

UNIVERSIDAD ABIERTA PARA ADULTOS



Educación superior a distancia virtual

**ESCUELA DE TURISMO
CARRERA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS MENCIÓN
TURISMO**



Sport Collection

Motiva tu Mente y tu cuerpo te seguirá

**PLAN DE NEGOCIO Y GESTIÓN INTEGRAL DE PROYECTOS DE
EMPRENDIMIENTO ONLINE**

UNIVERSIDAD ABIERTA PARA ADULTOS



Educación superior a distancia virtual

ESCUELA DE TURISMO
CARRERA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS MENCIÓN
TURISMO

ACTIVIDAD PRÁCTICA PROFESIONAL
PLAN DE DESARROLLO DEL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO ONLINE
MÓDULO 2

PARTICIPANTES

ALEINY YAMALIE RODRÍGUEZ PÉREZ

MERCEDES QUIROZ CARABALLO

GIOCELIA MARCEL CABREJA PERALTA

MATRÍCULAS:

15-2636

14-6918

15-2848

FACILITADORA

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

FECHA
JULIO 14, 2020

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO.....	01
INTRODUCCIÓN O ASPECTOS PRELIMINARES DEL PROYECTO.....	02
1.1 Antecedentes del sector.....	03
1.2 Planteamiento del problema.....	03
1.3 Objetivo general.....	04
1.4 Objetivos específicos.....	04
1.5 Importancia.....	04
1.6 Justificación del proyecto.....	05
1.7 Metodología.....	05
1.8 Delimitación.....	06
1.9 Limitación.....	07
SECCIÓN I: ESTRUCTURA IDEOLÓGICA DEL PROYECTO.....	08
2.1 Descripción de la empresa.....	08
2.2 Imagen Corporativa o Brand Kit.....	08
2.3 Logo e Isotipo.....	08
2.4 Eslogan.....	09
2.5 Colores.....	09
2.6 Tipografía.....	10
2.7 Filosofía de negocios.....	10
2.8 Visión.....	11
2.9 Misión.....	11
2.10 Valores.....	12
2.11 Ventajas competitivas.....	12
2.12 Valor agregado.....	13
2.13 Estrategia de diferenciación.....	14
SECCION 2: ESTRUCTURA DEL ENTONO.....	15
3.1 Análisis FODA del proyecto.....	16
3.2 Análisis de la competencia.....	17
3.3 Principales competidores.....	10
3.4 Fortalezas.....	18

3.5 Oportunidades.....	19
3.6 Debilidades.....	20
3.7 Amenazas.....	21
3.8 Resultados de la encuesta.....	22
SECCION 3: ESTRUCTURA MERCADOLOGICA.....	23
4.1 Mercado meta.....	24
4.2 Descripción del servicio.....	25
4.3 Estrategia de precios.....	34
4.4 Estrategia de distribución.....	35
4.5 Estrategia de comunicación.....	35
SECCION 4: ESTRUCTURA TÉCNICA.....	35
5.1 Principales socios claves del proyecto.....	36
5.2 Asesores o especialistas de producción y Operaciones.....	37
5.3 Áreas operativas del proyecto.....	38
5.4 Organigrama.....	39
5.5 Horario de trabajo y asistencia al cliente.....	40
5.6 Políticas operativas del negocio.....	42
5.7 Normas laborales.....	43
SECCIÓN 5: ESTRUCTURA FINCANCIERA.....	44
6.1 Plan de inversión.....	45
6.2 Presupuesto plan de medios online1	
6.3 Proyección de ventas.....	46
6.4 Estado de flujos de efectivo mensual.....	47
6.5 Estado de resultado.....	48
CONCLUSIÓN.....	49
BIBILOGRAFIA.....	50
ANEXOS.....	51
CUESTIONARIO.....	52

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación se desarrolla debido a que se ha tenido desatendido el mercado de mujeres que les agrada el estilo que mantienen las tiendas deportivas en República Dominicana. No hay una tienda que venda exclusivamente ropa de diversos diseñadores nacionales en la ciudad de Bonao. Por eso se ha buscado la opción de crear AMG SPORT´COLECCTION una empresa nueva en el mercado que se va a enfocar en comercializar ropa deportiva para damas en Bonao RD y medios online. El presente trabajo de investigación está orientado a conocer las tendencias y la frecuencia de compra de los posibles clientes, con la finalidad de satisfacer la demanda de los mismos. En el presente proyecto se incluye el marco teórico y el marco legal que facilitará la comprensión del lector, además se establecen las herramientas que se utilizaron en la investigación. Finalmente, se establece el financiero, definiendo la estructura organizacional y administrativa, sobre la cual se va a manejar la empresa, mostrando la inversión a realizar para la puesta en marcha de la misma. Después de la propuesta se podrán leer las conclusiones como resultado del trabajo de investigación realizado, como un negocio estable, así que sea rentable para la persona que invierta en el mismo.

La empresa venderá ropas deportivas, sweter, camisetas, leggings, las cuales estarán 100% garantizadas tanto en innovación, tela y en los diseños, estas prendas deportivas la podrás adquirir vía WhatsApp, Instagram, correo electrónico y nuestra página oficial www.amgsportcolecction.com con el objetivo de crear una empresa comercializadora de las mejores prendas en el mercado para tu comodidad.

INTRODUCCIÓN

La empresa de ropa deportiva online ofrece prendas con ciertos beneficios como la comodidad, diseños y el mantener fresco al deportista, y pocas empresas ofrecen prendas deportivas con protección utilizadas en cualquier clima y momento deseado, sin embargo, no brindan la seguridad tanto en la tela y en sus diseños, siendo así pocos los beneficios que brindan las actuales prendas.

El siguiente trabajo se basa en poder desarrollar un modelo de negocio que permita comercializar ropa deportiva para damas, los modelos que se ofertarán serán de diseñadores nacionales y reconocidos, quienes han marcado una tendencia dentro de la vanguardia deportiva y poseen un gran reconocimiento por sus diseños.

Con la finalidad de alcanzar este propósito, se empezará con un análisis de la ropa deportiva contando la propuesta de valor para la marca e introduciendo cada negocio del Grupo empresarial. Así, a continuación, se podrá pasar al análisis de los distintos grupos estratégicos, al análisis estratégico y al análisis de la competencia. Y con esta información, finalmente, se podrán definir marketing respecto a lo que refiere, el sistema de logística utilizado y el proceso de internacionalización. En la actualidad el deporte se ha convertido para muchos en un estilo de vida, la actividad física se está convirtiendo en un tema importante para las damas ya sea por estilo de vida, salud o estética. Se puede observar que la tendencia en la sociedad actual se relaciona con todo lo que representa un beneficio para la salud.

I. INTRODUCCIÓN O ASPECTOS PRELIMINARES DEL PROYECTO

1.1 Antecedentes del sector.

La participación deportiva nacional se encuentra en un gran auge, lo que presenta grandes oportunidades de negocio con el aumento del ejercicio para generar estrategias. La tendencia de este evento ha venido en un gran crecimiento exponencial a través de los últimos años y aún más con la situación actual de pandemia que estamos viviendo. Pero ¿por qué es tan importante para las personas utilizar la vestimenta adecuada a la hora de hacer actividades físicas? Desde tiempos remotos fue importante para el ser humano cubrir su cuerpo para protegerse de los diversos factores que pueden perjudicar su salud, especialmente del frío, pero a través del tiempo la vestimenta se ha encargado de definir a las personas en diferentes aspectos como sociales y económicos.

Actualmente la indumentaria permite dar una respuesta de innovación que permite y facilita un óptimo desempeño deportivo sujeto a las reglas de cada deporte y diferentes restricciones morales de las diversas épocas, Sportline, Sporto y PoweFIT, son algunas tiendas posicionadas en nuestro país y que se han destacado por la diversidad de sus prendas, les ha costado mucho posicionarse a ese nivel en el país, pero se han convertido en grandes competidores de ropas deportivas.

En los últimos años destacan que el ejercicio y los deportes han estado encaminado por valores materiales y económicos por lo que la indumentaria deportiva tuvo que sufrir cambios radicales en cuanto a innovación en su diseño y comercialización, a tal punto que ofrece comodidad extrema, que el consumidor apenas pueda sentirla, además de protección parcial o total a factores externos como el calor, la lluvia, el frío o la nieve.

1.2 Planteamiento del problema o necesidades identificadas en el mercado.

Existe un gran número de tiendas deportivas online las cuales están sujetas y unidas a grandes franquicias que producen y comercializan ropa deportiva de gran calidad, en donde los clientes se sienten bien por vestir ropa de marca ya sea por calidad, comodidad o por identificarse en un status social, pero en términos de funcionalidad no es tan fácil conseguir la vestimenta adecuada para la práctica deportiva, es difícil conseguir leggings, t-shirt, sudadores, suéter entre otros, para deportes específicos a un precio que se ajuste a la comodidad del consumidor, por lo que terminan comprando otro tipo de vestimenta diseñadas para otras funciones debido a que los pueden comprar a un precio más económico.

En los diferentes almacenes se consiguen en su gran mayoría ropas específicamente para correr, pero las personas que practican diferentes deportes de más impacto o en los cuales la superficie es distinta tienen que buscar

alternativas diferentes ya que es limitada la cantidad de vestimenta para deportes como el tenis en escenarios de polvo ladrillo, voleibol, basquetbol o incluso ejercicios en diversas áreas. Dada la situación anterior los clientes buscan alternativas diferentes como compras en línea o tiendas específicas para el deporte que practican en donde se encuentran con un número reducido de opciones para comprar, y con la creciente demanda de ropa deportiva es necesario que se dé variedad en la ropa deportiva tanto para actividades físicas básicas, como para actividades más complejas llevadas a cabo en la práctica de diferentes disciplinas deportivas y que reduzca la búsqueda extensiva del consumidor a la hora de buscar la indumentaria deportiva que más le conviene.

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

1.3 Objetivo general.

Desarrollar un plan de negocio donde quede planteado un modelo empresarial online que pueda integrar la competitividad en la industria de las confecciones de ropas deportivas para damas.

