionales. ....	17
<b>SECCIÓN II:</b> .....	<b>19</b>
<b>ESTUDIO DE MERCADO</b> .....	<b>19</b>
2.1 Presentación y análisis de los resultados de la encuesta.....	20
<b>SECCIÓN III:</b> .....	<b>35</b>
<b>CONTEXTO MERCADOLÓGICO</b> .....	<b>35</b>
3.1 Objetivos mercadológicos.....	36
3.2 Descripción mercado meta.....	37
3.3 Decisión sobre producto. ....	37
3.4 Decisión sobre el precio. ....	41
3.5 Decisión sobre la plaza o distribución.....	43
3.6 Decisión sobre la promoción.....	44
<b>SECCIÓN IV:</b> .....	<b>48</b>
<b>CONTEXTO FINANCIERO</b> .....	<b>48</b>
4.1 Plan de Inversión.....	49
4.2 Presupuesto de Promoción y Publicidad .....	50
4.3 Pronóstico de Ventas.....	51
4.4 Estado de Flujos de Efectivo.....	52
<b>CONCLUSIÓN</b> .....	<b>54</b>

<b>BIBLIOGRAFÍAS O WEBGRAFÍAS CONSULTADAS .....</b>	<b>55</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>56</b>

## RESUMEN EJECUTIVO

JJG Online Marketing es una empresa dedicada a ofrecer servicios de marketing especializados como gestión de marca, experiencia del consumidor, estrategias de comunicación digital y estudio de mercado, su misión es ofrecer soluciones creativas a su mercado meta con el fin de satisfacer las necesidades de los mismos y con una visión de ser la agencia número uno a nivel nacional de asesoramiento y servicios de marketing online contando con valores como la transparencia, responsabilidad, resolución, calidad, orientación al cliente, entre otros. Nuestro objetivo es ofrecer servicios competitivos para así posicionar la empresa como una de las mejores en el área, de esta forma incrementar en un 30% la cartera de clientes, aumentar el margen anual de ingreso para asegurar la rentabilidad, además de buscar desarrollar una estructura organizacional enfocada en la excelencia fomentando la creatividad y la innovación.

Nuestro mercado meta al cual pretendemos brindar servicios son todas las empresas, emprendedores y personas en general en el rango de edad de 25 a 40 años que requieran de un servicio de marketing online o un plan de comunicación digital para impulsar sus negocios con el objetivo de que JJG Online Marketing pueda solucionar sus problemas de:

- ✓ Desarrollo de estrategia de comunicación digital.
- ✓ Creación de mapa de experiencia del consumidor,
- ✓ Gestión de marcas o Branding.
- ✓ Investigación de mercados.

Nuestra plataforma online esta creada mediante Google Site y ofrece servicios a través de las plataformas de Instagram y LinkedIn además de una comunicación permanente en WhatsApp Business.

Las estrategias de marketing que utilizaremos son, la promoción de ventas, en la cual ofreceremos descuentos, artículos promocionales, ofertas, entre otras, también la estrategia de publicidad en la cual elaboraremos una campaña online mostrando nuestros servicios ofrecidos de una manera masiva en cada una de las plataformas trabajadas, también una estrategia de marketing directo en la cual haríamos visitas personalizadas, e-mail marketing y material publicitario de forma física o POP, además, tendremos estrategias de ventas asistida, aquí nuestra página web tendría todos los accesos para poder utilizar WhatsApp de forma fácil, catálogo de servicios, cotizaciones entre otras cosas. En cuanto a nuestro contexto financiero de nuestra empresa tenemos un plan de inversión de RD\$512,375 pesos en equipos y financiamientos para la empresa, además, el plan de inversión en promoción y publicidad es de RD\$240,500 pesos anuales, y nuestro pronóstico de ventas es de RD\$1,908,950 con un costo de RD\$490,000 pesos, esto nos muestra la rentabilidad muy positiva que tendrá JYG Online Marketing.

En conclusión, podemos decir que JYG Online Marketing es una empresa la cual contiene todas las cualidades necesarias para llegar a convertirse lo que su misión y visión indica y es ser la agencia número uno a nivel nacional de asesoramiento y servicios de marketing online ofreciendo los servicios con el personal más capacitado y brindando la mejor satisfacción del cliente de todas sus necesidades.

## INTRODUCCIÓN

JJG Online Marketing es una empresa creada con el objetivo de ofrecer servicios de marketing online especializado como gestión de marcas, experiencia del consumidor, estrategias de comunicación digital y estudio de mercado, esto, con el fin de poder cubrir un nicho de mercado con servicios de calidad y con personal altamente capacitado para así de esta forma poder satisfacer las necesidades de cada uno de los clientes que están en nuestro mercado meta.

Hoy en día el mundo ha cambiado y el marketing también, con la creación de esta empresa buscamos satisfacer la demanda de un nicho de mercado diferente, mediante investigaciones de mercado nos hemos dado cuenta de que los usuarios hoy en día un gran porcentaje tiene acceso a dispositivos electrónico como teléfonos y computadora, y que por este medio se puede segmentar y dirigir el marketing de una manera más eficaz por lo que podemos la factibilidad de este proyecto.

En este reporte presentamos la empresa JJG Online Marketing la cual está creada pensando en estos nuevos tiempos modernos, tiempos de un mundo conectado de forma virtual y con necesidad de la creación de nuevas estrategias de marketing basadas en esta nueva conectividad y dirigidas a usuarios diferentes y con nuevas costumbres y formas de recibir los mensajes que mediante las estrategias de marketing online pretendemos que reciban.

A continuación, presentamos el proyecto de esta gran empresa online la cual está diseñada para estos nuevos tiempos y poder brindar a sus clientes la posibilidad de adquirir estrategias de marketing online adaptadas a estos tiempos.

**SECCIÓN I:**  
**CONTEXTO DE EMPRESA**

### **1.1 Nombre de la Empresa.**

Esta empresa está registrada bajo el nombre de *JJG Online Marketing*, el cual está conformado por las iniciales de los principales socios y la oferta de servicio principal que ofrece la empresa.

### **1.2 Descripción actividad comercial.**

Empresa dedicada a ofrecer servicios de marketing especializados como gestión de marca, experiencia del consumidor, estrategias de comunicación digital y estudio de mercado

### **1.3 Identidad cromática.**

La identidad cromática de la empresa está compuesta por 4 colores principales:

- Azul Oscuro: Representa la seriedad y estabilidad que queremos transmitir a nuestro cliente por medio de un servicio ético y responsable.
- Azul Intenso: Representa el aspecto audaz de la empresa, el cual fomenta a la innovación constante en cada uno de los proyectos que emprendemos junto a nuestro cliente.
- Gris Claro: Representa la objetividad que buscamos alcanzar al trabajar con nuestros clientes, asegurando un resultado exitoso.
- Naranja: Representa la parte creatividad y la originalidad de nuestros servicios.



#### 1.4 Logo y eslogan.

La representación gráfica de JIG Online Marketing se basa en un isologo, el cual conjuga un elemento tipográfico con un ícono y ambos son inseparables. El ícono está conformado por una combinación creativa de las tres iniciales y debajo el servicio que nos representa.

La frase o eslogan a utilizar se inspira en una frase del mercadólogo Tom Fishburne donde expone que el marketing más exitoso es aquel que el cliente no percibe como marketing directamente o como una estrategia más para vender. Como empresa tenemos el objetivo de lograr que nuestros clientes conecten con sus consumidores de una manera única y sostenible.

**“Dónde le mejor marketing es el que no parece marketing”**



## 1.5 Filosofía de Negocios: Misión, Visión y Valores.

- **Misión**: Ofrecer a nuestros clientes soluciones creativas para alcanzar su mercado meta con el fin de satisfacer los deseos y necesidades de todas las partes sin perder su enfoque y esencia principal.
- **Visión**: Ser la agencia número uno a nivel nacional en asesoramiento y servicios de marketing online ofreciendo soluciones oportunas por medio de estrategias adecuadas a la necesidad de nuestros clientes.
- **Valores**
  1. **Transparencia**: Estamos comprometidos con ofrecer un servicio ético a nuestros clientes, asegurando la integridad y honestidad en la toma de decisiones para establecer estrategias adecuadas.
  2. **Responsabilidad**: Cumplimos con los compromisos establecidos de manera oportuna y eficiente, logrando así satisfacer las expectativas de nuestro cliente al 100%.
  3. **Resolución**: Tenemos el deber de ofrecer soluciones estratégicas para lograr el objetivo de nuestro cliente y certificar el éxito de su empresa.
  4. **Calidad**: Nos enfocamos en ofrecer un servicio con los más altos estándares de calidad en el mercado, comprometiéndonos a entregar un producto de valor tanto para nuestro cliente como para el mercado meta de éste.
  5. **Orientación al Cliente**: Nuestros servicios son diseñados de manera que puedan satisfacer las necesidades particulares de nuestros clientes, logrando detectar y adaptar las estrategias a implementar según las prioridades de los mismos.

## 1.6 Estructura organizacional.

### a) Dirección General

Gerente General: es la persona encargada de la toma de decisiones en las situaciones críticas de la empresa, es quien sabe hacia dónde va la empresa y es quien establece los objetivos de la misma.

Sus responsabilidades son:

- Coordinación de todas las áreas del negocio.
- Control de cada unidad de negocio.
- Planificación estratégica.
- Creación de valor ante los empleados, socios e inversores.
- Decisiones tácticas y gestión del cambio.
- Estructura organizativa.

### b) Áreas de ventas y cobros.

Gerente de ventas y cobros: es el encargado de gestionar e impulsar las funciones comerciales, gestionar las ventas y garantizar que la empresa se extienda hacia otros mercados, así como también en este caso, gestionar los cobros de cada una de las ventas realizadas.

Sus responsabilidades son:

- Fijar las metas de la empresa.
- Dar seguimiento a los indicadores o KPI.
- Gestionar estrategias de ventas.
- Promocionar a la empresa.
- Cobrar todas las ventas generadas.
- Brindar atención al cliente.

**c) Área de servicios y atención al cliente.**

Gerente de servicio al cliente; es el encargado de fomentar equipos productivos enfocados a los consumidores, se encargan de supervisar a los empleados para que siempre cumplan con las demandas del servicio.

Sus responsabilidades son:

- Brindar un valor agregado a su experiencia de clientes.
- Asegurar la retención de clientes rentables por el valor agregado brindado.
- Inculcar a los empleados la necesidad de escuchar a los clientes.
- Ser persona empática brindando solución a sus problemas.
- Conocer los productos de la empresa muy bien.
- Proporcionar las informaciones de los clientes cuando es necesario a los demás departamentos que lo requieran.

**d) Departamento de comunicación, gestión y actualización de redes sociales y página web.**

Community Manager: es el responsable de administrar todo lo referente a la comunidad online y manejar el plan de comunicación digital de la empresa, es el responsable de gestionar la identidad y la imagen de la marca, manteniendo con esto relaciones duraderas con todos los clientes.

Sus responsabilidades son:

- Crear y planificar los contenidos sobre la empresa.
- Planificar mediante su experiencia cuando y como publicar contenidos para que estos tengan más llegadas a los clientes.
- Monitorizar todas sus publicaciones y medir cual ha sido el impacto de cada una de ellas.
- Relacionarse con los usuarios de las redes para así crear con esto unas relaciones de fidelidad y lealtad.
- Planificar cada detalle y anticipar los efectos de cada acción.

**e) Departamento de control de gestión.**

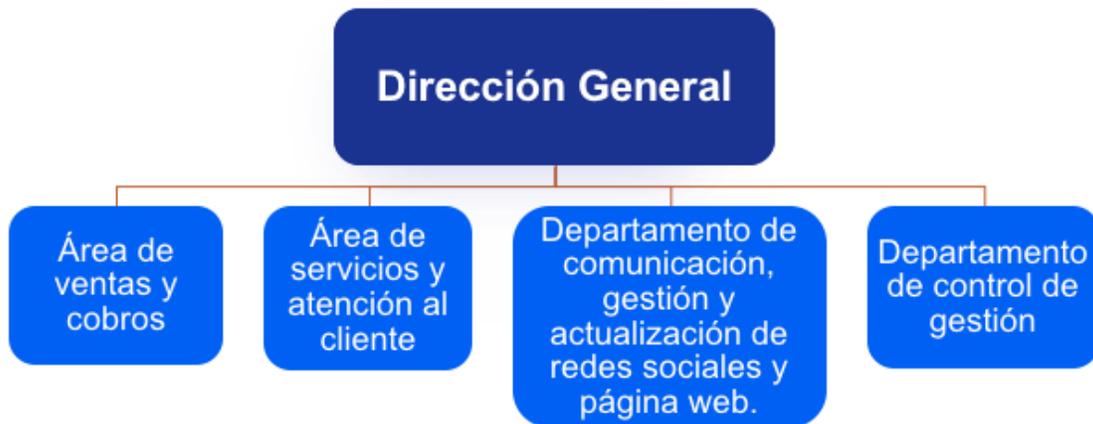
Analista de Gestión: es el encargado de buscar, almacenar y poner a disposición de la empresa todas las informaciones fiables y oportunas para la toma de decisiones de los directivos de la empresa. Esta persona es el encargado de medir el aprovechamiento eficaz y permanente de los recursos de la empresa para el logro de los objetivos que ha fijado los directivos de la empresa.

