

UNIVERSIDAD ABIERTA PARA ADULTOS



ESCUELA DE NEGOCIOS CARRERA LICENCIATURA EN MERCADEO

PLAN DE MARKETING ENFOCADO A LA EMPRESA DE SERVICIOS
TUDELIVERY.DO, PROVINCIA SANTIAGO DE LOS CABALLEROS, PERIODO
ENERO-ABRIL 2020.

PARTICIPANTES

MERLIX ROJAS

RAMÓN PERALTA

RAFAEL REYES

MATRÍCULA: 15-7078

MATRÍCULA: 05-0855

MATRÍCULA: 10-2129

DIPLOMADO

PLAN DE MARKETING PARA MEJORAR LA GESTIÓN INTEGRAL
EN EMPRESAS DE SERVICIOS

FACILITADORA

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

FECHA Y LUGAR

MAYO 05, 2020

SANTIAGO DE LOS CABALLEROS, REP. DOM.

**PLAN DE MARKETING ENFOCADO A LA EMPRESA DE SERVICIOS
TUDELIVERY.DO, PROVINCIA SANTIAGO DE LOS CABALLEROS, PERIODO
ENERO-ABRIL 2020.**

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN EJECUTIVO.....	01
GLOSARIO.....	05
INTRODUCCIÓN.....	08
Contexto del sector empresarial.....	09
Planteamiento del problema.....	10
Objetivo general y específicos.....	11
Justificación e importancia.....	12
Delimitación empresa, lugar y tiempo.....	12
Limitaciones.....	13
MÓDULO I: ABORDAJE TEORICO DE LA PROPUESTA.....	14
1.1 Conceptualización de servicio y atención al cliente.....	15
1.2 Objetivos o propósitos del servicio y atención al cliente.....	15
1.3 Importancia del servicio al cliente para las empresas actuales.....	16
1.4 Componentes integrales del servicio y atención al cliente.....	17
1.5 Fundamentos del servicio y atención al cliente presencial y virtual....	18
1.6 Principios claves del servicio y atención al cliente de excelencia.....	18
1.7 Impacto del servicio y atención al cliente en el usuario del siglo XXI.	19
MÓDULO II: ASPECTOS DEL CONTEXTO EMPRESARIAL.....	21
2.1 Descripción de la empresa y reseña historia.....	22
2.2 Filosofía de negocios (misión, visión y valores).....	22
2.3 Estructura organizacional.....	23
2.4 Productos y servicios que ofrece.....	23
2.5 Formato operativo.....	23
2.6 Principales empresas afiliadas.....	24

MÓDULO III: ASPECTOS METODOLOGICOS DE LA PROPUESTA.....	26
3.1 Diseño de investigación implementado.....	27
3.2 Métodos y técnicas usadas para la recolección de datos.....	27
3.3 Descripción Instrumento de medición.....	28
3.4 Resultados análisis FODA implementado en la empresa.....	28
3.5 Resultados encuesta aplicada.....	30
MÓDULO IV: ASPECTOS DEL DISEÑO DEL PLAN DE MARKETING.....	56
4.1 Propósitos del plan de marketing.....	57
4.2 Objetivos del plan de marketing.....	58
4.3 Segmentación de mercado.....	58
4.4 Descripción del mercado meta.....	60
4.5 Identificación de las necesidades primarias y secundarias.....	60
4.6 Estrategias mercadológicas propuestas.....	61
4.7 Plan de medios o presupuesto publicitarios.....	87
4.8 Pronóstico de ventas.....	89
4.9 Plan o presupuesto promocional.....	90
4.10 Plan de seguimiento y control.....	91
CONCLUSIONES.....	92
RECOMENDACIONES.....	94
BIBLIOGRAFÍAS.....	97
ANEXOS.....	99
Carta de aprobación de la empresa.....	100
Organigrama de la empresa... ..	101
Cuestionario.....	102
Fotos.....	106
Dedicatorias del proyecto.....	107

RESUMEN EJECUTIVO

Tu Delivery Dominicana JCH, es una empresa dedicada al servicio de mensajería exprés en el mercado de Santiago de los caballeros, pensada por sus fundadores, para facilitar actividades cotidianas como el pago de servicios, pedir comida, entre otras actividades que puedan surgir, sin tener que movilizarse de donde se encuentre.

Es decir, estás a un clic o a una llamada de solucionar su necesidad. Sus fundadores como personas visionarias y pioneras en el servicio, a mediados del 2017, implementaron una plataforma con tecnología de punta en la cual se pueden encontrar los diferentes menús de los locales afiliados, desde el cual pueden ordenar y pagar a través de una tarjeta de crédito o en efectivo al momento de recibir su orden o servicio. Hay que resaltar que tiene la exclusividad de los servicios de McDelivery en Santiago.

Debido a que esta empresa se desenvuelve en el mundo de los servicios e investigando y observando a través de instrumentos de investigación pudimos percatarnos de la necesidad de una mejora en sus procesos y ofertas de servicio por lo que por medio de esta experiencia realizar un plan de marketing que procure las pautas a seguir tanto comerciales como de procesos internos fue la mejor opción. La idea es garantizar la competitividad dentro del mercado de mensajería exprés en la ciudad de Santiago con un toque más profesional y mejorado que satisfaga de las necesidades tanto de consumidores como de empresas que estén afiliadas a la red de deliveries

El servicio como producto es definido como un paquete o conjunto de servicios diferentes, tangibles e intangibles que combinados forman el producto total. El servicio como producto tiene que estar orientado al cliente al igual que podemos definir como un conjunto de actividades que satisfacen al cliente en sus necesidades.

Las características más importantes del servicio son:

Intangibilidad: no pueden verse, tocarse, sentirse, oírse ni olerse por lo tanto después que lo experimentemos es que podemos dar testimonio de ellos.

Heterogeneidad: aunque todas las empresas ofrezcan lo mismo no tendrán la misma satisfacción.

Inseparabilidad: no se separa del proveedor.

Calidad perecedera: no se almacenan, un servicio no prestado no se puede usar en otro momento.

El servicio al cliente es una de las funciones más fundamentales de cada empresa que se dedica a vender productos o servicios no importa el rubro se debe aplicar para brindar satisfacción al cliente al momento de presentar alguna inquietud, reclamo, queja o cualquier otra cosa que se le ofrezca al cliente en el momento, se puede aplicar de manera presencial, virtual o vía telefónica, no importa el medio que se use el trabajo y el objetivo siguen siendo el mismo

Tudelivery.do se dedica a la mensajería exprés es decir a brindar servicios de delivery para usuarios finales como para empresas como McDonald's. Esta empresa compite con algunos competidores fuertes como uber eats, globo, pedidosya etc., pero ya tiene varios años en el mercado por lo que la experiencia para competir no están mala ahora bien existe un horizonte claro que deberíamos compartir y estas son:

Misión: Tudelivery.do tiene como misión ser la empresa de servicio de delivery la cual, a través de la calidad, variedad y sobre todo compromiso logre la satisfacción de la necesidad de sus clientes.

Visión : Como visión, consolidarse como la empresa que marca la diferencia en el servicio de delivery en la ciudad de Santiago de los Caballeros, a través de las diferentes opciones de restaurantes, servicios de comida y un servicio de alta calidad siempre con el sentido del compromiso con sus clientes.

Valores: dentro de los Valore que caracterizan esta filosofía empresarial se puede decir que, responsabilidad, puntualidad, compromisos, honestidad.

Se ha realizado un trabajo excepcional haciendo una investigando de campo por llamarle así si se quiere puesto que para ellos tuvimos que ir directamente al campo de batalla donde averiguamos de primera mano todas informaciones que aparecen en este proyecto.

Usamos los instrumentos de medición como la entrevista, el cuestionario y la encuesta así como la realización de un análisis foda de la empresa, lo cual nos permitió recolectar

datos importantes de la situación actual del mercado e identificar las debilidades y las oportunidades de la empresa tudelivery.do.

Al final el trabajo arrojó respuesta que fueron expresadas en tabulaciones, gráficas y comentarios con los porcentajes sacados de cada una de las 25 preguntas que se realizó en el campo de una manera satisfactoria.

El plan de marketing es de una de las etapas más importantes de este proyecto tanto para la empresa como para los involucrados en el mismo ya que en él está contenido el plan de acción de debería llevar a cabo la empresa tu delivery.do para fortalecer su marca en el mercado de una forma integral que le permita crecer y desarrollarse como una de las empresas pioneras en el servicio de mensajería exprés de la ciudad de Santiago.

Este plan contiene las estrategias mercadológicas basadas en la mezcla de mercadotecnia que le permitirán paso a paso a llegar a su mercado meta. Este plan contiene un pronóstico de ventas proyectado que podría servir como ejemplo para empresa si quisiera implementarlo usando los recursos adecuados.

Siguiendo con los planes añadimos en el presupuesto de publicidad el presupuesto promocional proyectado a 3 meses para posicionar la marca en el mercado así también tenemos el plan de control de marketing que medirá todas las pautas a seguir con las personas responsables a cargo de modo que se puedan medir los resultados en la marcha y ver si se están cumpliendo los objetivos planteados.

GLOSARIO

Empatía: La empatía es la capacidad de percibir, compartir y/o inferir los sentimientos, pensamientos y emociones de los demás, basada en el reconocimiento del otro como similar, es decir, como un individuo similar con mente propia.

Comunicación asertiva: se basa en una actitud personal positiva a la hora de relacionarse con los demás y consiste en expresar opiniones y valoraciones evitando descalificaciones, reproches y enfrentamientos. Es la vía adecuada para interactuar con personas.

Escucha activa: consiste en una forma de comunicación que demuestra al hablante que el oyente le ha entendido. Se refiere a la habilidad de escuchar no sólo lo que la persona está expresando directamente, sino también los sentimientos, ideas o pensamientos que subyacen a lo que se está diciendo.

Trabajo en equipo: es el esfuerzo integrado de un conjunto de personas para la realización de un proyecto. Implica la coordinación de 2 a más personas orientadas para el alcance de objetivos comunes.

Amabilidad: es un valor social que se funda en el respeto, el afecto y benevolencia en nuestra forma de relacionarnos con el otro

Atención al cliente: es el servicio proporcionado por una empresa con el fin de relacionarse con los clientes y anticiparse a la satisfacción de sus necesidades. Es una herramienta eficaz para interactuar con los clientes brindando asesoramiento adecuado para asegurar el uso correcto de un producto o de un servicio.

Seguridad: es un conjunto de sistemas, medios organizativos, medios humanos y acciones dispuestas para eliminar, reducir o controlar los riesgos y amenazas que puedan afectar a una persona a una entidad a una instalación o a un objeto.

Capacidad de respuesta: disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido y oportuno. Nuestros clientes no tienen por qué rogarnos para ser atendidos, ni para que sus dificultades o problemas sean solucionados, debemos estar al tanto de las dificultades, para estar un paso adelante de ellas y una buena forma de hacerlo es retroalimentándonos con las observaciones nuestros clientes.

Empoderamiento: se refiere a la serie de procesos por los cuales se aumenta la participación de los individuos y las comunidades, que generalmente se encuentra en una minoritaria o de desigualdad en temáticas tales como política, diario vivir y economía, para así impulsar cambios beneficiosos para el grupo y sus actuales situaciones de vida

Esfuerzo: se considera una virtud del ánimo, relacionada con la fuerza o el empeño con que afrontamos una dificultad o nos proponemos alcanzar un objetivo.

INTRODUCCIÓN

En esta parte cumbre del diplomado, nuestra intención y dirección enfocada a resultados relevantes nos ha permitido mostrar más adelante todo el conglomerado y trayectoria del proyecto asignado, la empresa que elegimos para trabajar en el área de servicios, esta se ha visto afectada mostrando bajas en su productividad, pudimos identificar diferentes situaciones mediante arduas investigaciones la cual tendremos la oportunidad de ver en el desarrollo y contenido de esta labor que casi culmina. Los planteamientos y propuestas de mejoras deben ejecutarse a la mayor brevedad posible, esto debe a que tudelivery.do está lidiando con sus competidores más fuertes en la zona del área de delivery, las propuestas sugeridas son elementos de vital importancia para obtener resultados a mediano y largo plazo.

Dadas las circunstancias podemos afirmar que los procedimientos de análisis y plan de mejoras que se lleven a cabo en la empresa de servicio tudelivery.do prometen sacrificios, dedicación e inversión pero lo más importante y tedioso fue identificar las diferentes situaciones adversas que fue nuestra labor mercadológica bien implementada y mostrada a los ejecutivos con el fin de tomar decisiones que representen mejoras continuas y constante seguimiento y cumplimientos de las normas pautadas.

Contexto del sector empresarial.

El sector empresarial que abarca la empresa con la cual estamos trabajando abarca el sector de servicio, este sector se encarga de tratar de complacer las necesidades de los consumidores en cualquier población del mundo. El área de servicio trabaja con subsectores que los califican como lo que es el comercio, centro de llamadas entre otros subsectores. Hay que resaltar que para que un producto final llegue a los consumidores finales hay ciertos servicios que deben auxiliar al producto como servicio para que tenga rentabilidad.

Las empresas del áreas de servicios como lo es tudelivery.do en los últimos años están muy de moda y a la vez muy demandantes. A nivel nacional es un reto permanecer y cumplir con las exigencias de los clientes, debido a que las empresas afiliadas ponen en

entredicho los servicios que ofrecemos como empresa, si el mercado de delivery crece es una acción que nos obligan a innovar, invertir o desaparecer.

Planteamiento del problema.

Dentro de las principales debilidades que presenta Tudelivery.do se puede apreciar la parte donde el usuario final no tiene una información completa a través de la página web de Tudelivery.do a la hora de pretender adquirir sus servicios, esto indica que no hay un servicio completo de parte de la empresa que compone Tudelivery.do.

Al igual que se pueden mencionar la parte de que no todos los restaurantes que están asociados a Tudelivery.do tienen su menú actualizado, cada cierto tiempo los restaurantes agregan otros platos a su menú y no siempre son actualizadas la categoría de menú en Tudelivery.do. Dentro de las debilidades tan bien podemos mencionar que la clase que utiliza tu delivery.do es la clase media alta ya que los de otras clases no tienen la facilidad de contar con ciertos equipos tecnológicos para poder acceder a este tipo de servicio que brinda Tudelivery.do.

Lamentablemente los usuarios finales no siempre quieren comida a la carta que es el fuerte de los restaurantes que están asociados a Tudelivery.do, es por esta razón que se ha convertido en una debilidad esta parte. Del mismo modo resulta una debilidad que Tudelivery.do no cuenta con un personal autorizado para que los usuarios finales que viven fuera del área de entrega de ciertos restaurantes asociados puedan acceder hacer sus pedidos en línea y a si brindar un servicio de calidad sin importar la distancia.

De la misma manera que es una debilidad que el principal medio que tiene Tudelivery.do para que los usuarios finales se puedan comunicar es la página web, cuando tienen una app disponible y no le han dado el uso necesario para expandir esta aplicación a los usuarios de Tudelivery.do, resultaría más factible si se llevara a cabo el uso constante de la app de Tudelivery.do por sus usuarios.

Del mismo modo que es una flaqueza que los usuarios finales reciben sus pedidos tardíos a su destino en algunos casos, todo esto es posible por un mal manejo de los motorizados

que utiliza Tudelivery.do. De la misma manera, Tudelivery.do no utiliza promociones para sus usuarios finales, que son consumidores que elige a Tudelivery.do en vez de usar otras aplicaciones que si utilizan ciertos tipos de promociones.

Entendemos que estas debilidades se deben de trabajar para que más adelante no traiga como consecuencia el hecho de no intervenir a tiempo y empezar a trabajarlas que Tudelivery.do desaparezca del mercado dominicano, ya que si es cierto que los usuarios finales de Tudelivery.do le gusta la comodidad que pueden recibir de esta empresa tan bien le gusta la calidad del servicio por el cual están disponiendo en vez de elegir quizás cualquier otro. Es por esta razón que lo ideal es implementar nuevas estrategias guiándonos de las debilidades ya planteadas que afectan al usuario final de Tudelivery.do.

Objetivo general.

Diseñar un plan de marketing o de comercialización enfocado a la empresa de servicios Tudelivery.do, provincia Santiago de los Caballeros, periodo enero-abril 2020.

Objetivos específicos

- Realizar un análisis exhaustivo de las principales oportunidades y fortalezas que contribuyan al crecimiento continuo y mejoramiento de los servicios ofrecidos por la empresa tudelivery.do.
- Diseñar un plan de marketing con actividades comerciales y programas de acción que pueda ser implementado por los responsables de la empresa tudelivery.do para el desarrollo de la misma.
- Crear estrategias creativas basadas en la mezcla de mercadotecnia que puedan servir como guía de acción de frente al mercado competitivo deliveries en la ciudad de Santiago basándonos en el contexto de empresarial de la empresa tudelivery.do.

Justificación e importancia.

Para realizar este proyecto se decidió trabajar esta empresa de servicios dedicada en el área de distribución de paquetes mejor conocida como tudelivery.do, esto se debe a que uno de nuestro integrante del equipo tiene alto conocimiento y vasta experiencia en el área des sector de delivery, esto sirve como ventaja a la hora de sugerir ideas para mejorar e implementar con el fin de brindar servicios de excelencia a los diferentes usuarios o Outsourcing de tudelivery.do.

Actualmente en la ciudad de Santiago está creciendo en cuanto a lo que son las empresas que ofrecen este tipo de servicio de delivery y es por eso que se deben analizar cuáles son las diferentes iniciativas que se tienen que llevar a cabo para ser líder en ese sentido y permanecer en la mente del usuario a la hora de solicitar nuestros servicios.

El objetivo de este proyecto es identificar las posibles debilidades que tiene tudelivery.do y a la vez analizarlas con determinación para sugerir posibles mejoras que permitan a la empresas mediante el comité organizacional tomar decisiones favorables y darles seguimientos mediante un equipo de colaboradores bien identificados y comprometidos.

Por otra parte tudelivery.do debe reforzar y expandir las relaciones con sus aliados actuales y mediante análisis de mercado, captar nuevos aliados e intermediarios para lograr ser una empresa más sólida que su único rol sea brindar servicios múltiples de alta calidad y excelencia a nivel nacional, un equipo de trabajo bien identificado con uniformes, carnet de identificación, tarjetas, etc.