1.4 Objetivos específicos.

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

1.5 Importancia.

Con la creación de este proyecto hemos podido examinar el nivel de importancia que este tiene tanto para la sociedad de hoy en día como para la que se prepara para el futuro. El deporte de ha convertido en parte de la sociedad, la necesidad de este producto en el mercado ya que la ropa deportiva se posicione con fuerza en el

mundo del ejercicio y de la moda y llevar traje con zapatillas 'casual', 'leggings' con tacones o prendas es tendencia. Las grandes marcas nacionales se dirigen a un nuevo consumidor vinculado a valores relacionados con la vida sana

Lo importante de todo esto es que cada vez habrá más personas que quieran llevar una vida sana y cuidarse, actitud que lleva a proyectos de la venta de ropa deportiva a segmentar las ventas. También es positivo el hecho de que esté bien visto mezclar valores de deporte y moda.

1.6 justificación del proyecto.

Con la idea de crear esta empresa, se busca satisfacer una necesidad que permita generar un negocio rentable, se escogió el sector de ropa deportiva con miras mejorar la accesibilidad de las personas al momento de comprar la indumentaria adecuada para la actividad física que desean realizar, debido a que la variedad en diseño es alta, pero en cuanto a funcionalidad no lo es. Las diferentes redes sociales facilitan la forma de dar a conocer los diferentes productos que se van a ofrecer por lo que representan una gran ayuda a la hora de atraer clientes. "Con poca inversión es posible un gran impacto en los clientes.

Con los anteriores factores y otros que se van a estudiar en el presente proyecto se espera lograr un cambio positivo en los consumidores de indumentaria deportiva y generar un posicionamiento impactante en el mercado al estar presentes en la mente de los consumidores a la hora de adquirir ropa deportiva de una forma cómoda y confiable. Con la tendencia actual hacia el ejercicio cualquier persona es un potencial consumidor por lo que se puede obtener un gran progreso como empresa una vez que se logre generar confianza en los clientes y así ser una de las marcas más reconocidas para comercialización de ropa deportiva a nivel nacional.

El mundo del ejercicio y la vanguardia deportiva, la fuerza laboral y académica tendrá un incremento masivo. Ya que cuidarse ese ha convertido en algo vital y que vivimos día a día, en todo momento, algo que está muy asociado con los valores de la nueva sociedad estudiantil lo que hace pensar que esto no es tendencia, sino que se trata de un cambio, es por esto que nuestro proyecto es una parte vital y complementaria del mismo ya que el hacer ejercicios con un atuendo cómodo y adecuado hace la vida de todos más placentera.

1.7 Metodología.

El presente trabajo de grado busca crear empresa a partir de la comercialización de ropa deportiva online en República Dominicana. El proceso de creación de la empresa se realizará en un orden cronológico de acuerdo a los objetivos planteados y dicho orden se describe a continuación:

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

1.8 Técnicas utilizadas:

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

1.9 Métodos de recolección:

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

1.10 Delimitación

AMG Sport Collection dedicada a la venta de ropas deportivas para mujeres, por medio del gestiona-miento que realizan las empresas virtuales a través de transacciones comerciales en la red, que buscan reducir las barreras de distancia, los costos y optimizar tiempo para los usuarios, implementar una tienda online en donde se visualicen nuestros productos, como leggings, sueras, camisetas, shorts, es decir todo tipo de ropas deportivas para mujeres, El tiempo estimado para la realización de este proyecto será alrededor de 4 meses del año 2020, es decir será consumado en un cuatrimestre.

Incluir el proceso de compra/venta mediante un carrito de compras en el cual se irán colocando los posibles productos a comprar y como proceso final generar una factura en la cual el cliente elegirá su forma de pago preferida; además de incluir una descripción detallada de cada uno de los productos con el precio correspondiente, nuestros productos serán comercializados y promocionados a través de nuestro sitio web y redes sociales, las formas de envíos serán atreves de

FedEx Express., Vimenpaq, Caribe tours. Nuestra tienda estará Ubicada en Bonaire RD, 16 de agosto #184 Prosperidad.

1.1 Limitación

El estudio de mercado será enfocado únicamente al sector femenino, no abarcará otros mercados, el cliente no puede tocar, ni verificar la tela antes de que este le llegue a su destino, la implementación del proyecto queda a discreción de los socios y por política de la empresa algunas informaciones importantes de la empresa serán resguardadas y no podrán ser mostradas.

Se puede presentar situaciones a la hora de usted elegir algún producto ejemplo que este ya este agotado o vendido a otro consumidor, Abundancia de opciones, a veces tener gran variedad de artículo puede confundir al consumidor, pues no sabría cual elegir, a pesar de terminar la carrera universitaria, se presentan inconvenientes a la hora de plasmar las ideas requeridas para la elaboración de los artículos deportivos, el mercado que se pretende abarcar es solo nuestro país y a veces tenemos problemas para manejar las páginas web para darle mejor información al cliente.

II. ESTRUCTURA IDEOLÓGICA DEL PROYECTO

2.1 Descripción de la empresa.

Tienda de ropa deportiva online para mujeres innovadoras, permite y facilita una óptima comodidad en sus prendas, creada para permitir fácil acceso a los clientes a la hora de encontrar prendas deportivas deseadas.

Se pretende comercializar ropa deportiva para tallas S hasta XL, ropas a vender tales como: enterizos, licras largas, cortas y a la rodilla, t-shirt, camisetas, pantalones, franelas, sweaters, chaquetas, leggings short entre otros. A tu gusto y con la oportunidad de personalizar la prenda si lo deseas, además de brindar lineamiento de la moda y estilos del fitness.

2.2 Imagen Corporativa o Brand Kit.

Logo e Isotipo.



Eslogan.

“Motiva tu mente y tu cuerpo te seguirá”

Colores.

- Rojo,
- Azul
- Amarillo.

Tipografías.

- Bell MT
- Georgia
- Goudy Old Style

2.3 Filosofía de negocios.

Misión.

Ser una tienda comercializadora a nivel nacional, brindar comodidad e innovación de un producto de calidad en las prendas deportivas, satisfacer la necesidad y superar expectativas es la prioridad.

Visión.

Ofrecer diversidad de diseños cómodos, experiencia de compra y precios que se ajuste a la comodidad del cliente, y con miras a expandir la cobertura a nivel nacional.

Valores.

- ✓ Lealtad
- ✓ compromiso,
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Entrega

2.4 Ventajas competitivas.

Valor agregado.

- Asesorías gratuitas por la compra de una ropa deportiva.
- La empresa obsequiara regalos a los clientes más potenciales.
- Descuentos y rebajas en temporadas seleccionadas.
- Podrás devolver cualquier prenda deportiva en periodos de 15 días, si esta no le entalla.
- Prendas deportivas que se ajusta a su cuerpo sin necesidad de hacer arreglos.

2.5 Estrategias de diferenciación.

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

- Servicio de asesoría
- Entrega en 24 horas
- Opciones de pagos
- Precio ajustado a la comodidad
- Fiabilidad
- Comodidad

III. ESTRUCTURA DEL ENTORNO

3.1 Análisis FODA del proyecto.

Fortalezas.

- Sistema innovador y personalizado en nuestros diseños.
- Variedad en todo tipo de diseño.
- Excelente calidad de los productos de ropa deportivas.

Oportunidades.

- Nuevos productos que abarquen nuevos clientes.
- Incrementar los ingresos con promociones en eventos deportivos que se realicen.
- lanzar nuestros productos atreves de la web e incrementar el valor y la experiencia.

Debilidades.

- Es una empresa que esta nueva en el mercado.
- Solo comercializa producto a nivel nacional.
- Falta de experiencia en el mercado.

Amenazas.

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

3.2 Análisis de la competencia.

Principales competidores.

- **Sportline:** es una marca que ofrece diversidad de prendas de vestir y accesorios, originales propuestas y un estilo de vida propio.
- **Sporto:** es una de las organizaciones de confecciones con más tradición en el mercado ya que son pioneros en la creación de ropas deportivas.
- **PowerFIT:** Es una empresa integrada en los procesos de tela textiles, algodón, tejeduría, teñido, estampación y acabados especiales de ropas deportivas.

3.1 Fortalezas de la competencia

- La atracción de sus ropas es buena y esto las hace muy cómoda.
- La manera en que su (logo) ha quedado grabado en la mente del consumidor nacional.
- Excelente calidad de servicio que hace que sea una empresa de gran prestigio.
- Marca bien posicionada a nivel nacional.
- Es una de las empresas líder a nivel nacional.
- Se denomina como una cadena deportiva.

3.2 Debilidades de la competencia

- Limitaciones en variedad de productos.

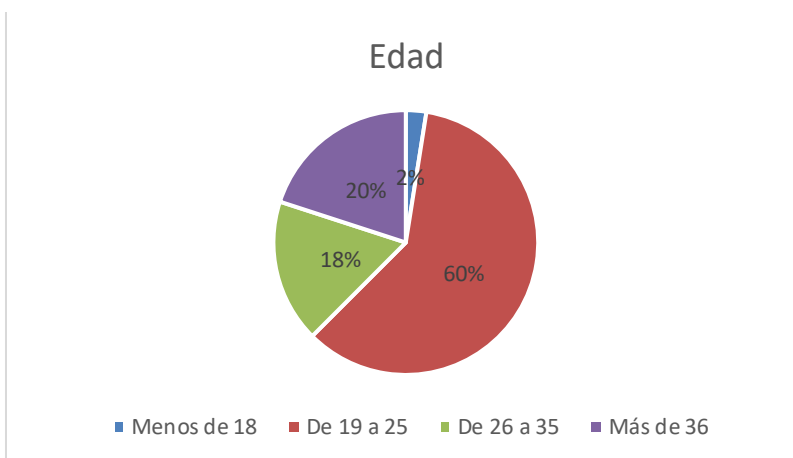
- Precios elevados.
- Dependencia de proveedores externos.
- Sus sises en las ropas deportivas son limitadas.
- Algunas empresas hacen imitaciones de los productos.
- Venden a un precio más bajo los productos similares.