Sus responsabilidades son:

- Crear estrategias y acciones para reducir el riesgo y contingencia del negocio.
- Dirigir a los diferentes responsables de modo que estos cumplan con los objetivos plasmados.
- Planificación estratégica para anticiparse a los futuros cambios de la empresa.

- Adaptar todas las estructuras de la empresa y los objetivos de acuerdo a los resultados obtenidos.
- Llevar a cabo el control presupuestario y control de la evolución de la empresa en el futuro.

### 1.7 Organigrama



## **1.8 Objetivos organizacionales.**

Los objetivos de la empresa se concentran en los siguientes indicadores:

1. Oferta de Servicios: Ofrecer servicios competitivos en el mercado para establecer la empresa entre las principales alternativas de nuestro cliente potencial. Actualizando de manera constante y acorde a las necesidades del mercado nuestra oferta de servicio dando a conocer las características del mismo y el valor que brinda al mercado.
2. Rentabilidad: Incrementar al menos un 30% anual nuestra cartera de clientes por medio de un plan de fidelización para fomentar la captación y retención de clientes.
3. Captación y Retención de Clientes: Aumentar el margen anual de ingresos de manera proactiva para asegurar la rentabilidad y crecimiento de la empresa.
4. Equipo de Trabajo: Desarrollar una cultura organizacional enfocada en la excelencia para formar un personal altamente calificado en el área de Marketing.
5. Innovación y Crecimiento: Fomentar la creatividad por medio de la resolución de problemas e idealización de estrategias innovadoras que permitan destacar nuestra empresa logrando un crecimiento sostenible en el mercado.

## **1.9 Políticas organizacionales.**

- Los pagos por servicios recibidos se realizarán vía transferencia bancaria o por medios de pagos online en plataformas como PayPal u otra forma de pagos online.
- Una vez acordado el servicio a ofrecer el cliente debe adelantar un 30% de los honorarios definidos.
- Si los servicios que requieran los clientes son continuos se hará un contrato por iguala y los pagos serán mensuales.
- Si los servicios requeridos por los clientes son servicios únicos y específicos los pagos restantes se harán inmediatamente se termine el servicio y se cumpla con los servicios contratados.
- Al momento de entrar en la página web a adquirir un servicio el cliente debe aceptar todas las cookies que requiere la página y que es permitida por la agencia de protección de datos.
- Los empleados de la empresa pueden firmar solo y exclusivamente contratos dentro de la normativa de la empresa y para la empresa.
- Está prohibido a cualquier empleado trabajar para la competencia y debe de firmar un contrato de confidencialidad para no exponer informaciones de la misma a terceros.
- La empresa está obligada a salvaguardar la seguridad de los usuarios protegiendo los datos ofrecidos por los mismos.
- Los servicios ofrecidos por la empresa son único y exclusivos a empresas o personas independientes que sean mayores de edad.

- Ya iniciado un proceso de servicios de marketing no se devolverá pagos anticipados o adelantos si no que se podría hacer otro tipo de servicios si así lo requiere el cliente.
- Si en dado caso el cliente decide hacer algún cambio en su servicio tiene un plazo de 30 días para gestionar e informarlo a la empresa.

### **1.10 Normas organizacionales.**

- Nuestro horario laboral será de lunes a viernes de 8:00 am a 6:00 pm.
- Todo empleado de la empresa debe conocer los estatutos y reglamentos de la empresa, horario de entrada, responsabilidades y obligaciones de su puesto en la misma.
- Los derechos de los trabajadores se regularán por las leyes que estén vigentes en el país.
- Cada empleado debe cumplir y hacer cumplir las normas de los reglamentos internos de trabajo de la empresa.
- La empresa no obliga a ningún empleado a realizar acciones o trabajo que vaya en contra de preservar su salud y su privacidad como persona.
- Todo empleado debe presentarse en el lugar de trabajo con la vestimenta asignada por la empresa.
- Cada empleado debe de respetar y brindar un servicio excelente a los clientes que atienden para que de esta forma se sientan satisfechos.

- Cada empleado debe de acatar y respetar las decisiones de quienes están por encima de el en su organigrama.
- Si en algún momento se reciben clientes o visitas de manera presencial o también online se debe usar las normas protocolares de cortesías hacia los clientes haciéndolo sentir bien.
- Todo empleado debe conocer las normas legales para no caer en ningún acto delictivo en cualquier acción tomada en la empresa.

**SECCIÓN II:**  
**ESTUDIO DE MERCADO**

## 2.1 Presentación y análisis de los resultados de la encuesta.

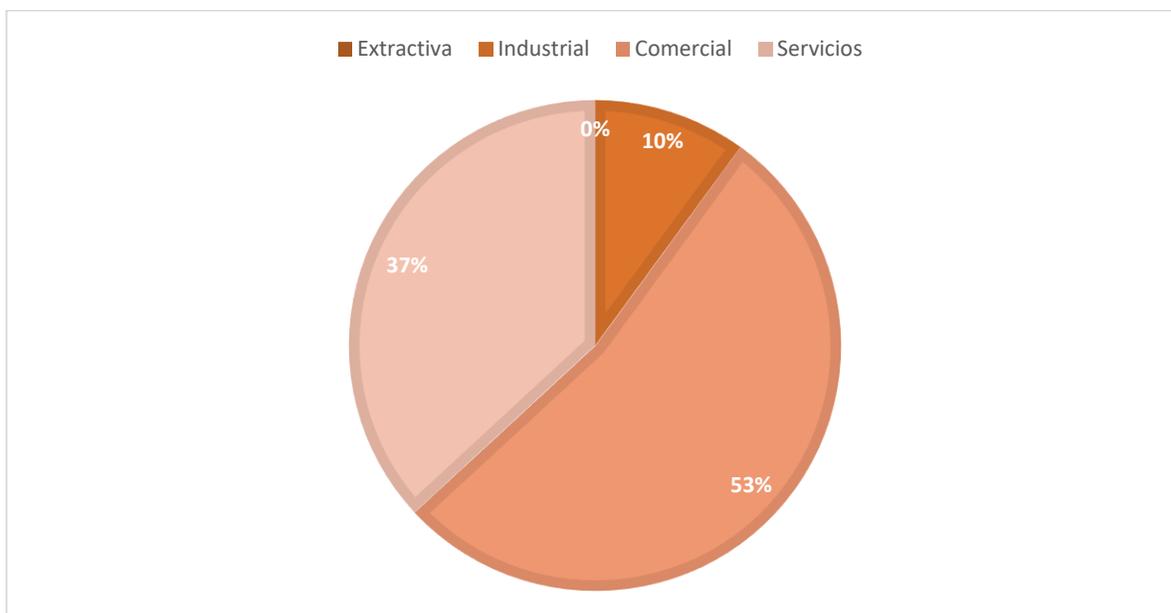
**Tabla No. 1**  
**Naturaleza Comercial**

Opción	Frecuencia	%
Extractiva	0	0
Industrial	4	10
Comercial	20	53
Servicios	14	37
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100</b>

Fuente: Pregunta No.1 del cuestionario o encuesta aplicada a empresarios de la República Dominicana.

De acuerdo con la encuesta realizada a empresarios de República Dominicana y de acuerdo a la naturaleza comercial de las empresas, podemos presentar los siguientes resultados. Para el sector de las empresas extractivas no hubo selección por lo que su resultado es de un **0%**, el **10%** de los encuestados pertenece al sector industrial, el **53%** pertenecen al comercio y el **37%** pertenecen al sector de los servicios. Podemos evidenciar en esta encuesta que la mayor parte de los encuestados pertenecen al sector del comercio.

**Gráfica No. 1**  
**Naturaleza Comercial**



Fuente: Tabla No. 1, pregunta No.1 del cuestionario o encuesta aplicada a empresarios de la República Dominicana.

**Tabla No. 2**  
**Tipos de Servicios Mercadológicos Requeridos por las Empresas**

Opción	Frecuencia.	%
Estudio de mercados	15	12
Plan de marketing	30	25
Creación de espacios virtuales	12	10
Manejo de redes sociales	19	15
Campaña de publicidad	13	11
Campaña promocional	10	8
Gestión de marcas	10	8
Lanzamiento de nuevo producto	7	6
Creación de imagen corporativa	6	5
<b>Total</b>	<b>122</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Pregunta No. 2 del cuestionario o encuesta aplicada a empresarios de la República Dominicana.

De acuerdo a la encuesta realizada a empresarios de República Dominicana y de acuerdo a los servicios mercadológicos requeridos por las empresas encuestadas podemos presentar los siguientes resultados: el **12%** requiere estudios de mercados, el **25%** plan de marketing, el **10%** creación de espacios virtuales, el **15%** manejo de redes sociales, el **11%** campaña de publicidad, el **8%** campaña promocional, el **8%** gestión de marcas, el **6%** lanzamiento de nuevos productos y el **5%** corresponde a la creación de imagen corporativa. Se puede evidenciar que estas empresas encuestadas escogieron como más importantes los estudios de mercados, plan de marketing y manejo de redes sociales.

**Gráfica No. 2**  
**Tipos de Servicios Mercadológicos Requeridos por las Empresas**



**Fuente:** Tabla No. 2, pregunta No.2 del cuestionario o encuesta aplicada a empresarios de la República Dominicana.

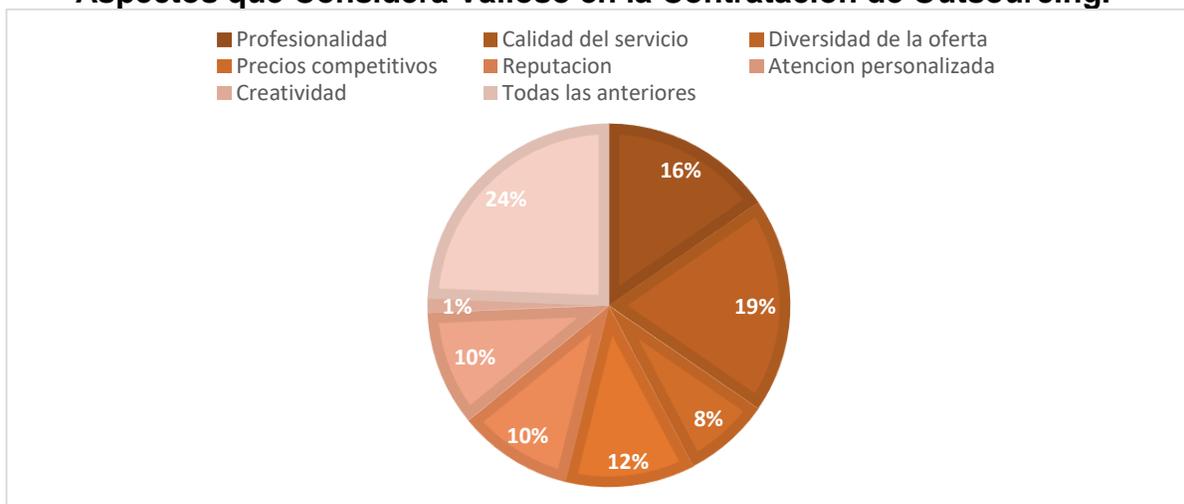
**Tabla No. 3**  
**Aspectos que Considera Valioso en la Contratación de Outsourcing**

Opción	Frecuencia	%
Profesionalidad	12	16
Calidad del servicio	15	19
Diversidad en la oferta	6	8
Precios competitivos	9	12
Reputación	8	10
Atención personalizada	8	10
Creatividad	1	1
Todas las anteriores	19	24
<b>Total</b>	<b>78</b>	<b>100</b>

Fuente: Pregunta No.3 del cuestionario o encuesta aplicada a empresarios de la República Dominicana.

De acuerdo a la encuesta realizada a empresarios de la República Dominicana se presentan los aspectos que estos consideran valiosos en la contratación de outsourcing mercadológicos: el **16%** requiere de la profesionalidad, el **19%** de la calidad de servicios, el **8%** de la diversidad de la oferta, el **12%** de los precios competitivos, un **10%** de la reputación, un **10%** de la atención personalizada un **1%** de la creatividad y el **24%** considera que requiere de todas las anteriores. Se observa que esta última, la profesionalidad y la calidad en el servicio las tres opciones más requeridas.

**Gráfica No. 3**  
**Aspectos que Considera Valioso en la Contratación de Outsourcing.**



Fuente: Tabla No. 3, pregunta No. 3 del cuestionario o encuesta aplicada a empresarios de la República Dominicana.