Delimitación empresa, lugar y tiempo.

Para realizar este proyecto se seleccionó como propenso de investigación a la empresa de servicios Tu Delivery Dominicana JCH, S.R.L, Tudelivery.do. Esta empresa se encuentra ubicada en la provincia de Santiago de los caballeros y el tiempo prevenido para realizar este proyecto fue enero-abril 2020.

Limitaciones.

Existen diferentes tipos de estudiantes, me refiero a que muchos se enfocan en las limitantes e impedimentos que se les ponen en el camino. No es un secreto que la Universidad Abierta Para Adultos (UAPA) posee un gran porcentaje de adultos comprometidos con sus oficios familiares, laborales y esto representa obstáculos que les dificulta el cumplimiento con las entregas a tiempo de sus asignaciones, pero en este caso la pasión y el deseo de realizar nuestro proyecto fueron más grandes que las limitaciones, culminar de forma virtual no era el objetivo pero gracias a la capacidad que nos suministró la institución académica hace años que superamos esas limitantes.

Un equipo de futuros profesionales en el área de marketing motivados por la pasión y sueños a cumplir no se limita fácil y mucho menos se detiene. No obstante, ha sido una limitación el hecho de haber trabajado en equipo, cada uno con ideas distintas, en ciertos casos uno imponerle al otro entre otros puntos que son relevantes y lo más normal cuando se trabaja en equipo, ante las limitaciones sobresalía la capacidad que ha suministrado cada facilitador que ha forjado los conocimientos para lograr mejores profesionales.

Una limitación que se presento fue la pandemia COVI-19, el estado de emergencia que declaro el presidente Danilo Medina declaró estado de emergencia en todo el territorio nacional, en virtud de la autorización otorgada por el Congreso Nacional mediante la Resolución número 62-20 del 19 de marzo de 2020, pero aun a si continuamos con más ánimo.

ABORDAJE TEÓRICO DE LA PROPUESTA

1.1 Conceptualización de servicio y atención al cliente.

El servicio al cliente o servicio de atención al cliente son los métodos que emplea una empresa para ponerse en contacto con su clientela, para garantizar entre otras cosas que el bien o servicio ofrecido llegue a sus consumidores y sea empleado de la manera correcta. Es también una eficiente herramienta de marketing. En líneas generales, los servicios de atención al cliente persiguen la satisfacción al cliente que persigue la satisfacción del consumidor, brindándoles apoyo, orientación o instrucción respecto a lo que sea necesario. Y en algunos casos, las áreas de una empresa dedicada a esta actividad pueden también proveer soporte a las otras divisiones internas que así lo requieran. Para tales efectos dichas áreas son consideradas como clientes internos.

1.2 Objetivos o propósitos del servicio y atención al cliente.

La satisfacción al cliente es fundamental para toda empresa que no sólo apunte a generar nuevos clientes sino a fidelizar los que ya tiene. Es por esta razón que puntualizamos los siguientes objetivos:

- **Captar nuevos clientes:** Uno de los propósitos de cada empresa se define como la captación de nuevos clientes, ya que gracias a ellos podemos expandir nuestros servicios, al igual que podemos llegar a cubrir necesidades a otros futuros clientes fieles.
- **Fidelizar al cliente:** Ofrecer a través del servicio una relación estable y duradera con los usuarios finales de los servicios que ofrece y por los cuales se identifica la entidad comercial.
- **Mejorar la imagen o marca:** Con este objetivo podemos obtener que los clientes se sientan identificados con nuestra marca, al igual que los servicios que se están llevando a cabo.

- **Incrementar las ventas:** Es de suma importancia en una empresa usar estrategias con el objetivo de acrecentar las ventas de sus servicios, tratando a si lograr con los objetivos específicos de la misma.
- **Ampliar la rentabilidad:** Siempre será un objetivo para el sector de servicio aumentar los beneficios que recibe constantemente de determinadas oposiciones.

Estos objetivos son de suma importancia para lo que son las empresas de servicio y toda aquella que valora el servicio al cliente que ofrecen, son relevantes en las organizaciones de ello depende obtener los resultados deseados de cada organización que trabaje con esta área tan significativa para los usuarios finales.

1.3 Importancia del servicio al cliente para las empresas actuales.

Sin lugar a dudas, es de suma importancia el servicio al cliente en las empresas de estos nuevos tiempos, ya que gracias al servicio ofrecido por las organizaciones de hoy en día el cliente puede sentirse satisfecho por el servicio recibido y ahí se puede lograr la fidelización del cliente gracias a las atenciones que recibe de los representantes de una organización.

El buen servicio debe de estar presente hoy en día, en todos los aspectos de negocios donde haya una interacción con los usuarios finales, al igual que es de suma importancia que los colaboradores comprendan lo relevante que son los servicios en estos nuevos tiempos para nuestros clientes en cada aspecto empresarial.

Hay que destacar que la importancia del servicio no solo radica antes del usuario final adquirir el servicio sino tan bien después de haberlo adquirido, los usuarios de este tiempo valora mucho los servicios que puede ofrecer una organización luego de ya haber adquirido un servicio determinado, es por todos estos detalles que se debe de trabajar arduamente con los servicios y la atención al cliente en las empresas.

1.4 Componentes integrales del servicio y atención al cliente.

Componentes que integran al servicio y la atención al cliente en son los siguientes:

- **Ambiente:** Es el entorno físico de servicios el cual tiene un papel importante ante los usuarios finales y sus expectativas, este es uno de los componentes más relevantes.
- **Confort:** Aquí hacemos referencia a los inmuebles que usan las infraestructuras de las organizaciones, deben de ofrecer confortabilidad a los usuarios.
- **Instalaciones:** El cliente debe recibir alguna dirección física de las instalaciones de las organizaciones donde pueda dirigirse para lograr un contacto directo. Resaltando que algunas organizaciones poseen ese contacto virtual o digital.
- **Proveedor:** Es la expansión del auxiliar con el cliente, ya que toda negociación o referencia que se necesite es ofrecida por el empleado.
- **Accesibilidad:** Aquí hace referencia a las posibilidades, aspecto, validez del producto o algunas informaciones emitidas por las empresas.
- **Reclamos y cumplidos:** La clientela debe de poseer con ciertas formas para lograr ejercer tensión para lograr que sus insatisfacciones se tomen en cuenta para lograr remediar lo disgustado que pueda estar el cliente con la organización.

1.5 Fundamentos del servicio y atención al cliente presencial y virtual.

La atención al cliente y los servicios ofrecidos por las organizaciones presenciales y virtuales son los siguientes:

- **Teléfono:** Es uno de los métodos que tiene el usuario final donde pueden recibir referencias, productos o servicios. Al igual que por este método pueden tan bien los clientes percibir atención, fluidez entre otros puntos relevantes.
- **Comunicación cara a cara:** Es un procedimiento muy valioso ya que gracias a este procedimiento el cliente se siente valorado por las organizaciones. Se debe de tomar en cuenta con esta vía y se debe de ofrecer con amabilidad, disposición etc.
- **Virtual:** Por este medio los usuarios finales pueden acceder a través de diferentes plataformas a tener referencia de las organizaciones, puede ser por redes sociales, correo, chat, etc.

1.6 Principios claves del servicio y atención al cliente de excelencia.

Dentro de las principales claves del servicio y atención al cliente de excelencia en estos tiempos están:

- **Accesibilidad:** Este es uno de los principios que permiten a los clientes acceder con facilidad a ciertos servicios y reciben la excelencia de los representantes de atención al cliente.
- **Amabilidad:** Es la cortesía que determina la atención al cliente de las organizaciones a sus usuarios finales y a su vez la afabilidad con la que el cliente recibe un servicio.

- **Eficiencia:** Aquí nos referimos cuando recibimos atenciones y servicios de la manera más eficaz posible dentro de las empresas por parte de sus representantes.
- **Precisión:** Aquí se refleja la exactitud con la cual reciben los clientes los servicios y la atención al cliente de la mano de los colaboradores.
- **Transparencia:** En este principio se da a conocer la claridad de los servicios en la excelencia recibida por la atención al cliente de parte de las entidades capacitadas.
- **Velocidad:** Aquí se determina la rapidez con la cual se puede percibir la alteza del servicio al cliente y los servicios ofrecidos por las organizaciones.
- **Empoderamiento:** Es la parte de delegar al servicio al cliente las empresas la excelencia al igual que a los servicios de la misma.

1.7 Impacto del servicio y atención al cliente en el usuario del siglo XXI.

En pleno siglo XXI el impacto del servicio y atención al cliente en los usuarios finales es cada vez más demandante, ya que los usuarios de estos tiempos son más exigentes con el servicio que pueden recibir de cualquier organización. En estos tiempos es constante los cambios es por esta razón que los usuarios de este siglo tienen una necesidad más halla que le producto que pueden adquirir o el servicio que puede recibir del representante que le asista cuando requiere del departamento de atención al cliente o de un servicio específico.

Hoy en día el consumidor milenial exige que las empresas ofrezcan servicios fuera del horario de oficina para poder cubrir sus necesidades, al igual que se necesita una respuesta rápida a la hora de ejecutar llamadas a las oficinas de algún representante de las organizaciones de las cuales se he consumidor para recibir una atención más eficaz. Por otro lado, el milenial hace respetar sus derechos como consumidor de cualquier

servicio que esté utilizando de las empresas, por esta razón en estos tiempos se debe de trabajar más de lleno con el reclutamiento de los colaboradores que desempeñan la atención al cliente de cada organización.

ASPECTOS DEL CONTEXTO EMPRESARIAL

2.1 Descripción de la empresa y reseña historia.

Tu Delivery Dominicana JCH, Tudelivery.do es una empresa dedicada al servicio de mensajería exprés, pensada por sus fundadores, para facilitar actividades cotidianas como el pago de servicios, pedir comida, entre otras actividades que puedan surgir, sin tener que movilizarse de donde se encuentre. Sus fundadores como personas visionarias y pioneras en el servicio, a mediados del 2017, implementaron una plataforma con tecnología de punta en la cual se pueden encontrar los diferentes menús de los locales afiliados, desde el cual pueden ordenar y pagar a través de efectivo al momento de recibir su orden o servicio. Hay que resaltar que tiene la exclusividad de los servicios de McDelivery en Santiago.

2.2 Filosofía de negocios (misión, visión y valores)

Misión:

Tudelivery.do tiene como misión ser la empresa de servicio de delivery la cual, a través de la calidad, variedad y sobre todo compromiso logre la satisfacción de la necesidad de sus clientes.

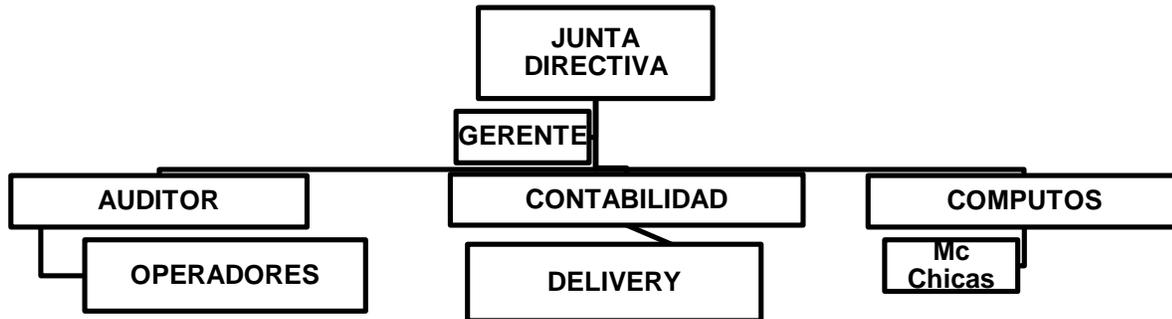
Visión: Como visión, consolidarse como la empresa que marca la diferencia en el servicio de delivery en la ciudad de Santiago de los Caballeros, a través de las diferentes opciones de restaurantes, servicios de comida y un servicio de alta calidad siempre con el sentido del compromiso con sus clientes.

Valores:

- Responsabilidad
- Puntualidad
- Compromiso
- Honestidad.

2.3 Estructura organizacional.

Tudelivery.do está estructurado de la siguiente manera:



2.4 Productos y servicios que ofrece.

Tudelivery.do ofrece un servicio de pedido y entrega a partir de sus Restaurantes asociados y a través de todo Santiago. Cada Restaurante asociado dispone de un área de entrega definida. Así se garantiza que las Comidas lleguen a su domicilio cuando están todavía en su mejor punto. Si vive fuera de las áreas de entrega aparecerá un mensaje en la pantalla notificándole que no es posible el pedido en línea. No aceptan pedidos de personas a un área donde no contemos con un Restaurante asociado. Los horarios de servicio variarán en función de las condiciones comerciales a nivel local y de la disponibilidad de nuestros Restaurantes asociados. Se puede acceder realizando un clic en el enlace correspondiente señalado en la página para ver los menús en sus Servicio, luego haga clic en el menú de su elección, que le ofrecerá la opción de transmitir su pedido al Restaurante asociado que prefiera.

2.5 Formato operativo.

La finalidad de sus Servicio es proporcionarle un servicio sencillo y cómodo, poniéndolo en contacto con el Restaurante asociado y con el menú de su elección y posibilitando que les pida las Comidas que desee. Tudelivery.do comercializa Comidas en nombre de

nuestros Restaurantes asociados, concluye pedidos en nombre de éstos y les entregan a sus clientes las Comidas. Cuando realice un pedido a través de nuestro Servicio, le enviaremos, en nombre del Restaurante asociado, un correo electrónico agradeciéndole el pedido y confirmando que éste ha sido recibido y aceptado por dicho Restaurante asociado (el "Correo electrónico de confirmación").

El contrato para el suministro de cualquier Comida que pida a través de Tudelivery.do se establecerá entre el cliente y el Restaurante asociado y se formalizará únicamente cuando se haya enviado el Correo electrónico de confirmación. Hay que asegurarse de que se ha facilitado una dirección de correo electrónico correcta, ya que será el modo de comunicarnos con el cliente respecto a su pedido. Asimismo, hay que asegurarse que proporcione una dirección y número de teléfono exactos para que sus Comidas lleguen a la ubicación correcta.

2.6 Principales empresas afiliadas.

Estas son los diferentes restaurantes afiliados como Outsourcing con tudelivery.do:

- Mcdelivery
- Kitchen, Gallery, Bistro
- Muna
- Ahi Bar Cafe & Grill
- Bbq Express
- Brunch Cafe – Bistro
- Cake Factory
- Don Emilio's Coffee Shop
- Helados Bon
- Jade Teriyaki Style
- Kentucky Fried Chicken (Kfc)
- Kukara Macara
- La Vitrina Rooftop
- Lilli's Bistro
- Lucia's

- Mar Y Fuego
- Mr Chicken
- Noah
- Power Snack
- Sabrass Restaurante
- Sanhattan
- Scory Café
- Square One
- Subway
- Taco Bell
- Wendy's

ASPECTOS METODOLÓGICOS DE LA PROPUESTA

3.1 Diseño de investigación implementado.

Dentro del diseño de investigación que se implemento fue el siguiente:

- **Investigación descriptiva:**

La investigación descriptiva es un método que intenta recopilar información cuantificable para ser utilizada en el análisis estadístico de la muestra de población. Por esta razón a través de la observación se lleva a cabo una investigación cuantitativa.

Investigación exploratoria: Es la recopilación de datos previamente publicados por alguna plataforma digital. Investigamos de lleno la página de Tudelivery.do como usuarios finales, para evaluar los servicios que ofrece la empresa de ahí partir aun a investigación de mercado.

3.2 Métodos y técnicas usadas para la recolección de datos.

Dentro de los métodos y técnicas usadas para la recolección de datos en esta investigación fueron los siguientes:

- **Observación:** Captura sistemática de información sobre acciones y reacciones conductuales mediante el uso de instrumentos específicos o impresiones profesionales. Es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos
- **Encuesta:** La encuesta se describe como recopilación de datos a través de la interrogación de los sujetos, cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida.
- **Entrevista:** es aquella conversación cara a cara que se da entre el investigador y el sujeto de estudio
- **Matriz FODA:** Se conoce como la herramienta estratégica de análisis de la situación de la empresa u organización.
- **Plantillas:** Las plantillas ayudan a que en la investigación las preguntas que se hagan sean la realmente importante y relevantes dentro de la investigación.

3.3 Descripción Instrumento de medición.

El instrumento de medición que se llevó a cabo en esta investigación fue el siguiente:

- **Cuestionario:** El cuestionario es conocido como un instrumento de uso frecuente en los estudios de mercado, en la investigación de mercado. En primer lugar, permite que sea posible obtener respuestas a preguntas específicas y conocer más a fondo el interés del cliente.

3.4 Resultados análisis FODA implementado en la empresa.

Resultados del análisis FODA implementado a Tudelivery.do

Fortalezas

- Contrato definido con sus exclusivos restaurantes asociados en todo Santiago.
- Representamos una marca sólida que cuida su identidad comercial frente a los clientes.
- Los envíos llegan a tiempo, en su mejor punto.
- Los restaurantes asociados cuentan con repartidores que llegan justo a la dirección indicada. , gracias al servicio de tudelivery.do.
- Se trabaja estrechamente con los restaurantes asociados para cumplir con las normas para ambas partes y ofrecer calidad.
- Los restaurantes tienen acceso a cancelar un servicio que no desea ejecutar.
- Los precios son establecidos en conjunto con nuestros restaurantes asociados.
- Se puede ejecutar pagos en efectivo o tarjeta, todo este proceso esta validado con los restaurantes asociados.
- Los restaurantes asociados tienen la oportunidad de tener una comunicación con un representante directo para cubrir sus necesidades.
- Los restaurantes son entidades de respeto en todo Santiago.
- Los restaurantes ofrecen a tudelivery.do todas las informaciones necesarias para poder responder satisfactoriamente a nuestros usuarios finales.
- Los restaurantes asociados pueden acceder las 24 horas a nuestro sitio web.

- Tudelivery.do ofrecen mayor prestigio a los restaurantes asociados en estos nuevos tiempos.