3.3 análisis de la demanda o consumidores

La encuesta se realizó con el objetivo de conocer el comportamiento del mercado de la ropa deportiva actualmente se realizó una encuesta donde las preguntas se relacionan a los hábitos de ejercicio de las personas y su interés en los productos relacionados al mercado de estudio. Como muestra se tomó a diferentes personas que viven en las localidades de Bonaó y algunas personas de otras localidades de forma general para abarcar la ciudad. La encuesta se diseñó en app SurveyMonkey para que su forma de distribución fuera lo más sencilla posible y de este modo alcanzar a un público amplio con simplemente enviar el link donde los usuarios pueden ingresar y contestar desde su teléfono móvil tomándoles muy poco tiempo y esfuerzo.

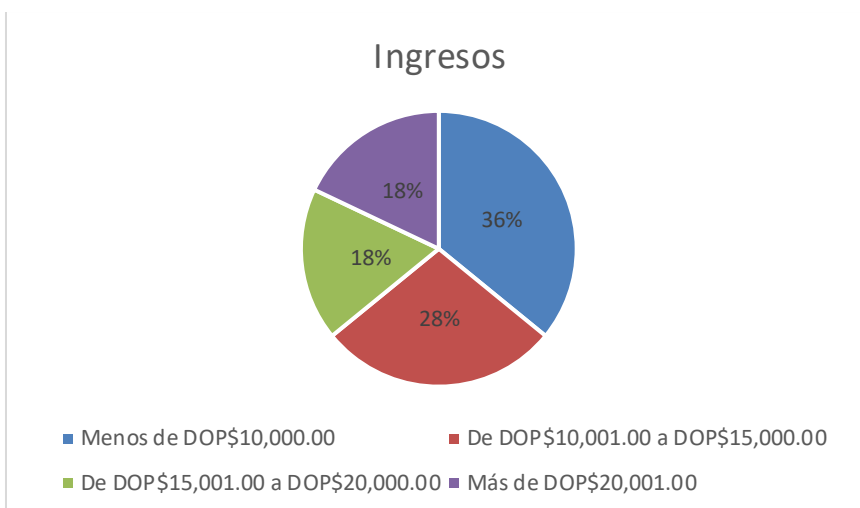
2.1 Resultados de la encuesta realizada a una muestra de 40 mujeres

1. Edad.



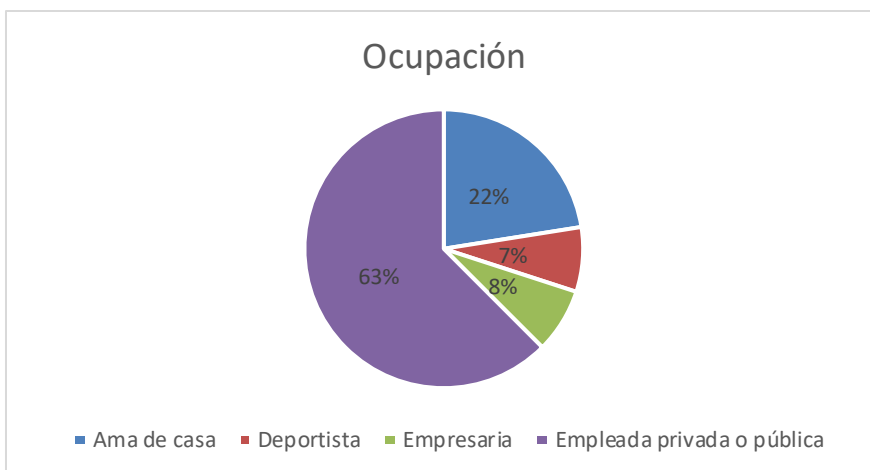
Análisis: Las mujeres en esta encuesta representan 60% de la muestra con edad de 19 a 25 años, 26 a 35 con un 17,5% y menos de 18 con 2,5% se trató de verificar el margen de edades entre las mujeres que les interesa utilizar ropas deportivas.

2. Nivel de ingreso



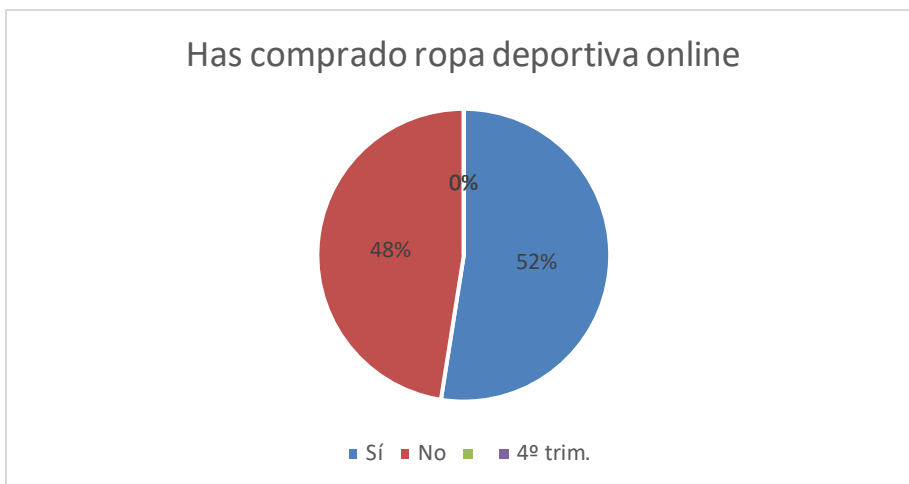
Análisis: El ingreso de las mujeres que les gusta adquirir prendas deportivas con frecuencia oscila entre 35,9% con un salario menos 10,000, 28,21% con un promedio entre 10,001 a 15,000, 17,95% entre los 15,001 y 20, mientras el 17,95% más 20,000.

3. Ocupación



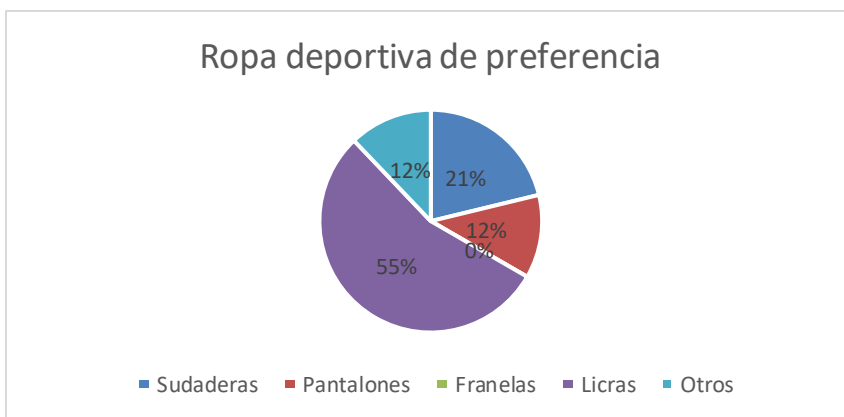
Análisis: del total de 40 encuestadas, 22,5% son amas de casa, 7,5% deportistas, 7,5 empresarias, mientras que el 62,5% restantes y el mayor porcentaje lo representan las mujeres empleadas o públicas.

4. ¿has comprado ropas deportivas online?



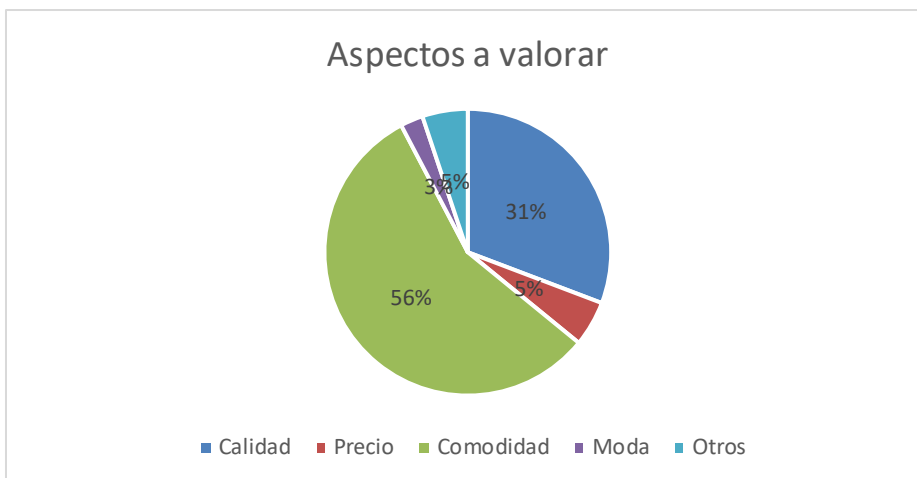
Análisis: La gran mayoría de la muestra con un 47,5% no ha comprado prendas online, mientras que un 52,5% ha comprado ropas deportivas online, lo que permite concluir que hay una gran parte de la población de Bonao que estaría interesada en adquirir las prendas e implementos necesarios para el deporte que practican o simplemente para hacer ejercicio.