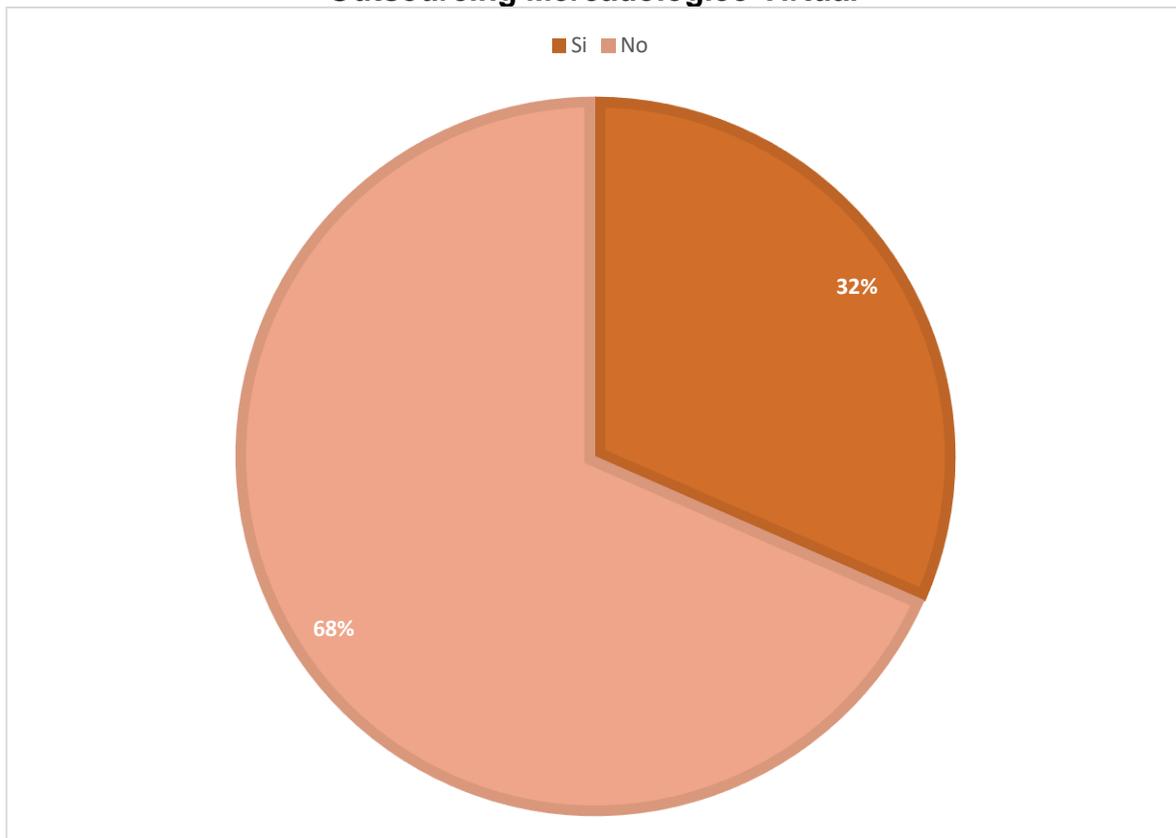
**Tabla No. 4**  
**Outsourcing Mercadológico Virtual**

Opción	Frecuencia	%
Si	12	32
No	26	68
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100</b>

Fuente: Pregunta No.4 del cuestionario o encuesta aplicada a empresarios de la República Dominicana.

De acuerdo a la encuesta realizada a empresarios dominicanos referente a la pregunta si han contratado servicios de outsourcing a nivel virtual se pueden visualizar los siguientes resultados: el **32%** de los encuestados tuvo una respuesta afirmativa, mientras que el **68%** tuvo una respuesta negativa, es decir, un gran porcentaje de empresarios no tienden a contratar servicios mercadológicos de manera virtual.

**Gráfica No. 4**  
**Outsourcing Mercadológico Virtual**



Fuente: Tabla No. 4, pregunta No. 4 del cuestionario o encuesta aplicada a empresarios de la República Dominicana.

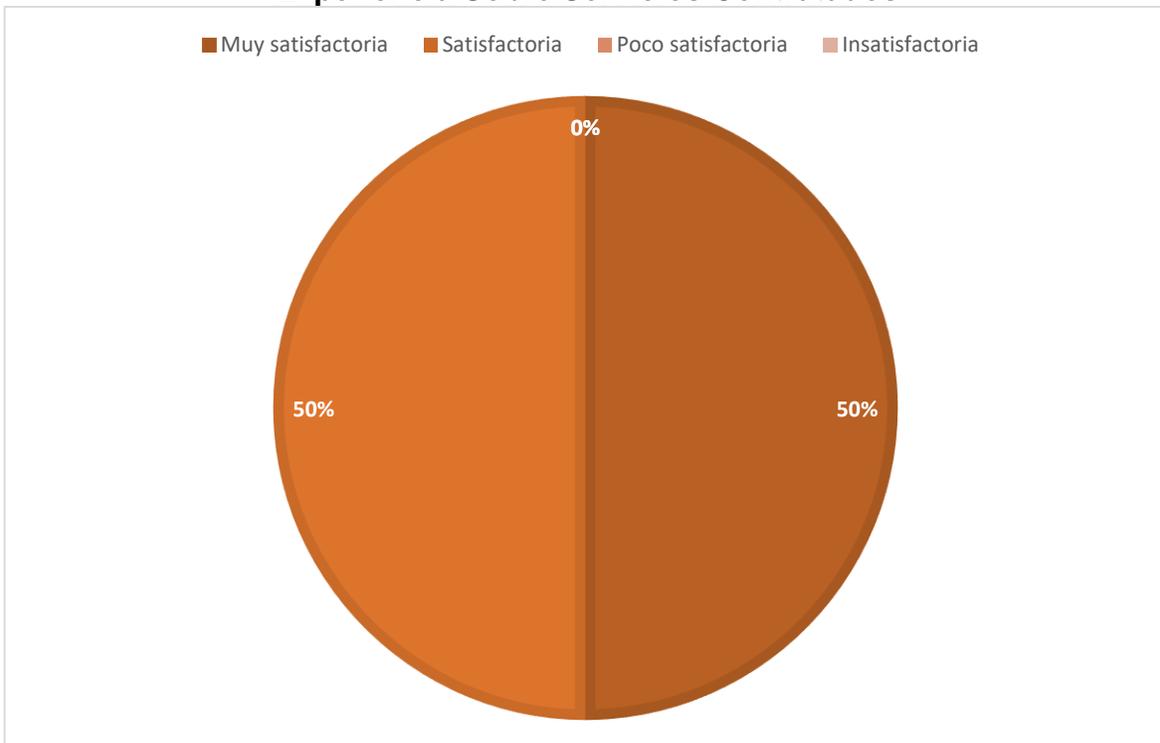
**Tabla no. 5**  
**Experiencia Sobre Servicios Contratados**

Opción	Frecuencia	%
Muy satisfactoria	7	50
Satisfactoria	7	50
Poco satisfactoria	0	0
Insatisfactoria	0	0
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Pregunta No. 5 del cuestionario o encuesta aplicada a empresarios de la República Dominicana.

De acuerdo a la encuesta realizada a empresarios de la República Dominicana con respecto a la experiencia sobre servicios virtuales de outsourcing mercadológicos pudimos observar los siguientes resultados. De catorce encuestados que afirmaron haber utilizado estos servicios, el **50%** optaron por la opción “muy satisfactoria” y el **50%** optaron por la opción “satisfactoria”, las opciones “poco satisfactoria” e “insatisfactoria” **0%** en sus resultados.

**Gráfica No. 5**  
**Experiencia Sobre Servicios Contratados**



**Fuente:** Tabla No. 5, pregunta No.5 del cuestionario o encuesta aplicada a empresarios de la República Dominicana.

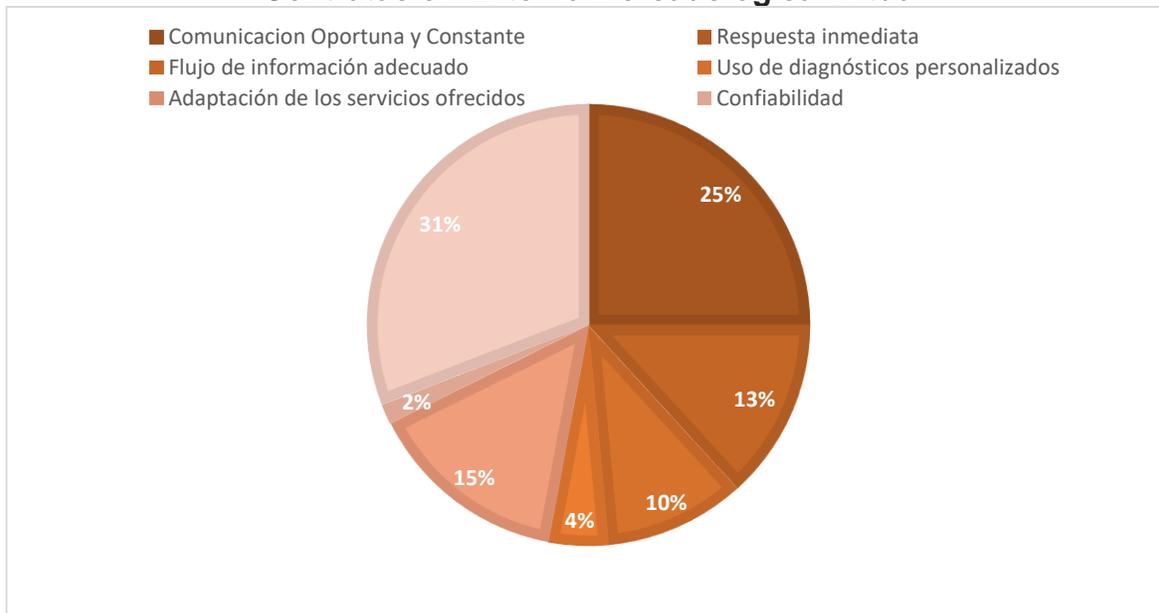
**Tabla No. 6**  
**Contratación Externa Mercadológica Virtual**

Opción	Frecuencia	%
Comunicación Oportuna y Constante	17	25
Respuesta inmediata	9	13
Flujo de información adecuado	7	10
Uso de diagnósticos personalizados	3	4
Adaptación de los servicios ofrecidos	10	15
Confiabilidad	1	2
Todas las anteriores	21	31
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

Fuente: Pregunta no. 6 de encuesta aplicada a empresarios de la República Dominicana.

De acuerdo con la encuesta realizada a varios empresarios de la República Dominicana, se pueden presentar los siguientes resultados considerando la importancia que tiene para los empresarios los siguientes aspectos en la contratación externa mercadológica virtual. El **25%** considera importante la comunicación oportuna y constante, **13%** la respuesta inmediata, **10%** el flujo de información adecuado, **4%** el uso de diagnóstico personalizado, **15%** adaptación de los servicios ofrecidos, **2%** confiabilidad y el **31%** considera importante todas las anteriores.

**Gráfica No. 6**  
**Contratación Externa Mercadológica Virtual**



Fuente: Tabla No. 6, pregunta no. 6 de encuesta aplicada a empresarios de la República Dominicana.

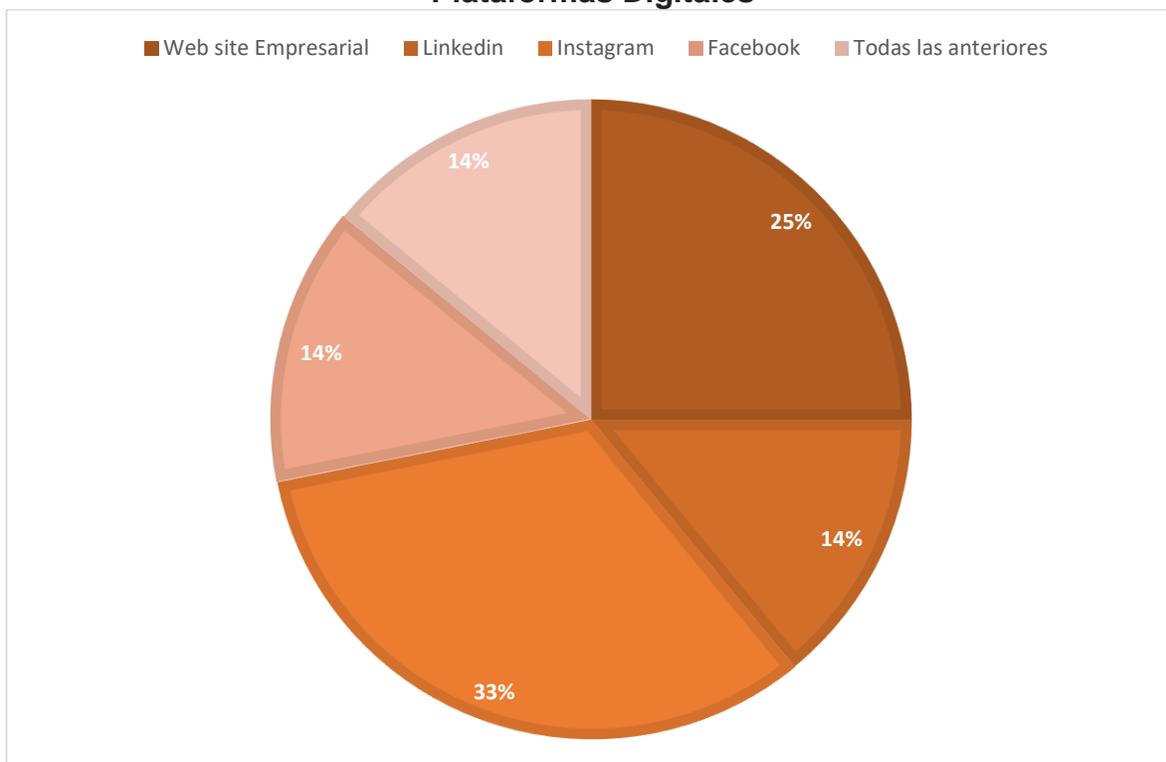
**Tabla No. 7**  
**Plataformas Digitales**

Opción	Frecuencia	%
Website Empresarial	16	25
Linkedin	9	14
Instagram	21	33
Facebook	9	14
Todas las anteriores	9	14
<b>Total</b>	<b>64</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Pregunta no. 7 de encuesta aplicada a empresarios de la región norte y este de República Dominicana.