Oportunidades

- Crear una propuesta para restaurantes con nuevas tecnologías que nos hagan más eficientes y más rentables.
- Ofrecer servicios outsourcing a un precio asequible para los restaurantes que son más competitivos de Santiago.
- Tudelivery.do se encarga de colocar drivers permanentes en cada restaurante asociado.
- Se trabaja arduamente para convertir los outsourcing en franquicias importantes en el mercado dominicano.
- Elaboramos ofertas y estrategias comerciales en conjunto con los restaurantes asociados con tudelivery.do pensando siempre en el bienestar de ambas partes.
- Es más fluido el impacto a través de las redes sociales de todos los restaurantes asociados a tudelivery.do.
- Brindamos la colaboración de un representante de ventas y servicios a nuestros restaurantes asociados.

Debilidades

- Los restaurantes asociados deben de ofrecer algunos servicios con un costo adicional al envío, todo depende de la zona a que va dirigido el servicio.
- Están un poco limitados los restaurantes asociados a la hora de querer ejecutar ciertas llamadas a tudelivery.do ya que el acceso directo es a través de un representante de tudelivery.do o la web.
- Ciertas veces hay problema en la red
- Los restaurantes asociados no siempre están abiertos cuando el usuario final desea adquirir una compra.
- La página no tiene función de pago en línea
- Los restaurantes asociados no siempre tienen un menú actualizado.

- No existe ningún incentivo para el impulso de ventas por parte de los restaurantes asociados.

Amenazas

- Las nuevas plataformas digitales de entrega que han entrado al mercado de Santiago como Uber Eats, Pedidosya o Punto Delivery se han convertido en una amenaza para Tudelivery.do y sus restaurantes asociados.
- Tudelivery.do solo cobra el servicio ofrecido a los restaurantes asociados y los costos son cada vez más elevados en ciertos puntos esto ha generado una amenaza.
- La competencia tiene más cobertura de mercado por lo que están llegando primero a lugares que aún no tenemos acceso.
- Ofertas que hacen otras aplicaciones en conjunto con los restaurantes asociados
- Publicidad agresiva de la competencia en redes, vallas, tv y radio.
- La competencia tiene representantes, los cuales hacen visitas a los clientes asociados más importante.

3.5 Resultados de la encuesta realizada.

Después de haber realizado el cuestionario y la encuesta los establecimientos afiliados de tu delivery.do y haber hecho la investigación de lugar obtuvimos resultados satisfactorios los cuales fueron expresados en tablas, gráficos y comentarios para ser interpretado por los responsables del proyecto así como a quien pueda interesar el mismo.

Estos resultados han sido expresados a continuación.

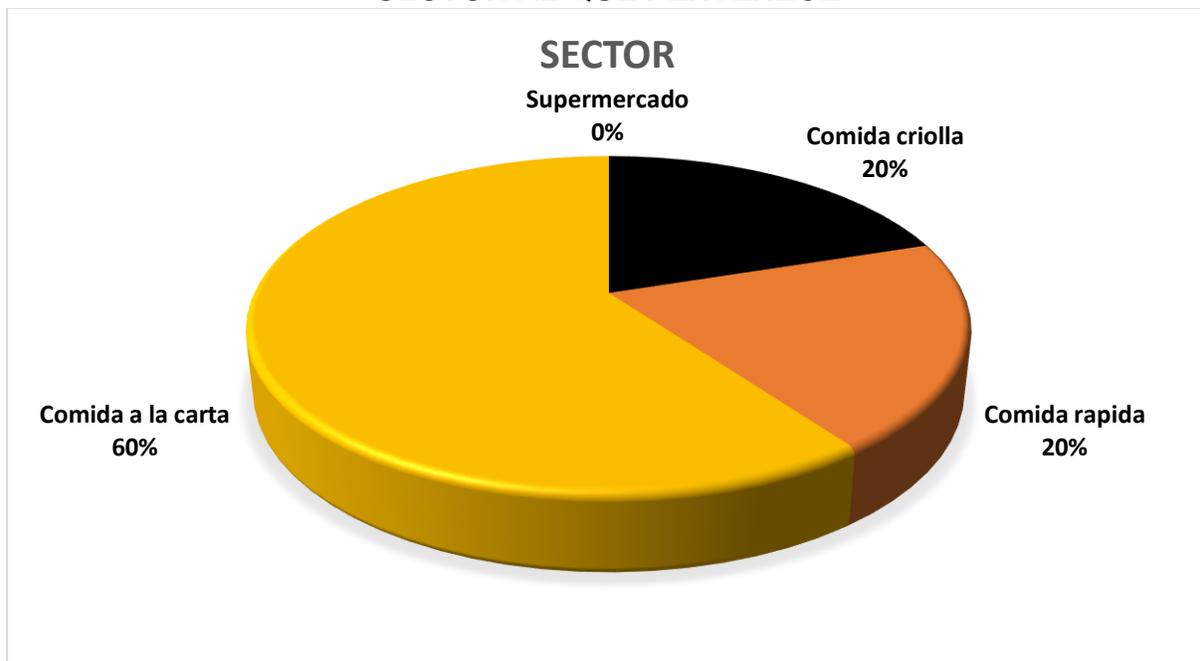
**CUADRO NO. 1
SECTOR AL QUE PERTENECE**

Alternativas	Frecuencia	%
Comida rápida	2	20
Comida criolla	2	20
Comida a la carta	6	60
Supermercado	0	0
Total	10	100

Fuente: pregunta 1 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

El 60% de las empresas afiliadas pertenecen al sector de comida a la carta, el 20% pertenece al sector comida criolla y el otro 20% pertenece al sector comida rápido.

**GRÁFICA NO. 1
SECTOR AL QUE PERTENECE**



Fuente: Cuadro No. 1. Pregunta No. 1 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

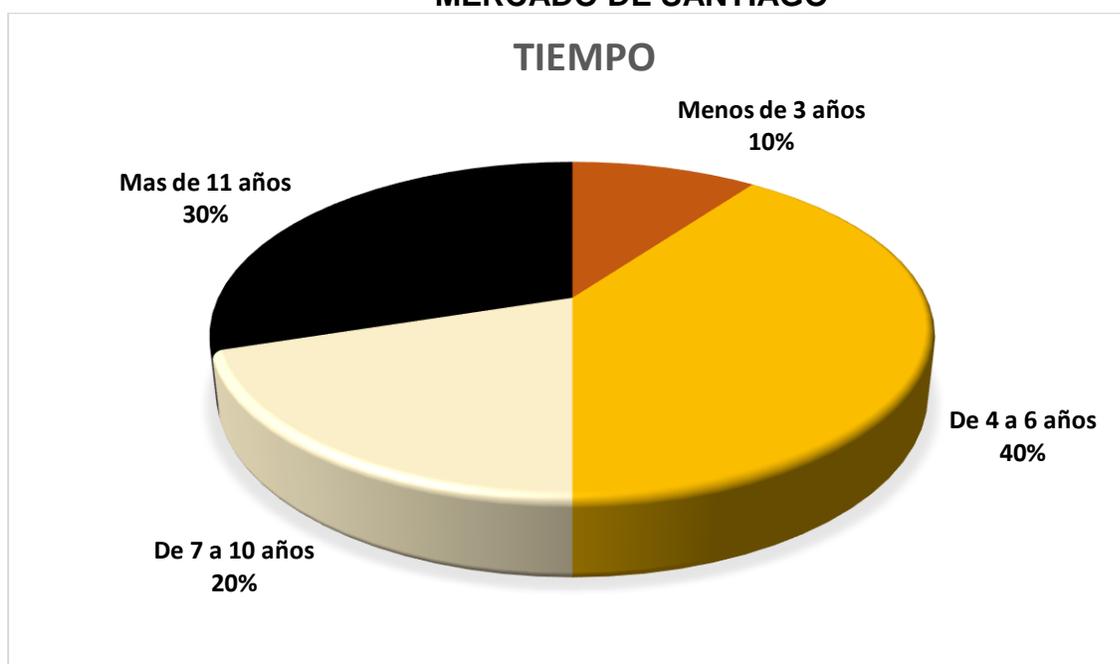
CUADRO NO. 2
TIEMPO QUE TIENE FUNCIONANDO SU NEGOCIO EN EL
MERCADO DE SANTIAGO

Alternativas	Frecuencia	%
Menos de 3 años	1	10
De 4 a 6 años	4	40
De 7 a 10 años	2	20
Más de 11 años	3	30
Total	10	100

Fuente: pregunta 2 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

El 40% de las empresas afiliadas tienen de 4 a 6 años funcionando en el mercado de Santiago, el 30% tienen más de 11 años funcionando en el mercado de Santiago, el 20% tienen de 7 a 10 años funcionando en el mercado de Santiago mientras que el 10% tienen menos de 3 años funcionando en el mercado de Santiago.

GRÁFICA NO. 2
TIEMPO QUE TIENE FUNCIONANDO SU NEGOCIO EN EL
MERCADO DE SANTIAGO



Fuente: Cuadro No. 2. Pregunta No. 2 del cuestionario a las empresas afiliadas.

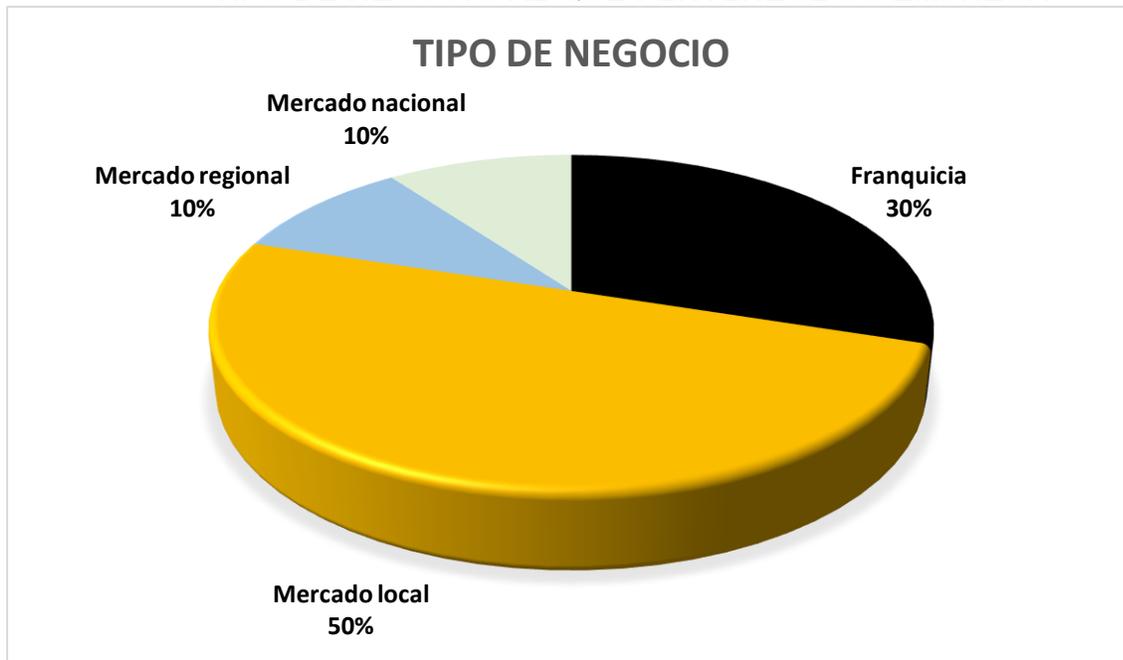
CUADRO NO. 3
TIPO DE NEGOCIO AL QUE PERTENECE SU EMPRESA

Alternativas	Frecuencia	%
Franquicia	3	30
Mercado local	5	50
Mercado regional	1	10
Mercado nacional	1	10
Total	10	100

Fuente: pregunta 3 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

EL 50% de los negocios pertenece al mercado local, el 30% de los negocios pertenece a franquicias, el 10% de los negocios pertenece al mercado regional y el 10% pertenece al mercado nacional.

GRÁFICA NO. 3
TIPO DE NEGOCIO AL QUE PERTENECE SU EMPRESA



Fuente: Cuadro No. 3. Pregunta No. 3 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas

CUADRO NO. 4

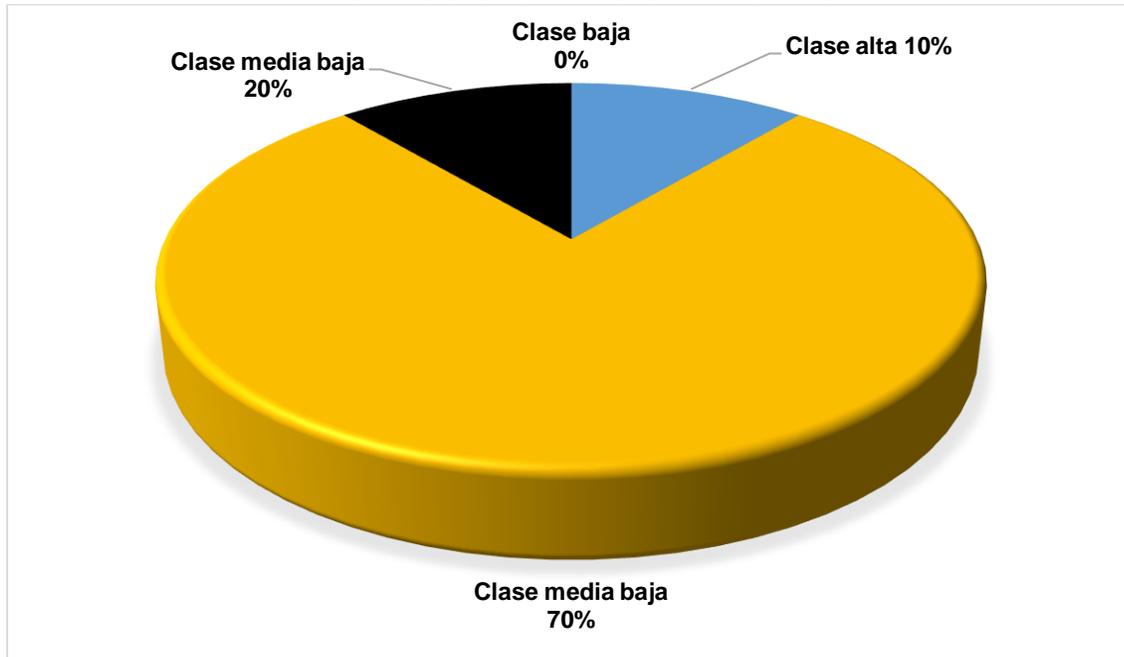
PÚBLICO OBJETIVO O MERCADO META.

Alternativas	Frecuencia	%
Clase alta	1	10
Clase media alta	7	70
Clase media baja	2	20
Clase baja	0	0
Total	10	100

Fuente: pregunta 4 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

En el 70% de los negocios atienden a la clase media alta, en el 10% de los negocios atienden a clase alta, en el 20% de los negocios atienden a clase media baja.

GRÁFICA NO. 4 PÚBLICO OBJETIVO O MERCADO META



Fuente: Cuadro No. 4. Pregunta No. 4 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

**CUADRO NO. 5
TIEMPO DE AFILIACIÓN A TUDELIVERY.DO**

Alternativas	Frecuencia	%
Menos de 1 años	0	0
De 2 a 3 años	8	80
De 4 a 5 años	2	20
Más de 6 años	0	0
Total	10	100

Fuente: pregunta 5 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

El 80% de los negocios tienen de 2 a 3 años afiliados a tudelivery.do; y el 20% de los negocios tiene de 4 a 5 años.

**GRÁFICO NO. 5
TIEMPO DE AFILIACIÓN A TUDELIVERY.DO**



Fuente: Cuadro No. 5. Pregunta No. 5 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

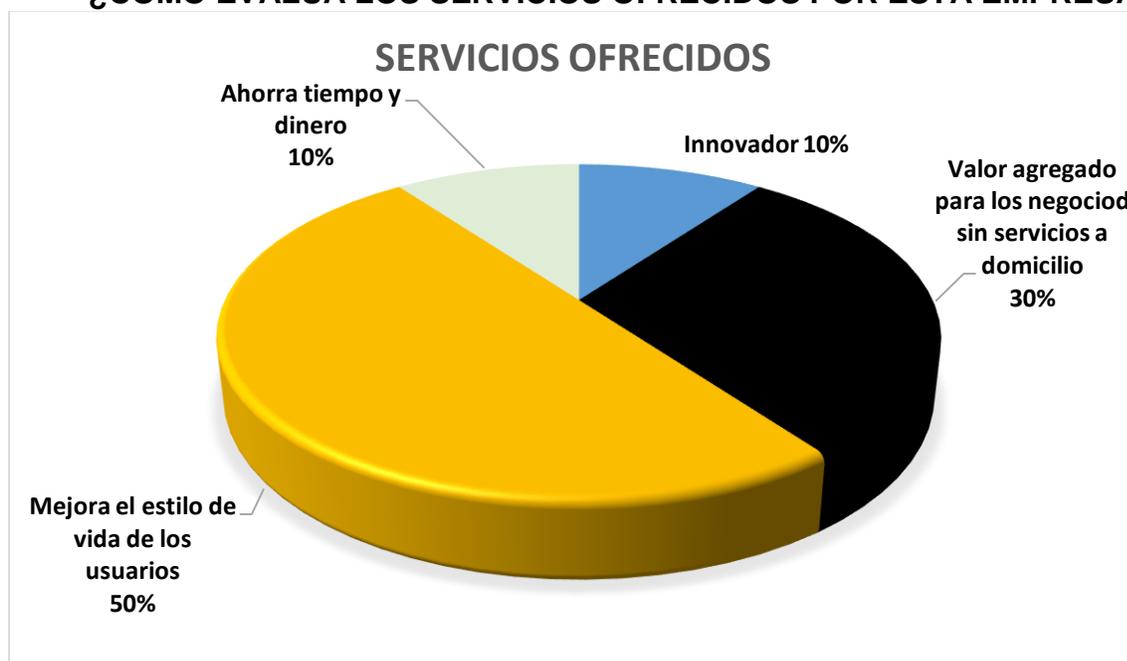
CUADRO NO. 6
¿CÓMO EVALÚA LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR ESTA EMPRESA?