5. Si tu respuesta es afirmativa, ¿Qué tipo de ropas deportivas son de tu preferencia?



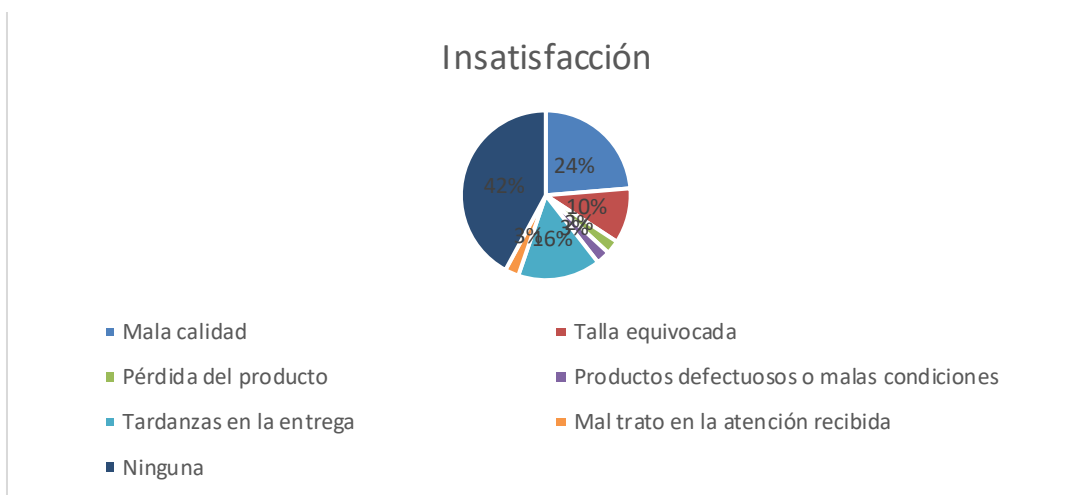
Análisis Los elementos que las encuestadas utilizan con mayor frecuencia son las licras y sudaderas con un margen de 54,55% y 21,21% y en tercer lugar se encuentran los pantalones y otros tipos de vestimenta con un 12,12% respectivamente, mientras que las franelas son pocas utilizadas por ellas. Lo anterior permite plantear una propuesta para la empresa en donde los principales productos sean las líneas de licras, sudaderas y pantalones identificados como productos de mayor demanda y de los cuales se espera que sean exitosos.

6. ¿Qué aspecto valora más en la ropa deportiva?



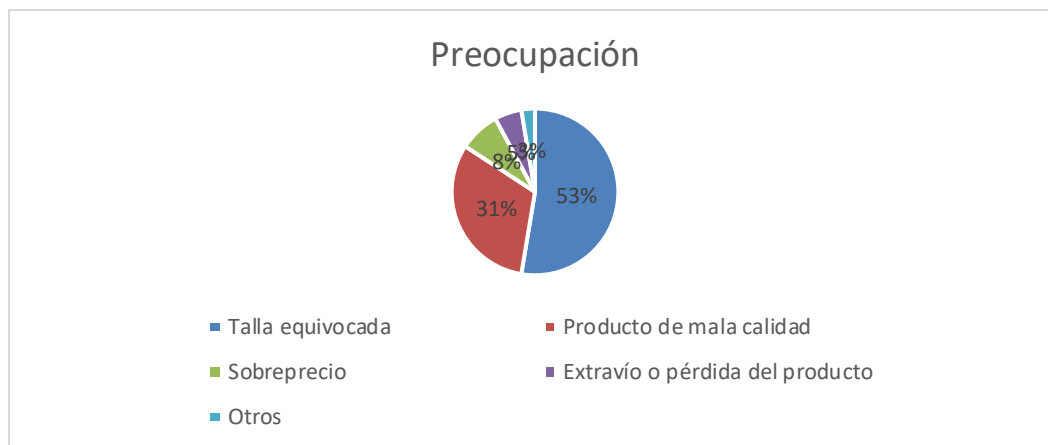
Análisis: Como resultado principal se obtiene que el factor más importante en las prendas deportivas para los consumidores es la comodidad con el 56,41%, 30,77% calidad, precio y otros con 5,13%, 2,56% en base al precio. De respuestas, lo anterior plantea un posible contraste con respecto a la pregunta en donde la mayoría de los encuestados respondió que es importante para ellos es la comodidad ante cualquier otra cosa al momento de realizar sus ejercicios.

7. ¿Qué tipo de situaciones de insatisfacción ha experimentado en sus compras online de ropa deportiva?



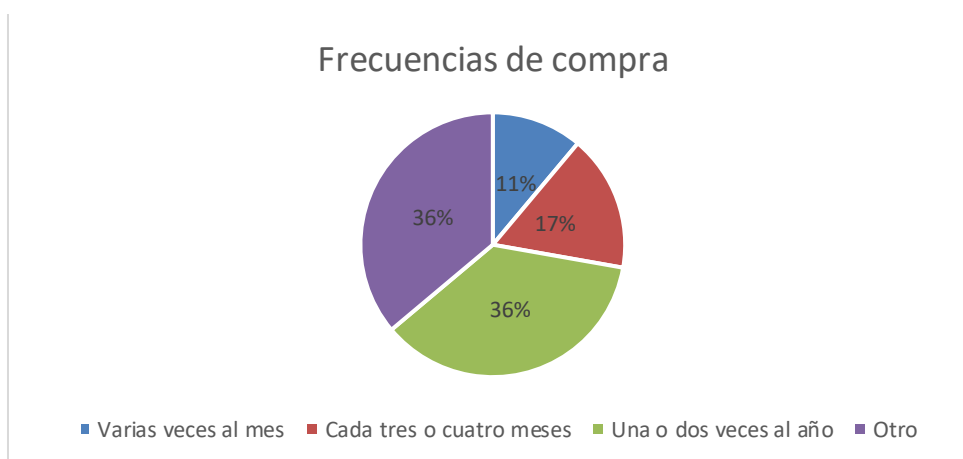
Análisis: Se puede afirmar que según esta encuesta hay muchas mujeres que han tenido situaciones de insatisfacción a la hora de comprar roas deportivas online y que por ende muchas evitan comprarlas, se hizo una encuesta para verificar porqué su insatisfacción, el 23,68% ha planteado que las prendas deportivas han sido de mala calidad, el 10,53% las tallas llegan de manera equivocadas el 2,63% perdida de producto y por igual 2,63% llegan de manera defectuosos o en malas condiciones respectivamente.

8. ¿Cuál es tu mayor preocupación en el momento de comprar ropa deportiva?



Análisis: El resumen de la gráfica muestra una clara diferencia de la preocupación de muchas mujeres a la hora de adquirir su compra deportiva en línea, 52,63% presume que las tallas pueden llegar de manera equivocada, 31,58% los productos ofrecidos pueden ser de mala calidad, 7,89% sobreprecio de los artículos puestos en línea, 5,26%, extravió o pérdida de producto, lo que implica un reto para la empresa al tener todas estas interrogantes como un factor importante para el consumidor de prendas deportivas.

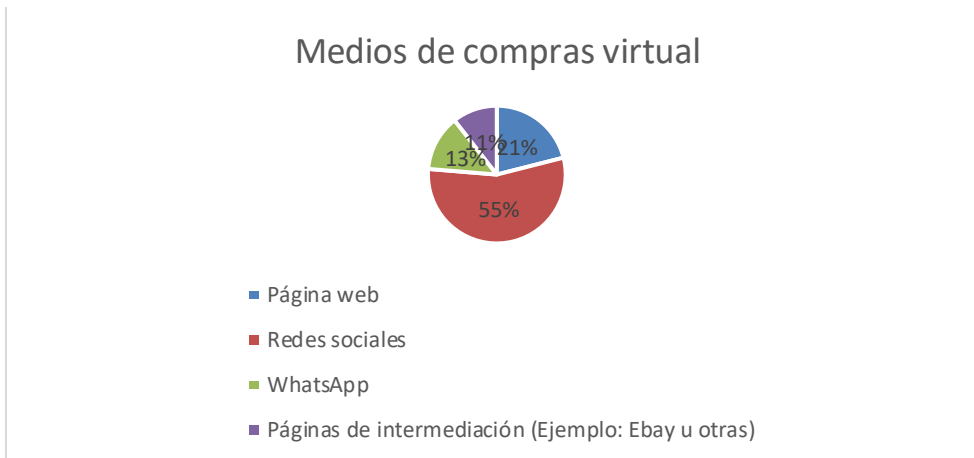
9. ¿Con que frecuencia compras ropas deportivas online?



Análisis: El resultado de la pregunta muestra que la gran mayoría de las encuestadas compran en algún momento determinado ropas deportivas online, el 36,11% una o dos veces al año, 36,11% marcaron la opción otra, 16,67% cada tres o cuatro meses y varias veces al mes con un porcentaje de 11,11%. De lo anterior se puede afirmar que es una población regularmente activa en compras online y

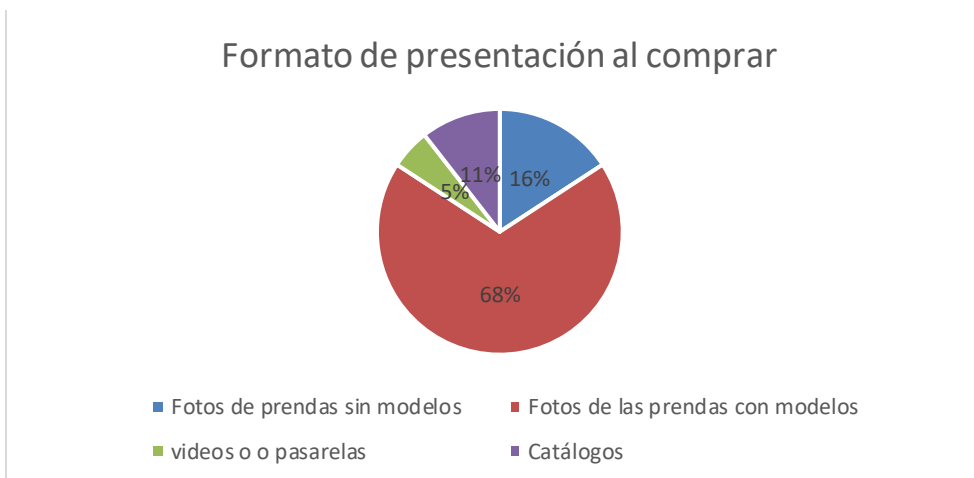
que se les debe dar seguimiento para incrementar con mayor frecuencia las compras.

10. ¿A través de qué medio virtual te gustaría realizar compras online?



Análisis: El resumen muestra que los consumidores en Bonaó están acostumbrados a medio tradicional de la tienda deportiva como páginas de intermediación con 10,53% para adquirir sus prendas deportivas, el 55,26% utiliza las redes sociales, 21,05% páginas web y otros consumidores prefieren Whatsapp con 13,16% de los encuestados afirmaron esta idea.