De acuerdo con la encuesta realizada a varios empresarios de la República Dominicana, se pueden presentar los siguientes resultados con respecto a las plataformas digitales que inspiran más confianza en términos de negocios digitales. El **25%** considera confiable un Website Empresarial, **14%** LinkedIn, **33%** Instagram, **14%** Facebook y **14%** considera confiable todas las anteriores.

**Gráfica No. 7**  
**Plataformas Digitales**



**Fuente:** Tabla No. 7, pregunta no. 7 de encuesta aplicada a empresarios de la República Dominicana.

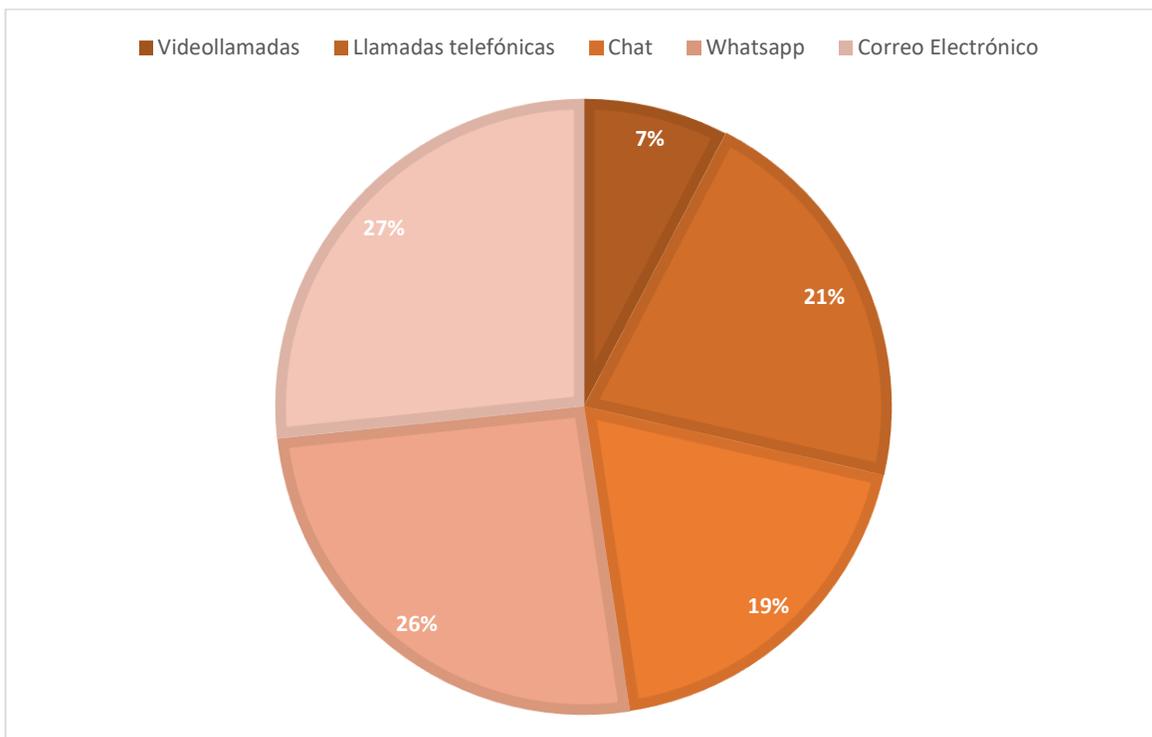
**Tabla No. 8**  
**Tipos de Contactos**

Opción	Frecuencia	%
Video llamadas	8	7
Llamadas telefónicas	22	21
Chat	20	19
WhatsApp	27	26
Correo Electrónico	28	27
<b>Total</b>	<b>105</b>	<b>100</b>

Fuente: Pregunta no. 8 de encuesta aplicada a empresarios de la República Dominicana.

De acuerdo con la encuesta realizada a varios empresarios de la Región Norte y Este del país, se pueden presentar los siguientes resultados con respecto a la preferencia en el tipo de contacto conveniente en su negocio. El **7%** considera conveniente las video llamadas, **21%** Llamadas telefónicas, **19%** Chat, **26%** WhatsApp, mientras que la mayoría considera conveniente el Correo Electrónico con una preferencia en **27%**.

**Gráfica No. 8**  
**Tipos de Contacto**



Fuente: Tabla No. 8, pregunta no. 8 de encuesta aplicada a empresarios de la República Dominicana.

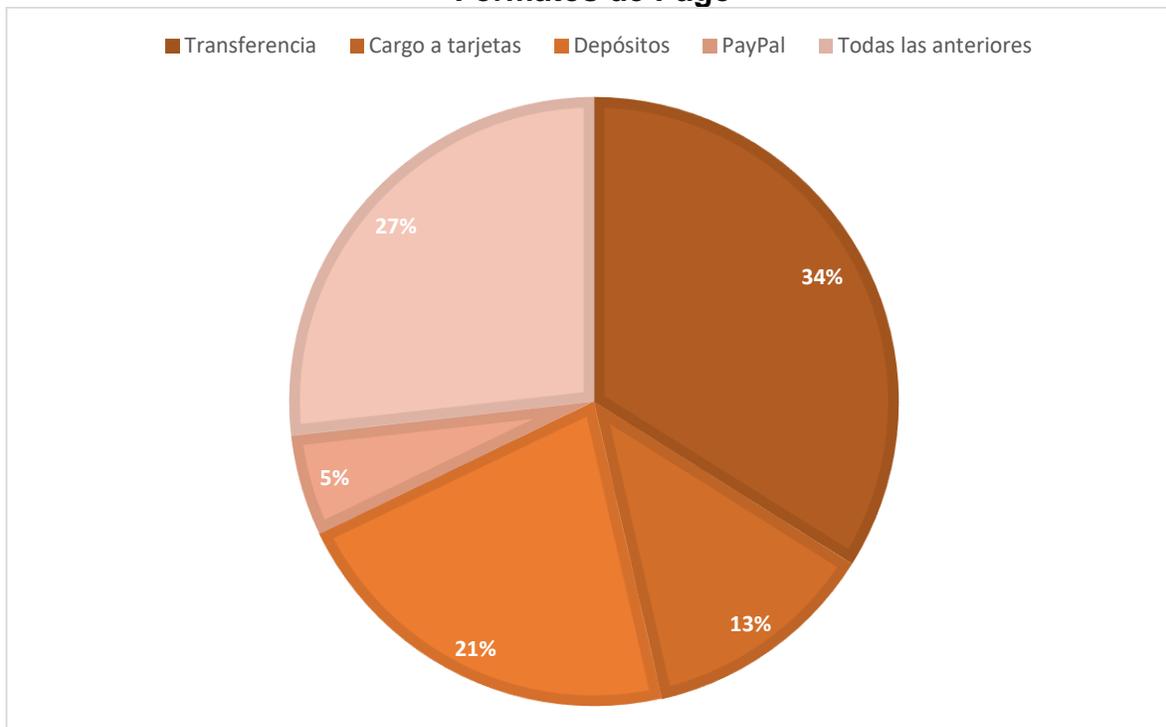
**Tabla No. 9**  
**Formatos de Pago**

Opción	Frecuencia	%
Transferencia	19	34
Cargo a tarjetas	7	13
Depósitos	12	21
PayPal	3	5
Todas las anteriores	15	27
<b>Total</b>	<b>56</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Pregunta no. 9 de encuesta aplicada a empresarios de la República Dominicana.

De acuerdo con la encuesta realizada a varios empresarios de la República Dominicana, se pueden presentar los siguientes resultados con respecto a la preferencia en formatos de pago para su negocio. El **34%** tiene como preferencia las transferencias, **13%** Cargo a Tarjetas, **21%** Depósitos, **5%** PayPal, mientras que **27%** tiene como preferencia todas las anteriores.

**Gráfica No. 9**  
**Formatos de Pago**



**Fuente:** Tabla No. 9, pregunta no. 9 de encuesta aplicada a empresarios de la República Dominicana.

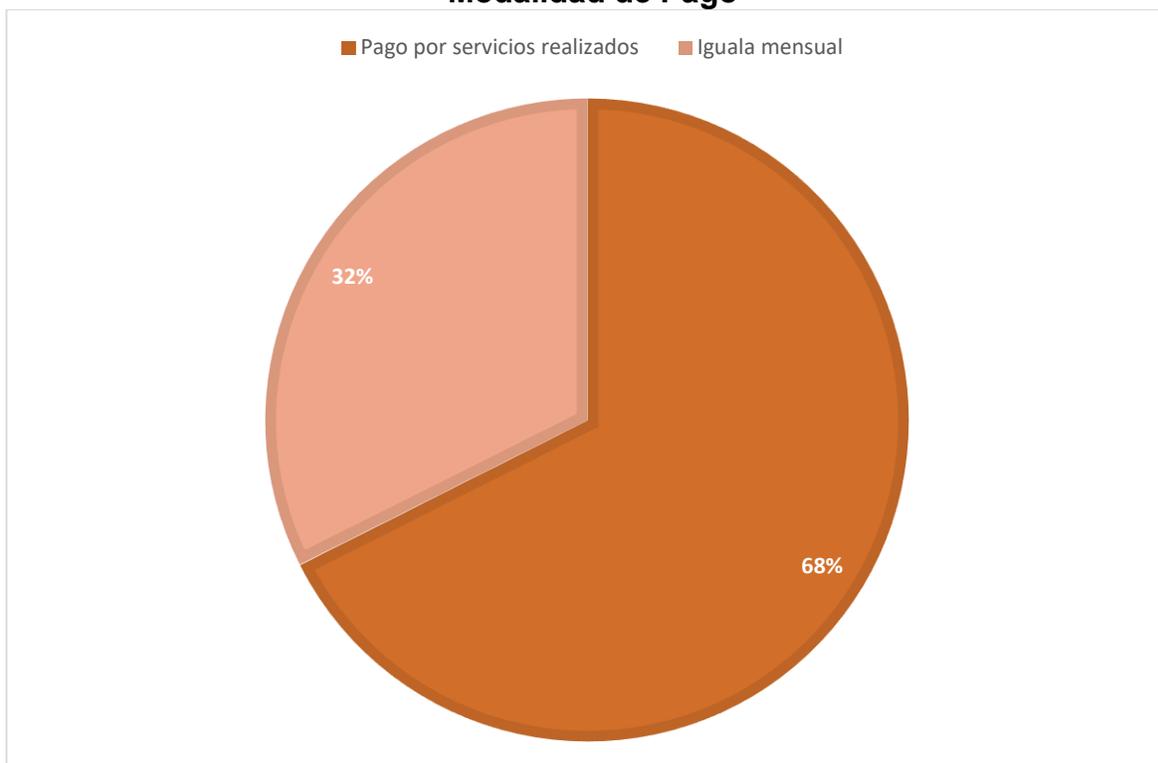
**Tabla No. 10**  
**Modalidad de Pago**

Opción	Frecuencia	%
Pagos por Servicios Realizados	25	68
Iguala Mensual	12	32
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100</b>

Fuente: Pregunta no. 10 de encuesta aplicada a empresarios de la República Dominicana.

De acuerdo con la encuesta realizada a varios empresarios de la República Dominicana, se pueden presentar los siguientes resultados con respecto a la preferencia en modalidad de pago para su negocio. El **68%** tiene como preferencia los pagos por servicios realizados, siendo este el mayor porcentaje en comparación con la modalidad de Iguala Mensual el cual es preferencia en un **32%** de los empresarios encuestados.

**Gráfica No. 10**  
**Modalidad de Pago**



Fuente: Tabla No. 10, pregunta no. 10 de encuesta aplicada a empresarios de la República Dominicana.