Alternativas	Frecuencia	%
Innovador	1	10
Valor agregado para los negocios sin Servicio a domicilio	3	30
Mejora el estilo de vida de los usuarios	5	50
Ahorra tiempo y dinero	1	10
Otro especifique	0	0
Total	10	100

Fuente: pregunta No. 6 del cuestionario No. 6 aplicado a las empresas afiliadas.

El 50% de los encuestados consideran que los servicios ofrecidos mejoran el estilo de vida de los usuarios, el 30% considera que es un valor agregado para los negocios sin servicio a domicilio, el 10% considera es innovador y el 10% considera que ahorra tiempo y dinero mientras que nadie especifico algo más.

GRÁFICA NO. 6
¿CÓMO EVALÚA LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR ESTA EMPRESA?



Fuente: Cuadro No. 6. Pregunta No. 6 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

CUADRO NO. 7
¿CUÁLES ASPECTOS VALORA MÁS DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR ESTA EMPRESA?

Alternativas	Frecuencia	%
Rapidez	1	8
Confiabilidad	6	46
Buen servicio	4	31
Eficiencia	2	15
Total	13	100

Fuente: pregunta 7 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

El 46% de los encuestados valora como confiable el servicio ofrecido por tudelivery.do, el 31% valora el buen servicio, el 15% valora la eficiencia y el 8% valora la rapidez.

GRÁFICA NO. 7
¿CUÁLES ASPECTOS VALORA MÁS DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR ESTA EMPRESA?



Fuente: Cuadro No. 7. Pregunta No. 7 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

CUADRO NO. 8
¿CUÁLES ASPECTOS DEBEN MEJORARSE EN EL SERVICIO OFRECIDO POR ESTA EMPRESA?

Alternativas	Frecuencia	%
Rapidez	6	55
Cobertura	3	27
Más personal	0	0
Atención al cliente	2	18
tiempo de espera	0	0
Total	11	100

Fuente: pregunta 8 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

El 55% de los negocios creen que deben mejorar la rapidez, el 27% creen que deben mejorar la cobertura; y el 18% cree que deben mejorar la atención al cliente.

GRÁFICA NO. 8
¿CUÁLES ASPECTOS DEBEN MEJORARSE EN EL SERVICIO OFRECIDO POR ESTA EMPRESA?



Fuente: Cuadro No. 8. Pregunta No. 8 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

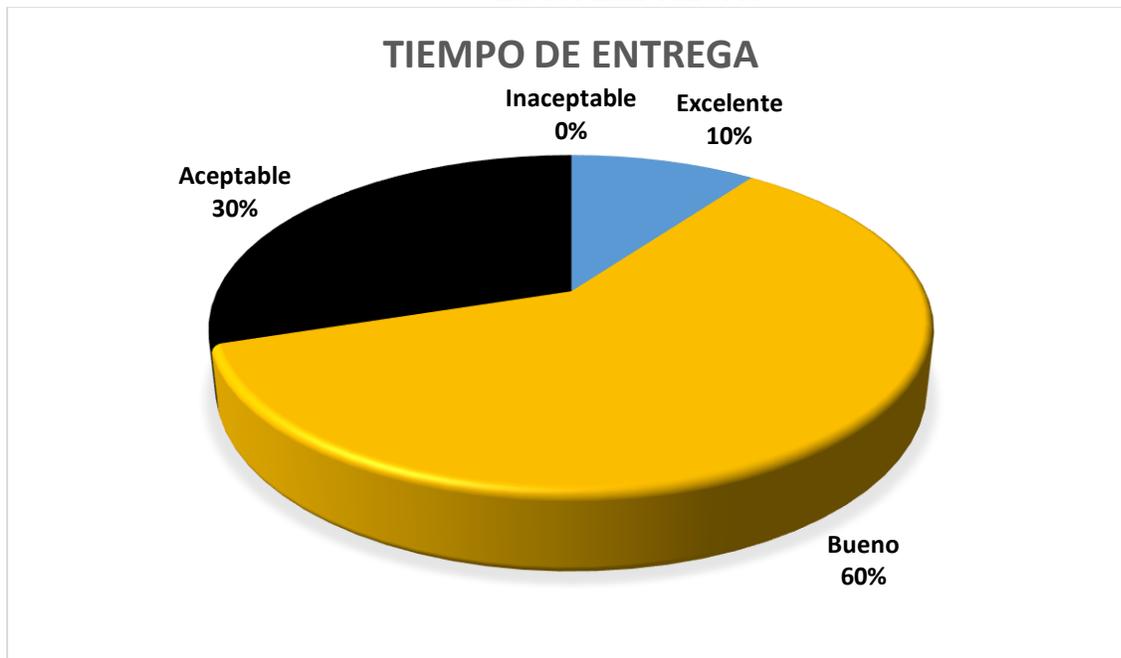
CUADRO NO. 9
¿CÓMO EVALÚA EL TIEMPO DE ENTREGA EN LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR
ESTA EMPRESA?

Alternativas	Frecuencia	%
Excelente	1	10
Bueno	6	60
Aceptable	3	30
Inaceptable	0	0
Total	10	100

Fuente: pregunta 9 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

El 60% de los encuestados evalúa el tiempo de entrega de los servicios como bueno, el 30% los evalúa como aceptable; y el 10% los evalúa como

GRAFICA NO. 9
¿CÓMO EVALÚA EL TIEMPO DE ENTREGA EN LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR
ESTA EMPRESA?



Fuente: Cuadro No. 9. Pregunta No. 9 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

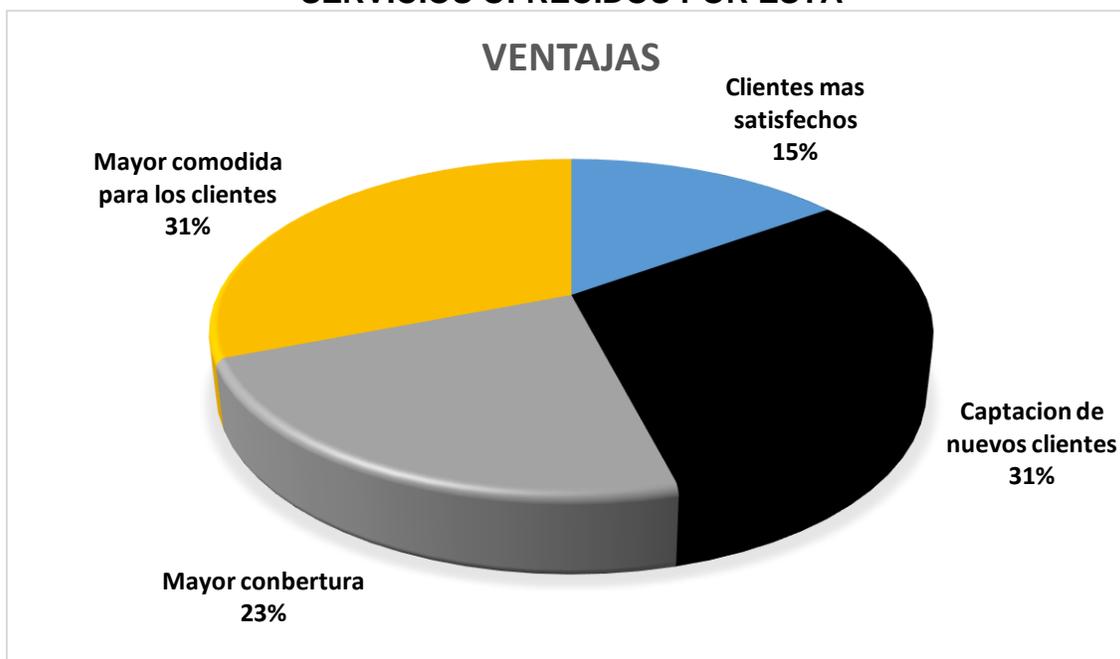
CUADRO NO. 10
¿CUÁLES VENTAJAS ESTIMA QUE HA LOGRADO SU NEGOCIO AL USAR LOS
SERVICIOS OFRECIDOS POR ESTA EMPRESA?

Alternativas	Frecuencia	%
Cientes más Satisfechos	2	15
Captación de nuevos Clientes	4	31
Mayor cobertura	3	23
Mayor comodidad para sus clientes	4	31
Total	13	100

Fuente: pregunta 10 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

El 31% de los encuestados estiman que la captación de nuevos clientes es una ventaja, otro 31% estima mayor comodidad para sus clientes como una ventaja, el 23% estima una mayor cobertura de mercado como ventaja mientras que solo el 15% estiman a clientes satisfechos como una ventaja.

GRAFICA NO. 10
¿CUÁLES VENTAJAS ESTIMA QUE HA LOGRADO SU NEGOCIO AL USAR LOS
SERVICIOS OFRECIDOS POR ESTA



Fuente: Cuadro No. 10. Pregunta No. 10 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

CUADRO NO. 11
¿CUÁL ES SU VALORACIÓN A NIVEL CUANTITATIVO SOBRE SU AFILIACIÓN A ESTA EMPRESA?

Alternativas	Frecuencia	%
Inversión a largo plazo para ampliar territorio	2	20
Mayor costo operativo para el cliente	2	20
Mayor nivel de rentabilidad por ventas a domicilio	6	60
Otro especifique	0	0
Total	10	100

Fuente: pregunta 11 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

El 60% de los encuestados valora el nivel cuantitativo como mayor rentabilidad por ventas a domicilio, el 20% valora un mayor costo operativo para el cliente, el otro 20% valora una inversión a largo plazo para ampliar territorio.

GRÁFICA No. 11
¿Cuál es su valoración a nivel cuantitativo sobre su afiliación a esta empresa?



Fuente: Cuadro No. 11. Pregunta No. 11 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

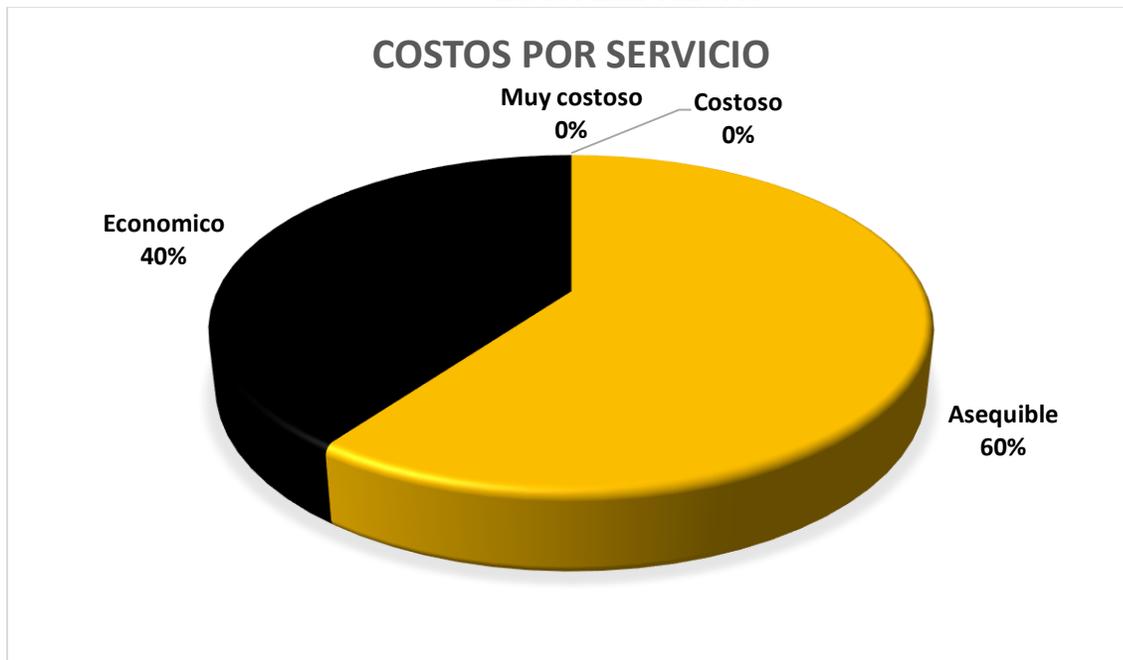
CUADRO NO. 12
¿CÓMO CONSIDERA LOS COSTOS POR SERVICIOS ESTABLECIDOS POR LA EMPRESA AL CONSUMIDOR FINAL?

Alternativas	Frecuencia	%
Muy costoso	0	0
costoso	0	0
Asequible	6	60
Económico	4	40
Total	10	100

Fuente: pregunta 12 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

El 60% de los encuestados considera asequible los costos por servicio, el 40% considera económico los costos por servicio.

GRÁFICO NO. 12
¿CUÁL ES SU VALORACIÓN A NIVEL CUANTITATIVO SOBRE SU AFILIACIÓN A ESTA EMPRESA?



Fuente Cuadro No. 12. Pregunta No. 12 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

CUADRO NO. 13

¿A TRAVÉS DE CUALES MEDIOS PUEDE UTILIZAR LOS SERVICIOS DE ESTA EMPRESA?

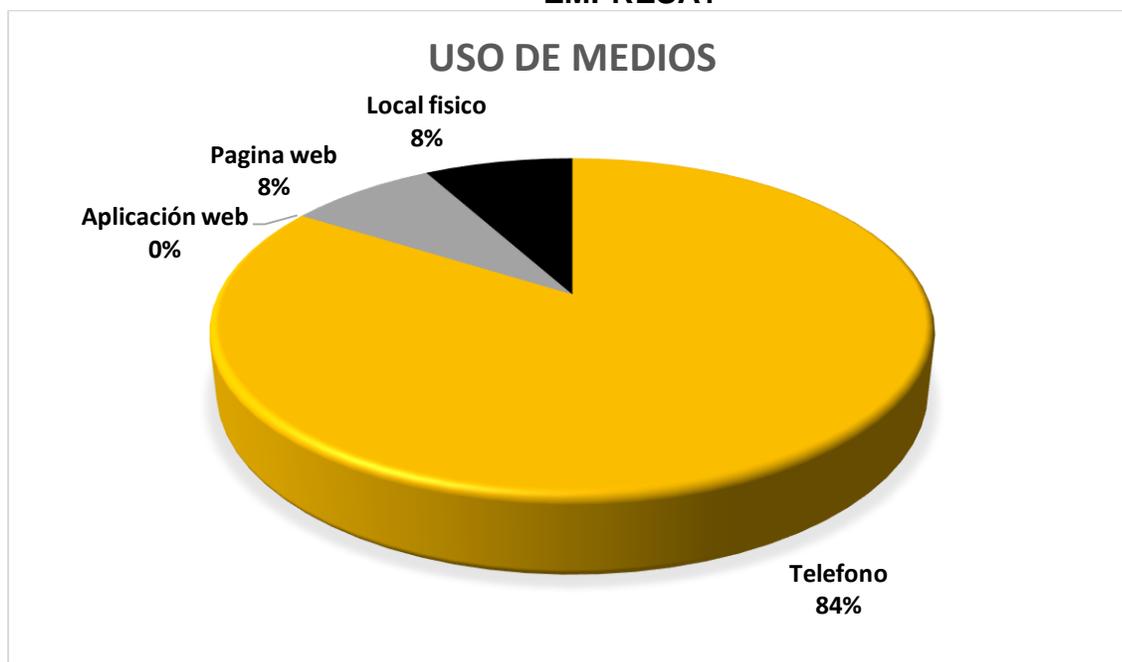
Alternativas	Frecuencia	%
Teléfono	11	84
Aplicación web	0	0
Página web	1	8
Local físico	1	8
Total	13	100

Fuente: pregunta 13 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

El 84% de encuestados usan el teléfono como medio principal, el 8% usa la página web, el otros 8% usa el local físico mientras que el 0% usa la aplicación web.

GRÁFICA NO. 13

¿A TRAVÉS DE CUALES MEDIOS PUEDE UTILIZAR LOS SERVICIOS DE ESTA EMPRESA?



Fuente: Cuadro No. 13. Pregunta No. 13 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

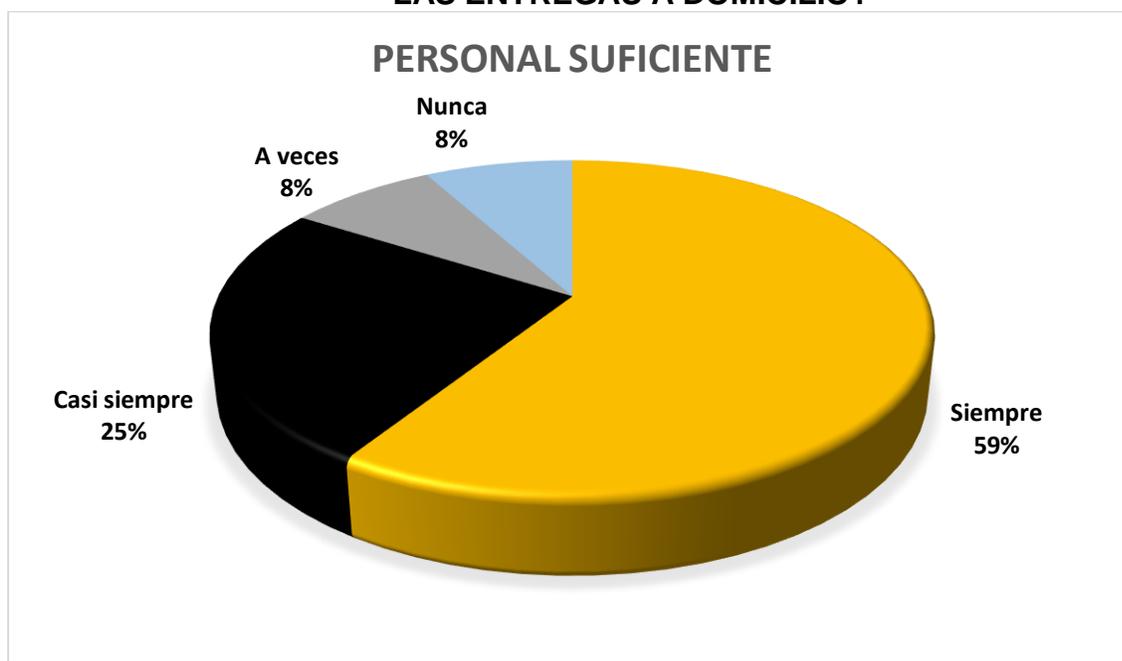
CUADRO NO. 14
¿CUENTA TU DELIVERY.DO CON EL PERSONAL SUFICIENTE PARA REALIZAR LAS ENTREGAS A DOMICILIO?