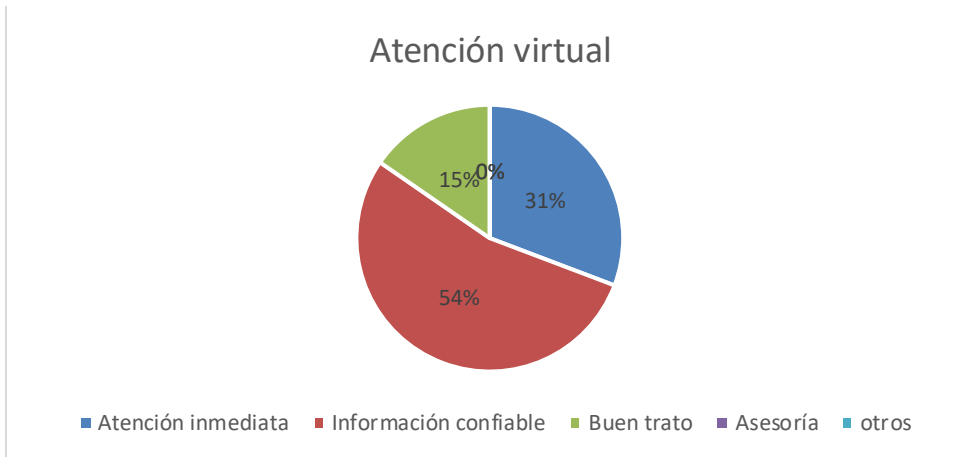
11. ¿Qué formato de presentación es de tu preferencia al comprar ropa online?



Análisis: La industria juega un papel importante en el mercado de la ropa, deportiva según el resultado cada mujer tiene una forma de cómo ver visualizada sus prendas deportivas antes de comprarlas un 68,42% prefiere ver fotos de las prendas con modelos, 10,53% les encantaría ver todas esas ropas puestas en

catálogos, 15,79% fotos de las prendas pero sin ningún tipo de modelo , mientras que el 5,26% les encantaría ver video y pasarelas de las ropas a vender ,esto representa una ventaja para el crecimiento de la empresa puesto que la ideas ayudan a reducir los márgenes de competencia con las prendas deportivas y mostrarlas a gusto del consumidor.

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



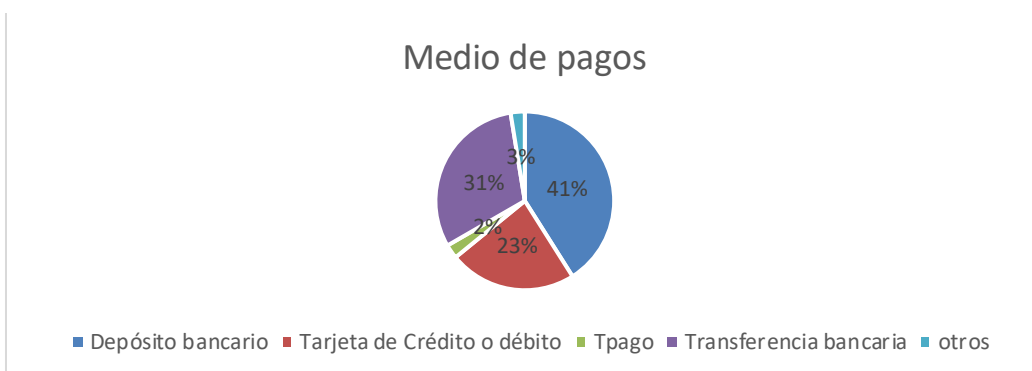
Análisis: Para la mayoría de la muestra la atención es un factor determinante en el mercado, este podría pasar desapercibido siempre y cuando se superen las expectativas del cliente el 53,85% prefieren información confiable, 30,77% prefieren atención inmediata y el 15,38% quieren obtener atención inmediata, mientras el 15,38% buen trato además teniendo en cuenta el poder adquisitivo de los consumidores del presente estudio que se permiten adquirir prendas que pueden superar la importancia virtual pero recalcando la atención del mismo en el cliente.

13. ¿Qué tipo de ofertas les gustaría ver en su tienda de ropa deportivas virtual?



Análisis: Con un valor elevado de nuestra encuesta se concluye que al momento de la elaboración de la tienda deportiva los consumidores prefieren ofertas que les incremente el deseo de comprar el 48,72% les gustaría que se implementaran descuento o rebajas por temporadas, 23,08% rebajas y descuento por compras al mayor, el 17,95% bonos especiales de fidelidad, mientras que el resto con un 5,13% les encetaría la implementación de concursos y otros sistemas de bonificación.

14 ¿Cómo prefieres realizar sus pagos?



Análisis: Con la finalidad de que los consumidores tengan la oportunidad de realizar sus pagos a través del instrumento que deseen, el 41,03% depósito bancario, 30,77% prefieren realizar sus pagos por transferencias bancarias, el 23,08% utilizarían tarjetas de crédito o débito, y otros prefieren utilizar 2,56% Tpago, 2,56% otros medios de pagos en línea.

15. ¿Estarías dispuesto a comprar ropa deportiva de confección nacional?



Análisis: Este resultado permite fortalecer la idea de la pregunta en donde había un margen pequeño de la muestra que no compra prendas de fábrica nacional con

un 5,13% pero la contundente diferencia en las respuestas de la pregunta es bastante grande ya que un 94,87% indican que los productos de fábrica nacional tienen una gran oportunidad de desarrollo en el mercado de prendas deportivas en la ciudad de Bonao.

IV. ESTRUCTURA MERCADOLÓGICA

3.1 Mercado Meta.

- **Avatar de cliente.**

Cualquier persona podrá tener acceso a los productos y adquirirlos, pero el enfoque que se le quiere dar a la empresa es con respecto al mercado comprendido desde las edades de 18 años a 65 sosteniendo los argumentos mencionados anteriormente en cuanto a la tendencia de la moda, junto con la etapa de crecimiento más desarrollada a partir de dicha edad. La empresa se ubicará en un puesto central donde tendrá un rango de alcance neutral para las localidades de interés mencionadas en el estudio de mercados, Bonao RD, calle 16 de agosto #184 Prosperidad.

El ingreso de las mujeres que les gusta adquirir prendas deportivas con frecuencia oscila entre 35,9% con un salario entre los 10,000 en adelante, son de clase media y alta dado el estrato socio-económico de la población objetivo de la ciudad de Bonao y los accesibles precios que se van a ofrecer y así mismo generar un rango amplio para no afectar negativamente la cartera de los clientes, muchas de ellas son empresarias, deportistas o amas de casas.

La tienda de ropa deportiva está enfocada en mujeres en este caso se sustenta en el hecho de que hoy en día están mucho más preocupadas por su imagen, cuidado personal y comodidad lo cual hace que se tomen el tiempo adecuado antes de decidirse por comprar algo. A lo largo de los años las mujeres dominicanas a nivel nacional se han vuelto más exigentes a la hora de realizar deportes o ejercicios, las cuales han generado un mayor consumo en el rubro de ropas deportivas cómodas e innovadoras.

Las damas buscan estar a la moda, pero no a cualquier precio, sino con prendas que les sienten bien. “Están súper enteradas de las últimas tendencias en el vestir deportivo, compran lo bonito y lo que les aporta. Además, se han vuelto más osadas, prefieren del color llamativos y de las formas originales, luciéndolas con absoluta seguridad”.

3.2 Principales necesidades o deseos y expectativas.

Las principales necesidades que las mujeres buscan son prendas deportivas que llene por completo sus expectativas y exigencias, que le ajuste a la perfección, detalles en las prendas, como que le sienta muy bien el color, que les entalle bien y no se les vea más llenita, necesitan aquello que va a expresar algo de ellas, algo que sienten y que potencia su manera de ser ya que se quieren sentir seguras.

Desean diversidades de ropas, comodidad, transparencia, exclusividad. De todo tipo de diseño, materias de algodón para más confort, las damas valoran las ropas que les ayuden a transmitir lo que ellas quieren y con lo que sentirse bien y las hace lucir bonitas, además de cómodas e innovadoras. Les motiva los precios que se puedan ajustar a ellas, ofertas y promociones, prendas de primera calidad, y vendedores que brinden un trato amable

hay muchas mujeres que han tenido situaciones de insatisfacción a la hora de comprar ropas deportivas online ,por lo que muchas de ellas se sienten inseguras y que por ende muchas evitan comprarlas hicimos una encuesta para verificar el porqué de estas insatisfacciones el 10,53% ha planteado que las prendas deportivas han sido de mala calidad, el 10,53% las tallas llegan de manera equivocadas el 2,63% perdida de producto y las cuales llegan de manera defectuosos o en malas condiciones respectivamente, en muchas circunstancias observan un precio y a la hora de ser pedidos surge que tiene un precio distinto, en otras ocasiones el producto no llega y sin reembolso de dinero. Estas observaciones serán las primeras estrategias para suplir tanto en producto, precio y promoción.

3.2 Estrategia de producto

AMG SPORT´COLECCION está orientado a ofrecer ropa deportiva de calidad enfocada a satisfacer las necesidades del cliente brindándoles los beneficios que buscan y que no encuentran en la ropa deportiva actual. La empresa es nueva en el mercado por lo que utilizaremos la estrategia de desarrollo de producto. Puesto que desarrollaremos nuevos valores en el producto, nos diferenciaremos en calidad (nuevas gamas), y desarrollaremos nuevos modelos.

Diseño de producto/Servicio

Los clientes de ropa deportiva esperan diseños innovadores ya que siempre aparecen nuevas tendencias en el mercado. En este sentido, pretendemos desarrollar diseños que nos permita competir. La constante innovación de nuestros diseños de las prendas deportivas y la constante actividad en las redes sociales son unas de nuestras actividades clave para dar a conocer los beneficios de nuestro producto, con el objetivo de presentar, además de un producto de calidad con

características adecuadas, un estilo y diseño que logre una perfecta combinación y resulten atractivos al consumidor.

Los diseños de las prendas estarán basados a las tendencias de moda deportiva actual. Nuestros diseños serán modernos Y cómodos para el deportista, además de colores lizos, estaremos brindando estampados en nuestros diseños.