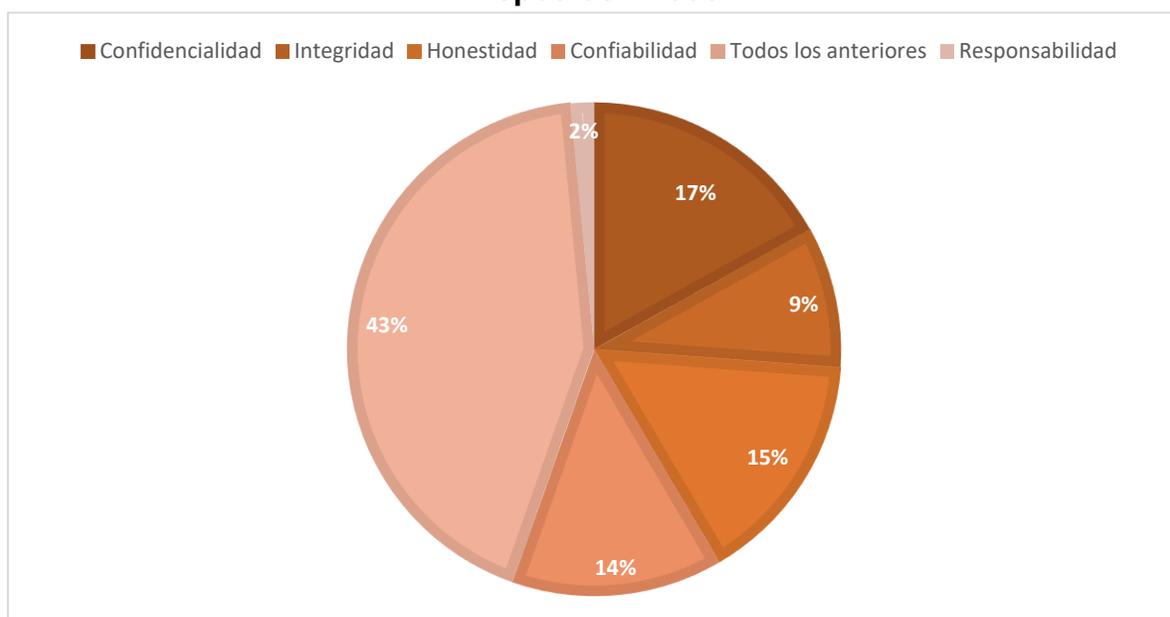
**Tabla No. 11**  
**Aspectos Éticos**

Opción	Frecuencia	%
Confidencialidad	11	17
Integridad	6	9
Honestidad	10	15
Todas las anteriores	28	43
Responsabilidad	1	2
Confiabilidad	9	14
<b>Total</b>	<b>65</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Pregunta No. 11 de la encuesta aplicada a empresarios de la República Dominicana para conocer los aspectos éticos.

De acuerdo con la encuesta realizada a varios empresarios de la República Dominicana con el fin de poder identificar cuales aspectos éticos son más valorados por los empresarios, se pueden observar los siguientes resultados. Un **17%** considera importante la confidencialidad, integridad **9%**, la honestidad **15%**, responsabilidad **2%**, y el **43%** indicó que todas las anteriores son importantes. Esto nos indica que para los encuestados es muy importante los aspectos éticos en general.

**Gráfica No. 11**  
**Aspectos Éticos**



**Fuente:** Tabla No. 11, pregunta No. 11 de la encuesta aplicada a empresarios de la República Dominicana para conocer los aspectos éticos.

**Tabla No. 12**  
**Contenidos Multimedia**

Opción	Frecuencia	%
Publicaciones variadas	19	18
Videos promocionales	24	23
Testimonios de clientes satisfechos	27	26
Orientaciones generales sobre los servicios	17	17
Informaciones sobre los especialistas que trabajan en la empresa	16	16
<b>Total</b>	<b>103</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Pregunta No. 12 de la encuesta aplicada a empresarios de la República Dominicana para conocer qué tipo de contenidos multimedia les gustaría apreciar.

De acuerdo con la encuesta realizada a varios empresarios de la República Dominicana con el fin de conocer cuales contenidos digitales multimedia les gustaría apreciar, los resultados obtenidos indican que el **18%** corresponde a publicaciones variadas, los videos promocionales obtuvieron el **23%**, el **26%** corresponde a los testimonios de clientes satisfechos, las orientaciones generales sobre los servicios con el **17%** y en cuanto a las informaciones sobre los especialistas que trabajan en la empresa un **16%**.

**Gráfica No. 12**  
**Contenidos Multimedia**



**Fuente:** Tabla No. 12, pregunta No. 12 de la encuesta aplicada a empresarios de la República Dominicana para conocer contenidos multimedia apreciados.

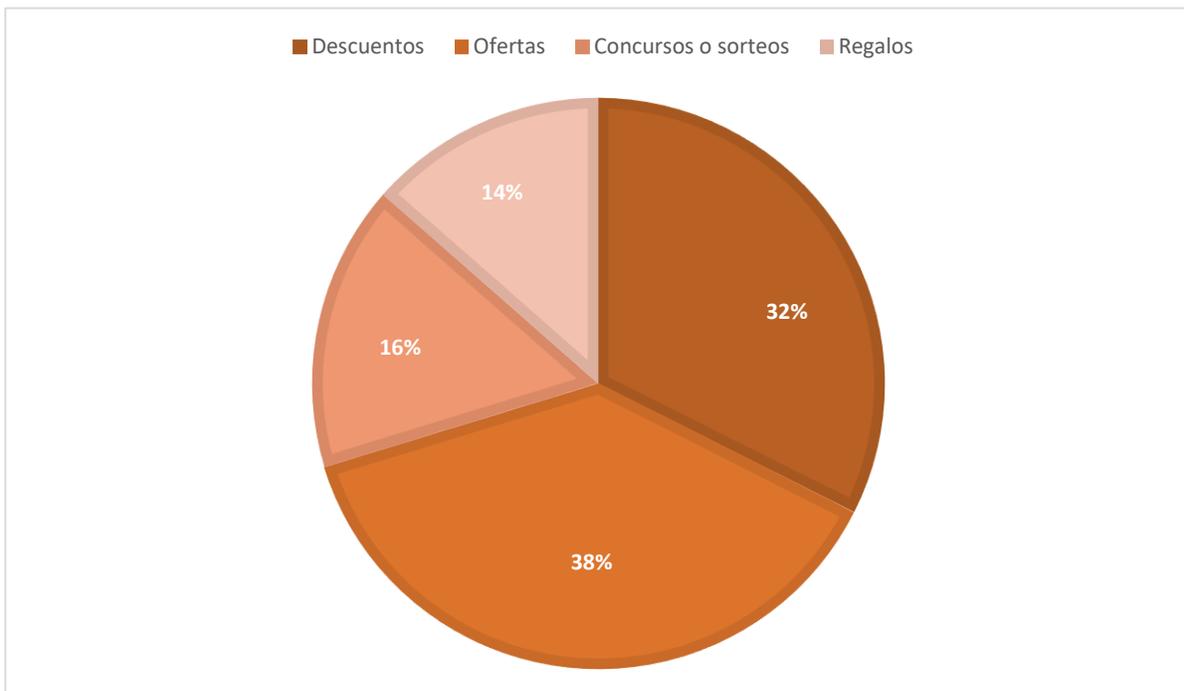
**Tabla No. 13**  
**Estrategias Promocionales**

Opción	Frecuencia	%
Descuentos	24	32
Ofertas	28	38
Concursos o sorteos	12	16
Regalos	10	14
<b>Total</b>	<b>74</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Pregunta No. 13 de la encuesta aplicada a empresarios de la República Dominicana para conocer qué tipo de estrategia promocionales les interesa.

De acuerdo con la encuesta realizada a varios empresarios de la República Dominicana con el objetivo de conocer cual sería la estrategia promocional que les interesa tener, se obtuvieron los siguientes resultados: el **32%** prefieren los descuentos, un **38%** las ofertas ocupando el primer lugar, concursos o sorteos con el **16%** y el **14%** corresponde a los regalos. Quedando así demostrado que a la hora de adquirir un producto o servicios lo que más atrae son las ofertas.

**Gráfica No. 13**  
**Estrategias Promocionales**



**Fuente:** Tabla No. 13, pregunta No. 13 de la encuesta aplicada a empresarios de la República Dominicana para conocer las estrategias promocionales de interés.

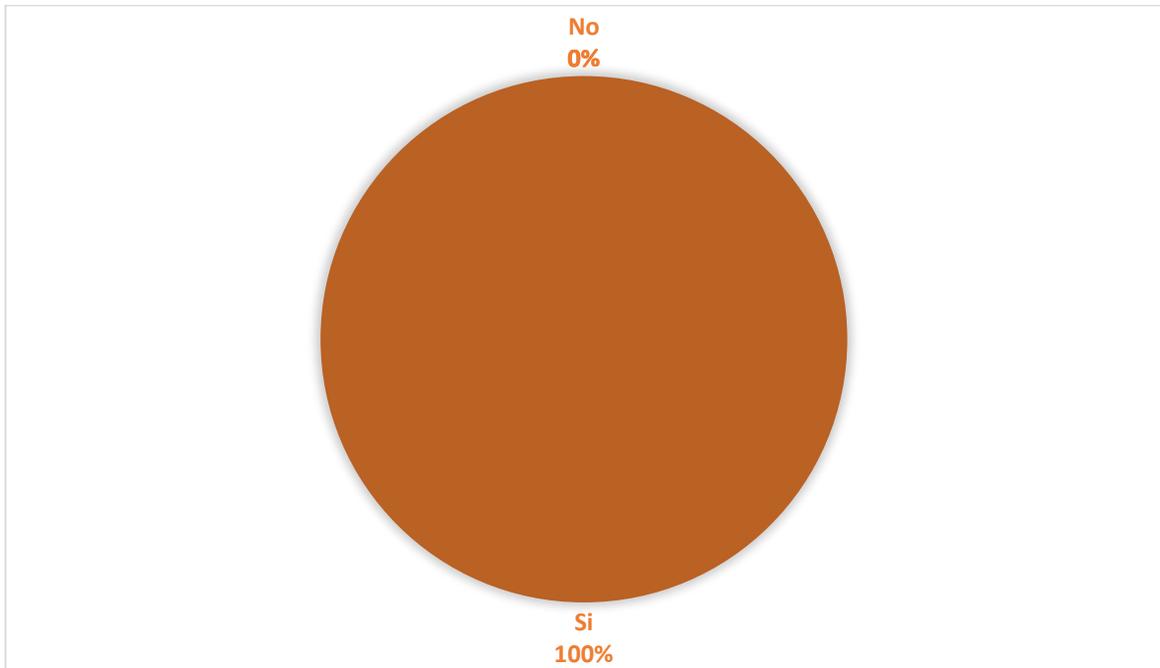
**Tabla No. 14**  
**Experiencia Satisfactoria**

Opción	Frecuencia	%
Si	38	100
No	0	0
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100</b>

Fuente: Pregunta No. 14 de la encuesta aplicada a empresarios de la República Dominicana.

Los 38 encuestados empresarios coincidieron en que estarían de acuerdo en trabajar con nosotros en un futuro si están satisfechos. Tomando en cuenta el tipo de empresa que somos y lo que estaremos ofreciendo cumpliremos con todas las necesidades de nuestros clientes sin dejar de lado su línea y respetando lo que ofrecen y como quieren ser percibidos.

**Gráfica No. 14**  
**Experiencia Satisfactoria**



Fuente: Tabla No. 14, pregunta No. 14 de la encuesta aplicada a empresarios para conocer si estarían dispuestos a trabajar con nosotros si su experiencia es satisfactoria.

**Tabla No. 15**  
**Valoración de las Empresas Online**

Opción	Frecuencia	%
Excelente iniciativa, ahorra tiempo y dinero y genera competitividad	26	70
Buena iniciativa, facilita el gestionar empresarial	7	19
Aceptable iniciativa, pero lleva tiempo adaptarse	3	8
No aceptable, prefiero los servicios presenciales	1	3
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Pregunta No. 15 de la encuesta aplicada a empresarios de la República Dominicana sobre la valoración de las empresas online.

De acuerdo con la encuesta realizada a varios empresarios de la República Dominicana sobre su postura en cuanto a las empresas que ofrecen servicios online se obtuvieron los siguientes resultados. El **70%** considera que es una excelente iniciativa, un **19%** como buena iniciativa, **8%** aceptable iniciativa, mientras que el **3%** restante lo considera no aceptable. Estos resultados indican que hoy en día aún en la era digital algunos empresarios no confían en las empresas online, no obstante, estos resultados hacen la afirmación de que son más lo que sí consideran es una alternativa viable.

**Gráfica No. 15**  
**Valoración de las Empresas Online**



**Fuente:** Tabla No. 15, pregunta No. 15 de la encuesta aplicada a empresarios de la República Dominicana sobre la valoración de las empresas online.

**SECCIÓN III:**  
**CONTEXTO**  
**MERCADOLÓGICO**

### **3.1 Objetivos mercadológicos.**

- **Producto**

Brindar a nuestros clientes un servicio mercadológico especializado en el área que vaya acorde a las exigencias del mercado en el que se desenvuelve cada cliente para así poder satisfacer las necesidades de cada uno de ellos.