Alternativas	Frecuencia	%
Siempre	7	59
Casi siempre	3	25
A veces	1	8
Nunca	1	8
Total	12	100

Fuente: pregunta 14 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

El 59% piensa que tudelivery.do siempre tiene personal suficiente, el 25% piensa que casi siempre tienen personal suficiente, el 8% piensa que a veces y el otro 8% piensa que nunca.

GRÁFICA NO. 14
¿CUENTA TU DELIVERY.DO CON EL PERSONAL SUFICIENTE PARA REALIZAR LAS ENTREGAS A DOMICILIO?



Fuente: Cuadro No. 14. Pregunta No. 14 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

CUADRO NO. 15
¿CÓMO EVALÚA LAS CONDICIONES DE LOS MOTORES USADOS POR EL PERSONAL DE ENTREGA A DOMICILIO DE ESTA EMPRESA?

Alternativas	Frecuencia	%
Excelente	2	20
Buena	7	70
Regular	1	10
Mala	0	0
Total	10	100

Fuente: pregunta 15 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

El 70% de los encuestados evalúa las condiciones de los motores como buena, el 20% las evalúa como excelente, el 10% las evalúa como regular y el 0% como mala.

GRAFICA NO. 15
¿CÓMO EVALÚA LAS CONDICIONES DE LOS MOTORES USADOS POR EL PERSONAL DE ENTREGA A DOMICILIO DE ESTA EMPRESA?



Fuente: Cuadro No. 15. Pregunta No. 15 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

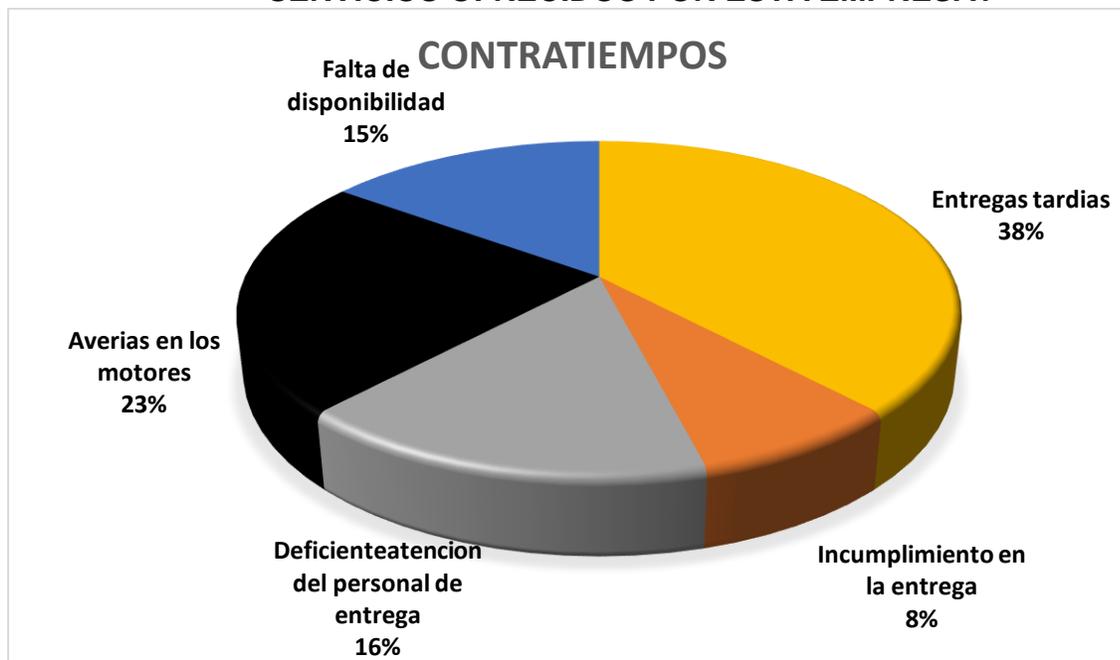
CUADRO NO. 16
¿CUÁLES HAN SIDO LOS CONTRATIEMPOS QUE HA TENIDO CON LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR ESTA EMPRESA?

Alternativas	Frecuencia	%
Entregas tardía	5	38
Incumplimiento en la entrega	1	8
Deficiente atención del personal de entrega	2	16
Averías en los motores	3	23
Falta de disponibilidad	2	15
Total	13	100

Fuente: pregunta 16 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

El 38% de los encuestados ha tenido entregas tardías, el 23% de los encuestados ha tenido contratiempos con averías de motores, el 16% ha tenido deficiente atención del personal de entrega, el 15% ha tenido falta de disponibilidad y el 8% ha tenido incumplimiento de entrega.

CUADRO NO. 16
¿CUÁLES HAN SIDO LOS CONTRATIEMPOS QUE HA TENIDO CON LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR ESTA EMPRESA?



Fuente: Cuadro No. 16. Pregunta No. 16 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

CUADRO NO. 17

¿CUÁLES BENEFICIOS HA RECIBIDO USTED AL AFILIARSE A ESTA EMPRESA?

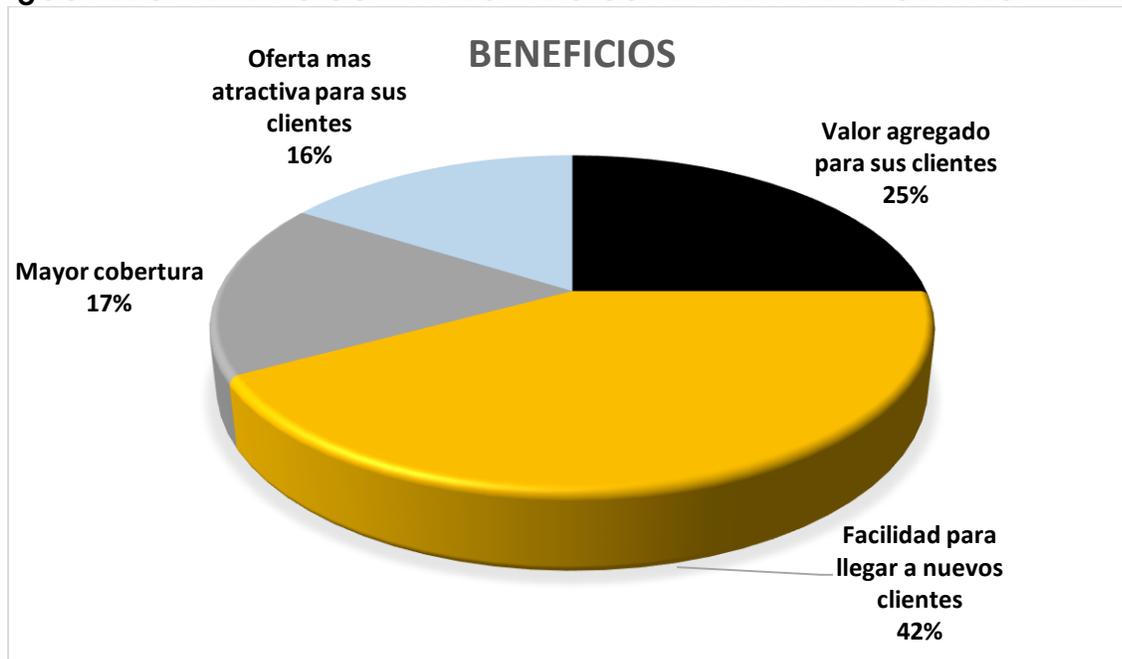
Alternativas	Frecuencia	%
Valor agregado para sus clientes	3	25
Facilidad para llegar a nuevos clientes	5	42
Mayor cobertura	2	17
Oferta más atractiva para sus clientes	2	16
Total	12	100

Fuente: pregunta 17 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

El 42% de los encuestados dice ha recibido beneficios como facilidad para llegar a nuevos clientes, el 25% de los encuestados ha recibido beneficios como valor agregado para sus clientes, el 17% ha recibido mayor cobertura y el 16% ha recibido oferta más atractiva para sus clientes.

GRAFICO NO. 17

¿CUÁLES BENEFICIOS HA RECIBIDO USTED AL AFILIARSE A ESTA EMPRESA?



Fuente: Cuadro No. 17. Pregunta No. 17 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

CUADRO NO. 18

¿HA RECIBIDO ALGÚN TIPO DE PROMOCIÓN DE PARTE DE TUDELIVERY.DO?

Alternativas	Frecuencia	%
Siempre	3	27
Casi siempre	1	9
A veces	1	9
Nunca	6	55
Total	11	100

Fuente: pregunta 18 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

El 55% de los encuestados nunca ha recibido una promoción, el 27 de los encuestados siempre ha recibido promoción, el 9% casi siempre ha recibido una promoción y el otro 9% a veces ha recibido una promoción.

GRÁFICO NO. 18

¿CUÁLES BENEFICIOS HA RECIBIDO USTED AL AFILIARSE A ESTA EMPRESA?



Fuente: Cuadro No. 18. Pregunta No. 18 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

CUADRO NO. 19
¿CUÁLES TIPOS DE PROMOCIÓN HA RECIBIDO?

Alternativas	Frecuencia	%
Descuentos	3	30
Bonos	2	20
Artículos promocionales	0	0
Ofertas	1	10
ninguna	4	40
Total	10	100

Fuente: pregunta 19 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

El 40% de los encuestados dice ninguna, el 30% dice descuentos, el 20% dice bonos, el 10% dice ofertas.

GRÁFICA NO. 19
¿CUÁLES BENEFICIOS HA RECIBIDO USTED AL AFILIARSE A ESTA EMPRESA?



Fuente: Cuadro No. 19 pregunta No. 19 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

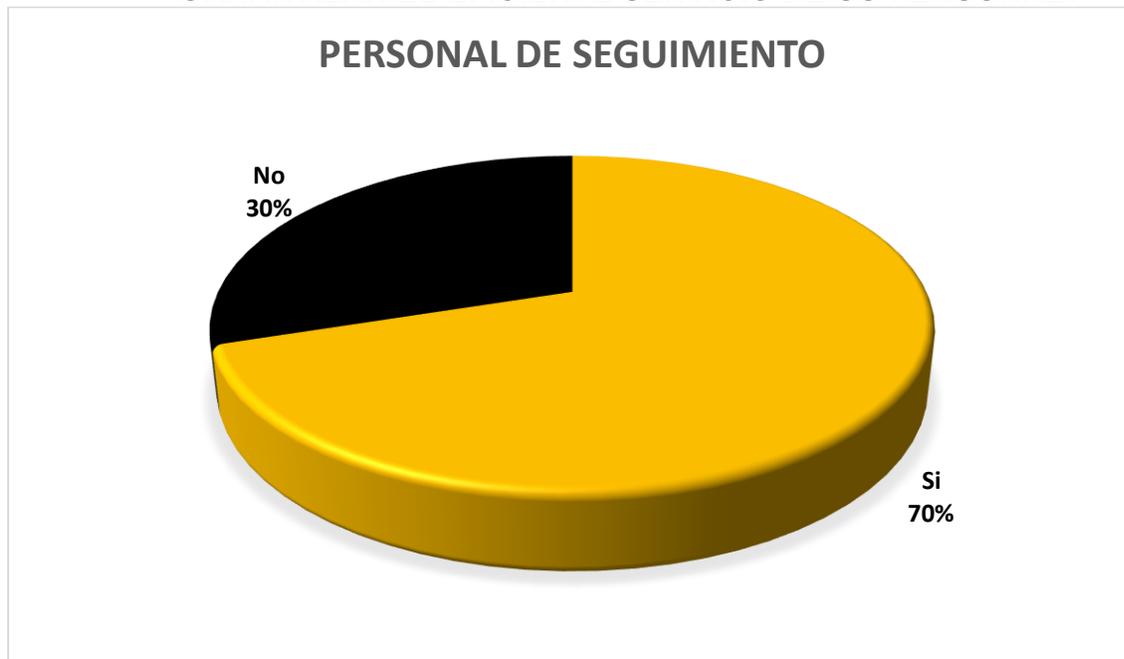
CUADRO NO. 20
¿CUENTA ESTA EMPRESA CON UN PERSONAL DE SEGUIMIENTO PARA GARANTIZAR EL EFICIENTE SERVICIO DE SU PERSONAL?

Alternativas	Frecuencia	%
Si	7	70
No	3	30
Total	10	100

Fuente: pregunta 20 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

El 70% dice que la empresa cuenta con el personal de seguimiento y el 30% dice que no cuentan con el personal de seguimiento.

GRÁFICA NO. 20
¿CUENTA ESTA EMPRESA CON UN PERSONAL DE SEGUIMIENTO PARA GARANTIZAR EL EFICIENTE SERVICIO DE SU PERSONAL?



Fuente: Cuadro No. 20. Pregunta No. 20 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

CUADRO NO. 21

¿HA REALIZADO ESTRATEGIAS COMERCIALES ASOCIADAS A TUDELIVERY.DO?

Alternativas	Frecuencia	%
Siempre	1	10
Casi siempre	0	0
A veces	2	20
Nunca	7	70
Total	10	100

Fuente: pregunta 21 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

El 70% de los encuestados dice nunca haber realizado una estrategia comercial, el 20% dice a veces haber realizado una estrategia comercial, el 10% dice que siempre realizan estrategias comerciales.

CUADRO NO. 21

¿HA REALIZADO ESTRATEGIAS COMERCIALES ASOCIADAS A TUDELIVERY.DO?



Fuente: Cuadro No. 21. Pregunta No. 21 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

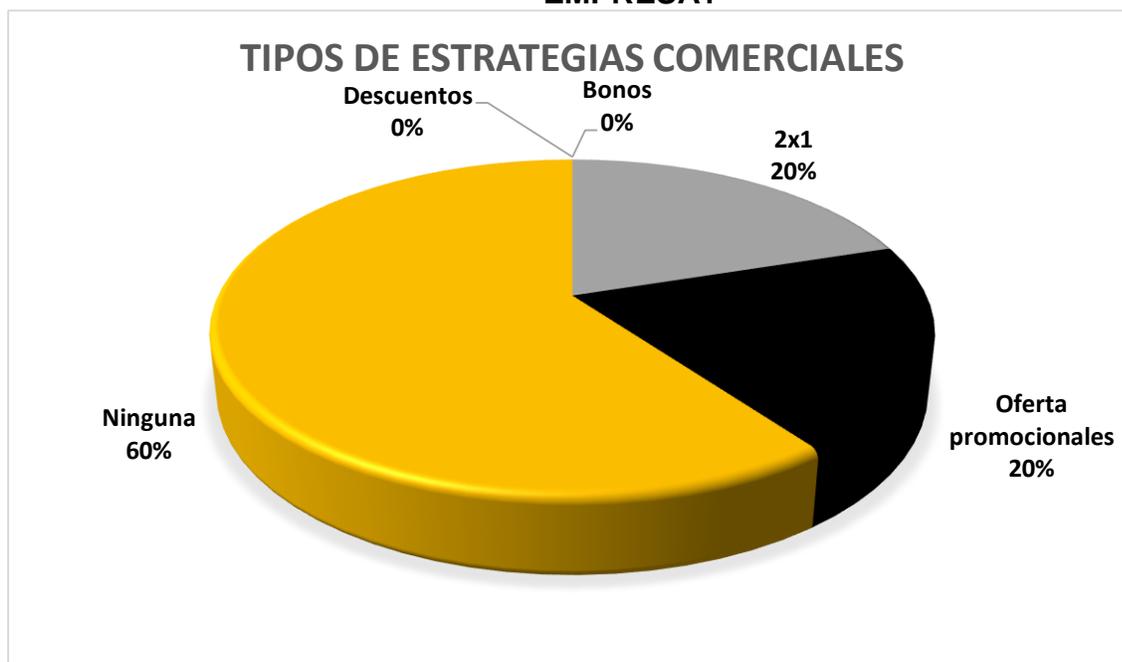
CUADRO NO. 22
¿QUÉ TIPO DE ESTRATEGIAS COMERCIALES HA REALIZADO CON ESTA EMPRESA?

Alternativas	Frecuencia	%
Bonos	0	0
Descuentos	0	0
2x1	2	20
Ofertas promocionales	2	20
Ninguna	6	60
Total	10	100

Fuente: pregunta 22 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

El 60% de los encuestados no ha realizado ninguna estrategia comercial; el 20% ha realizado 2x1; y el otro 20% ha realizado ofertas promocionales.

GRÁFICA NO. 22
¿QUÉ TIPO DE ESTRATEGIAS COMERCIALES HA REALIZADO CON ESTA EMPRESA?



Fuente: Cuadro No. 22 pregunta No. 22 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

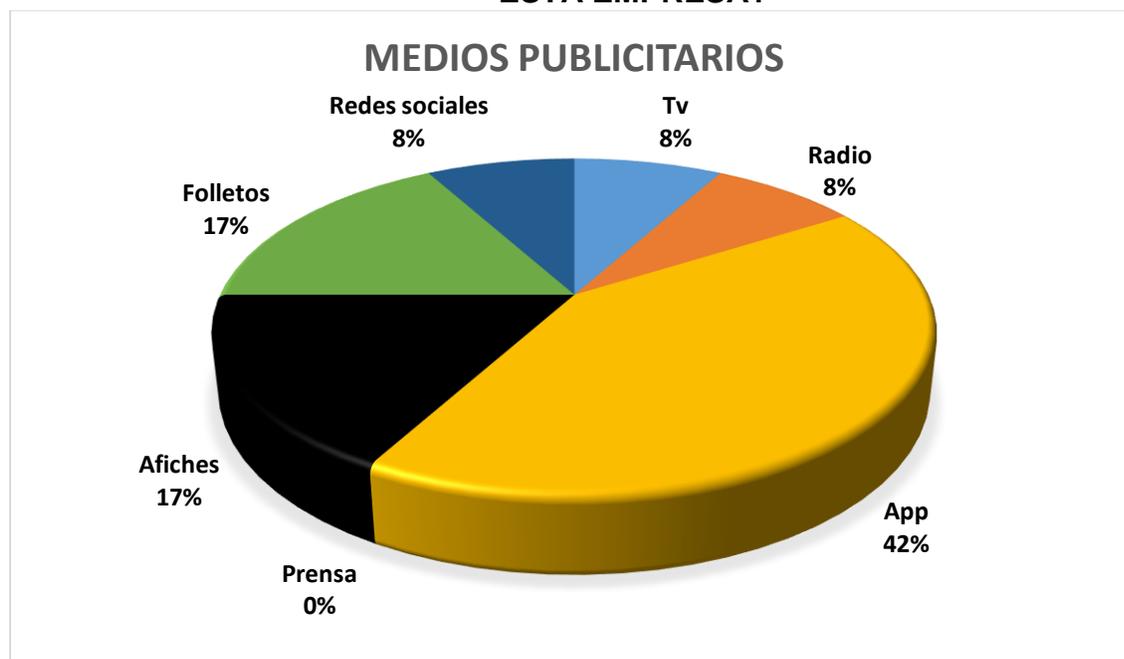
CUADRO NO. 23
¿EN CUALES MEDIOS PUBLICITARIOS INFORMARÍA SOBRE SU ALIANZA CON ESTA EMPRESA?