Línea de producto

Camisetas: sin mangas, mangas, top deportivos.

Sudaderas: sin capucha, con capuchas.

Pantalones: leggings, capris, short.

Enterizos: enterizos, largos, cortos.

Licras: largas, cortas, a la rodilla.

Fanelas: mangas cortas

Tshirt: mangas largas, mangas cortas.

Top: conjuntos deportivos, Sportbra.

Tallas

S-small, M- médium, L-large

Colores

Colores vivos que expresen vida, alegría, así como los colores que expresen sobriedad y los colores clásicos, modelos originales e innovadores.



- Camiseta Sin mangas Colores: Rojo, Azul, Verde, Gris y Negro.
- Camiseta Manga con mangas Colores: Rojo, Azul, Verde y Negro.
- Top deportivo Colores: Azul, Rojo con negro, Negro con rojo.
- Sudadera con capucha Colores: Azul, Rojo, Verde, Gris y Negro.
- Sudadera con capucha Colores: Azul, Verde, Gris con blanco, y Negro
- Leggings Colores: Azul, Gris, y Negro.

- Capris deportivo Colores: Azul, Gris con blanco, Verde, Rojo y Negro.
Short deportivo Colores: Azul, Gris con blanco, Verde, Rojo y Negro.
- Camiseta sin mangas Colores: Rojo, Azul, Verde, Gris y Negro.
- Camiseta con manga Colores: Rojo, Azul, Verde, Gris y Negro.
- Sudadera sin Capucha Colores: Negro, Azul, Rojo y Gris.
- Sudadera con capucha Colores: Azul, Rojo, Verde, Gris y Negro.
- Licras Colores: Azul, Gris, y Negro.
- Short deportivo Colores: Azul, Gris, Verde, Rojo, Negro y Negro con blanco.

Estilo

De acuerdo al perfil de nuestros clientes, procuramos usar un estilo moderno y sofisticado además de estar acorde a las últimas tendencias en ropa deportiva.

Características:

- La confección de los productos se ajustarán al cuerpo sin ceñir, permitiendo libertad a los movimientos del cuerpo.
- El material utilizado es la tela de fibra y algodón de bambú la cual brinda muchos beneficios al deportista y es parte de la diferenciación de AMG SPORT´COLECCION.
- Los colores y estilos son atractivos y adaptables a cualquier estación climática.
- Alto nivel de calidad del producto por ser elaborado con la tela de fibra de bambú y algodón que es considerada un tipo de tela de buena calidad además de ser ecológica. (La mayoría de estas telas tienen el certificado Oeko-Tex 100, el cual garantiza la calidad de la tela.

Beneficio

Como empresas te da los Beneficios de poder personalizar la indumentaria a tu gusto nuestro producto está orientado a diseñar las últimas tendencias de moda de forma variada, no repetida, diseños exclusivos de moda, que no se encontrará en otra tienda, asesoría pre y post venta, encontrar la disponibilidad de los productos desde la página web, sin tener que visitar nuestras tiendas físicas (comodidad), reparto a domicilio, podrás encontrar la variedad de prendas vías WhatsApp, pagina web, Facebook e Instagram.

Propuesta de valor

Como empresa que la hace aún más atractiva y es su aparición en la red, tanto para mostrar todas las prendas ofrecidas, como con sus respectivos precios e incluso te

da detalles de estas prendas en formatos de videos para que puedas visualizar más allá como se ven, te brinda la oportunidad de tratos personalizados y entregas en 24 horas, además un precio razonable.

3.3 Estrategia de precios

Producto/Servicio	Precio Unitario	Precio
		Venta
camisetas	Sin mangas	\$ 550
	Con mangas	\$ 650
	Top deportivos	\$ 800
sudaderas	Sin capucha	\$ 550
	Con capucha	\$ 600
Pantalones	leggings	\$ 1,000
	Capris	\$ 800
	short	\$ 700
Enterizos	Largos	\$ 1,600
	Cortos	\$ 2,680
Franelas	Mangas cortas	\$750
Tshirt	Mangas largas	\$800
	Mangas cortas	\$650
Top	Conjuntos	\$3000
	Sportbra	\$3000

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

El costo de inversión de los productos ofrecidos representara un 55% del precio de venta y estará distribuido de la siguiente manera:

Costo de mercancía 45%

Gastos operacionales 10%

- **Margen de beneficio**

El margen de ganancias establecido para esta empresa será de un 45%

- **Precio de venta**

Para el precio de venta se utilizara una estructura de coste elevada, consiste en verificar que tanto cuesta la producción de las ropas deportivas y promoción para

añadir la cantidad adicional el cual va a representar el margen de beneficio que se desea la empresa busca un 45%.

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

Precio de venta= costo de mercancía 45% + gastos de operaciones en la empresa 10%+ margen de beneficios 45%= 100%.

- **Precios promocionales**

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

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

- **Formatos de pago**

Las maneras en las cuales el cliente puede pagar sus prendas deportivas son:

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

3.4 Estrategias de distribución.

- **Punto de distribución online**

Los puntos clave de distribución será nuestra página web, Instagram, Facebook, Instagram, vías telefónicas e correo electrónico empresaria.

- **Punto de distribución física**

La empresa estará brindando servicios de manera online, no obstante a futuro se tiene en mente llevar la realidad virtual a la vida real crear una tienda la cual se tiene pensado ubicarla en Bonao RD, calle 16 de agosto #184 Barrio Prosperidad Aquí podremos exhibir nuestros productos, contaremos con un escaparate donde

tendremos maniqués con las prendas más llamativas y la del momento. En la atención de nuestros clientes contaremos con dos señoritas, quienes podrán asesorar sobre temas de moda, tendencias, colores, estilos, combinaciones.

3.5 Estrategia de comunicación

- **Tácticas promocionales**

Las tácticas promocionales implementadas por la empresa y que con estudios previos en el mercado para la aceptación del público objetivo encontraran los descuentos, cupones, sorteos y la empresa realizara ferias exclusivas cada año mostrando las ropas deportivas específicas para cada temporada, así como obsequios de catálogos de las mejores prendas deportivas e diseño innovadores y actuales de la empresa.

- **Tácticas publicitarias promocionales**

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

- **Táticas promocionales de medios**

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

- **Tácticas de ventas**

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

Se ofrecerá un servicio de asesoría y venta por medio de la página oficial de Facebook, Instagram o a través de los números de contacto en donde el cliente

pueda comprar y aclarar todas sus dudas, se utilizará show room con imágenes y videos en donde el cliente podrá mirar todos los productos que ofrece la empresa y encontrará una descripción detallada de las tallas disponibles, tipo de material, precio de venta y las unidades disponibles.

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

- **Relaciones públicas**

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

Donaciones a familias de escasos recursos, a apoyar a jóvenes intelectuales con miras asía el deporte, impartir charlas sobre la importancia del ejercicio y una buena nutrición, Participar en ferias en donde prevalezca la oportunidad y crecimiento nacional.

V. ESTRUCTURA TECNICA

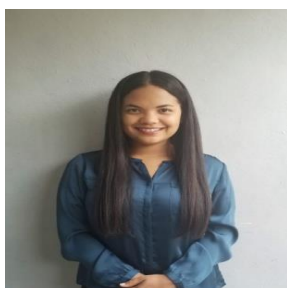
4.1 Principales socios claves Socios



Accionista Aleiny Yamalie Rodríguez Pérez Lic. En Administración de Empresas Turísticas, nacionalidad dominicana residencia Jarabacoa.



Accionista Giocelia Marcel Cabreja Peralta Lic. en administración de empresas turísticas nacionalidad dominicana, residencia San Fernando de Monte Cristi.



Accionista Mercedes Quiroz Carballo Lic. En administración de empresas turísticas, Nacionalidad dominicana, Residencia Bonao.

Proveedores

- **MC DAVID:** Es una empresa dedicada a la comercialización de ropas deportivas, lleva ocho años en el mercado, posee una tienda virtual donde los clientes pueden realizar sus pedidos y recibirlos a domicilio, la misma proveerá innovación actual en colores normales e iluminados.

- **Andrewsports:** Es una empresa del sector textil dedicada a la fabricación de ropas deportivas, la misma nos proveerá variación de telas y son especializados en licras, llevan siete años en el mercado y distribuye su mercancía en diferentes locales.
- **Factory Alliance:** Es una empresa, se dedica a la fabricación de prendas deportivas, existe en el mercado desde el año 2004, tiene participación a nivel global, reconocida por sus bajos precios y alta calidad en sus productos y en el cumplimiento de las entregas, proveerá ropas hechas en algodón y ajustada al margen del cuerpo.

Suplidores

Se puede destacar **Bh mobiliario:** son especialista en diseñar la oficina y crear un espacio de trabajo que se adapte a las necesidades, soluciones integrales de mobiliario de oficina, asesoría disponible, servicio personalizado, también tiene una pequeña oficina encargada en suministrar electricidad para el mejor de los funcionamientos.

Gullón office: tiene 45 años como suplidores nacional e internacional y tiene los mejores materiales de muebles de oficinas, suplirá la empresa con esos materiales desde aires acondicionados, sillas, mesas, computadora, muebles para clientes y mucho más.

Sistesoft computadora: se encargará de suplir a la empresa mediante los funcionamientos de data de internet, mantenimiento a nivel de seguridad antivirus y soportes tecnológicos.

Plataforma online

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

Facebook e Instagram: mediante la cuenta amgsportcoleccion se exhibirá el catálogo de productos a ofrecer con información detallada para fácil comprensión de los consumidores.

www.amgsport.com Sitio web que brindará toda la información sobre AMG SPORT´COLECCTION en el portal se podrá conocer la historia, la misión, la visión, los objetivos de la empresa, de igual manera toda la colección y catálogos web.

4.2 Asesores o especialistas de producción y Operaciones.

Diseño gráfico

Impresiones offset será la empresa encargada de trabajar parte de diseño gráfico que combine el arte e imagen de la empresa.