- **Precio**

Ofrecer un precio competitivo de acuerdo al mercado al cual se dirige la empresa, haciendo enfoque en la calidad del servicio brindado y los beneficios que el cliente recibirá a cambio.

- **Plaza**

Brindar un servicio eficiente y garantizado dándolo a conocer a través de las plataformas virtuales como Instagram, LinkedIn y Google Site, con el fin de que los clientes puedan adquirir información de todo lo que ofrecemos y satisfacer las necesidades de los que ya han requerido de nuestros servicios.

- **Promoción**

Desarrollar y estructurar actividades de promoción efectivas con el fin de posicionar nuestra empresa en el mercado, logrando comercializar nuestros servicios de una manera más eficiente por medio de diferentes estrategias y recursos de comunicación.

### **3.2 Descripción mercado meta.**

Nuestro mercado meta está compuesto por medianas y pequeñas empresas del sector comercial o de servicio, así como también personas físicas o emprendedores de cualquier índole ubicados en la República Dominicana. Estos se encuentran en un estatus socioeconómico medio alto con un nivel académico técnico o profesional. En el caso de las personas físicas, estos oscilan entre las edades de 25 a 40 años.

Nuestros clientes se caracterizan por ser hábiles físicamente para poder ejercer el acto del comercio y tener capacidad de uso regular de medios de redes sociales y recursos tecnológicos. Su mayor interés es proyectar sus empresas de manera profesional en el ámbito mercadológico por medio de una gestión de su marca o estrategias de comunicación efectivas.

### **3.3 Decisión sobre producto.**

Los principales servicios a ofrecer en nuestra empresa se dividen en las siguientes categorías: gestión de marca o branding, diseño de experiencia del consumidor, desarrollo de estrategia de comunicación digital e investigación de mercado.

#### ***Gestión de Marcas o Branding.***

Se enfoca en el desarrollo de identidad de la marca, buscamos un consenso mediante análisis de la apariencia de las marcas de las empresas junto con los clientes para de este modo poder mantener su esencia y al mismo tiempo crearles una identidad que sea rentable y duradera en el mercado.

Esta categoría se desglosa en dos partes, las cuales son productos entregables una vez el cliente apruebe la estructura y el diseño trabajado en conjunto:

- Desarrollo de identidad visual: Creación y gestión de elementos de la marca para aprovechar la percepción sobre el negocio en la mente del consumidor. Estos elementos son logotipos, paleta de colores, símbolos o ilustraciones que representen la marca y tipografía.
- Desarrollo de identidad corporativa: Definición del lenguaje, mensaje y tipo de atención y relación con el cliente.

Estos servicios son esenciales al momento de establecer una empresa a nivel mercadológico que logre posicionarse en la mente del consumidor, y nuestro enfoque es alcanzar que sea rentable y duradera, lo cual consideramos una ventaja y un aspecto distintivo en el mercado.

### ***Diseño de Experiencia del Consumidor***

Diseñamos el recorrido del consumidor o cliente potencial de la empresa para mejorar la experiencia y retener al consumidor. Se realiza un estudio de los puntos claves donde el cliente interacciona con la empresa por medio de sus plataformas digitales con el fin de conocer los momentos, fases y oportunidades por las que recorren los mismos antes y después de la compra. De esta manera identificamos donde puede mejorar la experiencia para fomentar la fidelización.

Esta categoría se desglosa en los siguientes servicios:

- Creación del Buyer Persona: Definición del cliente ideal basado en el mercado meta de la empresa.
- Mapa de Experiencia del Cliente: Estudio detallado del comportamiento del cliente para desarrollar un mapa del recorrido del cliente que nos permitirá establecer estrategias efectivas para satisfacer sus necesidades y mejorar la experiencia
- Optimización de Procesos de Servicio al Cliente: Una vez obtenido el resultado del mapa y el buyer persona, proporcionamos estrategias que optimicen el servicio al cliente para ofrecer una experiencia única e inolvidable a su cliente.

Con estos servicios buscamos diferenciarnos demostrando nuestro interés genuino en atraer y retener clientes a las empresas, desarrollando una experiencia del consumidor que cumpla con las expectativas tanto de nuestro cliente como también el de su mercado meta.

### ***Desarrollo de Estrategia de Comunicación Digital***

Desarrollamos una estrategia de comunicación en todas las plataformas digitales con el fin de establecer la empresa y posicionarla en el mercado. Esta categoría esta compuesta por los siguientes servicios:

- Manejo de Redes Sociales: Elaboración de contenido personalizado como posts en redes sociales, artículos y otros elementos para uso en las diferentes plataformas. Además de establecer una interacción con los clientes actuales y potenciales por medio de estos para lograr fidelizar al consumidor.
- Creación y Mantenimiento de Sitios Web: Desarrollamos un sitio web personalizado tomando en cuenta los aspectos o necesidades del mercado meta, además de los objetivos de la empresa para lograr establecer una plataforma digital única brindando confiabilidad al consumidor final. Esto incluye mantenimiento de la misma por un período determinado.

Con estas acciones y opciones de servicios acordes a los nuevos tiempos podemos decir que contamos con todas las características necesarias para diferenciarnos de la competencia ya que buscamos que los clientes atendidos tengan presencia en todas las plataformas digitales, con el fin de posicionarse en el mercado. Como empresa brindamos servicios adaptados a los nuevos tiempos con gestiones que sí les permiten a nuestros clientes desarrollarse en sus respectivos mercados.

### ***Investigación de Mercados***

Con la investigación de mercados la empresa pretende obtener datos del mercado de su cliente por medio de las informaciones obtenidas al trabajar algunas de las categorías de servicios anteriores, es decir, este es un servicio que ofreceríamos a clientes que primero hayan solicitado uno de los servicios antes mencionados. Por medio de los resultados e información recolectadas, podremos analizar y evaluar de

manera estratégica para ayudar en la toma de decisiones de la empresa a nivel mercadológico. Usamos acciones modernas para la investigación de mercado como lo son el uso de la Big Data que nos permiten diferenciarnos de la competencia.

Esta categoría está compuesta por los siguientes servicios:

- Análisis de Estadísticas y Rendimiento de Plataforma Digitales: Análisis y evaluación estratégica para ayudar en la toma de decisiones de la empresa a nivel mercadológico.
- Desarrollo de Encuestas Online: En caso de posibles opciones de mejoramiento se trabajaría en encuestas a clientes actuales.

### **3.4 Decisión sobre el precio.**

Siendo esta una empresa de servicios, las estrategias de precios más idóneas serían las orientadas a la competencia, tomando en cuenta los precios que ya existen en el mercado y estableciéndolos en el mismo rango, y las estrategias de precios por paquetes de servicios. Para esta última estrategia, los paquetes se desarrollarían por categoría de servicios y planes pre-desarrollados para micro, pequeñas y medianas empresas; en caso de tener un cliente que requiera de servicios específicos se realizaría un estudio de la empresa para presentar un paquete personalizado según las necesidades de ésta.

La modalidad de pago será virtual por medio de transferencias bancarias, tarjeta de crédito o pagos por medio de PayPal. Este procedimiento se realizaría por medio del sitio web y si el cliente tiene dificultad se le brindará asistencia en todo el proceso.

A continuación, se presentan los precios de paquete estimados por categoría de servicio tomando en cuenta los precios existentes en el mercado y el tipo de empresa:

### **Gestión de Marcas o Branding**

- Micro: RD\$18,000
- Pequeña: RD\$32,000
- Mediana: RD\$45,000

### **Diseño de Experiencia del Consumidor**

- Micro: RD\$15,000
- Pequeña: RD\$32,000
- Mediana: RD\$42,000

### **Desarrollo de Estrategia de Comunicación Digital**

- Micro: RD\$20,000
- Pequeña: RD\$38,000
- Mediana: RD\$50,000

### **Investigación de Mercados**

(Bajo consideración dependiendo de la cantidad de categorías de servicio solicitados.)

- Micro: RD\$20,000
- Pequeña: RD\$38,000
- Mediana: RD\$50,000

### **3.5 Decisión sobre la plaza o distribución.**

La empresa estará ofreciendo sus servicios por medio de las siguientes plataformas digitales:

- LinkedIn

A través de esta plataforma el cliente podrá conocer la identidad corporativa de nuestra empresa, además de los principales servicios que nos caracterizan en el mercado y algunos proyectos realizados que puedan utilizar de referencia. El cliente también tiene la oportunidad de solicitar algún servicio o contacto para comunicarse con nosotros.

- Instagram

A través de esta plataforma el cliente podrá conocer los diferentes procesos de solicitud de servicio, cotización y pagos por medio de contenidos informativos. Esta plataforma será fundamental para la interacción con el cliente actual y potencial desarrollando una comunidad de emprendedores. El cliente también tendrá la oportunidad de solicitar mayor información sobre los servicios y nosotros estaremos redirigiendo a la plataforma establecida para esto.

- Google Site

Esta será la principal plataforma donde las solicitudes de servicios, cotizaciones y procesos de pagos serán manejadas. Además de ofrecer cualquier información relevante al cliente.

- WhatsApp Business

Principal plataforma de comunicación la cual estará interconectada con todas las plataformas anteriores. Por medio de WhatsApp Business estaremos interactuando de manera directa con el cliente, ofreciendo un seguimiento continuo y efectivo para asegurar una experiencia única para él.

### **3.6 Decisión sobre la promoción.**

#### ***Estrategias de Promoción de Ventas***

Tomando en cuenta que somos una empresa totalmente nueva en el mercado dentro de nuestras estrategias de promoción para impulsar ventas nos enfocaremos en las siguientes:

- Descuentos: Como somos nuevos nuestro plan es que durante el primer año estaremos ofreciendo rangos de rebajas en nuestros paquetes de servicios, estos irán atados a qué necesidad tiene nuestro cliente. Los descuentos que manejaremos serían desde un 10 hasta un 25 por ciento dependiendo del trabajo a realizar y evaluando así nuestra propia inversión. Esta estrategia provocará que nuestra cartera de clientes crezca de manera masiva.
- Regalos o artículos promocionales: Realizaremos botones, termos, lapiceros y sombrillas. Todos estos artículos serán con nuestro logo y serán entregados a nuestros clientes a manera de agradecimiento por creer en nosotros.

- Ofertas: Estaremos armando paquetes promocionales en función a la necesidad que podremos observar durante el proceso de evaluación con nuestros clientes, con el fin de que el paquete que le ofrezcamos aparte de tener un costo llamativo cumpla con la necesidad que tengan con el fin de hacer mejorar su imagen en todo el sentido, ya sea a nivel visual, interna, ayudar a esclarecer su punto focal a nivel digital, etc.

Todas estas estrategias las trabajaremos través de nuestra página de Instagram, haciendo publicaciones llamativas con relación a lo antes mencionado. Publicaremos fotos entregando nuestros regalos o artículos. Videos cortos con relación a los descuentos y también preguntas y respuestas rápidas con el objetivo de conocer que necesita nuestro público, esto sería a través de historias destacadas.

### ***Estrategias de Publicidad***

A través de nuestras plataformas digitales como sería Instagram y la página web elaboraremos una campaña digital mostrándonos a nosotros como empresa, lo que ofrecemos, nuestro equipo de trabajo, cómo trabajamos y los resultados.

Elaboraremos anuncios llamativos para exponer por medio de publicidad paga en donde el mensaje será objetivo y concisos en cuanto a lo que queremos transmitir. Esto lo haríamos en ambas plataformas de Instagram o LinkedIn y sería de 3 a 4 días por semana por un período determinado.

## ***Estrategias de Marketing Directo***

Somos una empresa en nacimiento y por esto es de suma importancia crear un lazo con nuestros clientes, estaremos trabajando con lo siguiente:

- Visitas personalizadas: Esto ayuda a crear una relación directa donde los clientes se sienten a gusto y en confianza, escuchados, importantes y así se logra acaparar su atención porque se les muestra de una manera más genuina el compromiso que tenemos con ellos. Estas visitas se realizaría una vez al mes o cada dos meses.
- Correo electrónico: Sin importar que se haya o no concretado un cliente final es importante que todas las informaciones relevantes como propuestas, costos y demás se tramitan vía correo electrónico ya que es un medio confiable, de fácil acceso y de fácil uso. En caso de que no se haya concretado en ese momento un cliente final pues es muy posible que sea un cliente a futuro y mostrar un trabajo organizado y estructurado es importante la percepción de cliente con respecto a la empresa.
- Material publicitario físico: Es importante tener en cuenta que, al momento de toda visita, tendremos elementos visuales tangibles y para esto está el material publicitario físico. Ya sea un flyer con una reseña de quienes somos u otros materiales de promoción como lapiceros, botones, entre otros. Cada representante de nosotros al momento de visitar a un cliente debe tener dichos elementos.