Alternativas	Frecuencia	%
Tv	1	8
Radio	1	8
App	5	42
Prensa	0	0
Afiches	2	17
Folletos	2	17
Redes sociales	1	8
Total	12	100

Fuente: pregunta 23 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

El 42% de los encuestados informaría sobre su alianza en la app; el 17% de los encuestados informaría sobre su alianza en afiches; el otro 17% en folletos; el 8% en tv; el otro 8% en radio mientras que otros 8% en redes sociales.

GRÁFICA NO. 23
¿EN CUALES MEDIOS PUBLICITARIOS INFORMARÍA SOBRE SU ALIANZA CON ESTA EMPRESA?



Fuente: Cuadro No. 23. Pregunta No. 23 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

CUADRO NO. 24
¿CÓMO SE SIENTE CON LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR ESTA EMPRESA?

Alternativas	Frecuencia	%
excelente	1	10
Bien	7	70
Regular	1	10
Mal	1	10
Total	10	100

Fuente: pregunta 24 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

El 70% de las empresas encuestadas se siente bien; el 10% se siente excelente; el otro 10% se siente regular; y el otro 10% se siente mal.

GRAFICA NO. 24
¿CÓMO SE SIENTE CON LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR ESTA EMPRESA?



Fuente Cuadro No. 24. Pregunta No. 24 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

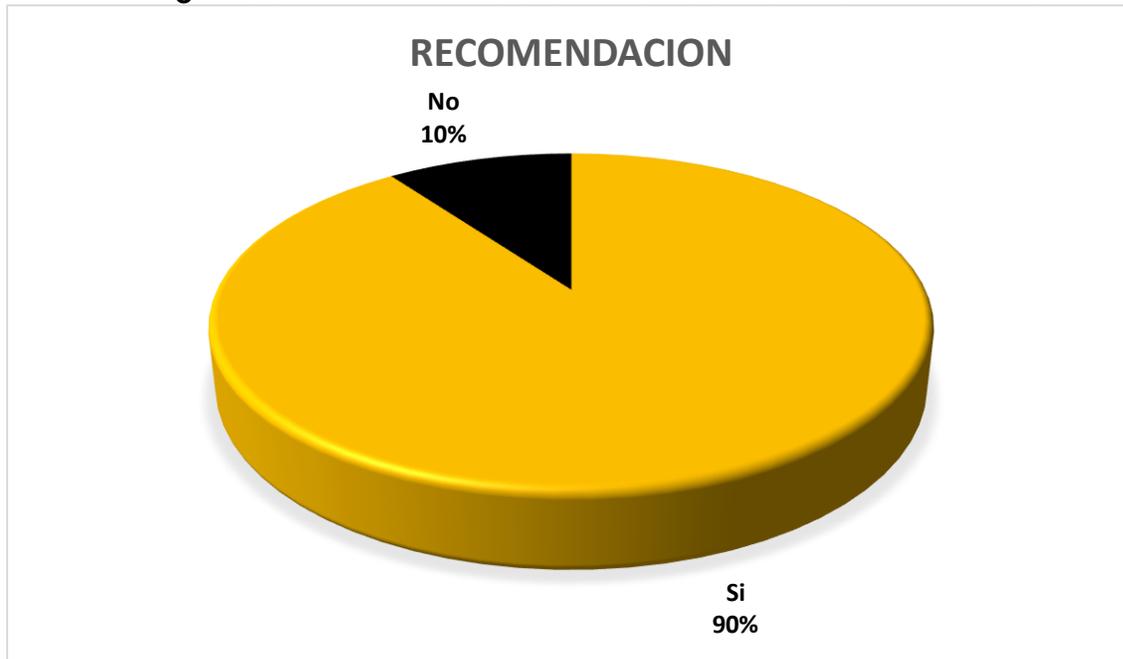
CUADRO NO. 25
¿RECOMENDARÍA LOS OFRECIDOS POR ESTA EMPRESA?

Alternativas	Frecuencia	%
Si	9	90
No	1	10
Total	10	100

Fuente: pregunta 25 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

El 90% recomendaría el servicio ofrecido por la empresa; y el 10% no la recomendaría.

GRÁFICO NO. 25
¿RECOMENDARÍA LOS OFRECIDOS POR ESTA EMPRESA?



Fuente: Cuadro No. 25. Pregunta No. 25 del cuestionario aplicado a las empresas afiliadas.

ASPECTOS DEL DISEÑO DEL PLAN DE MARKETING

4.1 Propósitos del plan de marketing.

Hemos decidido trabajar con la empresa tudelivery.do en la formulación de un plan de marketing que les puede servir como guía a la hora de implementar estrategias que solidifiquen más su empresa en el entorno competitivo que trabajan.

Es una empresa dedicada a los servicios de mensajería exprés valiéndose de sus dos principales canales, el servicio personalizado que consiste en la atención del consumidor final preocupándose por suplir las necesidades de delivery en su zona y el servicio de outsourcing para empresas que consiste en el servicio de delivery o mensajería destinados a cumplir los estándares de las empresas afiliadas.

Dicho todo esto se hizo una investigación de mercado valiéndose de una encuesta al igual que un análisis profundo del mercado mismo de delivery en la ciudad de Santiago, por lo tanto el plan de marketing forma parte de la columna vertebral de la empresa donde estarán expresadas todas las actividades comerciales y mercadológicas de la empresa tratando suplir las necesidades de los clientes tanto b2b como b2c en el mercado de Santiago con miras al crecimiento. Por lo tanto consideramos que este plan de marketing cumple con los siguientes propósitos.

- Será una guía escrita donde estarán las estrategias y tácticas de marketing que se deben implementar para alcanzar los objetivos en un periodo de tiempo determinado.
- Describe quienes son los responsables de llevar a cabo las actividades de marketing descritas el que, cuando, como y donde deben implementarse.
- Servirá como un mecanismo de control para cumplir con los estándares de desempeño y evaluar el progreso del mismo.

4.2 Objetivos del plan de marketing.

Objetivo general:

Objetivo general enfocado al diseño o elaboración de un plan de marketing para la empresa escogida.

Determinar el plan de marketing enfocado a la empresa de servicios Tudelivery.do ubicada en Avenida Benito Juárez #10, Villa Olga, Santiago de los caballeros, en el periodo enero-abril 2020.

Objetivos específicos:

Objetivos específicos enfocados a la mezcla de marketing y orientados al plan de marketing propuesto.

- Definir las estrategias que utiliza Tudelivery.do para mantener a sus consumidores finales y empresas afiliadas utilizando los servicios de Tudelivery.do.
- Identificar que tan asequible son los servicios ofrecidos por Tudelivery.do.
- Determinar qué tan factible es el local físico que preside Tudelivery.do ante sus usuarios finales y afiliados.
- Diseñar estrategias de promoción que favorezcan a la empresa como al usuario final y afiliado.

4.3 Segmentación de mercado.

Segmentación de mercado de Tudelivery.do

Segmentación Demográfica

Tudelivery.do está enfocada en dos públicos claves, uno de ellos son las pequeñas y medianas empresas o franquicias que actualmente no cuentan con un sistema de entrega a domicilio, ya que no pretenden asumir los riesgos y responsabilidades de manejar este tipo de personal. Por otro lado, están los consumidores finales, que son personas que no cuentan con el tiempo o el vehículo para realizar sus compras y prefieren la comodidad que le ofrece Tudelivery.do

Segmentación Geográfica

Tudelivery.do actualmente se está manejando en el centro de la ciudad de Santiago como territorio operativo. No obstante, es necesario ampliar la cobertura geográfica de la oferta de servicios a otros puntos de la provincia y poco a poco de la región norte, hasta contar con una cobertura nacional.

Segmentación Pictográfica.

Tudelivery.do está enfocado en empresas que mantienen la reputación de la marca y entienden que el servicio a domicilio es un valor agregado para sus clientes, ya que les simplifican la vida. Por otro lado, al contar con este servicio de outsourcing las empresas se desligan de contratar o manejar directamente el personal de entregas a domicilios, se libra también de pagos de salarios, cobertura de seguridad social y otros riesgos.

Al igual que para el consumidor final, este servicio les facilita comodidad, ahorro de tiempo a los clientes entre otros factores y les evita ciertos riesgos a los cuales el consumidor se expone al dirigirse por ciertos servicios.

Segmentación Comportamental

La tendencia de hoy en día es realizar pedidos a través de la web o aplicaciones inteligentes que tienen esa finalidad. Tanto para el empresario como para el consumidor final, los servicios ofrecidos le simplifican la vida. Al igual que están de la mano con el consumidor de hoy en día, los cuales día a día se fidelizan más con los servicios que obtienen. En este tipo de segmentación se recopilan de datos e información relevante se lleva a cabo a través del análisis de los navegadores web individuales; las páginas web visitadas, el tiempo de navegación en cada una de ellas, los términos más buscados, las redes sociales más utilizadas o el tipo y cantidad de interacciones.

4.4 Descripción del mercado meta.

Tudelivery.do tiene muy bien definido cuál es su mercado meta, en el punto anterior hicimos referencia de lo mismo. Nuestro público es toda aquella persona que por una razón u otra está limitada de tiempo para desplazarse hacia un restaurant u otra empresa con el fin de realizar una compra o disfrutar de un servicio, es por eso que estamos diseñados para satisfacer esas necesidades y hacerles la vida más fácil a nuestros clientes, Para esas amas de casa que están muy ocupadas con los oficios de la casa, el esposo que está en la oficina y carece de tiempo para salir o enviar un mensajero a buscar sus pedidos, este es el trabajo que realizamos por cada uno de nuestros clientes.

Estamos dirigidos a gente innovadora y que opta por utilizar servicios rápidos y de excelente calidad como lo es tudelivery.do, estamos comprometidos con la mejora continua para seguir brindando lo mejor de cada uno de nuestro personal. La honestidad y la entrega juega un papel muy importante y nuestros clientes dan testimonio de eso.

4.5 Identificación de las necesidades primarias y secundarias.

Identificación de las necesidades primarias y secundarias de Tudelivery.do

Necesidades primarias

Las principales necesidades que el cliente busca satisfacer a la hora de utilizar nuestros servicios son:

- Rápida respuesta
- Pedidos en ben estado
- Excelente condición
- Agilidad en el proceso de toma de orden, etc.

Necesidades secundarias

Los clientes de tudelivery.do como necesidades secundarias buscan:

- Variedad en los servicios
- Honestidad desde la que se toma la orden hasta el delivery que le entregará
- Confiabilidad, etc.

4.6 Estrategias mercadológicas propuestas.

Estrategias mercadológicas propuestas a Tudelivery.do

Estrategias enfocadas al producto o servicio

Se va a elaborar tres estrategias por cada servicio basada en los servicios de Outsourcing y servicio personalizado.

Outsourcing:

Se extenderán los horarios de servicios.

Para realizar esta estrategia se contratara más personal (los drivers) para poder cumplir con los horarios extendidos. Se utilizaran más bultos, uniformes y una flotilla de móviles para equipar al personal. Se implementara una reestructuración con el fin de tener una cartera de clientes más robusta. La empresa cuenta con un personal capacitado y preparado específicamente femenina para el call center.

Con esta estrategia pretendemos fidelizar más a nuestros clientes así como sacarle más provecho a los contratos de los clientes y obtener más beneficios.

Capacitaremos constantemente nuestros socios de negocios y a su personal, con el fin de lograr que estén orientados al buen manejo de la atención que el cliente necesita y puedan manejar de manera eficiente los equipos tecnológicos.

Para brindar mejor calidad en cuanto al servicio que el cliente demanda de nosotros, vamos a abrir una línea única y exclusiva para dar seguimiento a las inquietudes del cliente, así mantendremos la comunicación fluida y de calidad para que ellos se mantengan complacidos con nuestro servicio.

Habrá un personal presente en los diferentes puntos de ventas de las empresas asociadas.

Necesitaremos la contratación más drivers que se le asignaran a cada cliente

Con esto pretendemos llegar a más restaurantes ofreciendo el servicio de delivery de modo que ellos solo se preocupen por pagarnos y nosotros nos encargamos del resto y así le garantizamos un servicio de más calidad. Mediante un análisis de mercado habilitaremos centros de servicios de tudelivery.do con esto lograremos expandir las zonas de servicios que en la actualidad no se le presta atención por motivo geográfico. Tudelivery.do utiliza motocicleta para transportar los paquetes a los clientes, de igual manera vamos a necesitar furgonetas para cumplir las nuevas rutas con mayor eficiencia y que sea rentable a la empresa.

Contaremos con equipos tecnológicos adecuados y necesarios en los puntos de ventas de las empresas asociadas.

Tendremos equipos tecnológicos tales como: laptop, Tablet, equipos de alta calidad. Al igual que habrán nuevos servidores para soportar la plataforma y el buen funcionamiento mediante la rapidez. Pondremos en marcha un proveedor de red como claro para los servicios telefónicos y redes. Se implementara un software para tudelivery.do y manejar todas las operaciones. Con estas estrategias pretendemos crear barreras de entradas para los competidores y ala ves ser más competitivos en el mercado de delivery, y así permanecer de la mano con los nuevos tiempos y la tecnología.

Nuevas propuestas

Ofreceremos servicios de mensajería interna para empresas e instituciones. Al igual que contrataremos un personal específico para mensajería a empresas como bancos, financieras, farmacias, colegios, clínicas, abogados, empresas de producción y distribución, supermercados, etc.

Con esta esta estrategia pretendemos ampliar nuestra gama de servicios y abarcar nuevos mercados e innovación.

Se pondrá en marcha el servicio de fast-delivery para empresas cuyos envíos sean productos terminados.

Es necesario contar con un personal de delivery con: uniformes, flotas, Motores y guaguas. Por otro lado, con el servicio fast-delivery pretendemos abarcar el mercado de delivery a empresa independientes y de productos terminados como las farmacias, heladerías, supermercados etc. También con estas estrategias se lograra afianzar como la empresa de delivery Outsourcing más importante de la ciudad, así como ampliar la oferta de los servicios ofrecidos.

Se extenderá nuestro servicio de envío local-pack para los envíos de paquetes locales dentro de la ciudad.

Todo el personal estará debidamente identificado y le suministraremos las herramientas necesarias para cumplir con el trabajo asignado. Con esta estrategia pretendemos aprovechar el crecimiento del mercado de envíos de paquetes así como explotar el nicho de mercado de envío local. Ofreceremos servicio de call center para restaurantes de cadena, heladerías y farmacias, necesitamos personal competente para atender las llamadas de los clientes, computadoras, teléfonos, impresoras, escritorios, material gastable, etc. Con esta estrategia pretendemos ampliar nuestra oferta de servicios y penetrar a otros territorios donde tudelivery.do no tiene presencia comercial.

Servicios personalizados

Se pondrá en funcionamiento una nueva y mejorada app de tudelivery.do para pedidos a restaurantes que funcionara con sistema de red y satelital. Plataforma virtual, internet, personal calificado en el área tecnológica, email marketing, contrato con proveedor de red. Con estas estrategias se lograra acercar al consumidor final con los restaurantes y sus productos. Se pretende adaptar a las nuevas tendencias tecnológicas para agilizar los procesos externos e internos.

Lanzaremos el servicio local-pack personal

Para llevar a cabo esta estrategia necesitamos uso de app con la opción local pack. Se va a reclutar persona que estén entrenados en el área de drivers para recibir y llevar los paquetes a nivel local. Con estas estrategias pretendemos expandirnos el área de envío local. La empresa conseguirá aumentar la oferta de servicio para el consumidor final. Conectar a drivers con personas en el momento preciso para el envío de sus paquetes.

Se pondrá en función la opción easy-shop para compras a supermercados, farmacias, licorerías, etc.

Se necesita app móvil, personal calificado, con estas estrategias se pretende conectar a los consumidores con la empresa con la finalidad de fidelizarlos. Logrando conquistar el mercado del servicio de compras personalizadas y lograr ser la única opción en este tipo de servicio.

Estrategias enfocadas al precio

Modalidad de pago

Se activara la app y pagina web para pagos virtuales.

Que se necesita:

- Actualizar la plataforma y la página web.
- habilitar un sistema de pagos virtuales.
- Aceptar tarjeta o PayPal.

Que pretendemos:

Con el avance de las nuevas tecnologías es necesario estar actualizado. Por eso pretendemos estar a la altura del ambiente competitivo así como ofrecer facilidad de pago a nuestros clientes de una forma de pago fácil y simple.

Se realizaran transacciones en efectivo.

Que necesitamos:

- Un Personal debidamente en el área de delivery capacitado.
- Promover los diferentes medios pagos en efectivo a través de canales.
- Tener en menudo para devolver el cambio a nuestros clientes.

Que pretendemos:

- Llegar a esas personas que no disponen de tarjetas o cualquier herramienta, que le permita manejar su efectivo lo que hace que no se pierdan ventas.

Vamos a obtener verijones para pagos con tarjeta de crédito y débito.

Que necesitamos:

- Comprar verifom para cada delivery de alta tecnología.
- Capacitar al personal para el uso correcto del equipo.