Soporte técnico

AB Computadoras: será la empresa encargada de brindar soporte técnico que proporcione de cualquier problema que se presente desde hardware o software, aparatos electrónicos e incluso tendrá un manejo eficaz en la plataforma online, correo electrónico, chat interactivo de la empresa y cualquier soporte del cual este servicio sea requerido para cualquier inconveniente, ayudara a las mejores soluciones.

Manejo de sitios webs

AP technology: Sera una calificada y la empresa que maneja el buen funcionamiento de sitios webs y mediante el mismo dará un seguimiento adecuado a cada uno de los canales de atención y pueda determinar estrategias de mejora a partir de la experiencia en la interacción y manejo con los clientes.

Producción de ropas deportivas

La empresa ofrecerá una amplia variedad de ropa deportiva, colecciones para el sector femenino elaborando desde las tallas X hasta XL. Estas colecciones se dividirían en una colección fija denominada clothesports, con productos que no pasan de moda, representando alrededor del 50% de la producción, siguiendo con la política de productos llevada a cabo por AMG SPORT´COLECCION.

Para la producción primero el equipo de diseño crea las tendencias dividiéndolas en los distintos tipos de mujer se centraría en los distintos deportes o actividades. El departamento de confección recibe las ideas de los diseñadores y materializan estos diseños realizando innumerables pruebas sobre papel, maniqués o modelos. Tras una fase de supervisión meticulosa de cada prenda, diseños acaba siendo desechado ya sea por tejidos, incomodidad o composición, Si se aprueba, se empezará con la fabricación cada prenda.

La ropa deportiva ofrecida será de una buena calidad, marcando la tendencia actual, prendas que puedan trasladar las necesidades y gustos del público objetivo, la confección será de diversas índoles, algunas de las ropas deportivas serán

importadas de los diferentes proveedores en República Dominicana y otras elaboradas por la empresa.

Los colores que marcarán tendencia la primera temporada son los colores fuertes que dan paso a la emoción y al optimismo en una paleta de colores base que transmite estabilidad y calma entre las líneas de productos sport están:

Leggings cortos y largos, enterizos deportivos, sweaters, crop top, pantalones deportivos, conjuntos deportivos cortos y largos, t-shirts deportivos, camisetas, conjuntos deportivos, abrigos etc.

4.3 Áreas operativas del proyecto.

- **Gerencia administrativa.**

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

- **Atención al cliente**

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

- **Ventas**

AMG SPORT´COLLECTION facilitará el acceso definiendo la locación en un punto muy cercano a las clientas en un ámbito geográfico donde los medios de transporte y vías de circulación están plenamente operativos para las ventas de los productos en Bonao.

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

Se realizarán también ventas en Instagram, Facebook, Whatsapp web y correo electrónico con el nombre de [amgsporcollection](http://amgsporcollection.com) en donde podrás adquirir tus prendas deportivas favoritas.

- **Gestión de Pedidos**

La empresa dará la facilidad para realizar pedidos a través de Facebook Instagram amgsportcoleccion, Whatsapp a través del número 809-358-9988, la empresa desarrollará una plataforma de ventas online a medida totalmente personalizada, dada la complejidad y variabilidad de cada ropa deportiva.

Se utilizará la herramienta web amgsportcoleccion.com que se ha creado es una solución gratuita en donde podrás escoger y hacer tus pedidos vía online.

- **Facturación**

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

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

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

Cobros

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

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

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

- **Contabilidad**

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

- **Legal**

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

La empresa que se constituye se denomina AMG SPORT´COLLECTION elaboración y venta de ropas deportivas sociedad comercial de responsabilidad limitada de SRL.

El domicilio legal de la empresa está ubicada Bona RD, 16 de agosto #184 Prosperidad, la administración y el uso de la razón social corresponderán a los socios Aleiny Yamalie Rodríguez Pérez, Mercedes Quiroz Caraballo, Giocelia Marcel Cabreja Peralta quien actuando por la sociedad y anteponiendo la razón social a su firma, la representará con las más amplias facultades, un aporte de capital social de 50,000 cada socios pudiendo obligarla en toda clase de actos, tendrán derecho al negocio, marcas, patentes, derechos y privilegios sobre productos o materias; comprar y vender los productos deportivos y tomarlos en arrendamiento, instituciones financieras o de créditos.

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

- **Compras**

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

También las compras se realizarán directamente a proveedores de ropas deportivas Mc David, Andrewsports, Factory Alliance, se cuidará especialmente el control del

número de unidades en la tienda o almacén, para conseguir una actualización efectiva de las existencias.

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

- **Control de inventario**

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

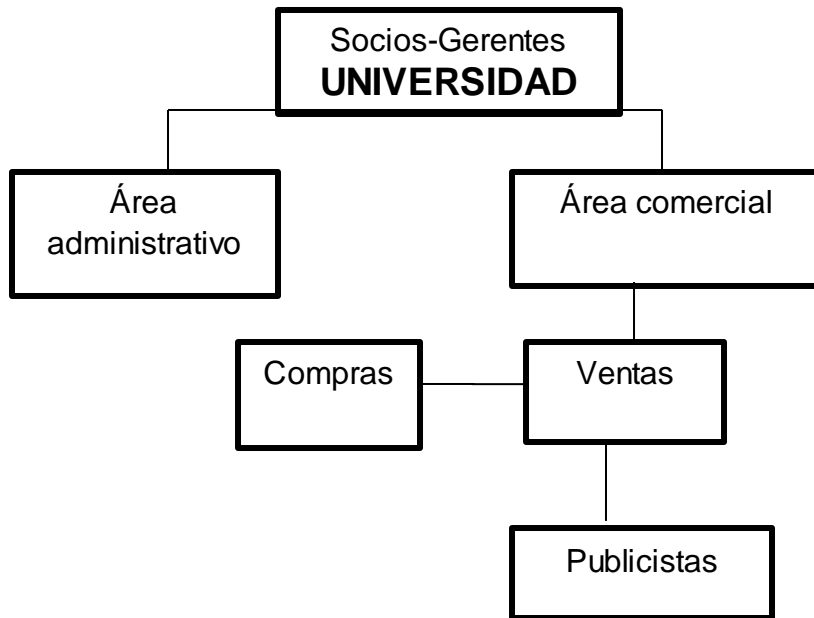
El sistema de inventarios es fundamental en la operación de la empresa por lo que se utilizara un sistema integrado, aquí se administran todas las ropas que el sistema va a manejar, por tallas, colores y a través de una estructura organizada en diferentes niveles de agrupación aginados dependiendo el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

- **Actualización de contenidos online**

La actualización de contenidos online será es una parte que se trabajara mucho, una de las socias se encargará y por supuesto se tomara en cuenta de mantener contenidos online actualizados:

- Autopromoción: Blog amgsport se utilizará como herramienta para comunicar novedades, una oferta con una estrategia y redes sociales bien llevada puede dar muy buenos resultados.
- Redes sociales. Ya que suele ser muy cambiantes será una estrategia para actualizar y traer novedades de manera continua, puede ser buena idea realizar algún post comentando qué hay de nuevo, o un recopilatorio cada cierto tiempo con lo más destacado, etc.
- Se actualizará cada tiempo determinado la página web amgsportcoleccion y en donde los contenidos de ropas deportivas serán innovadoras, y se explicará lo mejor de la tienda, Qué es, cómo funciona y qué ventajas tiene estas prendas deportivas para ti.

4.4 Organigrama



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

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

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

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

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

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

4.5 Horario de trabajo y asistencia al cliente.

El horario laboral para la asistencia de ventas y pedidos será un horario corrido de 8 AM hasta 7PM.

La asistencia al cliente será 100% efectiva, para esto el cliente tendrá un vendedor y un asesor de imagen en caso de que tenga inconveniente a la hora de elegir sus prendas de vestir.

4.6 Políticas operativas del negocio.

- AMG SPORT´COLLECTION cumplirá con los tiempos estipulados para las entregas.
- La empresa está orientada a generar y mantener una cultura de servicio.
- La empresa mejorara continuamente el desempeño de los procesos.
- Se seleccionarán y evaluarán en su desempeño los proveedores.
- Se ofrecerán únicamente prendas que cumplan con los estándares de calidad.
- Se deberá mantener una comunicación permanente con los proveedores con el fin de obtener buenas relaciones de mutuo beneficio y fomentar conciencia de calidad.

4.6 Normas laborales

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

VI. ESTRUCTURA FINANCIERA

AMG SPORT COLLECTION		
PLAN DE INVERSION		
Ordenador de mesa o laptop	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00

Impresora de inyector de tinta	\$ 5,400.00	\$ 11,400.00
Mobiliario de oficina	\$ 8,000.00	\$ 19,400.00
Dispositivo móvil o Tablet	\$ 8,000.00	\$ 27,400.00
Aire acondicionado*	\$ 12,000.00	\$ 39,400.00
Hosting y dominio web	\$ 470.00	\$ 39,870.00
Software especializados	\$ 2,900.00	\$ 42,770.00
Soporte técnico	\$ 500.00	\$ 43,270.00
Diseñador grafico	\$ -	\$ 43,270.00
Equipos y maquinarias*	\$ -	\$ 43,270.00
Insumos y materiales	\$ 800.00	\$ 44,070.00
Mercancía*	\$ 150,000.00	\$ 194,070.00
Suministro electricidad	\$ 1,000.00	\$ 195,070.00
Servicios de data o internet	\$ 1,800.00	\$ 196,870.00
Embalaje o empaques	\$ 800.00	\$ 197,670.00
Total	\$ -	\$ 197,670.00

Proyección de Ventas

Producto/Servicio	Precio Unitario	MES 1	
		Cantidad	Venta
Leggings	\$ 1,000.00	6	\$ 6,000.00
Leggings Cortos	\$ 700.00	5	\$ 3,500.00
Enterizos deportivos	\$ 1,600.00	5	\$ 8,000.00
Sweters	\$ 550.00	7	\$ 3,850.00
Crop top	\$ 800.00	3	\$ 2,400.00
pantalones deportivos	\$ 1,000.00	7	\$ 7,000.00
conjuntos deportivos cortos	\$ 2,680.00	4	\$ 10,720.00
Sportbra, licra y sweter	\$ 3,000.00	5	\$ 15,000.00
T shirts deportivos	\$ 600.00	6	\$ 3,600.00
	\$ -		\$ -
Totales	\$ 11,930.00	48	\$ 60,070.00