## **Estrategias de Ventas Asistidas**

- WhatsApp: Colocaremos un link en nuestras plataformas digitales que re direcciona a nuestro chat directo con nuestro chatbot o representante para que pueda asistir a nuestros usuarios.
- Catálogo de servicios: En nuestra página web se encontrará nuestro catálogo con todo lo que estaríamos ofreciendo de manera detallada con la opción de descargar.
- Cotizaciones: Elaboraremos una herramienta de fácil uso en nuestra página web donde el cliente podrá tener un aproximado de cuanto sería el costo por uno de nuestros servicios y al finalizar un botón donde lo re direccionará con un representante para concretar una cotización más real.
- Correo Electrónico, Teléfono, Chat: Estas 3 herramientas también las tendremos en funcionamiento. En nuestra información publicaremos un número de teléfono y dirección de correo electrónico directo para poder brindar asistencia haciendo resaltar nuestro chatbot.

**SECCIÓN IV:**  
**CONTEXTO FINANCIERO**

#### 4.1 Plan de Inversión

Descripción	Importe
Laptop Lenovo idea Pad Flex 5i	25,000.00
Laptop Asus Chromebook C403	15,800.00
Laptop HP Pavilion 11370H	19,300.00
Impresora Epson WF-2850 tinta recargable	17,300.00
Telefono 4 lineas Panasonic KX-TGW420B	9,500.00
Juego de escritorio, silla y estante de almacenaje IKEA	41,985.00
Material gastable y útiles de oficina.	5,500.00
Aire acondicionado Air Max 12,000 BTU	32,500.00
Servicios de data Altice internet fibra 25 Mbps velocidad 25 Mbps/10 Mbps	2,360.00
Servicios de soporte técnico de software y hardware y diseño gráfico y gestión de página web y redes sociales	25,000.00
Servicio de electricidad	2,500.00
Dominio y host sitio web	630.00
Software en Inteligencia de Negocios	15,000.00
Préstamo Banco ADEMI a un 8% anual	150,000.00
Capital inicial de los socios	150,000.00
<b>Total</b>	<b><u>RD\$512,375.00</u></b>

## 4.2 Presupuesto de Promoción y Publicidad

Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Total
<b>Herramientas Promocionales</b>													
Presupuesto de descuento	2,000	2,000	2,000	2,000	2,500	2,000	2,500	2,000	2,000	2,000	2,000	3,000	<b>26,000.00</b>
Volantes	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	2,000	<b>13,000.00</b>
Botones	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	<b>6,000.00</b>
Termos	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	<b>12,000.00</b>
Lapiceros	800	800	800	800	950	8,00	950	800	800	800	800	1,000	<b>9,300.00</b>
Sombrillas	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	2,000	<b>15,200.00</b>
Presupuesto de otras ofertas o paquetes promocionales	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	2,500	<b>19,000.00</b>
<b>Publicidad</b>													
Instagram	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	3,000	<b>30,500.00</b>
Publicidad en sitios web	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	2,500	<b>19,000.00</b>
LinkedIn	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,500	<b>12,500.00</b>
Vallas, volantes y afiches.	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	<b>60,000.00</b>
Espacios en periódicos	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	<b>18,000.00</b>
<b>Total</b>	<b>19,500</b>	<b>19,500</b>	<b>19,500</b>	<b>20,150</b>	<b>18,700</b>	<b>20,150</b>	<b>19,500</b>	<b>19,500</b>	<b>19,500</b>	<b>19,500</b>	<b>19,500</b>	<b>25,500</b>	<b><u>RD\$240,500.00</u></b>

### 4.3 Pronóstico de Ventas

Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Total
Investigación de Mercados	25,000	28,000	35,000	40,000	43,500	46,000	47,500	49,000	53,000	57,000	60,000	75,000	<b>559,000.00</b>
Manejo de redes	5,000	6,500	8,000	9,000	10,000	11,000	12,500	13,500	14,900	15,800	16,900	18,000	<b>141,100.00</b>
Gestión de marcas	15,000	16,000	17,000	18,000	19,000	20,500	22,000	23,000	24,000	25,500	26,800	28,000	<b>254,800.00</b>
Diseño de mapa de experiencia del consumidor	5,000	6,000	7,000	8,000	9,000	11,000	12,500	13,500	15,000	17,000	19,000	24,000	<b>147,000.00</b>
Estrategias de comunicación digital	12,000	13,000	14,000	15,000	16,800	17,800	18,900	20,000	21,500	23,000	25,000	28,000	<b>225,000.00</b>
Elaboraciones de campañas digitales	10,000	12,000	13,000	14,000	15,000	16,000	17,500	19,000	21,000	22,000	24,000	28,000	<b>211,500.00</b>
Coaching	4,500	5,550	7,000	8,000	9,000	11,000	12,500	14,000	16,000	17,500	19,000	25,000	<b>149,050.00</b>
Asesorías	10,000	11,000	12,000	13,000	14,500	16,000	18,000	21,000	24,000	25,000	29,000	28,000	<b>221,500.00</b>
<b>Total</b>	<b>86,500</b>	<b>98,050</b>	<b>113,000</b>	<b>125,000</b>	<b>136,800</b>	<b>149,300</b>	<b>161,400</b>	<b>173,000</b>	<b>189,400</b>	<b>202,800</b>	<b>219,700</b>	<b>254,000</b>	<b><u>RD\$1,908,950.00</u></b>

#### 4.4 Estado de Flujos de Efectivo

Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Total
<b>Ingresos</b>													
Investigación de mercados, gestión de marcas, diseño de mapa de experiencia del consumidor, estrategias de comunicación digital, entre otros.	86,500	98,050	113,000	125,000	136,800	149,300	161,400	173,000	189,400	202,800	219,700	254,000	<b>RD\$1,908,950.00</b>
<b>Costos</b>													
Herramientas Promocionales	8,000	8,000	8,000	8,000	8,650	7,200	8,650	8,000	8,000	8,000	8,000	12,000	<b>RD\$100,500.00</b>
Publicidad	11,500	11,500	11,500	11,500	11,500	11,500	11,500	11,500	11,500	11,500	11,500	13,500	<b>RD\$140,000.00</b>
Servicios de soporte técnico, diseño gráfico y gestión de plataformas digitales.	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	<b>RD\$108,000.00</b>
Servicios de Internet	2,360	2,360	2,360	2,360	2,360	2,360	2,360	2,360	2,360	2,360	2,360	2,360	<b>RD\$28,320.00</b>
Dominio y hosting sitio web	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	<b>RD\$1,800.00</b>
Softwares y programas de oficina	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	<b>RD\$42,000.00</b>



## CONCLUSIÓN

La creación de la empresa JJG Online Marketing es el resultado de un arduo trabajo de nuestro equipo, ya que, para esto hemos venido agotando una serie de procesos de los cuales hemos tomado aprendizajes importantes, desde la creación de la lluvia de ideas y el modelo de negocios hasta la creación de las plataformas web y la creación de este informe, pudimos palpar con nuestras propias manos esta empresa desde adentro, y así pudimos moldearla hasta lograr lo que es y lo que hemos presentado.

Es muy importante decir que para llegar a crear esta empresa hemos agotado procesos como investigaciones de mercados, consultas y estudios de documentos, seguimientos maestros para poder ir llevando a cabo cada proceso y la inversión de tiempo como recurso máspreciado de cada uno de los integrantes de este proceso.

Nuestro objetivo con la creación de esta empresa fue y será ofrecer servicios competitivos en el mercado colocando la empresa entre las mejores a nivel nacional, comprometidos con brindar a los clientes siempre servicios de calidad y con estrategias renovadas y adaptadas a los nuevos tiempos.

Invitamos al lector a pensar sobre este proyecto y a aprender de todo cuanto se ha hecho aquí ya que cada paso ha sido pensado y mejorado de forma minuciosa.

## BIBLIOGRAFÍAS O WEBGRAFÍAS CONSULTADAS

Newton, C. (s.f.). 7 pasos del desarrollo de productos. Obtenido de <https://pyme.lavoztx.com/7-pasos-del-desarrollo-de-productos-5663.html>

Garcia, Y., & Perez, D. (septiembre de 2018). Importancia del plan de mercadotecnia en las empresas. Obtenido de [http://trimestral.uapa.edu.do/pluginfile.php/619744/mod\\_resource/content/0/Importancia del plan de marketing.pdf](http://trimestral.uapa.edu.do/pluginfile.php/619744/mod_resource/content/0/Importancia del plan de marketing.pdf)

Mediano, L. (25 de noviembre de 2015). Plan de marketing: guía inicial. Obtenido de [http://trimestral.uapa.edu.do/pluginfile.php/619745/mod\\_resource/content/1/PLAN DE MARKETING GUÍA INICIAL FINAL cast.pdf](http://trimestral.uapa.edu.do/pluginfile.php/619745/mod_resource/content/1/PLAN DE MARKETING GUÍA INICIAL FINAL cast.pdf)

Santana, X. (29 de Septiembre de 2018). MIPYMES en la RD y su rol en la economía. Obtenido de Acento: <https://acento.com.do/opinion/mipymes-la-rd-rol-la-economia-8609603.html>

Storecheck. (s.f.). 7 estrategias de precios para mejorar la ejecución en punto de venta. Obtenido de <https://blog.storecheck.com.mx/5-estrategias-de-precios-para-mejorar-la-ejecuci%C3%B3n-en-punto-de-venta>

Argudo, J. M. (s.f.). Métodos de fijación de precios. Obtenido de <http://www.econosublime.com/2020/01/metodos-fijacion-precios.html>

### Aplicaciones:

- <https://apps.apple.com/sc/app/grid-post-grids-photo-crop/id1192303985>
- <https://apps.apple.com/sc/app/grid-post-grids-photo-crop/id1192303985>
- <https://www.google.com/forms/about/>
- <https://www.canva.com/>
- <https://sites.google.com/new>
- <https://www.instagram.com/jjgonlinemarketing>
- <https://www.Linkedin.com/jjgonlinemarketing>

## ANEXOS

### Anexo 1: Perfil investigadores o integrantes del equipo



**Gabriela Rivas Colón**

Licenciada en Mercadeo con experiencia en el área de Gestión de Marca.



**Julio Ramón Batista Arcena**

Licenciado en Mercadeo con experiencia en el área de ventas y estrategias de comunicación



**Juleidys Cuevas Cabral**

Licenciada en Mercadeo con experiencia en el área de experiencia del consumidor.

## Anexo 2: Cuestionario

- 1. ¿Cuál es la naturaleza comercial de su Pyme?**
  - Extractiva.
  - Industrial.
  - Comercial.
  - Servicios.
- 2. ¿Qué tipo de servicios mercadológicos serían necesarios para su empresa en este momento?**
  - Estudio de mercados.
  - Plan de marketing.
  - Creación de espacios virtuales.
  - Manejo de redes sociales.
  - Campaña Publicitaria.
  - Campaña Promocional.
  - Gestión de marca.
  - Lanzamiento de nuevo producto.
  - Creación de imagen corporativa.
  - Otro especifique.
- 3. ¿Cuáles aspectos considera valioso para su empresa en la contratación de un outsourcing mercadológico?**
  - Profesionalidad.
  - Calidad del servicio.
  - Diversidad en la oferta.
  - Precios competitivos.
  - Reputación.
  - Atención personalizada.
  - Todas las anteriores.
  - Otro especifique.
- 4. ¿Ha contratado servicios de outsourcing mercadológicos de manera virtual?**
  - Si.
  - No.
- 5. Si respuesta es afirmativa, ¿Cuál ha sido su experiencia hasta el momento?**
  - Muy satisfactoria.
  - Satisfactoria.
  - Poco satisfactoria.
  - Insatisfactoria.
- 6. ¿Cuáles aspectos considera son de vital importancia para su empresa en la contratación externa mercadológica virtual?**
  - Comunicación oportuna y constante.
  - Respuesta inmediata.

- Flujo de información adecuado.
  - Uso de diagnósticos personalizados.
  - Adaptación de los servicios ofrecidos.
  - Todas las anteriores.
- 7. ¿Cuáles plataformas digitales les inspiran más confianza en términos de negocios digitales?**
- Website empresarial.
  - LinkedIn.
  - Instagram.
  - Facebook.
  - Todas las anteriores.
  - Otra especifique.
- 8. ¿Cuáles tipos de contactos considera oportunos y convenientes en negocios digitales?**
- Video llamadas.
  - Llamadas telefónicas.
  - Chat.
  - WhatsApp.
  - Correo electrónico.
  - Otro especifique.
- 9. ¿Cuáles tipos de formatos de pago considera más funcionales para su empresa?**
- Transferencias.
  - Cargos a tarjetas.
  - Depósitos.
  - PayPal.
  - Todas las anteriores.
- 10. ¿Qué tipo de modalidad de pago valoraría más su empresa?**
- Pago por servicio realizado.
  - Iguala mensual.
  - Otro especifique.
- 11. ¿Cuáles aspectos éticos valora más su empresa?**
- Confidencialidad.
  - Integridad.
  - Honestidad.
  - Confiabilidad.
  - Todos los anteriores.
  - Otro especifique.
- 12. ¿Qué tipo de contenidos multimedia le gustaría apreciar en los espacios virtuales de este tipo de negocios?**
- Publicaciones variadas.
  - Videos promocionales.
  - Testimonios de clientes satisfechos.