Que pretendemos:

- Un buen porcentaje de los clientes hoy en Día utilizan tarjetas como forma de pago, nuestra tarea es facilitar al cliente a la hora de realizar sus pagos.

Financiamiento

Crearemos la tarjeta de membresía tu delivery.do que acumulara puntos que podrán ser canjeados por pedidos.

Que necesitamos:

- Adquirir la tarjetas
- Comprar los equipos de impresión
- Personal capacitado

Que pretendemos:

- Fidelizar al cliente de modo que sienta que está obteniendo mejores beneficios con tudelivery.do...
- Captar más clientes de una forma más atractiva.

Lanzaremos el programa cliente vip donde el cliente puede pagar una cuota mensual con la que podrá acceder a 10 servicios al mes.

Que necesito:

- Estructura del programa cliente vip.

Que pretendo:

- Conquistar ese mercado de clientes exclusivos.
- Asegurar pagos mensuales por membresía.

Coberturas

Se cobrara la factura por kilómetro recorrido.

Que necesitamos:

- Orientar a nuestros clientes sobre las políticas de tarifa y cobertura por medio de un plan de marketing digital.

Que pretendemos:

- Queremos asegurar nuestra rentabilidad por lo que a partir del kilómetro 1.5 cobraremos por envío un 20% del mínimo.
-

Tendremos una tarifa fija mínima de 85 pesos.

Que necesitamos:

- Establecer el precio

Que pretendemos:

- Asegurar la rentabilidad del negocio.

Condiciones especiales.

Otorgaremos las primeras dos órdenes gratis.

Que necesito:

- Tener una plataforma capaz de manejar toda esta información.

Que pretendo:

- Con esto queremos competir por los clientes
- Adquirir membresías

El cliente recibirá un cupón de compra al activar la cuenta.

Que necesito:

- Tener un acuerdo comercial con los restaurantes para pagos especiales.

Que pretendo:

- Queremos que nuestros clientes reciban tratos especiales y beneficios constantes y a la vez crear posicionamiento en ellos.

Estrategias enfocadas en la distribución

Condiciones estructurales

Vamos a establecer puntos estratégicos de control en las zonas aledañas a la ciudad.

Que necesitamos:

- Contratar personal capacitado en el área delivery en las zonas aledañas que tengan sus motores.
- Uniformes
- Equipos tecnológicos
- ubicar lugares estratégicos y cómodos para ser más rentable.

Que pretendemos:

- Expandirnos a lugares donde no tenemos presencia comercial.
- Tener buenas propuestas de servicios y más atractivas que nuestros competidores.
- Posicionarnos en el lugar y en la mente del usuario de tudelivery.do.
- Incrementar los ingresos.

Vamos a remodelar nuestra estructura física e identificativa local.

Que necesitamos:

- Buscar una imagen atractiva que nos identifique
- Compra de nuevos equipos tecnológicos (computadoras, impresoras, teléfonos, software, call center, scanner, etc.)
- Contratar a una constructora

Que pretendemos:

- Darnos a conocer una nueva mejorada de imagen

Aplicaciones webs

Crearemos nuestra nueva y atractiva app

Que necesitamos:

- Contratar un experto en ingeniería en software para la creación de la app
- Actualización y mantenimiento de la app

Que pretendemos:

- Que nuestros clientes tengan fácil acceso a nuestros servicios.

Nuestra app estará disponible en las diferentes plataformas como google, play store y app store.

Que necesitamos:

- Negociar las licencias para poder tener disponible nuestra aplicación en las diferentes plataformas
- Cumplir las políticas y cumplir con los requisitos de las plataformas.

Que pretendemos:

- Queremos que nuestros clientes puedan acceder fácilmente a los servicios.

Accesos online

- Actualizaremos nuestra página web.

Que necesitamos:

- Actualizar la página a una mejor plataforma.

Que pretendemos:

- Tener una plataforma virtual actualizada y que proyecte esa imagen corporativa que queremos.

Actualizaremos nuestras redes sociales y le colocaremos el link de la plataforma.

Que necesitamos:

- Hacer remodelación digital de nuestras principales redes sociales
- Anadir elementos atractivos como imagen, colores llamativos y spot institucional
- Colocar el link de nuestra página en la biografía.

Que pretendemos:

- Llegar a todo público joven que utiliza las redes sociales para comunicarse y mantenerse informado.
- Crear empatía con nuestros clientes.

Asistencia virtual

- Colocaremos un chat bot en las redes sociales.

Que necesitamos:

- Programar el chat bot de Facebook y las principales redes sociales.

Que pretendemos:

- Nuestro objetivo es que nuestros clientes tengan una asistencia rápida y confiable, durante navega por las diferentes plataformas electrónicas.

Colocaremos un chat bot en nuestra página web.

Que necesitamos:

- Contratar al proveedor de chat bot y colocarlo en la página.

Que pretendemos:

- A los clientes les gusta pedir información por eso queremos tener un asistente que brinde información en tiempo real.

Lanzaremos un número único de WhatsApp para asistencia.

Que necesitamos:

- Destinaremos un número único de teléfono y usarlo única y exclusivamente para atención a nuestros clientes.

Que pretendemos:

- La mayoría de la gente usa esta aplicación así que aprovecharemos el apalancamiento que nos brinda.

Estrategias enfocadas en promoción

Promoción de ventas

Ofertas

Obsequiaremos un bono de bienvenida de 200 pesos a los clientes durante un periodo determinado.

Que necesitamos:

- Mandaremos hacer los bonos impresos
- Crearemos los bonos digitales

Que pretendemos:

- Captar todos los clientes posibles
- que el mercado cree preferencia por nosotros

Pondremos el servicio de delivery durante una semana a mitad de precio.

Que necesitamos:

- Solvencia económica para aguantar la alta demanda y el descuento.

Que pretendemos:

- Consentir a nuestros clientes con un cariño adicional
- Incentivar la demanda del servicio

Por la compra de cualquier combo McDonald's recibirás un cono de helado gratis.

Que necesitamos:

- Tener un acuerdo de servicio y producto con McDona's

Que pretendemos:

- Que la gente nos vea como una empresa que ofrece más que servicio de delivery.
- Incentivar la demanda del servicio.

Descuentos

Ofreceremos un 10% de descuento sobre el valor de los servicios en las compras a supermercado.

Que necesitamos:

- Crear una alianza comercial estratégica temporal con los supermercados seleccionados.

Que pretendemos:

- Motivar las compras a los súper
- Ofreceremos un 10% de descuento a los clientes que hagan sus pedidos entre 8 a 10 am.

Que necesitamos:

- Comprometer a nuestros drivers a horarios más temprano.

Que pretendemos:

- Incentivar los pedidos en las horas flojas de la mañana.
- Haremos un especial de descuento de un 5% a los clientes que compren más de 1000 pesos en los establecimientos de McDonald's.

Que necesitamos:

- Acuerdo comercial estratégico con McDonald's.

Que pretendemos:

- Usar la alianza estratégica para darnos a conocer más al mercado.

Concursos

Haremos un concurso a través de nuestras redes sociales que el cliente que pida más envió en el mes recibirá una compra gratis en el restaurant de su preferencia de 500 pesos.

Que necesitamos:

- Actualizar nuestras redes sociales
- Disposición de capital

Que pretendemos:

- Crear controversia en las redes
- Ganar muchos like

Los clientes que suban la mejor foto a Facebook con nuestro delivery ganaran cenas para dos en su restaurant favorito.

Que necesitamos:

- Capacitar a nuestros drivers para que sepan del concurso

- Anunciar las reglas del concurso a través de las redes

Que pretendemos:

- Crear empatía con nuestros clientes.

Los clientes que le den like a nuestras redes y sugieran tres amigos más ganaran un cono de helado de McDonald's.

Que necesitamos:

- Acuerdo comercial con McDonald's.

Que pretendemos:

- Hacer ruido para que los usuarios de las redes nos conozcan.

Sorteos

Por cada envío el cliente recibirá un boleto electrónico donde podrá ganar cenas para dos personas.

Que necesitamos:

- Acuerdo comercial con los restaurantes afiliados.

Que pretendemos:

Incrementar los volúmenes de envío

Que necesitamos:

- Acuerdo comercial con los restaurantes

Que pretendemos:

- Crear empatía con los clientes
- Ganar nuevos like

Coge un número electrónico y metete en la tómbola siguiendo nuestra página.

Que necesitamos:

- Hacer el anuncio en las redes sociales

Que pretendemos:

- Ganar más like para nuestras redes sociales

Campaña de promotores

Enviaremos una promotora bien parecida a cada uno de los supermercados afiliados.

Que necesitamos

- Contratar 5 promotoras por tiempo limitado
- Material de apoyo

Que pretendemos

- Captar clientes que frecuentan compras a súper mercados.

Vamos a poner una promotora en cada McDonald's de la ciudad.

Que necesitamos

- Contratación de promotoras
- Material de apoyo

Que pretendemos

- Tener presencia dentro de uno de los restaurantes más importantes de la ciudad.

Colocaremos promotoras en los restaurantes afiliados más importantes de la ciudad.

Que necesitamos

- Contratación de promotoras
- Material de apoyo

Que pretendemos

- Afianzar nuestra presencia como empresa de delivery en el mercado.

Suvenires

Haremos calendarios cada fin de año para todos los restaurantes afiliados.

Que necesitamos

- Mandar hacer los calendarios en diciembre con nuestra imagen corporativa.
- Personal de delivery

Que pretendemos.

- Lograremos posicionarnos en la mente de. Nuestros afiliados.

Regalaremos lapiceros a todos nuestros clientes activos.

Que necesitamos

- Mandar hacer los lapiceros promocionales

Que pretendemos

- Posicionarnos en la mente de los consumidores.

Regalaremos sombrillas a las primeras 20 personas que pidan mediante nuestra app.

Que necesitamos

- Mandar hacer las sombrillas

Que pretendemos

- Que los clientes recuerden nuestro logo

Publicidad offline

Afiches

Colocaremos afiches en las puertas de los restaurantes McDonald's.

Que necesitamos

- Hacer los afiches
- Contratar un personal para colocar los afiches de manera temporal

Que pretendemos

- Dado que McDonald's es un restaurante famoso y con mucha concurrencia de personas con cierto poder adquisitivo queremos ser conocidos como opción número 1 en el mercado de envíos.

Colocaremos afiches en las entradas de los diferentes puntos comerciales.

Que necesitamos

- Hacer los afiches
- Personal para la colocación de afiches

Que pretendemos

- Conquistar a las amas de casa modernas que hagan sus pedidos con nosotros.

Colocaremos afiches en los centros de bellezas y peluquerías.

Que pretendemos

- Las mujeres son más propensas a realizar compras por lo tanto queremos llamar sus atención.

Volantes

Haremos volantes atractivos para distribuirlos en las zonas aledañas a la ciudad.

Que necesitamos

- Hacer los volantes
- Personal de delivery

Que pretendemos

- Darnos a conocer en las nuevas zonas de envíos.

Distribuiremos volantes en los súper mercados importantes.

Que necesitamos

- Destinar un personal de delivery para ese fin.

Que pretendemos

- Recordarles a las amas de casa que pueden hacer sus compras con nosotros.

Distribuiremos volantes en los semáforos más importantes de la ciudad.

Que necesitamos

- Volantes
- Personal de delivery

Que pretendemos

- Recordarles a las personas que pueden hacer sus delivery con nosotros

Folletos

Distribuiremos folletos publicitarios con información de los principales restaurantes de la ciudad.

Que necesitamos

- Mandar hacer los folletos
- Chicas promotoras

Que pretendemos

- Persuadir a los consumidores de que tenemos diferentes opciones para elegir.

Distribuiremos folletos publicitarios con menús de varios restaurantes.

Que necesitamos

- Mandar los folletos
- Chicas promotoras bien identificadas

Que pretendemos

- Persuadir a los consumidores de querer ordenar por la App.

Distribuiremos folletos publicitarios en los restaurantes McDonald's con las principales ofertas.

Que pretendemos

- Afianzar la alianza estrategias con este afiliado famoso.

Revistas

Participaremos en las principales revistas y periódicos de la ciudad.

Que necesitamos

- Comprar el espacio en la revista

Que pretendemos

- Captar la atención de lectores con cierto poder adquisitivo

Haremos un anuncio de página de portada en la revista más importante.

Que necesitamos

- Comprar el espacio de portada

Que pretendemos

- Llamar la atención inmediata de los lectores

Colocaremos cupones de ofertas de restaurantes afiliados comunicando la oferta y la app de delivery.

Que necesitamos

- Negociar con los afiliados los cupones

Que pretendemos

- Comunicar a los lectores que pueden hacer sus pedidos por la app o por nuestra página web.

Anuncios en la prensa

Nos anunciaremos en el periódico la información de Santiago

Que necesitamos

- Comprar anuncio

Que pretendemos

- Que el público santiaguero sepa que apoyamos lo nuestros.

Tendremos un encarte en el periódico listín diario.

Que pretendemos

- Crear una percepción en los lectores de que somos una
- Compraremos un anuncio de la portada de diario libre.

Que pretendemos

- Tener presencia en el diario más popular y leído

Anuncios radiales y televisivos

Colocaremos un anuncio radial en el programa los hijos de tuta.

Que pretendemos

- Ser escuchado por todos los santiagueros temprano en las mañanas.

Colocaremos un anuncio de tv en el programa hilando fino.

Que pretendemos

- Llamar la atención de toda la audiencia de este programa

Colocaremos un jingle en turbo 98.03 FM.

Que pretendemos

- Recordarles a la gente cada 8 horas que estamos disponibles.

Relaciones públicas

Participación o coordinación de eventos sociales sin fines de lucro

Participaremos en la actividad caminata por la vida.

Que pretendemos

- Ser reconocidos como una empresa solidaria

Participaremos en la actividad de siembra de árboles en conjunto con uapa.

Que pretendemos

- Aportar con nuestro compromiso con la sociedad cuidando del medio ambiente.

Coordinaremos un evento deportivo de baloncesto en nuestra comunidad.

Que pretendemos

- Aportar valor social a la juventud de la comunidad.

Asistencia social

Crearemos un fondo de asistencia social para repartir comida a familias pobres en el periodo navideño.

Que pretendemos

- Aportar un granito de arena a la sociedad dominicana

Donaremos insumos a médicos y enfermeras para combatir el virus.

Que pretendemos

- Al igual que todos queremos combatir el virus que afecta al país.

Repartiremos alimentos básicos a familias desamparadas para combatir el virus.

Que pretendemos

- Ayudar a quitar el hambre de los más necesitados
- Cuidaremos del medio ambiente

Sembraremos 500 árboles durante el año 2020

Que pretendemos

- Asegurar la sostenibilidad del planeta

Usaremos bolsas de papel reciclable para entregar los pedidos de restaurantes.

Que pretendemos

- Ser conocidos como una empresa que apoya al medio ambiente

No usaremos bolsas plásticas para entregar las compras del súper.

Que pretendemos

- Simplemente las bolsas plásticas no son necesarias por eso no usaremos serán reciclables.

Patrocinios

Patrocinaremos varios equipos de baloncesto con uniformes

Que pretendemos

- Participar en eventos populares e identificarnos con la gente
- Patrocinaremos el equipo de pelota águilas las cibaenas

Que pretendemos

- Ser vistos por todos los fanáticos de las águilas los cuales en su mayoría tienen poder adquisitivo

Patrocinaremos una promoción de un colegio importante de la ciudad.

Que pretendemos

- Captar el público clase alta el cual es uno de nuestros mercados más activos.

Online

Redes sociales

Activaremos y modernizaremos nuestras redes sociales.

Que pretendemos

- Estar actualizados en los nuevos tiempos

Pondremos historias de redes sociales.

Que pretendemos

- Obtener miles de view

Haremos anuncios en las redes sociales pagados

Que pretendemos

- Captar view y like más rápido
- Página web

Crearemos una página web con diseño responsable.

Que pretendemos

- Poder ser vistos en todos los dispositivos de forma adaptada

Tendremos nuestra página con ofertas de restaurantes.

Que pretendemos

- Que la gente se vea persuadida por los anuncios y ordene

Aplicaremos la seo en nuestra página.

Que pretendemos

- Aparecer en los primeros lugares del buscador de google

Blogs

Crearemos blog asociados a la página.

Que pretendemos

- Toda página debe tener un blog y con eso le daremos un sentido de confianza a los usuarios

Crearemos contenido de interés para los usuarios como recetas y puntos de interés.

Que pretendemos

- Mantener al usuario dentro de la página el más tiempo posible para que pueda visualizar los anuncios.

Crearemos contenido informativo de interés popular.

Que pretendemos

- Aprovechar las condiciones del momento para informar y posicionarse en la mente de la gente

Ventas

Tele vendedores

Tendremos chicas del call center llamando a clientes potenciales en ciertas horas del día.

Que pretendemos

- Brindar un servicio Premium a clientes potenciales

Ofreceremos vía llamada ofertas seleccionadas de restaurantes afiliados.

Que pretendemos

- Llegar a esas personas que no saben usar la tecnología moderna.

Llamaremos a las amas de casa ofreciéndole el servicio de compra de súper mercado.

Que pretendemos

- Incrementar nuestra imagen como empresa de servicios responsable y comprometida con los clientes.

4.7 Plan de medios o presupuesto publicitarios.

Presupuesto Televisión

Programa	Canal	Día	Hora	Costo	Menciones diarias	Costo total
Hola gente	25	L y V	7:00 PM	\$ 800.00	1	\$1600.00
Alberto y Ubaldo	10	L y V	12: PM	\$1,000.00	1	\$ 2000.00
Total diario				\$1800.00	2	\$3600.00
Total mes					8	\$14800.00

Presupuesto radio

Estación	Programas	Cuña diarias	Total cuñas	Costo	Costo total
98.3	Turbo 98	1	20	\$400.00	\$8000.00
105.1	Canal 105	1	20	\$400.00	\$8000.00
Total					\$16000.00

Presupuesto para volantes

Cantidad de volantes	Costo por unidad	Costo total
10000 unidades	\$0.40	\$4000.00

Presupuesto redes sociales

Nombre de red social	Cantidad de anuncios	Costo por día	Días	Total
Facebook	1	US\$2.00	30	US\$60.00
Instagram	1	US\$2.00	30	US\$60.00
total				US\$120.00x53.75= RS\$6450.00

Presupuesto trimestre

Medio	Costo mensual	Costo trimestre
Tv	\$14800.00	\$44400.00
Radio	\$16000.00	\$48000.00
Volantes	\$4000.00	\$12000.00
Redes sociales	\$6450.00	\$19350
Total	\$41250.00	\$123750.00

4.8 Pronóstico de ventas

Pronostico de ventas a Tudelivery.do, periodo junio 2020 - Mayo2021

Objetivos

1. Incrementar las ventas de los servicios ofrecidos por tudelivery.do en un 5% durante el primer trimestre junio – agosto 2020.
2. Aumentar las ventas de los servicios ofrecidos por tudelivery.do en un 7% durante el segundo trimestre Sept- Nov. 2020.
3. Aumentar las ventas de los servicios ofrecidos por tudelivery.do a un 9% durante el tercer trimestre Dic – 2020- febrero 2021.
4. Acrecentar las ventas de los servicios de tudelivery.do en un 12% durante el cuarto trimestre maro – mayo 2021.