MES 2		MES 3		MES 4	
Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta
10	\$ 10,000.00	15	\$ 15,000.00	20	\$ 20,000.00
9	\$ 6,300.00	12	\$ 8,400.00	16	\$ 11,200.00
12	\$ 19,200.00	13	\$ 20,800.00	16	\$ 25,600.00
10	\$ 5,500.00	15	\$ 8,250.00	20	\$ 11,000.00
8	\$ 6,400.00	12	\$ 9,600.00	18	\$ 14,400.00
13	\$ 13,000.00	16	\$ 16,000.00	20	\$ 20,000.00
9	\$ 24,120.00	14	\$ 37,520.00	18	\$ 48,240.00
9	\$ 27,000.00	15	\$ 45,000.00	20	\$ 60,000.00

12	\$ 7,200.00	17	\$ 10,200.00	20	\$ 12,000.00
	\$ -		\$ -		\$ -
92	\$ 118,720.00	129	\$ 170,770.00	168	\$ 222,440.00

MES 5		MES 6	
Cantidad	Venta	Cantidad	Venta
20	\$ 20,000.00	15	\$ 15,000.00
15	\$ 10,500.00	12	\$ 8,400.00
15	\$ 24,000.00	10	\$ 16,000.00
15	\$ 8,250.00	9	\$ 4,950.00
19	\$ 15,200.00	8	\$ 6,400.00
16	\$ 16,000.00	5	\$ 5,000.00
15	\$ 40,200.00	10	\$ 26,800.00
15	\$ 45,000.00	8	\$ 24,000.00
10	\$ 6,000.00	8	\$ 4,800.00
	\$ -		\$ -
140	\$ 185,150.00	85	\$ 111,350.00

MES 7		MES 8	
Cantidad	Venta	Cantidad	Venta
10	\$ 10,000.00	15	\$ 15,000.00
9	\$ 6,300.00	16	\$ 11,200.00
5	\$ 8,000.00	20	\$ 32,000.00
9	\$ 4,950.00	18	\$ 9,900.00

5	\$ 4,000.00	15	\$ 12,000.00
5	\$ 5,000.00	19	\$ 19,000.00
12	\$ 32,160.00	10	\$ 26,800.00
10	\$ 30,000.00	13	\$ 39,000.00
9	\$ 5,400.00	12	\$ 7,200.00
	\$ -		\$ -
74	\$ 105,810.00	138	\$ 172,100.00

MES 9		MES 10	
Cantidad	Venta	Cantidad	Venta
23	\$ 23,000.00	15	\$ 15,000.00
18	\$ 12,600.00	16	\$ 11,200.00
10	\$ 16,000.00	5	\$ 8,000.00
12	\$ 9,600.00	10	\$ 8,000.00
10	\$ 10,000.00	8	\$ 8,000.00
13	\$ 34,840.00	16	\$ 42,880.00
10	\$ 30,000.00	15	\$ 45,000.00
11	\$ 11,000.00	18	\$ 18,000.00
15	\$ 9,000.00	10	\$ 6,000.00
	\$ -		\$ -
122	\$ 156,040.00	113	\$ 162,080.00

MES 11		MES 12	
Cantidad	Venta	Cantidad	Venta
12	\$ 12,000.00	18	\$ 18,000.00

10	\$ 7,000.00	15	\$ 10,500.00
5	\$ 8,000.00	10	\$ 16,000.00
6	\$ 4,800.00	11	\$ 8,800.00
8	\$ 8,000.00	5	\$ 5,000.00
10	\$ 26,800.00	5	\$ 13,400.00
5	\$ 15,000.00	5	\$ 15,000.00
6	\$ 6,000.00	3	\$ 3,000.00
5	\$ 3,000.00	4	\$ 2,400.00
	\$ -		\$ -
67	\$ 90,600.00	76	\$ 92,100.00

Primer cuatrimestre	\$ 572,000.00
Segundo cuatrimestre	\$ 574,410.00
Tercer cuatrimestre	\$ 500,820.00
Total proyección de ventas	\$ 1,647,230.00

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

Fotos	35	\$	100.00	\$	3,500.00
Artículos		\$	-	\$	-
Infomerciales	1	\$	4,000.00	\$	4,000.00
Publicidad en YouTube	10	\$	100.00	\$	1,000.00
Publicidad en redes sociales	15	\$	1,900.00	\$	28,500.00
Capsulas informativas	1	\$	1,500.00	\$	1,500.00
Otros		\$	-	\$	-
Total		\$	15,300.00	\$	60,100.00

Estado de Flujos de Efectivo Proforma			
Cuentas por cobrar			
Ventas al contado mensual	\$		
	96,088.00		
Ventas a crédito mensual	\$		
	41,181.00		
Otros ingresos		-	
Total cuentas por cobrar			\$
			137,269.00
Gastos Operacionales			
Servicio de luz eléctrica	\$		
	1,000.00		
Plan de internet fijo y móvil	\$		
	1,800.00		
Otros		-	
Total Gastos Operacionales		\$	
		2,800.00	2,800.00
Costos Operacionales			
Hosting y dominio			
	470.00		

Software seguridad	200.00	
Software especializados	650.00	\$ -
Diseño gráfico o contenido web		\$ -
Embalaje	1,500.00	\$ -
Envíos	4,500.00	\$ -
		\$ -
Total Costos Operativos		7,320.00
Préstamos o financiamientos		
Tarjeta de crédito		
Prestamos independiente	4,667.00	
Financiamiento bancario		\$ -
Otros		\$ -
Total Prestamos o financiamientos		
Total		\$ -
		\$ 4,667.00
		\$ 132,602.00

AMG SPORT COLLETION**Estado de Resultados Proforma****Ingresos por ventas anuales**

Leggings	\$		
		179,000.00	
Leggings cortos	\$		
		107,000.00	
Enterizos deportivos	\$		
		201,600.00	
Sweters	\$		
		87,850.00	
Crop Top	\$		
		101,400.00	
Pantalones deportivos	\$		
		219,020.00	
Conjuntos deportivos cortos	\$		
		351,560.00	
Sportbra, licra y sweter	\$		
		323,000.00	
Tshirt deportivos	\$		
		76,800.00	
Total de ingresos	\$		1,647,230.00
Costos			
Costos fijos	\$		
		121,440.00	-
Costos variables	\$		
		721,200.00	-
Total costos	\$		842,640.00
			-

Intereses sobre préstamos o imp.		
Financiamientos bancarios		
Tarjeta de crédito		
Prestamos independientes	6,000.00	\$ 6,000.00
Impuestos		
Total intereses o impuestos		
Ganancia o Pérdida Neta		798,590.00

CONCLUSION

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

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

El estudio organizacional permitió darle una estructura a la empresa de manera formal, lo que permite establecer una estrategia de acuerdo a las características principales de AMG SPORT´COLECCTION que la diferencian de otras empresas dedicadas a la comercialización de ropa deportiva a nivel nacional. Se determinaron las diferentes estrategias que posee la empresa al ser nueva en el mercado y se definieron los cargos relevantes junto con sus funciones que generaran rentabilidad a la empresa y ayudaran a su crecimiento continuo.

BIBLIOGRAFIAS

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

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

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

Anexos

Cuestionario

Edad

- a) Menos de 18
- b) De 19 a 25
- c) De 26 a 35
- d) Más de 36

2. Nivel de ingresos

- a) Menos de DOP\$10,000.00
- b) De DOP\$10,001.00 A DOP\$15,000.00
- c) De DOP\$15,001.00 A DOP\$20,000.00
- d) Más de DOP\$20,001.00

3. Ocupación

- a) Ama de casa
- b) Deportista
- c) Empresaria
- d) Empleada privada o publica

4. ¿Has comprado ropa deportiva en tiendas online?

- a) Si
- b) No

5. Si tu respuesta es afirmativa, ¿Qué tipo de ropas deportivas son de tu preferencia?

- a) Sudaderas
- b) Pantalones
- c) Franelas
- d) Licras
- e) Otro

6. ¿Qué aspecto valora más en la ropa deportiva?

- a) Calidad
- b) Precio

- c) Comodidad
- d) Moda
- e) Otro

7. ¿Qué tipo de situaciones de insatisfacción ha experimentado en sus compras online de ropa deportiva?

- a) Mala calidad
- b) Talla equivocada
- c) Perdida del producto
- d) Productos defectuosos o malas condiciones
- e) Productos equivocados
- f) Tardanza en las entregas
- g) Mal trato en la atención recibida
- h) Ninguna

8. ¿Cuál es tu mayor preocupación en el momento de comprar ropa deportiva?

- a) Talla equivocada
- b) Producto de mala calidad
- c) Sobreprecio
- d) Extravío o pérdida del producto
- e) Otro

9. ¿Con que frecuencia compras ropa deportiva online?

- a) Varias veces al mes
- b) Cada tres o cuatro meses
- c) Una o dos veces al año
- d) Otra

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

- a) Página web
- b) Redes sociales
- c) Whatsapp
- d) d. Páginas de intermediación (Ejemplo EBay u otra)

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

- a) Fotos de las prendas sin modelo
- b) Fotos de las prendas con modelos
- c) Videos o pasarelas

d) Catálogos

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

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

13. ¿Qué tipo de ofertas les gustaría ver en su tienda de ropa deportiva virtual?

- a) Rebajas o descuentos por temporadas
- b) Concursos
- c) Bonos especiales de fidelidad
- d) Rebajas y descuentos por compra al por mayor
- e) Otro

14. ¿Cómo prefiere realizar sus pagos?

- a) Depósito bancario
- b) Tarjeta de crédito o debito
- c) TPago
- d) Transferencia bancaria
- e) Otro

15. ¿Estaría dispuesto a comprar ropa deportiva de confección nacional?

- a) Si
- b) No