- Orientaciones generales sobre los servicios.
- Informaciones sobre los especialistas que trabajan en la empresa.
- Otro especifique

**13. ¿De qué tipos de estrategias promocionales les gustaría disfrutar su empresa?**

- Descuentos.
- Ofertas.
- Concursos o sorteos.
- Regalos.
- Otro especifique.

**14. Si su experiencia con nuestra empresa es satisfactoria, ¿estaría su empresa en disposición de recomendarnos con otros colegas o empresarios?**

- Si.
- No.

**15. ¿Cuál es su valoración sobre las empresas que ofrecen sus servicios de manera digital?**

- Excelente iniciativa, ahorra tiempo y dinero y genera competitividad.
- Buena iniciativa, facilita el gestionar empresarial.
- Aceptable iniciativa, pero lleva tiempo adaptarse.
- No aceptable, prefiero los servicios presenciales.

## Anexo 3: Captura de pantallas página Web

Somos una agencia de asesoramiento y servicios de marketing online enfocada en ofrecer soluciones creativas a nuestros clientes para que éstos logren alcanzar su mercado meta de manera exitosa.



## Categorías de Servicio

¡Conoce más en la sección de Servicios!



GESTIÓN DE MARCAS



DISEÑO DE EXPERIENCIA DEL CONSUMIDOR



# SOBRE NOSOTROS

Somos una agencia de asesoramiento y servicios de marketing online enfocada en ofrecer soluciones creativas a nuestros clientes para que éstos logren alcanzar su mercado meta de manera exitosa.

## MERCADO META

Nuestro mercado meta está compuesto por medianas y pequeñas empresas del sector comercial o de servicio, así como también personas físicas o emprendedores de cualquier índole ubicados en la República Dominicana. Estos se encuentran en un estatus socioeconómico medio alto con un nivel académico técnico o profesional. En el caso de las personas físicas, estos oscilan entre las edades de 25 a 40 años.

Nuestros clientes se caracterizan por ser hábiles físicamente para poder ejercer el acto del comercio y tener capacidad de uso regular de medios de redes sociales y recursos tecnológicos. Su mayor interés es proyectar sus empresas de manera profesional en el ámbito mercadológico por medio de una gestión de su marca o estrategias de comunicación efectivas.



## MISIÓN

Ofrecer a nuestros clientes soluciones creativas para alcanzar su mercado meta con el fin de satisfacer los deseos y necesidades de todas las partes sin perder su enfoque y esencia principal.

# BLOG



## ¿POR QUÉ CONOCER QUIÉN ES MI CONSUMIDOR ES IMPORTANTE PARA EMPRENDER?

El comportamiento del consumidor es un término muy utilizado en el mundo del marketing. Este trata sobre el estudio de las conductas y decisiones tomadas por los consumidores, tomando en cuenta todos los factores que le influyen a realizar una compra o adquirir un servicio.

[Leer más](#)



## IMPORTANCIA DEL MARKETING DIGITAL COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN

La importancia de la comunicación en el marketing digital se demuestra a través del feedback con una audiencia que recibe el mensaje que deseas transmitir, así todos conozcan tu proyecto de acuerdo a la versión que tú como propietario deseas vender.

[Leer más](#)

# CONTACTO



¿Hay un desafío en particular con el que necesitas lidiar?  
Contáctanos hoy mismo para saber cómo podemos ayudarte.

[jjgonlinemarketing@gmail.com](mailto:jjgonlinemarketing@gmail.com)

(809) 222-2222

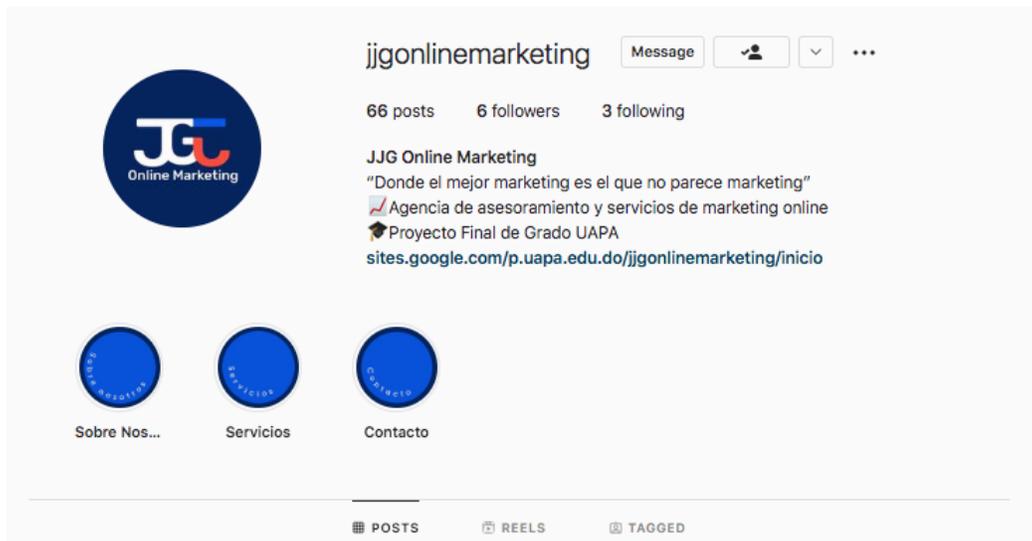


Contacta con Nosotros 

Acceder a Google para guardar el progreso. Más información

\*Obligatorio

## Anexo 4: Captura de pantallas página Instagram



**MERCADO META**

Somos una empresa en crecimiento y confiamos en nuestros enfoques, trabajamos con pequeñas y medianas empresas del sector comercial o de servicios, al igual que personas físicas como emprendedores, crecimos en todo nuestro país.



Si emprendes en lo digital debes conocer sus reglas.

**LEY 126-02 SOBRE COMERCIO ELECTRONICO**



**COTIZA CON NOSOTROS**

(Escribenos por DM o directamente en nuestra página web)



**¿QUIENES SOMOS?**

**Julio Botero**  
Licenciado en Marketing especializado en estrategias de Comercio.

"En este era digital no solo saber qué decir y cómo decirlo a través de la web sin perder esencia y enfoque."




**¿QUIERES SABER COMO MEJORAR TU POSICIONAMIENTO DIGITAL Y AUMENTAR TU CARTERA DE CLIENTES?**

Deriva



**¿QUIENES SOMOS?**

**Jennyly Cuevas**  
Licenciada en Marketing Especialista en Estrategias del Comercio.

"Para lograr resultados una empresa necesita ser sustentable importante tener a tu cliente por medio de una experiencia única al cobrar tu producto o servicio."




**¿QUIENES SOMOS?**

**Estefanía Maza**  
Licenciada en Marketing Especialista en Estrategias del Comercio.

"La gestión de marca es fundamental en una empresa para posicionarla en el mercado"




**¿QUIENES SOMOS?**

**Estefanía Maza**  
Licenciada en Marketing Especialista en Estrategias del Comercio.

"La gestión de marca es fundamental en una empresa para posicionarla en el mercado"




**¿QUIENES SOMOS?**

**Estefanía Maza**  
Licenciada en Marketing Especialista en Estrategias del Comercio.

"La gestión de marca es fundamental en una empresa para posicionarla en el mercado"




**CONOCE NUESTROS SERVICIOS**





**OFRECEMOS**

- Gestión de marcas.
- Diseño de experiencia del consumidor.
- Investigación de mercados.
- Desarrollo de estrategias de comunicación digital.



**MISIÓN**

Ofrecer a nuestros clientes soluciones creativas para alcanzar su mercado meta con el fin de satisfacer los deseos y necesidades de todos los puntos sin perder su enfoque y esencia principal.



**VALORES**

- Transparencia
- Responsabilidad
- Resolución
- Calidad
- Orientación al Cliente



**VISIÓN**

Ser la agencia número uno a nivel nacional en asesoramiento y servicios de marketing online ofreciendo soluciones oportunas por medio de estrategias adaptadas a la necesidad de nuestros clientes.



**Online Marketing**




**RESEÑA HISTÓRICA**

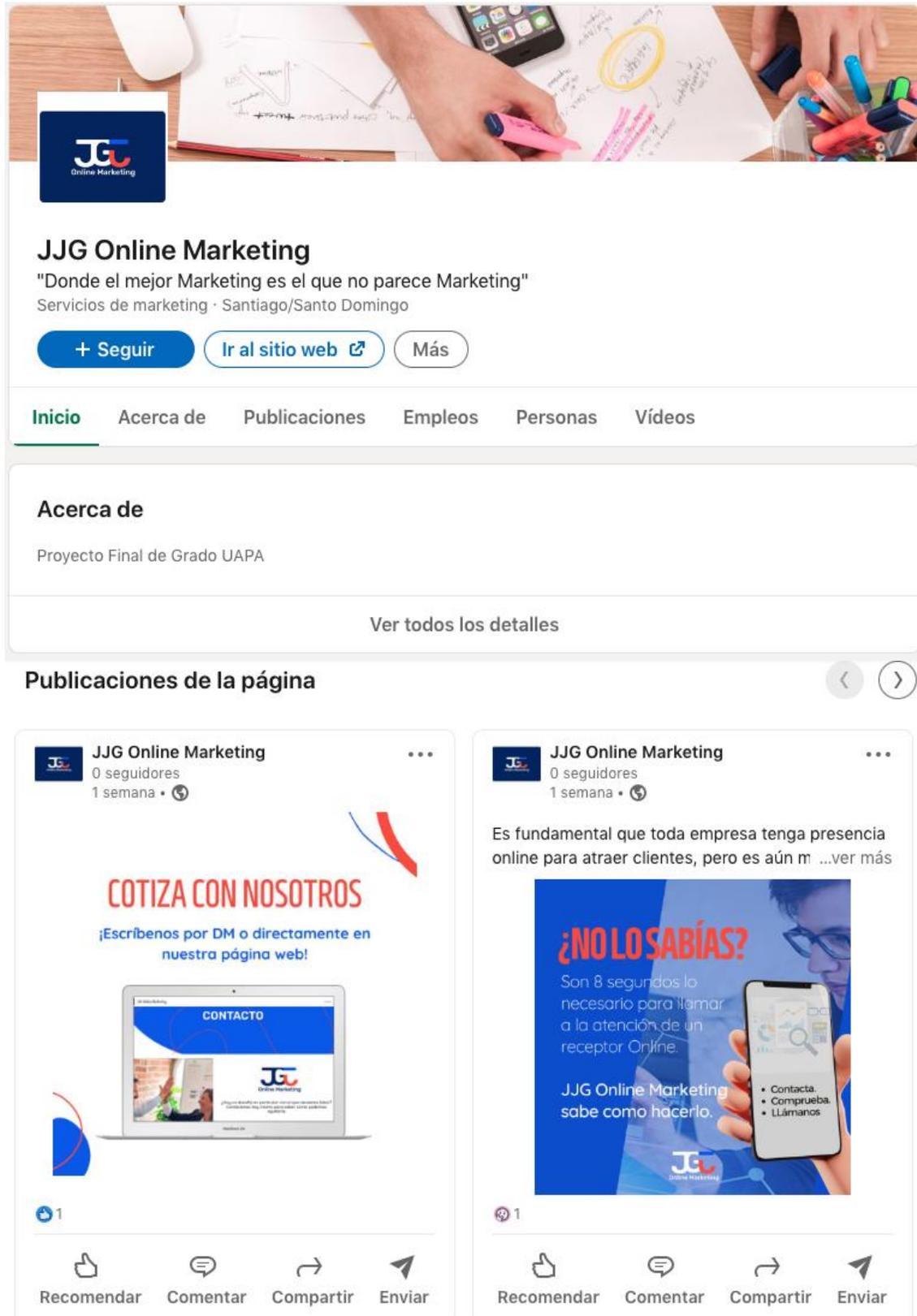
Somos una agencia nueva de asesoramiento y servicios de marketing online enfocada en ofrecer soluciones creativas a nuestros clientes para que estos logren alcanzar su mercado meta de manera exitosa.



**Online Marketing**




## Anexo 5: Captura de pantallas página LinkedIn



**JJG Online Marketing**  
"Donde el mejor Marketing es el que no parece Marketing"  
Servicios de marketing · Santiago/Santo Domingo

+ Seguir Ir al sitio web Más

Inicio Acerca de Publicaciones Empleos Personas Vídeos

**Acerca de**  
Proyecto Final de Grado UAPA

Ver todos los detalles

**Publicaciones de la página**

**JJG Online Marketing**  
0 seguidores  
1 semana

**COTIZA CON NOSOTROS**  
¡Escribenos por DM o directamente en nuestra página web!

CONTACTO

**JJG Online Marketing**  
0 seguidores  
1 semana

Es fundamental que toda empresa tenga presencia online para atraer clientes, pero es aún m ...ver más

**¿NO LOS SABÍAS?**  
Son 8 segundos lo necesario para llamar a la atención de un receptor Online.

JJG Online Marketing sabe como hacerlo.

- Contacta
- Comprueba
- Llámanos

Recomendar Comentar Compartir Enviar