Pronostico de ventas junio 2020-mayo 2021			
Ventas actuales mensuales			
	Servicio outsourcing		Servicios personalizados
	RD\$300,000.00		RD\$596,250.00
Ventas actuales trimestrales			
	RD\$900,000.00		RD\$1,788,750.00
Primer trimestre			
mes	Servicio outsourcing	% de incremento	Servicio personalizado
junio	RD\$315,000.00	5%	RD\$626,062.50
julio	RD\$315,000.00	5%	RD\$626,062.50
agosto	RD\$315,000.00	5%	RD\$626,062.50
total	RD\$945,000.00		RD\$1,878,187.50
Segundo trimestre			
Septiembre	RD\$352,800.00	7%	RD\$669,886.88
Octubre	RD\$352,800.00	7%	RD\$669,886.88
Noviembre	RD\$352,800.00	7%	RD\$669,886.88
total	RD\$1,058,400.00		RD\$2,009,660.64
Tercer trimestre			
Diciembre	RD\$384,656.00	9%	RD\$730,176.69
Enero	RD\$384,656.00	9%	RD\$730,176.69
febrero	RD\$384,656.00	9%	RD\$730,176.69
total	RD\$1,153,968.00		RD\$2,190,530.07
Cuarto cuatrimestre			
Marzo	RD\$430,698.24	12%	RD\$817,797.90
Abril	RD\$430,698.24	12%	RD\$817,797.90
mayo	RD\$430,698.24	12%	RD\$817,797.90
Total	RD\$1,292,094.72		RD\$2,453,393.70
Ventas totales	RD\$4,449,150.72		RD\$8,531,771.90

--	--	--	--

4.9 Plan o presupuesto promocional.

Junio	<ul style="list-style-type: none"> ● Haremos calendarios para todos los restaurantes afiliados. ● Regalaremos sombrillas a las primeras 20 personas que pidan mediante nuestra app. ● Vamos a poner una promotora en cada McDonald's de la ciudad. ● El cliente participara en la trivial y gana cena para dos.
julio	<ul style="list-style-type: none"> ● Colocaremos promotoras en los restaurantes afiliados más importantes de la ciudad. ● El cliente cogerá un número electrónico al comentar y seguir nuestra página. ● Por cada envío el cliente recibirá un boleto electrónico donde podrá ganar cenas para dos personas. ● Haremos un especial de descuento de un 5% a los clientes que compren más de 1000 pesos en los establecimientos de McDonald's.
agosto	<ul style="list-style-type: none"> ● Pondremos el servicio de delivery durante una semana a mitad de precio. ● Por la compra de cualquier combo McDonald's recibirás un cono de helado gratis. ● Ofreceremos un 10% de descuento sobre el valor del servicios en las compras a supermercado

4.10 Plan de seguimiento y control

- Asignaremos al gerente como principal agente de control del plan de marketing.
- Segmentaremos las actividades y los recursos diarios, semanales y mensuales.
- Instalaremos un sistema tecnológico que nos permita verificar el estado de las ventas actuales y el cumplimiento del pronóstico.
- Haremos reuniones semanales con el personal involucrado en dichas actividades donde se repasara lo realizado.
- Mediremos el alcance estadístico a través de las redes sociales con programas que nos permitirán ver los resultados en tiempo real.

CONCLUSIONES

Sin duda alguna un sin número de experiencias son las que podemos describir durante todo el trayecto de este diplomado ya que desde el principio ha sido un reto para nosotros por lo cual a través de estas experiencias se pudieron lograr los siguientes aprendizajes.

El servicio es un factor muy importante en la economía de un país, satisface esas necesidades intangibles de todos, tanto de consumidores finales como de empresas. La atención al cliente juega un papel muy preponderante inclusive en la comercialización de productos tangibles, es tanto así que todos los consumidores y empresas sino reciben una respuesta rápida y eficaz de lo que exigen al momento pudieran hasta desacreditar a la empresa emisora del bien.

Estuvimos una experiencia magistral al aplicar el método de recolección de datos en el campo ya que se realizaron encuestas con preguntas cerradas directamente en los puntos de ventas de los clientes. Pudimos aprender que los datos arrojan las respuestas que necesita la empresa para implementar nuevos proyectos y tener menos margen de error a la hora de lanzar productos o servicios al mercado. Aprendimos que al recolectar los datos se pueden detectar debilidades y fortalezas que se pueden fortalecer a través de un conjunto de estrategias.

Como todas las empresas tudelivery.do tiene sus debilidades que no le han permitido crecer más allá de sus límites. Dentro de las debilidades encontradas tenemos: falta de página web actualizada, no tiene aplicación móvil, no le cobra comisión por envío a las empresas asociadas, tienen restricción geográfica es decir no llegan a lugares más allá de la ciudad, solo tienen un contrato formal con una empresa las demás afiliadas son por contrato verbales y servicio, la página web carece de pagos en línea, no hace promociones de ventas lo cual no incentiva la venta etc.

Ahora bien a través del estudio profundo de la empresa se pudieron aprender muchas formas de oportunidades de crecimiento para la empresa y las cuales la podemos sugerir para su implementación futura. Una de las acciones más importantes es el uso de la tecnología en los nuevos tiempos, involucrarse en los asuntos internos de la empresa para entender el contexto del mercado, la implementación de controles para asegurar el éxito y analizar bien el mercado antes de dar sugerencias.

Este proyecto fue bastante retador para nosotros ya que nos sumergió en aguas que regularmente no estamos acostumbrados a estar en nuestra vida cotidiana. Ha sido una experiencia maravillosa poder sacar esos conocimientos ocultos que tenemos y ponerlos a prueba en un contexto de profesionalidad. Para nosotros estudiar, evaluar, crear, analizar y hacer un plan de marketing fue bastante interesante debido a la naturaleza de la empresa que es tudelivet.do ya que se trata de una empresa que se adapta a las nuevas modalidades de servicios usando el tele marketing, las redes y el internet como principal medio de comunicación y gestión de negocios. Nos sentimos agradecidos por tanto que hemos recibido en el transcurso de los 4 meses del diplomado.

RECOMENDACIONES

Después de haber realizado un trabajo exhaustivo de basta investigación y recolección de datos los cuales arrojaron resultados es muy viable que podamos de acuerdo a la experiencia que hemos tenido recomendar algunas tipos a la empresa tudelivery.do para mejorar la experiencia de servicios tanto de consumidores finales como de empresas que están afiliadas a la plataforma. Por lo tanto le daremos las siguientes recomendaciones.

- Deben actualizar la página web de tudelivery.do, que sea amigable con el usuario, que responda a las inquietudes de los usuarios, que tenga un diseño responsivo que se adapta a todas los dispositivos así la navegación será más fácil, que puedan aplicarse pagos en línea con tarjetas de crédito, débito o PayPal.
- Crear una aplicación descargable en las diferentes plataformas digitales como google play store y app store de manera gratuita esto permitirá una adaptación a las nuevas tecnologías de parte de la empresa y estará al alcance de las manos de los consumidores que día a día intentan adquirir productos o servicios a través de dicha aplicación. Esto permitirá estar a la vanguardia y ser altamente competitivo vs la competencia la cual es bastante audaz.
- Instalación de equipos de facturación en los diferentes establecimientos afiliados a la plataforma de tu delivery.do así los pedido generados por los clientes saldrán directamente en el aparato lo cual dará más facilidad y ahorra tiempo al cliente.
- Deben cobrar un porcentaje por la facturación a la empresa afiliada que se beneficia de la publicidad gratis y las ventas impulsadas por la plataforma dado que la competencia como uber eats y globo hacen lo mismo solo que deberían cobrar un 10% en vez del 25% de la competencia, esto permitirá ser más competitivo y al mismo rentable. Es otra forma de generar ingresos.
- Ofrecer el servicio de call center para empresas de franquicias como McDonald, Burger King, kfc etc. los cuales ya tienen una plataforma montada y a la vez será un apalancamiento para tudelivery.do, aumentara las ganancias y el nivel de popularidad entre los usuarios así como el nivel de confianza de las empresas afiliadas.
- Para aumentar la rentabilidad del negocio y la expansión del mismo es recomendable ampliar la oferta del negocio a más servicios los cuales el cliente pueda acceder como: el envío de paquete local en la ciudad, compras a supermercados, mandados, compras personalizadas, servicios de mensajería interna para instituciones, servicio de delivery para empresas micro, pequeña y mediana con personal asignado para cada cliente dentro del establecimiento, etc.
- Incluir pago con tarjeta remoto, los drivers deberían llevar un aparato de cobros de facturas electrónico como un veryfom por ejemplo. Esto les da opciones de pago a los clientes.
- Debe ampliar a zona de envío geográfico ya que solo están limitados a la ciudad, dicho esto deberían procurar captar afiliados con servicios y productos

similares en esa zona y designar un personal que trabaje la misma. Esto permitirá el crecimiento de las ventas en un buen porcentaje.

BIBLIOGRAFÍAS

- Lovelock, Ch., y Otros (2004). **Administración de servicios. Estrategias de marketing operaciones y recursos humanos.** México. Pearson Educación Editorial.
- Héctor M. Pérez y Otros (2013). **Comunicación y atención al cliente.** México. Educación editorial.
- Javier Santana (2019) Pagina web de **Tu Delivery Dominicana JCH, SRL.** Disponible en: <https://tudelivery.do/>

ANEXOS

Carta de aprobación de la empresa



Tu Delivery Dominicana JHC, SRL
RNC: 1-31-59005-5

02 de mayo, 2020
Santiago, República Dominicana

A QUIEN PUEDA INTERESAR...

Por medio de la presente, **TU DELIVERY DOMINICANA JHC, SRL;**
RNC: 1-31-59005-5, autoriza trabajar su proyecto final de grado con nuestra
empresa a: **RAMÓN PERALTA, RAFAEL REYES Y MERLIX ROJAS,**
estudiantes de Licenciatura en Mercadeo, de la Universidad Abierta Para Adultos
(UAPA).

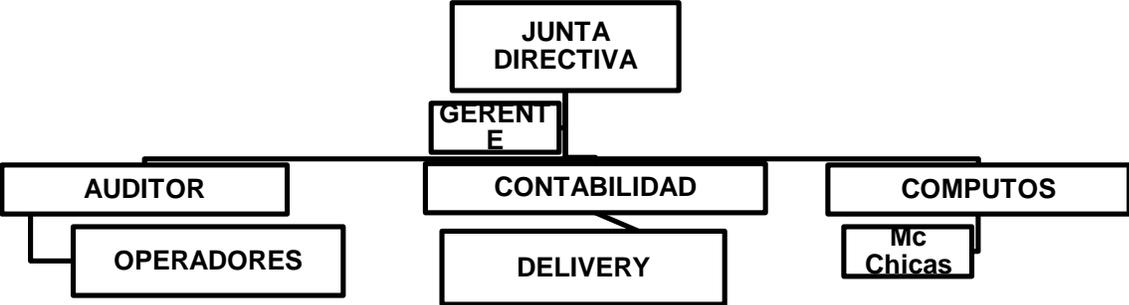
Agradecidos de habernos elegidos;



Javier Santana
Gerente

Calle Victor F. Thomas Carretera Varadero-Ramirez Faria No. 24, Los Cerritos de Curabo,
Santiago, R. D. Tel.: 809-503-1211 - info@tudelivery.do

Organigrama de la empresa



Cuestionario

UNIVERSIDAD ABIERTA PARA ADULTOS UAPA



Curso Final de Grado

Distinguido afiliado, somos estudiantes de término de la carrera de mercadeo de esta institución. Agradeceremos su participación en la siguiente encuesta sobre su nivel de satisfacción de los servicios ofrecidos por Tudelivery.do. Le aseguramos que sus respuestas serán tratadas con la mayor confidencialidad posible.

Marque con una (x) la respuesta que considere más conveniente.

1. Sector al que pertenece:
 - a. Comida rápida
 - b. Comida criolla
 - c. Comida a la carta
 - d. Supermercado

2. Tiempo que tiene funcionando su negocio en el mercado de Santiago:
 - a. Menos de 3 años
 - b. De 4 a 6 años
 - c. De 7 a 10 años
 - d. Más de 11 años

3. Tipo de negocio al que pertenece su empresa:
 - a. Franquicia
 - b. Mercado local
 - c. Mercado regional
 - d. Mercado nacional

4. Público objetivo o mercado meta:
 - a. Clase alta
 - b. Clase media alta
 - c. Clase media baja
 - d. Clase baja

5. Tiempo de afiliación a Tudelivery.do:
 - a. Menos de 1 años
 - b. De 2 a 3 años

- c. De 4 a 5 años
 - d. Más de 6 años
6. ¿Cómo evalúa los servicios ofrecidos por esta empresa? (Puede escoger más de una opción)
- a. Innovador
 - b. Valor agregado para los negocios sin servicio a domicilio
 - c. Mejora el estilo de vida de los usuarios
 - d. Ahorra tiempo y dinero
 - e. Otro especifique_____
7. ¿Cuáles aspectos valora más de los servicios ofrecidos por esta empresa? (Puede escoger más de una opción)
- a. Rapidez
 - b. Confiabilidad
 - c. Buen servicio
 - d. Eficiencia
8. ¿Cuáles aspectos deben mejorarse en el servicio ofrecido por esta empresa? (Puede escoger más de una opción)
- a. Rapidez
 - b. Cobertura
 - c. Más personal
 - d. Atención al cliente
 - e. Tiempo de espera
9. ¿Cómo evalúa el tiempo de entrega en los servicios ofrecido por esta empresa?
- a. Excelente
 - b. Bueno
 - c. Aceptable
 - d. Inaceptable
10. ¿Cuáles ventajas estima que ha logrado su negocio al usar los servicios ofrecidos por esta empresa? (Puede escoger más de una opción)
- a. Clientes más satisfechos
 - b. Captación de nuevos clientes
 - c. Mayor cobertura
 - d. Mayor comodidad para sus clientes
11. ¿Cuál es su valoración a nivel cuantitativo sobre su afiliación a esta empresa? (Puede escoger más de una opción)
- a. Inversión a largo plazo para ampliar territorio
 - b. Mayor costo operativo para el cliente
 - c. Mayor nivel de rentabilidad por ventas a domicilio
 - d. Otro especifique_____

12. ¿Cómo considera los costos por servicios establecidos por la empresa al consumidor final?
- Muy costoso
 - Costoso
 - Asequible
 - Económico
13. ¿A través de cuales medios puede utilizar los servicios de esta empresa?
- Teléfono
 - Aplicación Web
 - Página Web
 - Local físico
14. ¿Cuenta Tudelivery.do con el personal suficiente para realizar las entregas a domicilio?
- Siempre
 - Casi siempre
 - A veces
 - Nunca
15. ¿Cómo evalúa las condiciones de los motores usados por el personal de entrega a domicilio de esta empresa?
- Excelente
 - Buena
 - Regular
 - Mala
16. ¿Cuáles han sido los contratiempos que ha tenido con los servicios ofrecidos por esta empresa? (Puede escoger más de una opción)
- Entregas tardías
 - Incumplimientos en la entrega
 - Deficiente atención del personal de entrega
 - Averías en los motores
 - Falta de disponibilidad
17. ¿Cuáles beneficios ha recibido usted al afiliarse a esta empresa? (Puede escoger más de una opción)
- Valor agregado para sus clientes
 - Facilidad para llegar a nuevos clientes
 - Mayor cobertura
 - Oferta más atractiva para sus clientes
18. ¿Ha recibido algún tipo de promoción de parte de Tudelivery.do?
- Siempre
 - Casi siempre
 - A veces
 - Nunca

19. ¿Cuáles tipos de promoción a recibido? (Puede escoger más de una opción)
- Descuentos
 - Bonos
 - Artículos promocionales
 - Ofertas
20. ¿Cuenta esta empresa con un personal de seguimiento para garantizar el eficiente servicio de su personal?
- Si
 - No
21. ¿Ha realizado estrategias comerciales asociadas a Tudelivery.do?
- Siempre
 - Casi siempre
 - A veces
 - Nunca
22. ¿Qué tipos de estrategias comerciales ha realizado con esta empresa?
- Bonos
 - Descuentos
 - 2x1
 - Ofertas promocionales
23. ¿En cuáles medios publicitarios informaría sobre su alianza con esta empresa? (Puede escoger más de una opción)
- Televisión
 - Radio
 - App
 - Prensa
 - Afiches
 - Folletos
24. ¿Cómo se siente con los servicios ofrecidos por esta empresa?
- Excelente
 - Bien
 - Regular
 - Mal
25. ¿Recomendaría los servicios ofrecidos por esta empresa?
- Si
 - No

¡Gracias por su Colaboración

Fecha: _____

Hora: _____

Formulario Número: _____

Fotos de la empresa

tudelivery.do



**PARA ORDENAR
DE FORMA FÁCIL**



OPCIÓN 1 (TEMPORAL)
☎ **849-937-1313**

OPCIÓN 2 (TEMPORAL)
☎ **809-806-4398**

OPCIÓN 3 (WHATSAPP)
☎ **809-583-1313**



tudelivery

tudelivery.do



tudelivery

tudelivery.do



**NUESTRO
COMPROMISO
ES LLEGAR A TU PUERTA**



tudelivery